

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Penggemar Olahraga Oleh Akun @vidiosports

Anggi Ahmad Arief Naufal¹, Rah Utami Nugrahani², Nisa Nurmauliddiana Abdullah³

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, anggiahmad@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rutamin@telkomuniversity.ac.id

³ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, nisabdullah@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Instagram at this time was used to be a medium of communication, disseminating information and receiving information. The types of Instagram content are very diverse along with its development, content produced by utilizing existing features on Instagram such as Feeds, Reels, Stories, Carousels and others. The use of Instagram as an information medium for sports fans through the @vidiosports account is the title of this research. This research focuses on how to use Instagram to become an information medium. Sport is in great demand by the public, this research focuses on how the public is informed about sports-related information through official broadcaster accounts in Indonesia. The method used in this study is a qualitative descriptive approach using the constructivism paradigm. This research was conducted with three informants consisting of key informants, supporting informants, and expert informants. The key informant is the Social Media Manager of Vidio Sports, the supporting informant is the Social Media Officer of Vidio Sports and the expert informant is the Idealogcom.id Strategic Communication Consultant. This research results that @vidiosports utilizes Instagram as an information medium for sports fans through the content that is presented and produced through the content that is presented. In addition, the use of Instagram @vidiosports is one of the promotional media used by PT Vidio Dot Com.

Keywords-Instagram, sports, media information.

Abstrak

Instagram pada masa ini digunakan untuk menjadi salah satu media komunikasi, penyebaran informasi dan menerima informasi. Jenis konten Instagram sangat beragam dengan seiring perkembangannya, konten yang diproduksi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Instagram seperti Feeds, Reels, Story, Carousel dan lainnya. Pemanfaatan Instagram sebagai media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports merupakan judul dari penelitian ini, penelitian ini berfokus pada bagaimana cara memanfaatkan Instagram untuk menjadi media informasi. Olahraga banyak diminati oleh masyarakat, penelitian ini berfokus bagaimana masyarakat terinformasikan tentang informasi terkait olahraga melalui akun *official broadcaster* di Indonesia. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Kualitatif pendekatan deskriptif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini dilakukan dengan tiga narasumber yang terdiri dari Informan kunci, Informan pendukung, dan Informan Ahli. Informan kunci merupakan Manager Sosial Media Vidio Sports, Informan pendukung merupakan Sosial Media Officer Vidio Sports dan Informan ahli Konsultan Communication Strategic Idealogcom.id. Penelitian ini menghasilkan bahwasannya @vidiosports memanfaatkan Instagram menjadi media informasi bagi penggemar olahraga melalui konten yang disajikan dan diproduksi mereka melalui konten-konten yang disajikan. Selain itu pemanfaatan Instagram @vidiosports menjadi salah satu media promosi yang digunakan oleh PT Vidio DotCom.

Kata kunci-Instagram, olahraga, media informasi.

I. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan suatu hal yang paling sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari, komunikasi banyak yang berbentuk verbal atau nonverbal. Perkembangan sumber daya manusia salah satu hal yang menjadi faktor utama berkembangnya teknologi informasi, dengan hal ini menjadikan perkembangan juga terjadi pada bidang komunikasi. Masa ini komunikasi yang berjalan pada era 4.0 yang dimana internet menjadi kebutuhan terpenting dalam berjalannya komunikasi tersebut, hal tersebut internet menjadi faktor utama dalam berjalannya komunikasi pada masa ini. Komunikasi adalah suatu proses terjadinya penyebaran pesan antara pengirim pesan dan penerima pesan yang dimana seseorang atau kelompok sebagai pengirim pesan dapat menciptakan dan menggunakan informasi agar saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Komunikasi merupakan hal yang pasti digunakan oleh setiap manusia dalam kegiatan sehari – hari untuk saling mengetahui maksud dan tujuan dari komunikasi tersebut. Pengguna internet di Indonesia pada bulan Februari tahun 2022 mencapai 204,7 juta pengguna aktif internet, dengan ini ada sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pengguna media sosial mencapai 191,4 juta pengguna aktif media sosial, dengan ini ada sekitar 68,9% dari total penduduk Indonesia sudah menggunakan media sosial. Media sosial digunakan oleh masyarakat sebagai sarana berkomunikasi, beraktifitas dan mencari segala sesuatu informasi yang dibutuhkan. Perkembangan media sosial didukung juga dengan sarana dan prasarana internet untuk menunjang penggunaan secara maksimal, sehingga pengguna internet dapat memaksimalkan penggunaan internet untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kemajuan teknologi internet menjadikan media sosial sebagai media untuk penyebaran informasi yang cepat dan masif, pengguna media sosial Instagram menjadi salah satu alat penggunaan untuk menyebarkan informasi karena penggunaannya yang sudah menyebar sangat luas. Hal itu menjadikan media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan untuk penyebaran informasi, alat pemasaran, hingga dipergunakan untuk menjadi salah satu media komunikasi yang sangat digunakan pada masa ini.

Salah satunya Vidio Dot Com yang menjadikan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi. Vidio Dot Com merupakan salah satu perusahaan Over The Top (OTT) atau salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri penyiaran digital yang merupakan salah satu perusahaan Over The Top (OTT) yang merupakan hasil karya anak bangsa. Fitur yang ada di Instagram membantu sekali dalam penyebaran informasi mengenai seputar dunia olahraga bagi pengikut. Konten konten yang diunggah pada akun Instagram @vidiosports sangat informatif karena dari segi Visualisasi dan penyampaian yang mudah di pahami. @vidiosports memberikan kemudahan bagi pengguna Instagram untuk mencari informasi terkait informasi yang dibutuhkan dengan menggunakan tagar seperti contoh #SemuaAdaDiVidio, #VidioSports, #UCL, #LaLiga (Liga Spanyol) dan lain lainnya. Akun Instagram @Vidiosports memiliki sekitar 91k pengikut aktif. @Vidiosports sering sekali melakukan interaksi dengan para followersnya melalui fitur comment, polling dan tanya jawab melalui story sehingga terciptanya interaksi dua arah. Akun Instagram @Vidiosports juga sering melakukan kuis yang diadakan dengan menggandeng akun akun fans base supporter tim lokal maupun internasional, kuis kuis yang menyangkut tentang informasi seputar olahraga. Konten konten yang dibuatpun menyesuaikan dengan keadaan pasar yang sedang tinggi, sehingga meningkatkan interaksi dari para pengikut akunInstagram @vidiosports melalui kolom komentar, Direct Message dan lainnya.

PT Vidio Dot Com pada awal tahun 2022 melakukan gebrakan yang cukup agresif dalam melebarkan pasarnya dalam hal itu EMTEK Grup sebagai induk perusahaan dari PT Vidio Dot Com menjadi Official Broadcaster Piala Dunia Qatar 2022 dan selang waktu beberapa bulan PT Vidio Dot Com menyatakan bahwa mereka menjadi Official Broadcaster dari Premier League atau Liga Inggris. Hal ini menjadikan bahwa PT Vidio Dot Com terutama Vidio Sports seperti slogan yang ada di Instagramnya yaitu “Home Of Sports” atau rumahnya olahraga. Hal itu disambut baik oleh para penggemar olahraga terutama sepakbola, yang dikur dari pembelian Voucher Diamond untuk dapat menyaksikan semua pertandingan yang ada di Vidio. Data tersebut merupakan data pembelian voucher yang langsung berlangganan satu tahun. Data tersebut bisa menggambarkan antusiasme dari penggemar olahraga terutama sepakbola dalam mengikuti pertandingan, data tersebut diluar dari yang berlangganan secara perbulannya. Data tersebut merupakan data yang dapat dipertanggung jawabkan validitasnya, data tersebut merupakan data internal dari PT Vidio Dot Com. Pada penelitian ini peneliti ingin berfokus pada bagaimana pemanfaatan media sosial terutama Instagram sebagai media informasi bagi para penggemar olahraga, Penelitian ini memiliki urgensi dalam bagaimana pemanfaatan suatu akun Instagram yang menjadi Official Broadcaster sebuah liga-liga atau turnamen top dunia untuk menjadi sarana media informasi bagi para penggemar olahraga. Vidio.com melalui akun @vidiosports menjadi salah satu akun yang menyebarkan informasi terkait tayangan liga top dunia yang memang resmi dalam legal. Urgensi penelitian ini adalah bagaimana kita memanfaatkan Instagram sebagai media informasi bagi para penggemar olahraga melalui akun @vidiosports yang memang menampilkan konten dengan asset resmi dari penyelenggara liga terkait dan bervariasi yang tidak terfokus hanya kepada satu cabang olahraga saja.

Hal ini menjadikan bahwa @vidiosports melakukan penyebaran informasi dari beberapa cabang olahraga yang tidak terfokus hanya kepada satu cabang olahraga, sehingga para penggemar olahraga mendapatkan semua informasi terkait olahraga yang ditayangkan di vidio.com. Konten yang disajikan pada Instagram @vidiosports juga beragam dari jenis warna yang ditampilkan, hal itu terjadi karena harus menyesuaikan dengan guideline atau ketentuan dari penyelenggara liga agar colour palette yang digunakan sesuai dan seragam. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, demi mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian ini agar bergunanya peneltiain ini bagi untuk peneliti, industri, maupun bidang ilmu pengetahuan di masa yang akan datang. Berdasarkan identifikasi masalah pada penelitian ini tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports. Setiap penelitian pasti memiliki manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisim peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat dimanfaatkan dan dikembangkan lagi sesuai kebutuhan pada saat itu dan bisa menjadi suatu acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. CMC (Computer Mediated Communication)

Computer Mediated Communication (CMC) dapat di definisikan secara sederhana dan mudah sebagai komunikasi yang terjadi antar orang atau kelompok dengan menggunakan suatu media yang memiliki basis komputer atau melalui suatu media komputer (Herring dalam Budiargo, 2015:viii), dan penerapan teknologi dalam CMC dapat memfasilitasi pertukaran isi semantik melalui media jaringan telekomunikasi, yang akan diproses melalui satu atau lebih komputer antar individunya dan antar kelompok yang ada dalamnya (Rice dalam Budiargo, 2015:viii). Instagram merupakan media sosial yang memang menggunakan komputer untuk menjadi media dalam melakukan komunikasi, komponen utama dalam melakukan komunikasi dengan Instagram adalah *Smartphone*, *Tablet*, *Laptop* ataupun *Personal Computer* (PC)

B. Media Baru

Menurut (Flew, 2005) eksistensi internet tidak dapat diragukan kembali karena adalah satu perkembangan kabel telfon yang sudah digunakan sebelumnya, kecanggihan membawa kabell telfon tersebut akan pengiriman gelombang yang dihasilkan tidak hanya berbentuk suara, namun dapat dirasakan dengan gambar berwarna, gambar bergerak, dan menimbulkan suara. Teori media baru digunakan pada penelitian ini karena Instagram merupakan salah satu media baru yang digunakan untuk melakukan komunikasi tanpa hambatan menembus ruang dan waktu. (James, 2012) Pemanfaatan awal mulanya dibentuk untuk pertukaran informasi melalui portal blog, ataupun surat menyurat elektronik melaluihalaman email. Tetapi saat ini, tidak hanya tulisan yang ditampilkan, blog berkembang menjadi vlog, dan vlog menambahkan konten hiburan untuk media-media yang sudah ada, apalagi didukung dengan karakter on demand, dimana asalkan ada akses internet, akses media baru pun akan mudah dirasakan.

C. Media Sosial

Pada era digital 4.0 masyarakat sudah banyak menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan alat penyebaran informasi. Sosial media merupakan software dimana akses software tersebut didukung oleh internet untuk penggunaannya. (Anwar, 2019) Hasil survey dari Kementerian Komunikasi dan Informasi mengatakan, Facebook memiliki 65 juta pengguna akun, diikuti Twitter dengan angka hingga 19,5 juta, selanjutnya media surat elektronik seperti Gmail mendudukiangka 3,4 juta pengguna, dan situs pencarian lapangan kerja LinkedIn mencapai 1 juta pengguna.

D. Media Informasi

Media informasi menurut (Sankarto & Maman , 2008) adalah setiap manusia pasti membutuhkan informasi demi memenuhi kebutuhannya dan juga berguna sebagai penunjang dari kegiatannya, hal yang utama adalah sebagai data dan fakta yang membuktikan adanya suatu kebenaran, sebagai penjelas, bahkan sebagai prediksi untuk peristiwa-peristiwa yang mungkin akan datang. Berarti, informasi merupakan segala data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang sangat berguna dan bermanfaat bagi penggunanya. Media Informasi secara umum adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Melalui media informasi masyarakat dapat mengetahui informasi yang akurat dan terbaru serta masyarakat dapat saling berinteraksi satu sama lain untuk bertukar informasi yang mereka terima atau mereka dapatkan. Media

sosial menjadi salah satu wujud dari tersalurkannya informasi yang cepat dan akurat, karena pada era digital ini kebutuhan informasi sangat dibutuhkan dan mudah diakses dengan sosial media.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yaitu rangkaian atau kegiatan penelitian yang didasarkan pada sudut pandang filosofis, masalah yang dihadapi dan ideologi masalah. Menurut (Sahayu, 2016:1) metodologi penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara-cara melakukan observasi secara terstruktur dan tepat dalam mencari, mengedit, menganalisis, dan meringkas data melalui tahapan ilmu yang terstruktur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, Menurut (Rachmat, 2006) berpendapat bahwa deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode untuk menjelaskan sebuah fenomena secara mendetail berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Hal yang mendorong penelitian ini adalah dilakukan dengan metode depth interview, Hal ini dilakukan demi mendapatkan hasil penelitian dari para informan yang selektif dan sesuai dengan bidang keahliannya.

A. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan ekstensial atau epistemologi yang Panjang (Ridha, 2017). Menurut (Pujileksono, 2015) paradigma konstruktivisme melihat sesuatu berdasarkan realita sosial dari berbagai macam latar belakang sebagai bentuk dari konstruksi realita tersebut, dimana realita yang ada dijadikan sebagai bagian dari objek penelitian, hal itu merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan oleh aktor sosial tersebut.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah hal yang menjadi pokok dari variabel penelitian yang berwujud manusia. Topik penelitian dibagi menjadi dua jenis: topik utama adalah inti dari penelitian, bisa berupa orang, tempat, dan benda. Subjek sekunder adalah pendukung dari subjek primer (Moleong, 2004), maka dari itu subjek penelitian primer ini merupakan Manager Sosial Media dari Vidio Sports

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini menjelaskan bahwa objek penelitian adalah target dari variabel peneliti dalam melakukan penelitiannya (Moleong, 2004). Maka dari itu objek penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial Instagram menjadi media informasi. Pemanfaatan media sosial Instagram menjadi media informasi merupakan salah satu hal yang harus dimanfaatkan pada masa ini, penulis melihat kebutuhan akan sosial media menjadi suatu media informasi yang kredibilitasnya tidak harus diragukan lagi dan sesuai dengan sebagaimana etika dalam penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Metode penelitian menggambarkan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis.

C. Metode Analisis Data

Penelitian ini peneliti berfokus sebagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi, penelitian ini menggunakan referensi teori dan ditambahkan dari data-data yang didapatkan oleh peneliti dari para informan. Elemen-elemen yang sudah didapatkan berdasarkan referensi teori, data dari informan akan di dengan jenis jenis konten yang ada di media sosial Instagram @vidiosports untuk dapat menghasilkan bahwasannya media sosial Instagram @vidiosports dapat memenuhi atau menjadi media informasi bagi penggemar olahraga melalui konten-konten yang dibuat dan disebar oleh PT Vidio Dot Com

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data, demi menjaga keabsahan data demi mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis. Menurut (Sugiyono, 2014), teknik pengumpulan data salah satu teknik yang sering digunakan, strategis dan bermanfaat yang digunakan saat melakukan suatu penelitian, karena tujuan dan fungsi utama untuk sebuah penelitian adalah mendapatkan suatu data terbaru. Teknik pengumpulan data yang digunakan

dalam penelitian ini untung mendukung penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan kepada para informan dari penelitian ini.

1. Data Primer

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara mendalam (depth interview). Proses pengambilan data pada penelitian ini, peneliti ikut terjun ke lapangan dan berinteraksi secara sungguh-sungguh dan terus menerus dengan para informan. Dokumentasi berupa foto dan pengumpulan data pendukung dalam penelitian ini juga peneliti gunakan kembali untuk melengkapi segala kebutuhan dan memanfaatkan hasil penelitian sebaik mungkin. Alasan peneliti menggunakan teknik penelitian tersebut adalah untuk mengumpulkan informasi mendalam dengan melibatkan partisipasi secara langsung dan personal.

a. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan pendahuluan penelitian untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin lebih mendapatkan informasi untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan jumlah responder yang minim (Sugiyono, 2007:137). Depth Interview atau wawancara mendalam memiliki tujuan untuk saling memahami pandangan serta pikiran tentang sesuatu hal yang menjadi objek suatu penelitian yang akan dilakukan. Peneliti mengadakan kegiatan untuk mengumpulkan dan mengidentifikasi suatu permasalahan dari keluhan yang muncul dan hal itu yang menjadi bahan kajian kemudian berinteraksi dengan orang yang diteliti atau narasumber penelitian.

b. Meninjau Media Sosial Instagram

Selain mengumpulkan data primer melalui depth interview, peneliti juga mengumpulkan data primer lainnya dengan mengobservasi media sosial instagram @vidiosports. Adapun hal-hal yang ditinjau oleh peneliti meliputi jenis-jenis konten untuk penyampaian informasi tentang olahraga yang dilakukan oleh @vidiosports pada media sosial Instagram yang dimiliki, jenis gaya bahasa yang digunakan dalam berinteraksi dengan para pengikut @vidiosports pada media sosial Instagram, hingga meninjau jenis-jenis konten yang ada, dan interaksi-interaksi yang ada pada Instagram @vidiosports.

c. Dokumentasi

Menurut Burhan Bungin (2008: 122) dalam (Sugiyono, 2015) bahan dokumen yang berbeda secara gradual dari literatur. Literatur merupakan sebuah data yang dapat diterbitkan sedangkan dokumenter merupakan sebuah informasi atau data yang dapat disimpan dan didokumentasikan untuk sebuah bahan yang ditujukan untuk dokumenter. Pada penelitian kali ini peneliti melakukan dokumentasi dengan cara foto dan merekam semua pembicaraan yang ada dalam percakapan pada saat melakukan wawancara dengan informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini peneliti menggunakan buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan sumber-sumber dari internet. Data sekunder merupakan salah satu sumber data yang tidak langsung memberikan data yang dibutuhkan kepada peneliti atau pengumpul data, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan data-data tambahan literatur baik dalam bentuk tertulis ataupun yang berbentuk foto. Menurut Moleong (2006: 159) dalam (Ibrahim, 2015) yaitu ada beberapa dokumen yang tertulis seperti buku, majalah ilmiah, arsip, jurnal, dokumen pribadi, dan dokumen resmi yang tidak bisa diabaikan dalam melakukan rangkaian dari sebuah penelitian. Beberapa hal dalam penelitian adalah peneliti menggunakan data-data tambahandari buku, beberapa penelitian terdahulu yang sudah ada, beberapa jurnal online yang tersebar, dan beberapa tambahan e-book untuk menambah data perihal kebutuhan penelitian.

E. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang-orang yang dapat memberikan suatu informasi atau data yang dibutuhkan untuk mendukung dari penelitian Menurut (Sugiyono, 2012) Beberapa hal yang sering di gunakan untuk menentukan informan perihal kebutuhan wawancara demi memenuhi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian kualitatif adalah

purposive sampling merupakan sebuah metode untuk pengambilan sampel demi memenuhi kebutuhan data penelitian dengan melalui pertimbangan dan memiliki tujuan tertentu demi mempermudah peneliti dalam mendapatkan data, serta kemudahan dalam menjelajahi objek atau suatu keadaan sosial yang menjadi fokus dari penelitian tersebut. Penelitian ini terdiri dari tiga informan yaitu informan kunci, informan pendukung, dan informan ahli.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan terkait tentang penelitian yang sudah dilakukan serta melakukan penguraian terkait penelitian yang di dapatkan saat terjun ke lapangan secara langsung. Hasil penelitian ini di dapatkan oleh peneliti melalui Teknik wawancara secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan para informan dan melakukan sesi dokumentasi saat melakukan wawancara dengan para informan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemanfaatan Instagram menjadi media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman dan gambaran secara utuh tentang pemanfaatan Instagram sebagai media informasi yang disajikan oleh perusahaan PT Vidio Dot Com terutama oleh tim Sosial Media Vidio Sports.

Tahapan yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pembuatan daftar pertanyaan wawancara, melakukan wawancara untuk pengumpulan data, dan melakukan analisis data saat setelah melakukan wawancara, semua tahapan dilakukan oleh peneliti sendiri. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana PT Vidio Dot Com terutama tim sosial media vidio sports dalam melakukan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Penggemar Olahraga Melalui Akun @Vidiosports. Peneliti melakukan wawancara kepada 2 informan yang merupakan Social Media Manager Vidio Sports dan Social Media Officer Vidio Sports, hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi terkait bagaimana pemanfaatan Instagram @vidiosports dari jenis konten dan lainnya. Hasil menyajikan hasil penelitian.

A. Hasil Penelitian

Pola atau kebiasaan masyarakat dalam penggunaan Instagram menjadikan sosial media itu sebagai media interaksi atau berkomunikasi dengan para pihak lainnya. Pendapat dari para informan memiliki kesinambungan yang bisa disimpulkan bahwa masyarakat pada era saat ini menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dan menjadikan media sosial sebagai pusat informasi terbaru yang dapat mereka akses dimanapun dan kapanpun. Fitur-fitur yang terdapat di Instagram menjadi salah satu cara bagaimana @vidiosports untuk melakukan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi bagi para penggemar olahraga melalui akun @vidiosports dan dari fitur-fitur tersebut mereka mengembangkan lagi dari segi jenis kontennya, sehingga tidak terjadi tumpang tindih tiap kontennya karena semua fitur akan digunakan di setiap konten yang akan di produksi oleh tim sosial media Vidio Sports. Selaras dengan pendapat dari narasumber ahli dan narasumber pendukung, narasumber ahli menambahkan beberapa poin bagaimana cara memanfaatkan Instagram menjadi media informasi atau menjadi akun yang informatif. PT Vidio Dot Com merupakan salah satu Official Broadcaster yang ada di Indonesia, Sosial mediana pun mendapatkan keunggulan yang memang sangat bermanfaat. Konten-konten eksklusif yang didapatkan oleh @vidiosports, menjadi suatu keunggulan yang mendorong untuk penyebaran informasi untuk para penggemar olahraga melalui akun @vidiosports. Selain itu juga, @vidiosports mendapatkan hak cipta dari penyelenggara liga untuk menghapus konten yang ilegal dan melaporkan kepada pihak yang berwajib karena itu sudah menyalahi hukum pelanggaran hak cipta yang dimiliki PT Vidio Dot Com.

B. Pembahasan

Pada sub bab ini peneliti akan menjelaskan keselarasan dan keterkaitan antara hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara dan dokumentasi dengan teori yang dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya. Pembahasan disini peneliti melihat keselarasan atau kesesuaian dengan kerangka pemikiran agar peneliti dapat mengetahui di bagian mana sajakah yang sesuai dengan teori ataupun tidak sesuai dengan teori yang sudah dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya. Peneliti melihat penelitian ini menjadi salah satu penelitian yang menarik untuk diteliti, karena melihat minat masyarakat Indonesia yang cukup besar dalam bidang olahraga. Cabang olahraga yang diminati salah satunya adalah Sepakbola, Badminton, Bola Basket, Bola Voli, Tennis dan lainnya, hal ini dibatasi ada beberapa pertandingan dari beberapa cabang olahraga itu tidak dapat disiarkan di Indonesia karena terhalang hak siar dan disini Vidio.Com hadir untuk menjadi sumber tayangan yang bisa dinikmati masyarakat Indonesia. Vidio.Com menjadi pemegang hak siar resmi di Indonesia untuk beberapa tayangan olahraga seperti

Premier League (Liga Inggris), Serie A (Liga Italia), La Liga (Liga Spanyol), NBA, BRI Liga 1 (Liga Indonesia), World Cup 2022, dan lainnya. Hal ini menjadikan Vidio.Com merupakan salah satu perusahaan yang banyak diminati oleh masyarakat terkait produk tayangannya yang cukup lengkap dan melihat kondisi ini Vidio.Com memanfaatkan Instagram untuk menjadi media informasi dan media promosi kepada para penggemar olahraga melalui akun @vidiosports.

Pada dasarnya setiap sosial media pasti memiliki suatu hal yang dapat dijadikan pedoman dalam penggunaannya. Informan kunci memiliki anggapan bahwa Instagram menjadi suatu media sosial untuk menggambarkan atau untuk mengekspresikan diri mereka, sosial media digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pencarian informasi pada saat ini. Informan pendukung berpendapat tentang masyarakat memiliki ketertarikan terhadap suatu hal yang sedang menjadi topik pembicaraan yang sedang menjadi tren saat itu, oleh karena itu para pegiat sosial media atau yang bekerja di bidang sosial media harus mengetahui tren apa yang sedang terjadi pada saat itu. Informan ahli dalam penelitian ini memiliki pendapat Instagram merupakan sosial media menjadi sosial media yang update pasca era Twitter dengan perubahan yang sangat pesat dari teks menjadi Visual dan informan ahli menambahkan masyarakat saat ini menggunakan sosial media dalam mencari informasi. Pendapat yang dilontarkan dari ketiga narasumber memiliki kesamaan pendapat bahwa masyarakat menjadikan Instagram sebagai sosial media dalam mencari informasi. Bagaimana cara pemanfaatan Instagram @vidiosports menjadi media informasi para pengikutnya. Penyajian konten menjadi salah satu kunci dari penyebaran informasi oleh @vidiosports, seperti yang disampaikan oleh informan kunci penelitian ini @vidiosports menyebarkan informasi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram feeds, Reels, Story, Carousel dan fitur lainnya. Konten yang disajikan oleh @vidiosports merupakan kontentactical atau konten trivia yang memiliki tujuan untuk mendukung konten promo yang disajikan oleh @vidiosports dengan fitur tambahan Collaboration post, Mention, dan Tag Instagram.

Akun olahraga di Indonesia sangat banyak dan beragam, setiap akun memiliki ciri khas dalam konten atau penyebarannya. Seperti halnya @vidiosports, akun @vidiosports merupakan official broadcaster dari beberapa liga top dunia. Informan kunci berpendapat keunggulan @vidiosports adalah satu-satunya akun official broadcaster yang ada di Indonesia dan pemegang hak cipta resmi di Indonesia. Konten yang disajikan oleh @vidiosports merupakan konten resmi yang dari penyelenggara liga dan berisikan konten-konten eksklusif yang langsung dari penyelenggara liga yang hanya didapatkan oleh yang memiliki hak siar resmi di negara masing-masing. Pendapat tersebut didukung oleh pendapat dari informan pendukung asset foto dan video yang diolah oleh tim @vidiosports merupakan resmi dari penyelenggara liga dan kita memiliki potongan pertandingan yang dapat kita sajikan pada sosial media kita terutama Instagram untuk menjadi konten informasi bagi para penggemar olahraga.

Hal ini seperti yang dilakukan @vidiosports, @vidiosports menjadikan konten sebagai media dalam penyebaran informasi. Informan kunci dalam penelitian ini berpendapat bahwa konten yang disajikan @vidiosports merupakan konten yang bertujuan untuk mendukung promosi yang dilakukan, cuplikan gol pada pertandingan menjadi konten yang selalu disajikan untuk menjadikan informasi pada penggemar olahraga dan menyajikan konten skor akhir pertandingan. Hal itu didukung oleh informan pendukung yang berpendapat bahwasannya konten yang disajikan untuk menarik para penggemar olahraga menonton pada aplikasi Vidio.com. Pendapat yang serupa juga disampaikan oleh informan ahli penelitian ini, beliau menyampaikan bahwa olahraga konten terkuatnya ada di preview atau sebelum pertandingan oleh karena itu tercipta ketertarikan para penggemar olahraga untuk menyaksikan pertandingan secara langsung berdasar konten yang disajikan oleh @vidiosports.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa @vidiosports telah memanfaatkan Instagram menjadi media informasi bagi para penggemar olahraga melalui akun @vidiosports, hal ini mendukung tujuan dari penelitian ini yaitu bagaimana cara @vidiosports memanfaatkan Instagram menjadi media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports. Hal ini didukung oleh berdasarkan data yang didapatkan peneliti saat terjun ke lapangan dengan menggunakan metode wawancara secara mandalam dengan para narasumber penelitian ini dengan menggunakan triangulasi sumber dan @vidiosports sudah memenuhi komponen dalam media informasi. Konten yang disajikan oleh @vidiosports memanfaatkan fitur-fitur Instagram dengan kolaborasi dan variasi konten yang variatif dengan ini @vidiosports memanfaatkan Instagram sebagai media informasi bagi penggemar olahraga oleh akun @vidiosports.

Fitur-fitur Instagram yang digunakan oleh @vidiosports juga merupakan fitur yang sering digunakan masyarakat dalam kegiatan sehari-hari menggunakan Instagram. Segi visualisasi baik dari video visual, dan audio visual

@vidiosports memerhatikan hal itu, dengan tujuan informasi yang ingin diberikan tersampaikan dengan baik. Konten yang disajikan pastinya konten yang berhubungan dengan olahraga, dengan penggunaan bahasa yang pastinya mudah dimengerti oleh semua kalangan masyarakat demi tersampainya informasi tentang olahraga kepada penggemar olahraga oleh akun @vidiosports.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang dipaparkan oleh peneliti terdapat kategori saran yang dapat diberikan peneliti, sebagai berikut :

1. Saran Akademik

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dengan hasil yang telah dipaparkan pada kesimpulan di sub bab sebelumnya, penelitian ini menjelaskan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports. Peneliti berharap dengan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya dengan bidang kajian pemanfaatan sosial media sebagai media informasi. Penelitian ini juga bisa dilakukan dengan kemungkinan secara metode kuantitatif dari sudut pandang para followers akun @vidiosports atau bagaimana dampak terhadap individu dari pemanfaatan Instagram sebagai media informasi melalui akun @vidiosports.

2. Saran Praktis

Beberapa saran praktis untuk pemanfaatan Instagram menjadi media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports yaitu :

- a. Akun @vidiosports sudah cukup memanfaatkan Instagram dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports dengan konten-konten yang cukup beragam saat ini.
- b. Pengayaan konten yang lebih mendalam disetiap cabang olahraga untuk menciptakan ketertarikan para audience untuk mengetahui ada apa saja dalam pertandingan, hal itu memicu untuk para audience menyaksikan pertandingan berlangsung.

REFERENSI

- Ainun, N. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. *Jurnal The Communication*, 1-10. Anggara. (2019). *Modul Metode Penelitian*. Pamulang: UNPAM PRESS.
- Anwar, F. (2019). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Common*, 275-282. Budiargo. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: Elex media komputindo. Caropeboka, D. I. (2017). *Konsep dan aplikasi ilmu komunikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- F.Luchner, C. A. (2016). Self-presentation mediates the relationship between Self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and Individual Differences Volume 133*, 1-6.
- Flew, T. (2005). *New Media and Introduction (2nd Edition)*. United Kingdom: Oxford University Press. Ibrahim. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- James, S. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-15.
- McQuil, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Moleong. (2004). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Remaja Rosdakarya. Nasrullah, R. (2015). *Media sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing. Ridha. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *E-Jurnal*, 1-9.
- Sakti, B. C. (2018). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Jurnal Interaksi Online*, 1-10.
- Sankarto, B. S., & Maman, P. (2008). Identifikasi Kebutuhan Informasi Melalui Teknik Pengamatan, Wawancara, dan Angket. *Materi Pendampingan Pusat Informasi Pertanian Regional dan Pelayanan informasi Pertanian Kabupaten*, 1-20.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*.

Bandung: Alfabeta.

Yesi, P. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay.
Jurnal Pekommas, 1-10.

