

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

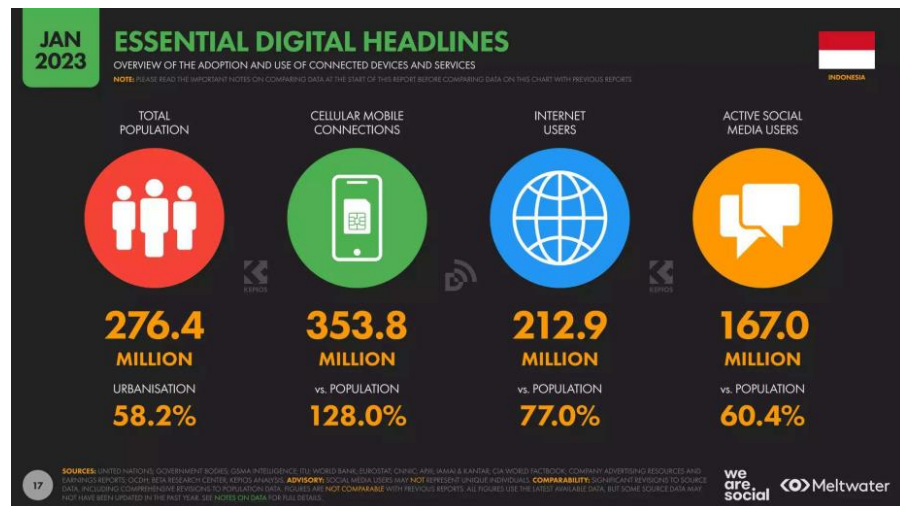
Dekade ini, informasi telah menjadi salah satu komoditas paling berharga di dunia. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara kita mengakses, memperoleh, dan berbagi informasi. Informasi yang akurat, relevan, dan terkini memiliki peran yang semakin penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Di tengah ledakan informasi yang tak terbatas, peran media massa menjadi semakin penting. Media massa, seperti surat kabar, televisi, radio, dan platform berita daring, bertindak sebagai penyedia informasi kepada masyarakat secara massal. Melalui media massa, kita dapat mengakses berita, laporan, opini, dan konten informasi lainnya yang membantu kita memahami dunia di sekitar kita.

Media massa kini berperan bukan hanya sebagai sarana untuk memperoleh informasi tentang suatu hal, melainkan kehadirannya juga dinanti. Kebutuhan terhadap media massa dan informasi sangat tinggi dan mendominasi aktivitas masyarakat menyebabkan media dan informasi terkadang menjadi lebih dekat dari anggota keluarga yang lainnya. (Wahid dalam (Ricko & Junaidi, 2019).

Di era digital, penyebaran informasi dipermudah dengan penggunaan media sosial. Penyampaian informasi terkait informasi yang ditawarkan untuk meyakinkan publik dapat dilakukan dengan cepat, efektif, dan berjangkauan luas. Melalui media sosial, konsumen dapat mencari informasi tentang suatu produk yang diinginkan dan mempelajari pengalaman orang lain dalam bentuk testimoni yang banyak tersebar. Media sosial adalah ruang interaksi pengguna internet dengan pengguna lainnya melalui dunia maya. Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk membaca dan mengetahui informasi tetapi juga ikut berpartisipasi dalam membuat bahkan membagikan informasi. Hal ini tergambar dalam pengertian sosial media berikut ini : *“Social media essentially is a category of online media where people are talking, sharing, networking, and bookmarking online”* (Malita, 2010).

Dengan seiring berkembangnya teknologi digital di dunia termasuk di Indonesia dari tahun ke tahun penggunaan internet semakin meningkat karena semakin mudahnya untuk mengakses internet. Oleh sebab itu media sosial sudah tidak diragukan lagi menjadi aplikasi paling populer di kalangan warga net Indonesia. *Trend*

penggunanya naik secara signifikan, begitu juga fitur-fitur yang bisa dinikmati secara gratis oleh penggunanya semakin banyak dan berkembang. Menurut survey dari Meltwater dan *We Are Social* penggunaan sosial media Indonesia sendiri mencapai angka 191,4 juta setara dengan 68,9 persen dari total populasi (kompasiana.com)



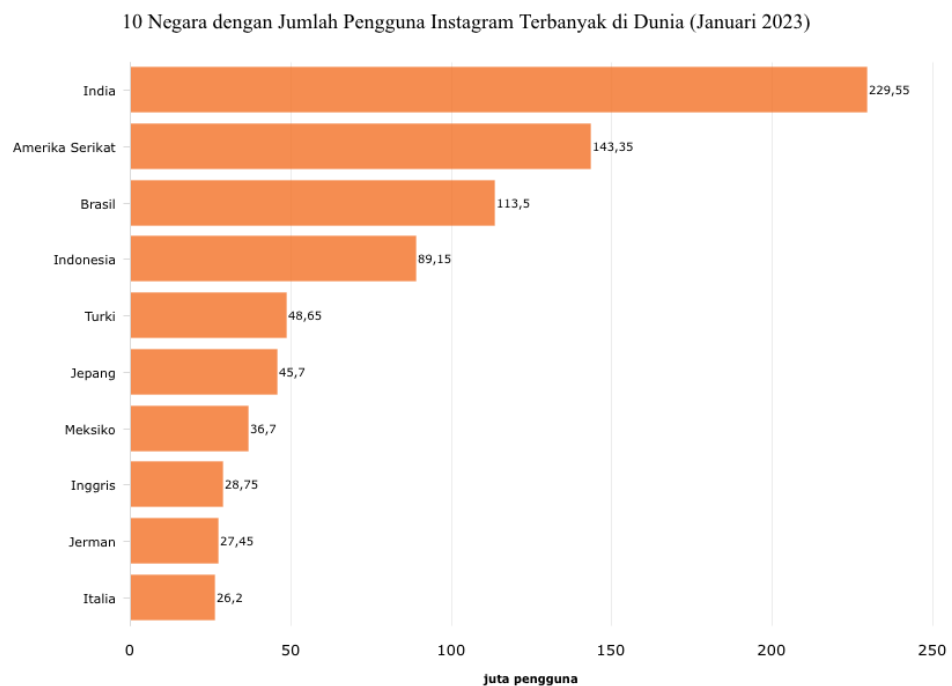
Gambar 1.1 Pengguna Social Media Di Indonesia Januari 2023 (Sumber: wearesocial.com)

Hasil riset di atas menggambarkan tentang perkembangan penggunaan media sosial. Total pengguna internet yang mencapai 212,9 tersebut menjelaskan bahwa internet secara umum digunakan untuk bersosialisasi antar pribadi maupun kelompok menggunakan media sosial. Jumlah pengguna media sosial ini mencapai 77% persen dari total populasi penduduk Indonesia. Sementara cellular mobile connection mencapai 353,8 juta atau sekitar 128% dari populasi.

Schiffman dan Kanuk (dalam (Marta & William, 2016)) mengungkapkan kelebihan media sosial adalah *addressable*, yakni pesan dapat disampaikan secara khusus meskipun penerima pesan yang lain dapat menerima esensi pesan yang sama, dan interaktif, dalam arti penerima pesan dapat berinteraksi secara khusus dengan pengirim pesan, dan bahkan ia bisa dengan mudah menyebarkannya. Dengan media sosial, pengguna dapat membangun percakapan bahkan komunitas, karena media sosial juga mempermudah pertemuan beberapa atau banyak orang dengan minat sama. Media sosial pada dasarnya merupakan situs atau layanan daring (*online*) yang memungkinkan penggunanya tak hanya mengonsumsi, tapi juga berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan beragam konten dalam berbagai format,

teks, gambar, audio, atau video.

Menurut buku memaksimalkan penggunaan media sosial dalam pemerintahan, Instagram didefinisikan sebagai media sosial milik facebook yang memungkinkan para pengguna nya untuk berbagi konten baik berupa video maupun gambar,namun menurut peneliti Instagram memiliki kemampuan yang lebih dari itu. Instagram memiliki banyak keuntungan, Beberapa di antaranya adalah Instagram memiliki cakupan *audience* yang tinggi.



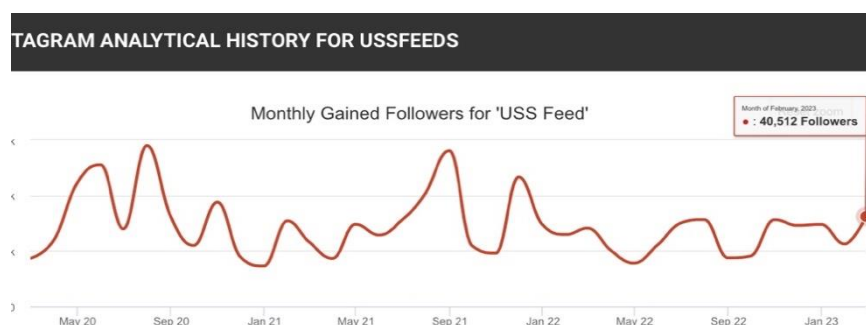
Gambar 1.2 Instagram Audience Overview
(Sumber :wearesocial.com)

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,32 miliar per Januari 2023. Pada awal tahun ini, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Instagram, media sosial berbagi foto dan video, dengan cepat mendapatkan popularitas dan preferensi dengan lebih dari 200 juta pengguna dan 13% dari total pengguna media sosial menempatkannya di peringkat keempat setelah Facebook, Twitter, dan Pinterest. Ini adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan orang untuk berbagi dengan orang lain aktivitas kehidupan sehari-hari, gaya hidup, kebiasaan, dan minat

mereka dalam gambar dan video. Instagram mudah dioperasikan, dan hanya perlu mengunduh, memilih nama pengguna dan kata sandi, dan terakhir memposting gambar yang dilihat orang lain. Orang dapat mengunggah posting yang diambil secara instan atau yang disimpan dari galeri ponsel mereka. Seperti jejaring sosial lainnya, Instagram dibangun dengan memiliki pengikut seperti keluarga, teman, atau orang asing yang mengikuti pembaruan kehidupan para Instagrammer melalui foto dan video yang diposting.

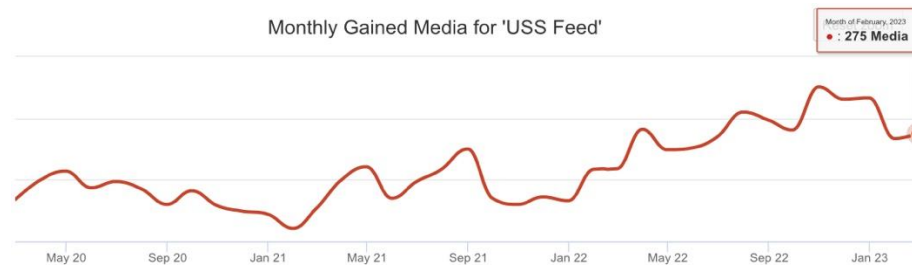
Kebutuhan informasi manusia juga semakin meningkat seiring dengan majunya teknologi dan berkembangnya ilmu pengetahuan sehingga mencari informasi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari yang dapat ditemukan pada konten di media sosial Instagram. @ussfeeds merupakan akun Instagram yang memuat konten-konten informasi menarik. Ussfeeds sendiri memiliki kategori dalam memilih jenis berita serta kolom pencarian berita untuk mempermudah perolehan berita bagi pengguna media online @ussfeeds (Kiranda, dkk., (2022).

Salah satu kelebihan dari @ussfeeds adalah konten yang berisi tentang informasi mengenai pengetahuan umum serta fakta dan budaya yang terjadi pada zaman sekarang atau disebut *Pop Culture*. Secara konvensional, objek yang dianggap sebagai bagian dari *pop culture* adalah objek yang dapat dibaca, bahan tertulis atau visual yang tersedia tradisi interpretasi dan kritik.



Gambar 1.3 Data Followers Instagram @ussfeedss
(Sumber Socialblade.com)

Data yang dilaporkan oleh website socialblade pada bulan Januari 2023 lalu yang tertera pada gambar 1.3 Menampilkan grafik followers yang diperoleh setiap bulannya, dimana di bulan January 2023 hasil dari data terakhir menampilkan 40,512 followers,



Gambar 1.4 Data Media Instagram @ussfeedss
(Sumber SocialBlade.com)

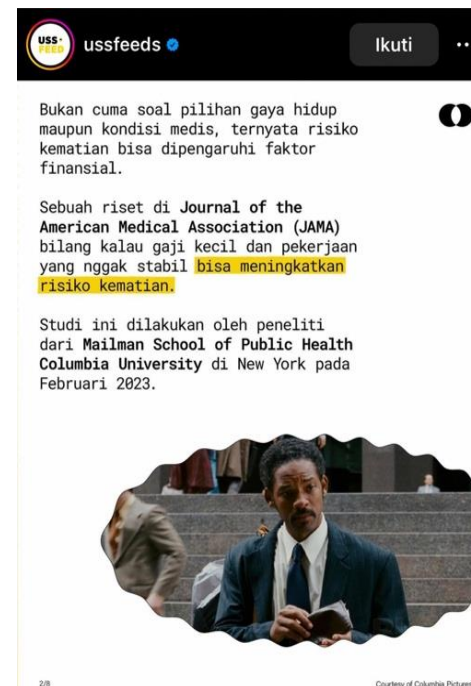
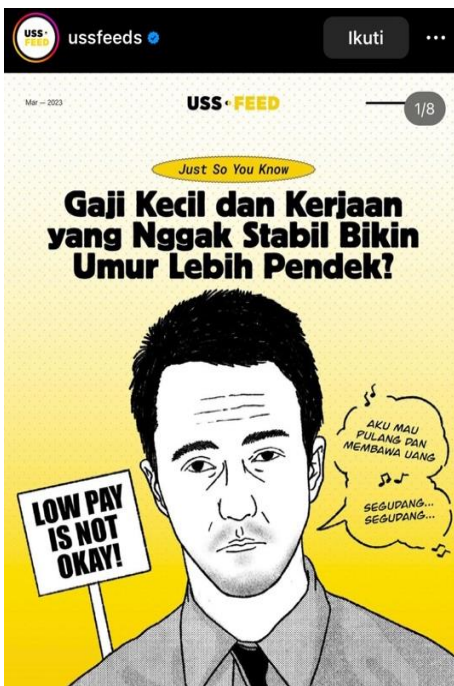
Kemudian data berikutnya pada gambar 1.4 menjelaskan media yang diperoleh setiap bulannya, dimana dihasil data terakhir di bulan Januari 2023 menampilkan 275 media yang diperoleh. Jika jumlah pengikut lebih dari 1,3 juta menunjukkan bahwa @ussfeeds memiliki konten yang banyak diminati orang. Konten ini berisikan informasi yang tersedia menggunakan gambar dan tulisan melalui postingan feeds akun Instagram.

Konten *Just So You Know* memberikan informasi (beberapa dengan studi) tentang pandangan redaksi terhadap suatu peristiwa yang actual atau sedang dalam perbincangan hangat di masyarakat atau sosial. Media Instagram @ussfeedss aktif mengunggah konten sejak bulan January 2023 namun terdapat permasalahan dalam postingan konten *Just So You Know* karena kurangnya konsistensi dalam mengunggah konten tersebut berdasarkan temuan penulis konten post tersebut dimulai pada tanggal 18 januari 2023 sampai postingan terbaru pada tanggal 7 maret 2023 konten *Just So You Know* hanya memposting 6 konten selama 3 bulan terakhir ini yang dimana konten *Just So You Know* lebih sedikit postingannya di banding tema konten @ussfeeds yang lainnya. Oleh karena itu penulis memilih media sosial Instagram @ussfeeds sebagai objek penelitian dan akan mengangkat permasalahan yang terjadi dalam proses pembuatan strategi media sosial Instagram @ussfeeds.

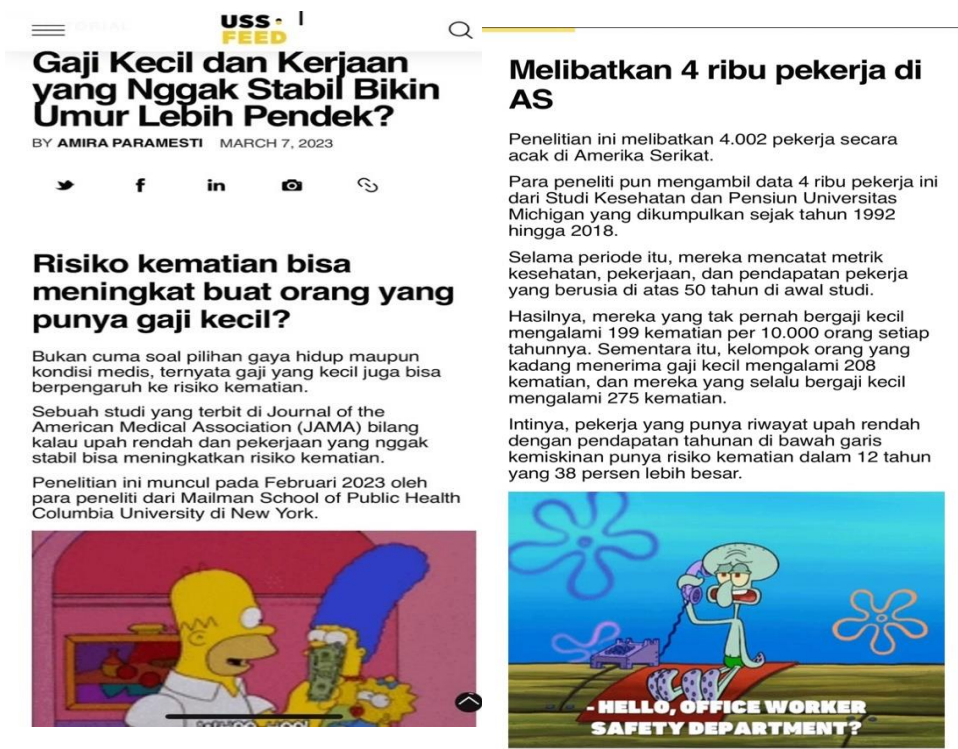


Gambar 1.5 Konten post just soyou know

Konten *Just So You Know* memiliki minimal 5 slide dan maksimal 8 slide setiap postingannya. Di akhir slide konten tersebut mengarahkan para pembacanya untuk mengunjungi website ussfeeds. Dengan alasan yang pertama adalah konten di feeds Instagram tersebut hanya berupa rangkuman artikel, kedua karena gambar yang tertera di dalam *feeds* tersebut tidak spesifik seperti di website.



Gambar 1.6 Tampilan Konten Post Instagram @ussfeedss



Gambar 1.7 Tampilan Konten Website Instagram @ussfeedss



Gambar 1.8 Logo @ussfeedss

Media online @ussfeeds juga menyediakan tampilan aplikasi dan webside yang ringan serta muda beradaptasi dalam penggunaannya, juga memiliki waktu respon yang cepat. Dari segi Information Quality atau merupakan kualitas informasi dari media online @USSFEEDS. dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa media online @ussfeeds memiliki kelengkapan informasi mengenai pengetahuan umum yang menunjang akademis mahasiswa dengan isi informasi mengenai Pop Culture, Technology, fhasion, music, dan makanan. informasi ini dinyatakan berguna dalam keseharian publik seiring perkembangan zaman. Dalam isi informasi juga jelaskan secara menyeluruh dan mendalam mengenai maksud dari informasi tersebut, mudah

untuk dimengerti menggunakan pemilihan kata dan susunan kalimat yang baik sehingga jelas tanpa ambiguitas dan dapat dipahami, memiliki informasi yang akurat sehingga dapat diandalkan dan tidak memberikan informasi-informasi yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya, mendapatkan informasi sesuai dengan keinginan dan memiliki akses informasi dibatasi dengan tepat untuk menjaga keamanannya sehingga terhindar dari SARA dan informasi-informasi yang tidak bermanfaat.

Penelitian terdahulu oleh Kiranda, dkk., (2022) menunjukkan efektifitas penggunaan media online USS.Feed dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa ilmu komunikasi SAM ratulangi. Adapun dari segi *Service Quality* atau kualitas pada layanan media online @ussfeeds dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa layanan media online @ussfeeds menjamin penggunanya mendapatkan informasi yang dibutuhkan. @ussfeeds juga memberikan perhatian kepada penggunanya agar dapat memenuhi kebutuhannya misalnya dengan menyediakan rekomendasi informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, juga layanan media online @ussfeeds membantu dan memberikan pelayanan atau respon yang cepat terhadap kebutuhan informasi penggunanya.

Dari segi *Use* atau pengguna pada media online @ussfeeds dengan menggunakan dan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki sistem informasi dari hasil penelitian, pengguna sengaja dan sering menggunakan media online @ussfeeds dengan alasan bahwa media online @ussfeeds memiliki informasi yang update dan memiliki minat untuk menggunakan kembali setelah mencoba dan menggunakan website ini untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Dari segi *User Satisfaction* atau kepuasan dalam menggunakan media online @ussfeeds menyatakan bahwa media online @ussfeeds efisien dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa dari segi pengetahuan umum yang terjadi seiring dengan perkembangan zaman contohnya berita mengenai teknologi dan *pop culture* yang semakin berkembang, efektif dalam memenuhi kebutuhan karena memiliki dampak yang positif bagi mahasiswa dan memberi manfaat tentang informasi-informasi atau pengetahuan umum yang dapat menunjang akademis pengguna.

Dari segi *Net Benefit* atau manfaat media online @ussfeeds kepada pengguna dapat dilihat bahwa pengguna setelah mengakses informasi dari @ussfeeds dapat atau mampu membantu dalam hal mengambil keputusan, mahasiswa membenarkan bahwa

pengetahuan meningkat setelah menggunakan media online @ussfeeds karena isi informasi-informasi yang bermanfaat memberikan pengetahuan mengenai zaman yang berkembang atau budaya yang berkembang sekarang dalam hal ini membuat pengguna sering membagi informasi dari media online @ussfeeds kepada khalayak atau teman sosial medianya.

Dari segi kebutuhan informasi muthakhir atau kebutuhan informasi terbaru menunjukkan bahwa media online @ussfeeds memenuhi kebutuhan-kebutuhan informasi terbaru mahasiswa dengan isi informasi yang lebih ke pengetahuan umum dan dengan waktu yang cukup cepat untuk mengupdate informasi dengan menggunakan instagram agar pengguna lebih mudah dan cepat mendapatkan informasi terbaru serta menyediakan notifikasi pada aplikasi.

Dari segi kebutuhan informasi rutin media online @ussfeeds menyediakan informasi setiap hari dengan beberapa jenis informasi mulai dari informasi gaya hidup, musik, olaragah dan budaya, informasi yang tersedia juga beragam mulai dari informasi yang di sajikan dengan headline pada instagram, informasi yang tersedia pada webside dan aplikasi bahkan menggunakan vidio informasi yang dibawakan oleh beberapa influecer yang terkenal di kalangan anak muda. Dari segi informasi yang mendalalam media online @ussfeeds juga menyediakan informasi secara spesifik, akurat dan lengkap agar supaya pengguna merasa puas dengan informasi yang diberikan dan secara tidak langsung membuat banyak orang ingin menggunakan media online @ussfeeds.

Dari segi kebutuhan informasi sekilas, dimana pada zaman yang makin praktis sekarang masyarakat atau orang-orang lebih membutuhkan informasi yang tidak banyak kata-kata atau bertele-tele, maka dari itu @ussfeeds menyediakan informasi melalui instagram yang menggunakan *headline* yang jelas singkat dan langsung pada point.

penelitian dan pembahasan mengenai strategi digital content marketing di akun media sosial Instagram Mojok.co dalam mempertahankan brand engagement, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi content marketing di Instagram Mojok.co lebih mengutamakan pembuatan konten yang dapat memancing engagement, jangkauan, audiens dan ilustrasi konten ala Mojok.com

Berdasarkan uraian di atas, akun Instagram @ussfeed lebih banyak diminati oleh masyarakat dalam mendapatkan informasi *pop culture* daripada media mainstream lainnya seperti liputan berita di media televisi karena pendekatan pada media sosial instagram yang lebih interaktif dan personal. Melalui platform media sosial, konten @ussfeed dapat memberikan pengalaman yang lebih dekat dengan pengikutnya, memungkinkan interaksi langsung, komentar, dan keterlibatan secara aktif. Salah satu kontennya yakni *Just So You Know* ditampilkan dengan visual yang menarik dan gaya bahasa yang akrab serta dapat memberikan rasa keterhubungan dengan audiens yang lebih kuat. Dengan pendekatan yang lebih santai dan tidak formal, akun @ussfeed ini mampu merangkul generasi yang lebih muda yang lebih terbiasa dengan dinamika media sosial. Kemampuan untuk berbagi konten dengan cepat dan melibatkan audiens dalam diskusi juga menjadi faktor penting dalam daya tarik akun @ussfeed dalam menyajikan informasi *pop culture* yang aktual dan menarik.

Menurut teori oleh Safko (2010) ada empat pilar yang mendukung dalam pembuatan strategi media sosial tersebut. Keempatnya adalah komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan entertainment. Komunikasi ialah membangun interaksi dengan audiens dan menyampaikan konten informasi tentang institusi. Dalam Konten *Just So You Know* ini membangun interaksi dengan audiens dan menyampaikan konten informasi tentang pandangan redaksi terhadap suatu peristiwa yang aktual atau sedang dalam perbincangan hangat di masyarakat atau sosial.

Kolaborasi ialah keterlibatan institusi dengan komunitas untuk membangun customer engagement, dalam hal ini keterlibatan @ussfeeds dengan followers untuk membangun customer engagement dari Konten Post *Just So You Know*. Edukasi ialah saran edukasi bagi audiens untuk membagi ilmu dan ketrampilan yang dimiliki institusi, edukasi dibagikan kepada audiens untuk membagi ilmu dan keterampilan yang dimiliki @ussfeeds melalui konten *post Just So You Know* berupa artikel.

Entertainment ialah konten yang menarik dan menyenangkan untuk bisa membangun kedekatan dengan audiens suatu institusi, karena dari konten *post Just So You Know* memiliki informasi dalam bentuk artikel dengan konsep desain yang menarik dan berupa informasi yang relevan sering terjadi di masyarakat sehingga

audiens pembacanya memberikan interaksi timbal balik terhadap konten post *Just So You Know*.

Cangara (2017) mengungkapkan di tengah riuhnya penggunaan platform digital sebagai medium komunikasi, hal yang paling harus diperhatikan dalam platform ini adalah formulasi konten atau pesan yang akan dikomunikasikan kepada *audience*. Pesan atau konten merupakan unsur komunikasi yang sangat penting. Menurut Cangara (2017) secara umum pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol dan dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Maka dari itu, dalam penggunaan medium ini juga tentu perlu diiringi dengan strategi yang tepat agar komunikasi memberikan makna dan hasil yang memuaskan dan diharapkan. Strategi konten digunakan sebagai peta untuk mengarahkan konten guna mencapai dan memenuhi tujuan dari website dan konsumen. Penyampaian informasi melalui konten harus dapat dengan jelas tersampaikan dan memenuhi kebutuhan pengunjung terkait informasi yang dicari sekaligus memberikan dampak. Sehingga konten tersebut dapat dikatakan berguna dan berkualitas secara tujuan dan bagi masyarakat (Halvorson, 2009).

Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat bagaimana @ussfeedss membuat strategi kreatif pada konten post *Just So You Know* dalam memberikan informasi seputar pop culture sehingga terciptalah judul pada penelitian ini yaitu **“STRATEGI MEDIA SOSIAL KONTEN *JUST SO YOU KNOW* INSTAGRAM USSFEED DALAM MEMBERIKAN INFORMASI *POP CULTURE*”**

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan umum dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui “Strategi Media Sosial Konten *Just So You Know* Instagram @ussfeed dalam Memberikan Informasi *Pop Culture*” sementara tujuan khusus penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi media sosial ditinjau dari komunikasi konten *Just So You Know* Instagram @ussfeed dalam memberikan informasi Pop Culture.

2. Untuk mengetahui strategi media sosial ditinjau dari kolaborasi konten *Just So You Know* Instagram @ussfeed dalam memberikan informasi Pop Culture.
3. Untuk mengetahui strategi media sosial ditinjau dari edukasi konten *Just So You Know* Instagram @ussfeed dalam Memberikan Informasi Pop Culture.
4. Untuk mengetahui strategi media sosial ditinjau dari hiburan konten *Just So You Know* Instagram @ussfeed dalam Memberikan Informasi *Pop Culture*.

1.3 Pertanyaan Peneletian

Pertanyaan umum dilakukannya penelitian ini adalah “Bagaimanakah Strategi Media Sosial Konten *Just So You Know* Instagram @ussfeed dalam Memberikan Informasi *Pop Culture*?” sementara pertanyaan khusus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi media sosial ditinjau dari komunikasi konten *Just So You Know* Instagram @Ussfeed dalam memberikan informasi Pop Culture?
2. Bagaimanakah strategi media sosial ditinjau dari kolaborasi konten *Just So You Know* Instagram @Ussfeed dalam memberikan informasi Pop Culture?
3. Bagaimanakah strategi media sosial ditinjau dari edukasi konten *Just So You Know* Instagram @Ussfeed dalam Memberikan Informasi Pop Culture?
4. Bagaimanakah strategi media sosial ditinjau dari hiburan *konten Just So You Know* Instagram @Ussfeed dalam Memberikan Informasi Pop Culture?

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai rujukan pada penelitan-penelitian selanjutnya mengenai kebutuhan informasi
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi terkait dengan strategi media sosial konten post *Just So You Know* instagram @ussfeeds.
- c. Penelitian strategi media sosial konten akun Instagram @ussfeed dalam konteks informasi pop culture memiliki dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana media sosial digunakan untuk menyajikan informasi pop culture secara efektif kepada audiens yang semakin beragam sehingga dapat membantu mahasiswa ilmu komunikasi memahami tren dan strategi komunikasi yang relevan dalam era digital.

1.4.2 Aspek Praktis

- a. Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat membantu mengetahui tentang informasi yang dibutuhkan oleh followers Instagram @ussfeeds.
- b. Dari penelitian ini kita dapat mengetahui strategi media sosial terhadap konten post *Just So You Know* instagram @ussfeeds.

1.5 Waktu Penelitian

Berikut ini adalah waktu yang dibutuhkan peneliti selama melaksanakan penelitian ini:

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian Tahun 2023

No	Kegiatan	Februari 2023	Maret 2023	April 2023	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023	Agustus 2023
1.	Mempersiapkan atau mencari informasi mengenai penelitian yang di teliti							

2.	Pemilihan Judul							
3.	Bab 1							
4.	Bab II							
5.	Bab III							
6.	Bab IV							
7.	Bab V							
8.	Ujian Sidang Skripsi							