



UNIVERSITAS NASIONAL

**“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MEDIA
PARTNER ALIANSIGIGSINDONESIA DALAM PENYEBARAN
BERITA KONSER DI JAKARTA“**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Muhammad Ikrom Syawali

193516516397

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**"USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON MEDIA PARTNER
ALANSIGIGSINDONESIA IN DISSEMINING CONCERT NEWS
IN JAKARTA"**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom)

Muhammad Ikrom Syawali

193516516397

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITIC SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ikrom Syawali
NPM : 193516515397
Skripsi : Pemanfaatan media sosial instagram pada media partner
aliansigigsindonesia dalam penyebaran berita konser di jakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 02 Maret 2024

, Yang membuat pernyataan



Muhammad Ikrom Syawali

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : fbunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Drs. Adi Prakosa, M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Muhammad Ikrom Syawali
Nomor Pokok : 193516516397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 10 Oktober 2023

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

PERSETUJUAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Muhammad Ikrom Syawali
NPM : 193516516397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentras : jurnalistik
Judul Skripsi : Pemanfaatan media sosial instagram pada media partner
aliansigigsindonesia dalam penyebaran berita konser di jakarta
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta,

Dosen Pembimbing,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Drs. Adi Prakosa, M.Si.


Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M. Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Ikrom Syawali

NPM : 193516516397

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan media sosial instagram pada media partner aliansigigsindonesia dalam penyebaran berita konser di jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana (S.Ikom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P, M.Si

Penguji I : Drs. Ambia B.Boestam, M.Si

Penguji II : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Maret 2024



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ikrom Syawali
NPM : 193516516397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentras : *Jurnalistik*
Judul Skripsi : Pemanfaatan media sosial instagram pada media partner
aliansisgigsindonesia dalam penyebaran berita konser di jakarta
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta,

Dosen Pembimbing,

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Dekan

Dr. Erna Emawati Chotim, M.Si

ABSTRAK

Nama : Muhammad Ikrom Syawali

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Media Partner AliansiGigsIndonesia dalam Penyebaran Berita Konser di Jakarta

<p>Kata Kunci</p> <p>Pemanfaatan, Instagram, Media Sosial, Media Partner, Berita</p>	<p>Kebiasaan masyarakat dalam komunikasi mengalami perubahan seiring dengan pemakaian new media. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sekedar penyampaian pesan diantara para pengguna untuk silaturahmi, beberapa telah digunakan sebagai media penyebaran berita. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pemanfaatan isntagram untuk penyebaran berita oleh Media Partner AliansiGigsIndonesia. Teori yang digunakan adalah teori new Media. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram pada akun aliانسigsindonesia sebagai media partner dalam menyebarkan berita konser yang ada di jakarta. Teknik yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun aliانسigsindonesia memanfaatkan media sosial instagram dengan menggunakan semua fitur yang ada pada instagram yaitu instastory, rells, igtv, dan feed instagram yang merupakan tools untuk menyampaikan suatu kegiatan media sosial dengan cara mempublikasikan atau menyebarkan informasi dan berita melalui fitur instagram dengan memudahkan interaksi dengan publik atau pengikut khususnya dengan target audiens tertentu.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Drs. Adi Prakosa, M.Si</p>

ABSTRACT

Name : *Muhammad Ikrom Syawali*

Study Program : *Communication Studies*

Tittle : ***USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON MEDIA PARTNER ALIANSIGIGSINDONESIA IN DISSEMINING CONCERT NEWS IN JAKARTA***

Keyword Utilization, Instagram, Social Media, Media Partners, News	<i>People's habits in communication have changed along with the use of new media. Social media is not only used to convey messages between users for friendship, some have been used as a medium for spreading news. The problem formulation in this research is how Instagram is used to spread news by Media Partner AllianceGigsIndonesia. The theory used is New Media theory. The research methodology uses a qualitative research approach. This research aims to find out how the social media Instagram is used on the liargigsindonesia account as a media partner in spreading news about concerts in Jakarta. The techniques used by researchers in collecting data were in-depth interviews, observation and documentation. The results of this research show that the alliancegigsindonesia account utilizes Instagram social media by using all the features available on Instagram, namely Instastory, Rails, IGTV, and Instagram feed which are tools for conveying social media activities by publishing or spreading information and news through Instagram features by makes it easier to interact with the public or followers, especially with certain target audiences.</i>
Advisor	<i>Drs. Adi Prakosa, M.Si</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan maha pemberi dengan segala pemberian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir. Sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan banyak syafa'at dan panutan kepada kita dari dahulu hingga sekarang.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, setelah perjalanan yang cukup banyak rintangan penulis dapat menyelesaikan penulisan dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Media Partner Aliansigigsindonesia Dalam Penyebaran Berita Konser Di Jakarta”**. Skripsi ini dibuat untuk memperoleh gelar Strata satu atau S1 di Universitas Nasional Jakarta.

Dalam proses penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan dan juga rintangan yang dilalui. Namun berkat dukungan serta doa banyak pihak skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Bidang Administrasi Umum dan Akademik, Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. Sebagai Wakil Dekan II Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Universitas Nasional Jakarta.
3. Djujur Luciana R, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Drs. Adi Prakosa M, Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sangat sabar dan memberikan arahan serta memberikan ilmu dalam membimbing perkuliahan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebagik-baiknya. Semoga beliau selalu diberikan kesehatan, keberkahan dan panjang umur serta dilancarkan dan dimudahkan segala urusanya oleh Allah SWT.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional yang telah memberikan pembelajaran selama proses perkuliahan berlangsung.

6. Kepada Rekan-Rekan Media Partner yang telah memberikan dan menerima informasi yang berkaitan dengan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Kepada Allah SWT yang selalu memberikan kesabaran, rezeki, ketabahan dan hati yang lapang kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Kepada kedua orang tua penulis, Hendra jaya dan Indriati yang tidak pernah berhenti berdoa dan menyemangati dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Kepada Teman-Temen Grup rahasia negara dan teman teman dikampus Universitas Nasional.
10. Kepada Ameng, Nadia, Iseh, Abdillah yang selalu memberikan semangat, canda, tawa dan inspirasi dan sudah membantu penulis dalam penulisan ini.
11. Kepada keluarga Team Rep-Rep yang menyemangati dan memotivasi serta mendoakan penulis serta memberikan hiburan canda dan tawa.
12. Kepada kedua adik saya Abdul Khalis dan Zaki yang telah menjadi acuan semangat dalam menjalani perkuliahan.
13. Kepada teman teman Majelis Taklim Malam Selasa yang selalu support dan mendoakan penulis.
14. Kepada Guru-Guru penulis yang senantiasa membimbing dan mendidik penulis di dalam ajaran agama .
15. Seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terimakasih sudah meluangkan waktu nya di sela sela waktu libur kerja dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.
16. Last but not least I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me tryna do more right than wrong, and I wanna thank me for just being me at all times.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu-ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.2 Landasan Teori	12
2.1.3 Pemafaatan	14
2.1.4 Media Partner	14
2.1.5 Media Sosial	15
2.1.6 Instagram	18
2.1.7 Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita	23
2.1.8 Pemberitaan	24
BAB III	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Pendekatan Penelitian	30
3.2. Karakteristik Penelitian Kualitatif	31
3.3. Metode Penelitian	31
3.4. Lokasi Dan Waktu Penelitian	32

3.5 Sumber Data / Informan	32
3.6 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data	33
BAB IV	36
4.1 GAMBARAN UMUM	36
4.1.1 Sejarah Media Partner Aliansigigsindonesia	36
Gambar 4.1 Logo AliansiGigsIndonesia	39
4.1.2 Visi Misi	39
4.1.3 Struktur Organisasi	40
4.2.1 Profil informan	41
4.2.2.Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media penyebaran berita menggunakan fitur instagram storries, rells, IGTV, feed	44
BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1.1 KESIMPULAN	88
5.1.2. SARAN	89
DAFTAR PUSTAKA	90



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini, teknologi informasi memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan manusia. Teknologi informasi mengambil peranan penting dalam kehidupan sosial manusia, Komunikasi yang terjadi saat ini memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk penyebaran berita atau informasi, penggunaan media sosial telah menjadi sebuah strategi yang krusial bagi beragam entitas, dari perusahaan besar hingga individu.

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara online. Pengguna media sosial saat ini sangatlah berpengaruh dan membawa dampak positif maupun negatif bagi masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa. (Ainiyah, 2018).

Dengan menggunakan media sosial sebagai media partner kini banyak media partner yang menggunakan platform media sosial instagram sebagai alat untuk menyebarkan berita dan informasi, persaingan dalam upaya menjadi sumber berita yang terpercaya dan akurat semakin ketat. Setiap media partner berusaha untuk membangun reputasi sebagai penyalur informasi yang dapat diandalkan, memperluas cakupan liputan, dan menawarkan perspektif yang berbeda.

Para media berkompetisi untuk mendapatkan perhatian audiens dengan menyajikan berita yang relevan, mendalam, dan terkini, serta menjaga integritas jurnalistik dalam setiap laporan yang mereka buat. Dalam lingkungan ini, media partner harus tetap beradaptasi dengan perubahan cepat dalam industri media dan teknologi informasi, serta berkomitmen untuk mematuhi standar etika jurnalistik yang tinggi. Dengan

demikian, persaingan antara media partner tidak hanya mendorong inovasi, tetapi juga memastikan bahwa masyarakat memiliki akses yang luas dan beragam terhadap informasi yang dapat dipercaya dan akurat.

Selain alat untuk menyampaikan informasi, Instagram juga memberikan kesempatan bagi interaksi langsung antara entitas dengan pengikut mereka. Respon terhadap komentar, ajakan diskusi, atau penggunaan fitur live streaming menjadi cara yang efektif untuk membangun keterlibatan dan hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi saluran untuk penyebaran berita, tetapi juga platform komunikasi dua arah yang memungkinkan terjalinnya hubungan yang lebih intim antara entitas dan pengikut mereka.

Sebagai mitra media, akun media tersebut bertanggung jawab untuk menyediakan liputan yang komprehensif, tepat, dan memikat mengenai konser, dengan maksud untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan keterlibatan penggemar dalam acara tersebut. Langkah-langkah ini mencakup menyajikan informasi secara lengkap dan akurat tentang detail konser, seperti tanggal, lokasi, lineup artis, dan informasi tiket. Selain itu, mereka juga berkewajiban untuk menghadirkan konten yang menarik dan menghibur, seperti foto-foto eksklusif, video wawancara dengan artis, dan cuplikan dari latihan atau persiapan konser. Semua ini bertujuan untuk membangkitkan rasa antusiasme dan keinginan bagi penggemar untuk menghadiri acara tersebut, serta menciptakan buzz positif di sekitar konser yang bersangkutan.

Instagram memberikan peluang bagi promotor konser, artis, dan penggemar untuk dengan cepat dan mudah menyebarkan informasi tentang konser kepada audiens yang luas. Melalui fitur-fitur seperti feed, stories, dan IGTV, mereka dapat dengan instan mencapai ribuan bahkan jutaan pengguna dengan detail yang mendalam tentang acara tersebut.

Pada bulan Januari 2024, pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai angka yang sangat signifikan, dengan jumlah mencapai 89,891,300 pengguna. Angka ini

menunjukkan bahwa platform media sosial ini terus mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi yang besar dan juga mengalami perkembangan teknologi yang cepat.

Pertumbuhan jumlah pengguna Instagram ini mencerminkan berbagai faktor, termasuk penetrasi internet yang semakin luas di seluruh negeri, peningkatan kepemilikan perangkat pintar, dan juga popularitas aplikasi ini sebagai alat komunikasi dan ekspresi diri bagi masyarakat Indonesia.

platform ini menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan dan menghadirkan kesadaran akan konser kepada khalayak yang relevan secara cepat dan efisien serta memberikan kesempatan yang tak ternilai untuk mencapai audiens yang luas dengan cara yang kreatif dan interaktif. Dalam ekosistem digital yang terus berkembang, keberadaan dan aktifitas di Instagram bukan hanya sekedar tren, tetapi menjadi suatu keharusan dalam upaya menjaga relevansi dan terhubung dengan target pasar.

dapat diartikan sebagai platform media sosial populer yang memungkinkan penggunanya berbagi visual konten dalam bentuk gambar dan video. Instagram memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, menjadikannya salah satu platform media sosial terbesar dan terpopuler saat ini.

Salah satu alasan utama mengapa media massa online menjadi dominan pada zaman ini adalah karena kemampuannya dalam menyajikan informasi dengan cepat, serta didukung oleh keunggulan seperti jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih terjangkau, dan kemampuan bagi siapa pun untuk menjadi penyampai informasi kepada khalayak luas kapan pun dan di mana pun. Selain itu, bagi pencari informasi, media massa online memberikan kemudahan akses di mana pun mereka berada, kapan pun mereka membutuhkannya, dan yang terpenting, secara gratis. Dengan membayar biaya akses internet, pengguna dapat langsung mendapatkan akses ke berbagai informasi yang mereka butuhkan.

Internet atau jaringan global yang terhubung secara luas melalui berbagai perangkat dan infrastruktur komunikasi, memungkinkan pertukaran data, informasi, dan komunikasi antara pengguna di seluruh dunia. Ini menyediakan akses ke berbagai sumber daya seperti situs web, email, media sosial, dan layanan daring lainnya.

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, sebagai produk teknologi. Maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sebelumnya, sebagai contoh adalah media sosial (Alyusi, 2019).

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024 mengatakan seiring perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi maka angka penetrasi internet di Indonesia setiap tahunnya menunjukkan trend kenaikan. Kepada data yang di publish oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa jumlah masyarakat di Indonesia yang telah terhubung ke internet tahun ini naik menjadi 79,5 % atau setara 221 juta jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka ada peningkatan 1,4 % Dibandingkan dengan periode sebelumnya.(APJII, 2024).

Pada era digital 4.0 ini keberadaan media massa konvensional mulai tergantikan dengan media online. Seseorang dapat lebih mudah mengakses media online menggunakan gadget miliknya dibanding harus membeli koran yang lebih banyak memakan waktu dan biaya. Kecanggihan Smartphone di tiap tahunnya ditambah dengan pertumbuhan pengguna media online dan media sosial yang berbanding lurus. (Ilham, 2021).

Perubahan ini terjadi dengan cepat, bahkan terkadang tanpa kita sadari. dulu kita menggunakan surat pos untuk berkomunikasi atau menyampaikan informasi, namun sekarang kita bisa melakukannya dengan mudah melalui aplikasi messenger.

Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan signifikan yang diikuti dengan masuknya media sosial sebagai salah satu bentuk komunikasi yang semakin populer.

Oleh sebab itu peneliti tertarik dengan AliansiGigsIndonesia karena media partner AliansiGigsIndonesia belum dikenal luas oleh masyarakat dan hanya sedikit peminatnya. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul ” **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MEDIA PARTNER ALIANSIGIGSIDONESIA DALAM PENYEBARAN BERITA KONSER DI JAKARTA** ” .

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan adalah :

”Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram pada akun media partner @AliansiGigsIndonesia dalam penyebaran berita konser di jakarta?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana peran instagram sebagai media partner untuk memanfaatkan media sosial instagram sebagai media penyebaran berita konser di jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait dengan bahan yang dikaji.
2. Bagi Instansi Terkait Penelitian Memberikan analisis bagi para media partner dalam pemberitaan konser Di Jakarta untuk mengembangkan promosi penjualan dengan menggunakan Instagram.
3. Bagi Insitusi Pendidikan Dapat menambah literatur dan pengembangan ilmu terkait promosi melalui media sosial Instagram.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya Memberikan kerangka penelitian sebagai rujukan terhadap penelitian selanjutnya tentang promosi penjualan melalui media sosial Instagram.



1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, permasalahan, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan tentang cara bagaimana media sosial instagram berperan sebagai media pemberitaan dan promosi pada media partner.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berfikir, gambaran dan deskripsi yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan metodologi, metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data/ informan, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, teknik analisa data, serta dokumentasi dan wawancara

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi tentang gambaran umum pada subjek penelitian dan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu ini berguna untuk membandingkan hasil penelitian sehingga pada penelitian ini dapat diemukan kebaruan baik dari segi persamaan penelitian ataupun perbedaan penelitian, Tujuan dari pengantar penelitian adalah untuk menunjukkan pemahaman peneliti terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, menyajikan kesenjangan pengetahuan yang masih ada, dan memberikan dasar yang kuat untuk penelitian yang sedang dilakukan.

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Universitas /Tahun	Judul	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Vira Indar Nevyra/Universitas Islam Negeri Sumatera Utara/2021	Penggunaan n instagram sebagai media komunikasi mahasiswa fakultas ilmu sosial	Uses and Gratific ation	Kualitatif	penggunaan Instagram sebagai media komunikasi di kalangan mahasiswa cukup efektif. Dampak positif penggunaan Instagram bagi mahasiswa adalah memperoleh banyak wawasan dan informasi, menjadikan penggunaanya kreatif, dapat melihat dunia luar melalui foto dan video, dapat bertemu dengan

		universitas islam negeri sumatera utara			teman lama maupun orang baru di seluruh dunia, dan memberikan banyak keuntungan untuk pelaku usaha. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan adalah membuat kecanduan pada Instagram dan boros dalam penggunaan internet.
2	Marsella Agatha. Universitas Pembangunan Negeri Veteran Jakarta. (2021)	Penggunaan Media Online Kompas.com Dalam memenuhi kebutuhan informasi Mahasiswa UPN Veteran Jakarta	New Media	Kualitatif	Kompas.com hanya dijadikan sebagai sumber awal dalam mencari informasi, mempelajari kasus-kasus hukum dan internasional dalam pemberitaan untuk penyelesaian tugas perkuliahan maupun kebutuhan penelitian tugas akhir, serta untuk mencari definisi tertentu dalam kajian Ilmu Komunikasi,. Media online dijadikan sebagai studi implementatif dengan adanya kasus-kasus

3	Ikhsan Tila Mahendra/Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah/2017	Peran Media Sosial Instagram Dalam Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kabalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi		Kualitatif	Instagram memiliki 5 peran dalam pembentukan kepribadian remaja. Pertama, Instagram berperan sebagai media perluasan perasaan diri dalam kehidupan sosial remaja, remaja menggunakan Instagram sebagai media untuk memperoleh informasi tentang orang-orang disekitar mereka, serta memberikan informasi kepada orang-orang di sekitar mereka. Kedua, Instagram berperan sebagai media perluasan diri dalam mengembangkan minat pribadi dan minat spiritual bagi remaja. Ketiga, Instagram berperan sebagai media untuk menghibur diri, remaja menggunakan Instagram sebagai media untuk mencari hiburan untuk diri mereka sendiri. Keempat, Instagram berperan sebagai media untuk mengungkapkan emosi bagi remaja. Kelima, Instagram berperan untuk
---	---	---	--	------------	---

					membentuk citra diri yang baru bagi remaja, dimana citra diri tersebut lebih baik dari citra yang selama ini mereka tampilkan di kehidupan sehari-hari.
4	Yohana Asmaradewi/Universitas Semarang/2019	Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro	New Media	Kualitatif	Hasil analisis faktor yang mendorong Mas Bro menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah kelengkapan fitur iklan yang menarik, kemudahan dalam mempromosikan produk, efisiensi biaya promosi, segmentasi pasar yang sesuai, serta minat masyarakat terhadap media sosial Instagram yang tinggi.
5	Nadia Priharningrum/Universitas Bakrie/2018	Peran Media Sosial Instagram Sebagai	New Media	Kualitatif	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media berperan menciptakan budaya baru dalam mengonsumsi sebuah informasi

		Sumber Berita(studi Determinasi Teknologi Pada Akun Instagram @Detik.com)			

2.1.2 Landasan Teori Uses and Gratification Theory

Teori Uses and Gratification awal mula dilahirkan oleh tiga ilmuwan yakni Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Fenomena awal lahirnya teori uses and gratification yakni karena ketigailmuwan tersebut melihat bahwa audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka inginkan dari adanya terpaan media. Menurut Dainton, Marianne (2018) dikatakan bahwa audiens tidak melihat pada pilihan medium yang akan digunakan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan medium untuk seseorang mengirim pesan sehingga muncul preferensi berdasarkan kebutuhan tiap-tiap individu. Oleh karena itu,

sudut pandang yang digunakan dalam teori ini lebih melihat kepada alasan mengapa audiens memilih medium tersebut dan pada waktu apa medium tersebut dipilih dan digunakan.

Terdapat tiga asumsi yang digunakan dalam teori uses and gratification menurut Katz et al. (1973) yakni untuk poin yang pertama, adalah audiens dihadapi oleh banyak opsi atau pilihan media. Munculnya berbagai macam pilihan tersebut karena sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan audiens. Dalam hal ini, kebutuhan yang digambarkan dari segi psikologis dan sosial. Poin kedua adalah, berangkat dari kebutuhan audiens yang berbagai macam bentuknya sehingga media dikaitkan dengan teori uses and gratification mencoba mengidentifikasi kebutuhan dari tiap-tiap audiens. Poin yang ketiga, adalah terjadi kompetisi antar satu media dengan media lainnya untuk dapat memenuhi kebutuhan audiens.

Griffin (2018) mengatakan bahwa ada typology (kelompok klasifikasi) yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media menurut teori uses and gratification :

- *Passing Time* sebagai upaya untuk mengisi waktu luang
- *Companionship* untuk mendapatkan teman atau partner yang baru
- *Escape* untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan suatu masalah
- *Enjoyment* untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan
- *Social Interaction* untuk menciptakan hubungan dengan orang lain

- *Relaxation* sebagai tempat untuk relaxasi, membuat diri menjadi lebih santai
- *Information* untuk menggali informasi atau membuat audiens tetap *up to date*
- *Excitement* untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat menyenangkan

2.1.3 Pemafaatan

Pemanfaatan adalah penggunaan atau eksploitasi sumber daya, barang, atau informasi untuk mencapai tujuan tertentu. Pemanfaatan dapat merujuk pada berbagai konteks, seperti pemanfaatan sumber daya alam, pemanfaatan teknologi, atau pemanfaatan informasi. Secara umum, definisi pemanfaatan mencakup konsep mengambil manfaat dari sesuatu dengan cara yang cerdas, bertanggung jawab, dan sesuai dengan tujuan atau kepentingan yang diinginkan.

2.1.4 Media Partner

Media partner juga bias disebut kerjasama antara penyelenggara event dengan media baik media baik tv , radio ,media online maupun media cetak yang di mana kerjasama ini dapat menguntungkan masing masing pihak media atau perusahaan dan kerja Sma ini lebih memfokuskan kepada kerjasama yang dilakukan media dengan perusahaan untuk menyebar informasi yang ada pada seseorang atau perusahaan .

Jadi dapat diartikan media partner yaitu kerjasama antara perusahaan event dengan seseorang/organisasi yang lebih mengarah pada penyebaran informasi kepada audiens dengan jaungkauan yang lebih luas dan tanpa adanya tujuan untuk meningkatkan nama baik dan citra perusahaan

2.1.5 Media Sosial

Media Sosial adalah bagian dari media massa versi modern yang berartimedia sosial adalah sebuah media yang difasilitasi internet atau disebut 'media online. (Kotler & Killer, 2012).

Media sosial sebagai wadah dalam melakukan pertukaran informasi kini melahirkan banyak *channel* didukung dengan seiringnya perkembangan teknologi. Menurut McQuail, Fungsi utama Media bagi masyarakat adalah :

1. Informasi

(Inovasi, Adaptasi dan Kemajuan)

2. Korelasi

- menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi
- Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- Mengkoordinasi beberapa kegiatan
- Membentuk kesepakatan

3. Kesenambungan

- Mengekpresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculter*) serta perkembangan budaya baru.

- Meningkatkan dan melestarikan nilai – nilai

4. Hiburan

- Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaxasi
- Meredakan ketegangan sosial

5. Mobilisasi

- Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

Media sendiri dibedakan ke dalam dua jenis yakni media elektronik seperti TV, radio, media sosial dan media non elektronik seperti koran, majalah, poster, dan lain-lain. Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu :

a. Jaringan

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (users) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti Instagram, Path, Line, Facebook, twitter dan sebagainya.

b. Informasi

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermula pada intitusi masyarakat berjejaring .

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di Facebook informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun .

d. Interaktif

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya

batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau negara, di Media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (real) dari realitas itu sendiri .

f. Konten Oleh Pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut user generated content (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain. Konten ini adalah format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam waktu bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada sisi lain.

g. Penyebaran

Penyebaran atau sharing merupakan karakter lainnya dari media sosial. Sharing merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. (Dr.Rulli Nasrullah, 2015).

2.1.6 Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang diakses oleh semua kalangan, terutama kalangan anak muda. Melalui Instagram, seseorang dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya, dan terpampang pada feed

pengguna yang lain. Fitur pertemanan yang ada di Instagram menggunakan istilah follower (pengikut) dan following (orang yang diikuti). Terdapat fitur like dan comment sehingga orang dapat leluasa memberikan apresiasi berupa tanda suka atau komentar pada foto yang diunggah. Manfaat dari penggunaan Instagram adalah sebagai media promosi, informasi, dan menyalurkan ide kreatif melalui foto. Instagram juga merupakan media jejaring sosial yang memberikan layanan aplikasi berbagi foto yang pertama kali muncul melalui aplikasi store pada produk elektronik apple pada tahun 2010 dengan berdirinya burbn.inc (Instagram.com). berikut beberapa fitur instagram , (Atmoko, 2012) yaitu

A) Kamera

Fitur kamera memungkinkan pengguna instagram tidak hanya bias mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya .

B) Tag dan Hastag

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

C) Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan hashtag.

D) Instastory

Instastory adalah fitur terbaru dari Instagram, yang mengambil format snapchat dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 1 menit .

E) Explore

Fitur yang menampilkan konten yang dilihat following atau followers pengguna .

F) Homepage

Home page merupakan halaman utama yang berisi foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah dan bawah.

G) NewsFeed

Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News Feed memiliki dua jenis tab yaitu —Following dan —News. Tab pengguna follow, maka tab —news menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

H) Profil

Profile dapat dilihat pada square icon, pada profile tersimpan arsiparsip foto yang pernah pengguna unggah. Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna

instagram maupun sesama pengguna yang lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

I) Like and Comment

Like atau comment pada instagram adalah sebuah apresiasi dan penghargaan tersendiri bagi pengguna instagram. Jika pengguna tertarik pada suatu foto maka kita bisa memberikan like pada foto tersebut dengan memberikan double tab dan dapat memberikan comment jika ingin berinteraksi dengan pengguna lainnya.

J) Follow

Suatu sistem dengan menjadi mengikut suatu akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut instagram.

K) Lokasi

Fitur ini adalah fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna mengambil foto. Meski Instagram disebut layanan berbagi foto, Instagram juga merupakan jejaring sosial karena melalui Instagram pengguna dapat melakukan interaksi dengan pengguna lain.

L) Mention

Fitur mention digunakan untuk menandai pengguna lain dengan cara menambah tanda arroba (@) di depan nama akun instagram dari pengguna tersebut. Instagram membuat fitur yang terinspirasi dari Snapchat Stories dan diberi nama Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang kemudian akan hilang setelah 24 jam.

M) Rells

Rells merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram dapat merekam sekaligus menyunting video pendek berdurasi 15 detik. Sepintas

Instagram Reels sangat mirip dengan Tik Tok, namun Tik Tok dan Instagram Reels memiliki sejumlah perbedaan misalnya dari segi durasi konten yang ditawarkan. Instagram Reels Indonesia memungkinkan penggunanya untuk merekam video hingga 30 detik dan dapat menambahkan musik yang sedang populer. Tidak hanya itu terdapat pula efek dan filter sehingga membuat video lebih menarik

N) IGTV

Fitur IGTV instagram adalah platform yang digunakan oleh pengguna instagram. IGTV fitur yang memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan video yang hanya berdurasi 1 menit. fitur IGTV bisa sampai 60 menit atau lebih.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk- produknya lewat Instagram. (Nisrina, 2015).

2.1.7 Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita

Media sosial khususnya Instagram yang kini banyak digandrungi dan dioperasikan banyak orang pun berita dengan sangat mudah dapat ditemui. Di zaman modern ini, sudah banyak dijumpai fenomena media massa khususnya media online yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media penyebarluasan berita. Awalnya fungsi Instagram itu sendiri mempublikasikan foto serta video yang kemudian bisa dilihat oleh banyak orang. (Ilham, 2020).

Namun seiring berjalannya waktu. Saat ini, Instagram dijadikan para pengguna sebagai wadah untuk membagikan berita dan juga memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi dan berita. Instagram dimanfaatkan oleh berbagai media untuk menyebarkan berita, dengan foto atau video singkat dan juga memberikan keterangan (caption). Dengan instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui website karena semua berita yang diinginkan bisa didapatkan melalui platform Instagram. Melalui Instagram, para pengguna juga bisa mendapatkan berita yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, berita yang muncul pada timeline Instagram sesuai dengan akun instagram yang diikuti. (fauziyyah, 2020).

Dengan begitu khalayak dapat dengan mudah mendapatkan informasi baik itu berupa foto atau vidio. Pemilihan Instagram sebagai media penyebaran informasi

cukup cepat dengan jaringan yang sangat luas. Maka, tidak sedikit khalyak yang menggunakan Instagram sebagai media atau wadah untuk mencari informasi dan menyebarkan berita. (Nurrahman, 2018).

2.1.8 Pemberitaan

Sebelum memaparkan pemberitaan, lebih dahulu penulis menguraikan apa yang dimaksud dengan berita. Penjelasan mengenai hal ini menjadi penting supaya tidak menimbulkan salah tangkap atau salah paham.

Berita adalah semua hasil laporan, baik secara lisan ataupun tulisan yang bersumber dari realitas kehidupan sehari-hari. Sebagian bentuk laporan, berita harus berisi tentang kejadian-kejadian baru/aktual. Informasi yang disampaikan sebagai bahan berita pun harus dianggap penting dan menarik bagi banyak orang .

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa berita erat kaitannya dengan informasi dan kebutuhan banyak orang. Kebutuhan terhadap berita antara saat ini dan beberapa saat yang akan datang tentu berbeda. Untuk itu, berita harus bersifat faktual dan aktual. Faktual artinya berdasarkan kenyataan sedangkan aktual artinya bersifat kekinian atau terbaru. Selain bersifat faktual dan aktual, berita harus bersifat objektif. Objektif artinya disajikan tanpa campuran emosi atau pendapat pribadi penulis berita atau pewarta. (Cahaya, 2020).

A) Berita

Kata berita berasal dari kata sangsekerta, vrit (ada atau terjadi) atau vritta (kejadian atau peristiwa). Berita adalah laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat .Berita dalam bahasa Inggris disebut News. News diartikan sebagai informasi tentang peristiwa terbaru . (Restendy, 2016).

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet . (bangun, 2019).

Berita adalah laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat yang aktual, menarik, berguna dan dipublikasikan melalui media massa periodik : surat kabar, majalah, radio, dan TV. Berita itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian banyak orang. (Widiyawati, 2016).

b) Jenis Jenis Berita

1. Straight News

Straight News adalah berita yang ditulis atau disajikan secara singkat, lugas dan apa adanya. Pola penyajian menggunakan piramida terbalik. Sifat tulisannya juga padat, singkat, dan jelas, memenuhi unsur-unsur 5W+1H. Straight News berlaku untuk berita-berita yang terus berkembang (runnig) setiap hari atau setiap waktu. Karenanya, hampir seluruh berita yang disajikan

koran-koran yang terbit setiap hari memakai pola penyajian seperti ini. (Zaenuddhin, 2011).

2. Depth News

Depth News adalah kebalikan dari Straight News, yakni berita-berita yang disajikan tanpa mengutamakan informasi paling penting dan terbaru pada awal berita. Bisa saja yang penting itu baru ditampilkan pada pertengahan atau bahkan penghabisan berita. Pola ini digunakan untuk menulis berita tentang sesuatu yang sudah terjadi sejak sehari atau beberapa hari lalu, bahkan mungkin juga sudah lama terjadi. Akan tetapi, karna wartawan menyajikannya secara mendalam, tidak terasa bahwa peristiwanya sudah berlalu. Dengan pola ini, berita menjadi tidak basi, bahkan terasa baru karena wartawan menambahkannya dengan informasi atau dengan fakta-fakta baru. Pola ini berlaku untuk penyajian berita di media cetak atau elektronik.

3. Investigation News

Investigation News berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.

4. Interpretative News

Interpretative News berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan.

5. Opinion News

Opinion News berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi dan sebagainya .

C. Fungsi Berita

Pada hakikatnya, fungsi utama pemberitaan adalah untuk melaporkan atau memberi tahu sesuatu hal kepada khalayak. Memilih, mengolah, dan menerbitkan suatu berita adalah tugas media pers. Segala informasi yang diberitakan harus diperhitungkan nilai gunanya bagi kepentingan masyarakat.

Berikut ini ada dua hal yang perlu diperhatikan media pers dalam memenuhi nilai guna atau manfaat bagi khalayak. Pertama, berita harus dapat dimanfaatkan sebagai pengetahuan umum. Pengetahuan bersifat dinamis, artinya bahwa pengetahuan mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Untuk itu, kebutuhan akan pengetahuan tidak cukup berhenti pada saat tertentu. Kedua, berita harus dapat dimanfaatkan sebagai alat control sosial, politik, kesehatan, pendidikan, dan masih banyak lagi. Berita bukan hanya menyampaikan informasi-informasi yang menyenangkan, melainkan juga informasi yang tidak menyenangkan, atau sering disebut “berita buruk”. (Cahya, 2012).

Berita disampaikan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak umum, seperti yang disebutkan dalam pengertian berita. Secara spesifik,

berita dibuat dengan fungsi dan tujuan tertentu. Fungsi berita terbagi atas beberapa bagian yang di antaranya :

1. Menyampaikan Berita

Untuk menyampaikan peristiwa atau informasi kepada khalayak tentang kejadian yang baru terjadi.

2. Membantu masyarakat untuk bersikap terbuka

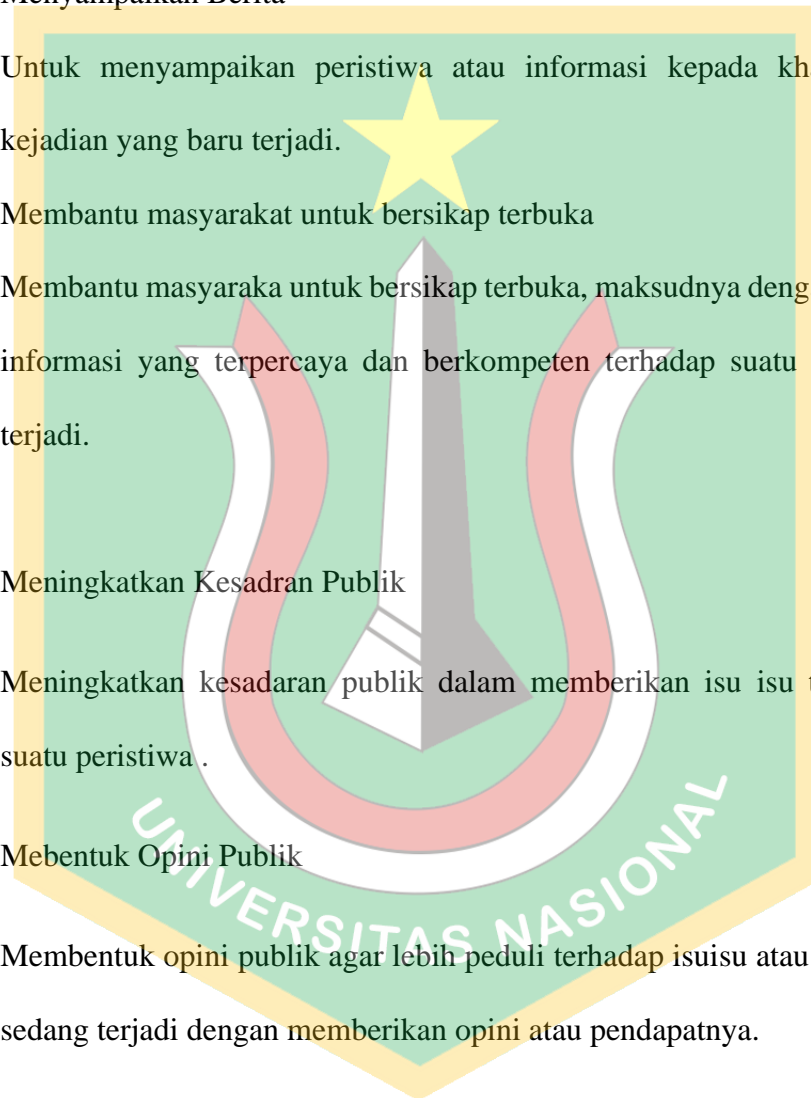
Membantu masyarakat untuk bersikap terbuka, maksudnya dengan memberikan informasi yang terpercaya dan berkompeten terhadap suatu peristiwa yang terjadi.

3. Meningkatkan Kesadaran Publik

Meningkatkan kesadaran publik dalam memberikan isu-isu terbaru tentang suatu peristiwa.

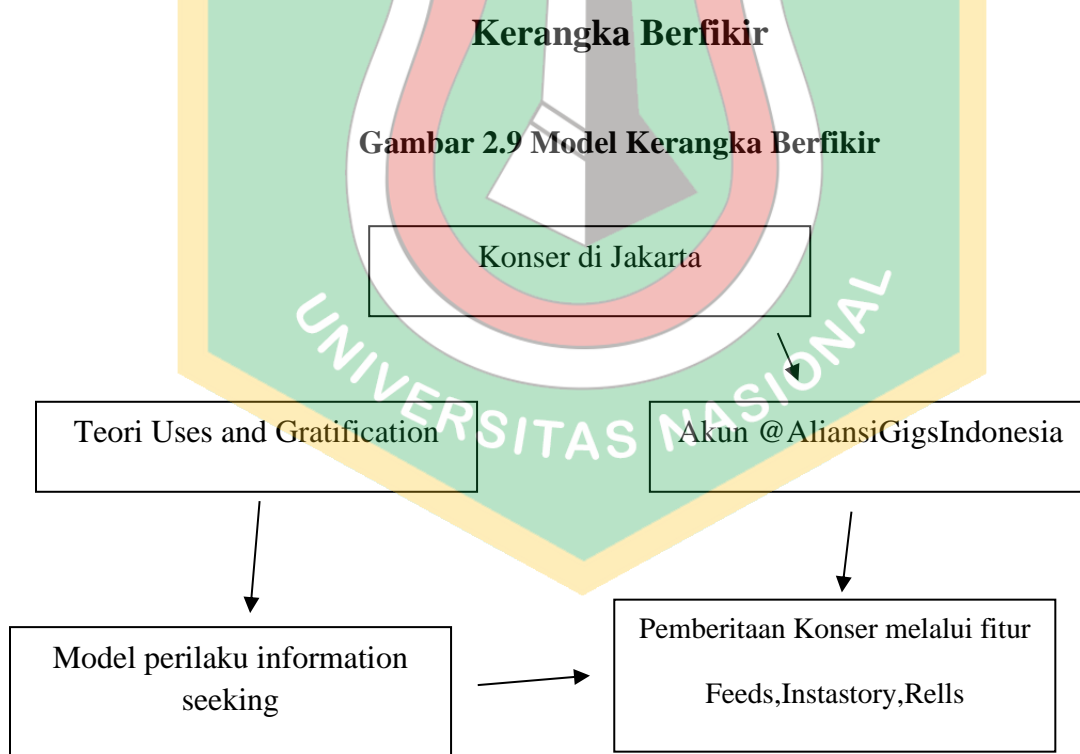
4. Membentuk Opini Publik

Membentuk opini publik agar lebih peduli terhadap isu-isu atau peristiwa yang sedang terjadi dengan memberikan opini atau pendapatnya.



2.9 Kerangka Berfikir

Berita konser di Jakarta mengajak media partner AliansiGigsIndonesia untuk berkerja sama sebagai media promosi dengan menggunakan teori new media (media baru) untuk menyampaikan pesan kepada khalayak atau masyarakat luas agar dapat mengakses informasi dengan cepat dan efektif dengan menggunakan media sosial seperti Instagram. Khalayak atau masyarakat mendapatkan pemberitaan konser tersebut dapat dengan mengunjungi profil akun Instagram @AliansiGigsIndonesia bisa dengan melihat postingan Feed Instagram, Story Instagram, Reels yang telah di upload pada akun media sosial tersebut.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan model pendekatan kualitatif. Langkah pertama yang dilakukan adalah meninjau fenomena atau peristiwa yang memiliki keterkaitan dengan fenomena yang telah dipilih. Peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan menggunakan teori yang dipilih sebagai pisau analisis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. (Shidiq, 2021).

Pendapat yang dikutip dari Anslem Strauss, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. (Strauss, 2013). Selain itu, menurut Imam Gunawan penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak dimulai dari teori yang telah dipersiapkan sebelumnya, tetapi dimulai dari lapangan berdasarkan lingkungan alami. (Gunawan, 2013). Jadi penelitian kualitatif atau disebut juga penelitian natural atau penelitian alamiah adalah jenis penelitian dengan mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, atau diukur dengan setepat tepatnya dengan data yang berupa data deskriptif. Pada penelitian ini mendeskripsikan kejadian yang di dengar, dirasakan dan dibuat dalam pernyataan naratif atau deskriptif. Jenis penelitian

ini berkarakteristik alamiah atau bersetting apa adanya dari fenomena yang terjadi di lapangan yang menitik beratkan pada kualitasnya.

3.2 Karakteristik Penelitian Kualitatif

Menurut Arikunto (Arikunto, 2020). Karakteristik Penelitian Kualitatif Sebagai

Berikut :

1. Berpola pikir induktif (empiris-rasional atau bottom up). Maksudnya metode ini dipakai untuk memperoleh grounded theory, yaitu teori yang berasal dari data dan bukan berasal dari hipotesis. Dengan demikian penelitiannya bersifat generating theory .
2. Sangat mengutamakan dan menghargai persepsi atau pendapat dari partisipan atau narasumber. Minat peneliti banyak tercurah pada persepsi dan makna dari partisipan, yang meliputi: (a) jati diri; (b) tindakan; (c) interaksi sosialnya; (d) aspek yang berpengaruh dan (e) interaksi tindakan .
3. Rancangan penelitian bersifat alami/natural, sehingga tidak mempergunakan rancangan penelitian yang bersifat baku seperti pada penelitian kuantitatif .
4. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami, mencari makna di balik data, menemukan kebenaran, baik kebenaran empiris, logis dan teoritis .

3.3 Metode Penelitian

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif yang digunakan dalam menguraikan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun media partner @AliansiGigsIndonesia Dalam Penyebaran Berita Konser

Di Jakarta . Dasar penelitian yang digunakan yaitu pengumpulan jurnal, yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian Ini dilaksanakan di rumah informan terkait penelitian salah satu selaku ketua dari pemilik media partner Instagram pada akun @AliansiGigsIndonesia yang terletak di jalan menteng dalam IV kelurahan kecamatan tebet kota Jakarta selatan. Waktu penelitian dimulai dari bulan oktober 2022. Adapun wawancara lain di beberapa tempat informan lainnya yang bersangkutan terhadap penelitian yang peneliti teliti.

3.5 Sumber Data / Informan

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu: data primer dan data skunder, berikut penjelasannya

1. Data Primer

Adalah data yang berbentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik ataupun perilaku. yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (Informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Adapun yang menjadi data primer pada penelitian ini adalah Ketua Aliansi Gigs Indonesia dan 2 orang Informan Anggota AliansiGigsIndonesia serta 2 informan sebagai followers Instagram aliansigigsindonesia.

2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (table catatan) foto-foto, benda-benda lain yang dapat memperkaya data skunder (Rukajat, 2018).

3.6 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah media sosial instagram pada akun @AliansiGigsIndonesia Dan objek dalam penelitian ini adalah pemanfaatan Media sosial instagram pada akun Pada Akun @AliansiGigsIndonesia dalam penyebaran konser di jakarta.

3.7 Teknik Pengumpulan Data Triangulasi Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antaranya yang penting adalah prosesproses pengamatan dan ingatan. (Sugiyono, 2014).

Observasi digunakan untuk memfokuskan terhadap suatu gejala kejadian dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan mengatur kaidah-kaidah yang mengaturnya. Teknik ini digunakan untuk melihat dan mengamati langsung aktivitas penyebaran berita menggunakan media sosial Instagram.

2. Wawancara

Dalam wawancara dilakukan dengan dua cara yaitu wawancara bebas dan terprogram. Wawancara bebas dilakukan terhadap beberapa informan dan nara sumber untuk memperoleh data yang sifatnya umum. Pada wawancara bebas sudah dilakukan sejak peneliti memasuki lapangan. Wawancara meliputi riwayat pertunjukan oleh seniman, riwayat seniman, konsep dalam berkesenian, ekspresi seni seniman. Pada wawancara bebas berguna untuk menjalin keakraban dan keterbukaan serta tujuan penelitian . (Subandi, 2017). Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan informan, mengenai pemanfaatan Instagram sebagai penyebar berita dan fitur apa saja yang digunakan. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan informan, mengenai pemanfaatan Instagram sebagai penyebar berita dan fitur apa saja yang digunakan.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif peran dokumentasi sangat besar, data dari dokumentasi berguna untuk membantu menampilkan kembali beberapa data yang mungkin belum dapat diperoleh. Beberapa catatan tertulis dan gambar diperlukan untuk membantu dalam mengalisis data penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Melakukan pengumpulan informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori. Untuk menyajikan data dalam bentuk kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Verifikasi Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2013).

BAB IV

4.1 GAMBARAN UMUM

4.1.1 Sejarah Media Partner AliansigigsIndonesia

AliansigigsIndonesia, yang terbentuk pada tahun 2019, merupakan hasil dari keresahan yang dirasakan oleh para pencinta konser dan gigs terhadap harga tiket konser musik yang dianggap terlalu mahal. Organisasi ini diisi oleh orang-orang yang memiliki kecintaan mendalam terhadap musik dan sering menghadiri acara gigs atau konser musik. Tujuan utama dari pembentukan AliansigigsIndonesia adalah untuk menciptakan sebuah platform yang dapat bekerja sama dengan penyelenggara event atau konser guna mendapatkan manfaat dan feedback yang saling menguntungkan.

Sebelum tahun 2020, konsep media partner dalam dunia perkonseran belum terlalu populer. Namun, dengan adanya perubahan dinamika dalam industri musik dan peningkatan harga tiket konser, kebutuhan akan suatu organisasi yang bisa mewakili kepentingan para pencinta musik menjadi semakin mendesak. AliansigigsIndonesia menjawab tantangan ini dengan menciptakan sebuah sinergi antara para penggemar musik, media, dan penyelenggara konser.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi 4.0, informasi tersedia dengan cepat dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. AliansigigsIndonesia memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk menyebarkan informasi tentang dunia musik kepada khalayak yang lebih luas. Mereka menggunakan platform digital untuk memberikan

update terbaru tentang acara konser, review, wawancara dengan musisi, dan informasi lain yang relevan dengan dunia musik. Kehadiran mereka di media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan efisien.

Kerja sama antara AliansigigsIndonesia dan penyelenggara konser biasanya melibatkan pertukaran manfaat. Sebagai contoh, AliansigigsIndonesia mungkin mendapatkan akses gratis atau tiket dengan harga diskon untuk anggotanya, yang kemudian mereka gunakan untuk meliput dan menyebarkan informasi tentang konser tersebut. Sebagai timbal balik, penyelenggara konser mendapatkan publisitas tambahan dan jangkauan audiens yang lebih luas melalui platform AliansigigsIndonesia.

Selain itu, AliansigigsIndonesia juga berfungsi sebagai suara bagi para penggemar musik. Mereka dapat menyuarakan pendapat dan masukan dari komunitas pencinta musik kepada penyelenggara konser, membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi penonton. Ini termasuk memberikan masukan tentang harga tiket, aksesibilitas, dan aspek lain dari pengalaman konser yang dapat ditingkatkan.

Dengan demikian, AliansigigsIndonesia tidak hanya berperan sebagai media partner, tetapi juga sebagai jembatan antara industri musik dan komunitas penggemarnya. Mereka membantu memastikan bahwa suara penggemar didengar dan dipertimbangkan dalam industri musik. Ini menciptakan ekosistem di mana penggemar musik merasa lebih terhubung dan diwakili dalam industri yang mereka dukung dengan penuh semangat.

Kehadiran AliansigigsIndonesia juga mendorong transparansi dan komunikasi yang lebih baik antara penyelenggara konser dan audiensnya. Dengan membangun dialog antara kedua pihak, organisasi ini membantu memastikan bahwa kebutuhan dan harapan penggemar musik diperhatikan. Hal ini penting untuk menjaga keseimbangan antara keberlanjutan komersial konser dan kepuasan penggemar.

AliansigigsIndonesia juga berperan penting dalam mempromosikan bakat lokal dan mendukung scene musik independen. Dengan liputan dan promosi yang mereka lakukan, banyak musisi dan band yang mungkin belum terkenal bisa mendapatkan panggung dan pengakuan yang lebih luas. Ini penting untuk pertumbuhan dan keberagaman industri musik, terutama dalam mendukung musisi yang berada di luar arus utama.

Di sisi lain, dengan membangun jaringan yang luas antara penggemar musik, media, dan penyelenggara konser, AliansigigsIndonesia memperkuat komunitas pecinta musik. Ini menciptakan rasa persatuan dan solidaritas di antara mereka yang memiliki kecintaan bersama terhadap musik. Anggotanya sering kali terlibat dalam diskusi, pertemuan, dan acara yang memperkuat ikatan komunitas mereka.

Melalui kegiatan-kegiatan ini, AliansigigsIndonesia tidak hanya menjawab keresahan tentang harga tiket konser yang tinggi tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan dan dinamika industri musik secara keseluruhan. Mereka menjadi contoh bagaimana kekuatan komunitas dan teknologi dapat

berkolaborasi untuk menciptakan perubahan positif dalam sebuah industri. Dengan demikian, AliansigigsIndonesia tidak hanya dilihat sebagai entitas yang memberikan manfaat pragmatis seperti akses ke konser tetapi juga sebagai advokat dan pendukung yang berharga bagi dunia musik.



4.2 Visi Misi

Visi

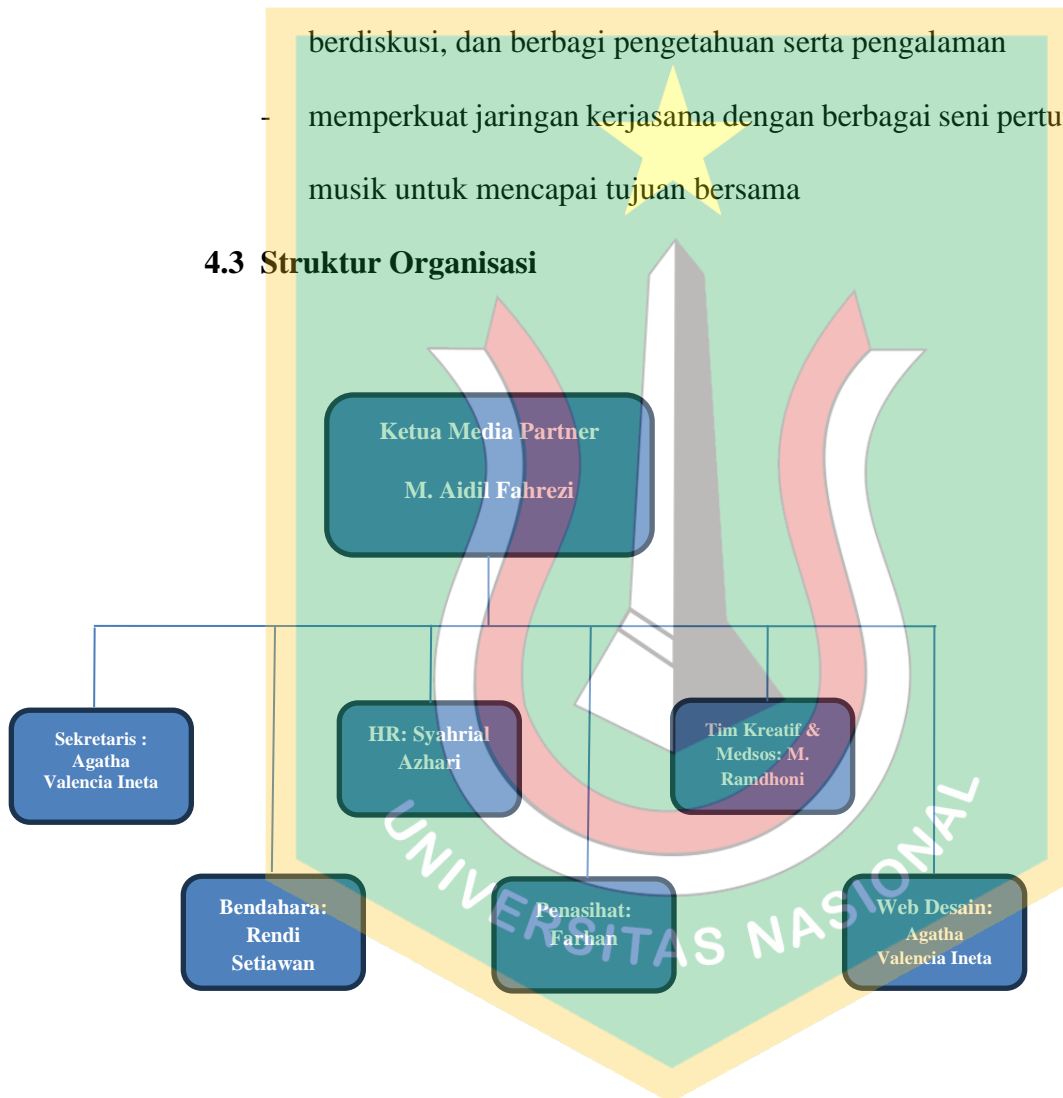
menjadi komunitas terbuka yang aktif dan kreatif dalam industri kreatif .

Misi

- Meningkatkan rasa kepedulian dalam seni pertunjukan

- Mengembangkan potensi diri untuk menjadi audience yang tertib dan aman dalam berkontribusi
- Menyediakan sarana dan prasarana bagi anggota untuk berinteraksi, berdiskusi, dan berbagi pengetahuan serta pengalaman
- memperkuat jaringan kerjasama dengan berbagai seni pertunjukan/ festival musik untuk mencapai tujuan bersama

4.3 Struktur Organisasi



- 1. Ketua Media Partner** : M. Aidil Fahrezi
- 2. Sekretaris** : Agatha Valencia Ineta
- 3. Bendahara** : Rendi Setiawan

- 4. Human Resource** : Syahrial Azhari
- 5. Penasihat** : Farhan
- 6. Tim Kreatif dan Medsos** : M. Ramdhoni
- 7. Web Design** : Agatha Valencia Ineta
- 8. Email** : aliansigigsindonesia@gmail.com

4.3.1 Profil informan

Dalam penelitian ini ada beberapa orang yang diwawancarai sebagai informan kunci, dan informan pokok. Berikut informan satu, informan dua, informan tiga, informan keempat, dan informan kelima, berikut profil informan satu sampai informan ke lima. Informan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua informan yaitu informan pokok dan informan kunci.

Informan kunci. Dimana pembagian informan ini didasarkan dari siapa yang paling berkaitan dengan objek penelitian kita. Dapat dikatakan bahwa informan yang merupakan objek kita ialah informan pokok sedangkan yang informan yang memberi informasi kepada peneliti tapi bukan objek penelitian ialah informan kunci.

- Informan Pokok Pertama, Muhammad Aidil Fahrezi adalah seorang anak muda yang bekerja di salah satu restoran di Jakarta dengan hobi mendengarkan musik. Fahrezi juga memiliki saudara kembar yang bernama Muhammad Aidil Pahlevi yang usianya hanya berbeda dalam hitungan

menit saja. Selain menjadi seorang kakak dari saudara kembarnya Fahrezi adalah seorang individu yang sangat berpengalaman serta konsisten terhadap apa yang sedang ia kerjakan pada sesuatu hal. Saat ini ia

mengelola suatu organisasi atau sebuah media partner yang bergerak dibidang event atau konser sudah 5 tahun ia mendirikan media partner, dalam industri ini ia berperan sebagai penanggung jawab terhadap semua kegiatan media partner aliansigigsindonesia. Selain menjadi pribadi yang tekun dan ulet fahrezi juga memiliki relasi yang sangat luas di dunia permusikan atau skena musik terutama di jakarta dan tak hanya di jakarta saja ia juga memiliki relasi hingga luar kota.

- Informan pokok kedua yaitu, Ramdhoni yang akrab disapa doyok ini merupakan bagian dari media partner yang bekerja sebagai tim media sosial pada akun instagram Aliansigigsindonesia. Doni sangat lah kreatif didalam pembuatan konten yang menarik di dalam platform instagram, ia memiliki kemampuan berinteraksi dengan penonton secara langsung, informatif seputar media musik dan bounding yang cukup kuat dalam menciptakan dan mencairkan suasana. Di balik sifat yang mudah bergaul doni memiliki kompetensi dibidang media partner dan cukup aktif dan mempunyai relasi yang cukup luas pada media partner lainnya.
- Informan pokok ketiga yaitu syahril azhari yang bertanggung jawab sebagai human resource (HR) yang bertanggung jawab terhadap seluruh anggota media partner dengan memantau kinerja dari semua karyawan

yang terlibat. Dia memiliki pengetahuan yang mendalam tentang kebijakan sumber daya manusia, proses perekrutan, pelatihan dan pengembangan karyawan, serta manajemen kinerja, Peran syahrial juga tidak kalah penting

dibanding dengan karyawan yang lainnya, untuk orang-orang yang ingin bergabung pada organisasi ini syahrial lah yg merekrut orang-orang tersebut dan atas persetujuannya mereka bisa masuk ke organisasi aliansigigsindonesia. Syahrial juga aktif dalam berbagai komunitas HR lokal dan industri media. Dia sering berpartisipasi dalam seminar, workshop, dan acara networking untuk terus memperluas jaringan dan memperbarui pengetahuannya tentang tren terbaru dalam manajemen SDM. Dia mampu bekerja dengan baik di bawah tekanan dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik. syahrial juga memiliki empati yang kuat dan memahami pentingnya menjaga kesejahteraan karyawan. karena pengalamannya yang luas dalam industri media dan keahliannya dalam manajemen sumber daya manusia, Ahmad dapat memberikan wawasan yang berharga tentang strategi HR yang efektif dalam konteks media partner.

- Peneliti juga melibatkan informan kunci yaitu dari salah satu anggota atau pengikut media partner aliansigigsindonesia, yang bernama Ridwan Malik merupakan salah satu anggota dan pengikut media partner aliansigigsindonesia sejak 2021 ia merupakan salah satu pekerja lapangan

yang bekerja sebagai kurir paket di suatu perusahaan ekspedisi yang cukup besar di Indonesia yang berusia 25 tahun .

- Informan kunci kedua , yang bernama Amelia Putri Herawati perempuan asal Jakarta yang berusia 20 tahun ia adalah seorang mahasiswa yang menuntut ilmu di salah satu perguruan tinggi di Jakarta. Seorang mahasiswa yang aktif dan cukup sering menonton acara musik gigs khususnya di daerah Jakarta sehingga ia mencari informasi dan berita tentang musik yaitu dengan menggunakan media sosial Instagram dengan cara mengikuti media sosial Instagram yang aktif menyebarkan berita tentang musik. Ia adalah pengikut dari followers Instagram media partner Aliansi Gigs Indonesia tetapi ia tidak bergabung pada organisasi media partner tersebut hanya pengikut di Instagram saja karena ketertarikan ia pada sebuah informasi di ranah musik.

4.4.Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebaran berita menggunakan fitur Instagram stories, reels, IGTV, feed

Dalam bagian ini, peneliti akan menjelaskan rumusan masalah penelitian diaman dalam menjawab atau mengeksplorasi pertanyaan tersebut, peneliti menggunakan teori karakteristik media sosial terdiri dari 6 yaitu 1) Networking (Jaringan); 2) information (Informasi); 3) Archive (Arsip); 4) Interaksi : 5) Simulasi Sosial; 6) User Generated Content (UGC) atau konten oleh pengguna oleh karena itu, untuk membahas pertanyaan dari rumusan masalah dan dikaitkan dengan

pemanfaatan yang ada pada fitur instagram, maka peneliti membahas mengenai masing masing pemanfaatan pada fitur instagram yang peneliti lakukan dalam tahapan wawancara. Pada wawancara ini peneliti melakukan wawancara dengan 5 informan yang terdiri dari 3 informan pokok salah satunya adalah ketua media partner aliansigigsindonesia , 1 anggota sebagai HR (Human Resource), 1 anggota Tim kreatif dan Media sosial , dan 2 informan kunci yaitu anggota pada organisasi aliansigigsindonesia. Dalam hal ini peneliti menjadikan teori new media dengan menggunakan karakteristik media sosial yang terdiri dari enam karakteristik. Keenam karakteristik ini peneliti jadikan unsur untuk pemanfaatan penyebaran berita melalui media sosial instagram dengan menggunakan fitur instagram.

Penggunaan media sosial Instagram sebagai alat penyebaran berita telah menjadi strategi yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi kepada audiens yang luas. Dengan memanfaatkan fitur posting Instagram, akun resmi media atau organisasi berita dapat dengan cepat membagikan berita terbaru dalam format yang menarik, baik dalam bentuk gambar maupun video singkat.

Gambar 4.4. Feed pada akun instagram Aliansigigsindonesia



(Sumber : Instagram Aliansigigsindonesia)

Dalam memanfaatkan fitur posting ini, pemilihan judul yang menarik dan penambahan keterangan singkat memegang peranan penting. Dengan judul yang menarik, pengguna Instagram akan tertarik untuk membaca atau menonton lebih lanjut, sedangkan keterangan singkat memberikan informasi pokok secara ringkas namun jelas. Hal ini memungkinkan pengikut untuk dengan mudah memperoleh informasi terbaru dengan cepat saat mereka melihat postingan tersebut di feed mereka.

Selain itu, dengan adanya fitur gambar dan video singkat, berita dapat disampaikan dengan cara yang lebih visual dan menarik. Hal ini dapat membuat pengalaman membaca berita menjadi lebih menyenangkan dan lebih mudah dipahami oleh pengguna Instagram, terutama yang lebih suka berinteraksi dengan konten visual.

Dengan memanfaatkan kekuatan visual dan daya tarik judul yang menarik, Instagram menjadi platform yang efektif dalam menyampaikan berita terkini kepada audiens yang luas. Ini memungkinkan media dan organisasi berita untuk tetap relevan dan terkoneksi dengan pengikut mereka, sambil menyediakan informasi terbaru dan penting secara cepat dan mudah diakses.

Instagram Stories telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk menyampaikan berita singkat atau pengumuman penting secara real-time. Dengan fitur-fitur yang beragam seperti teks, stiker, atau gambar, memiliki berbagai cara untuk menyajikan informasi terbaru kepada pengikut dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.



Gambar 4.4. Instastori pada akun instagram Aliansigigsindonesia



(Sumber : Instagram Aliansigigsindonesia)

Dalam menggunakan fitur teks, dapat dengan cepat menuliskan informasi penting atau headline dari berita yang ingin kita sampaikan. Penambahan stiker, seperti stiker countdown atau stiker lokasi, juga dapat meningkatkan daya tarik visual dari postingan dan memberikan informasi tambahan kepada pengikut.

Selain itu, penggunaan gambar atau foto yang relevan dapat memberikan konteks visual yang kuat untuk berita yang ingin kita bagikan. Pengguna Instagram cenderung lebih responsif terhadap konten visual, sehingga dengan menyertakan gambar yang menarik, dapat menarik perhatian pengikut dengan lebih efektif.

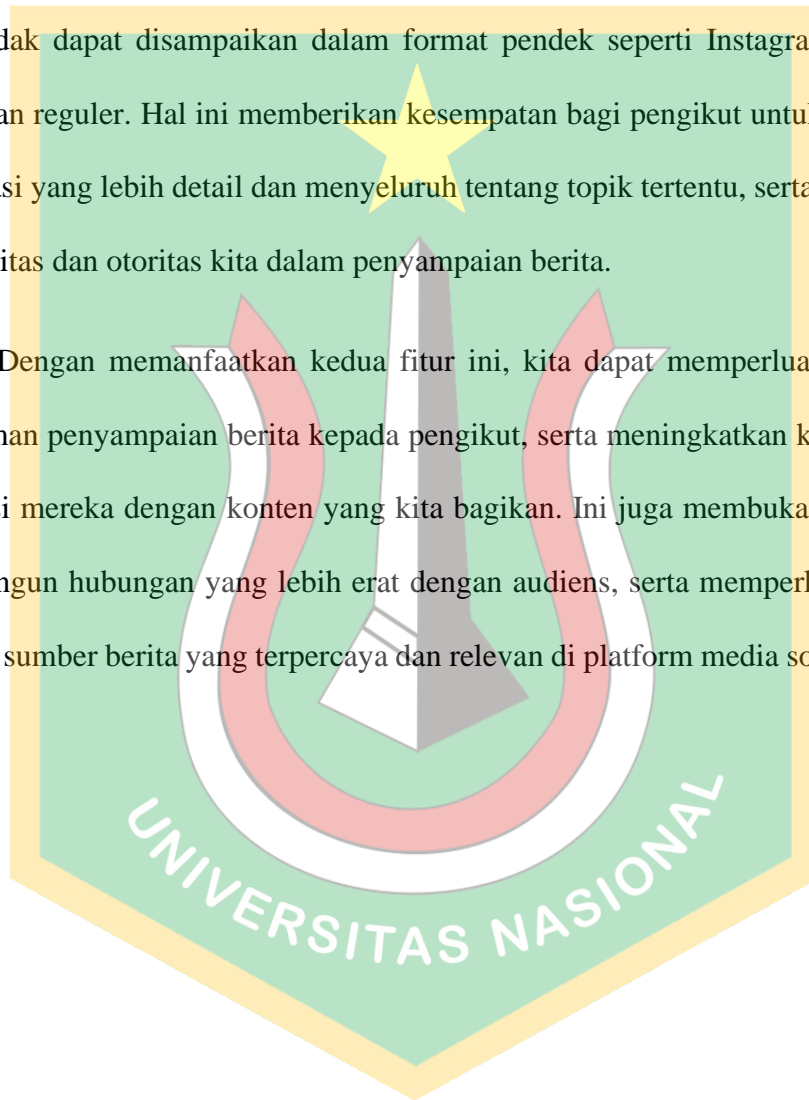
Salah satu fitur kunci dari Instagram Stories adalah kemampuannya untuk menyertakan tautan "Swipe Up" jika akun tersebut memenuhi syarat. Ini memungkinkan untuk memberikan akses langsung ke artikel atau laman web yang relevan dengan berita yang kita bagikan, sehingga pengikut dapat dengan mudah mengakses informasi lebih lanjut atau sumber asli dari berita tersebut.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam Instagram Stories, Anda dapat dengan cepat dan efektif menyebarkan berita terkini kepada pengikut dalam waktu nyata. Ini memungkinkan untuk tetap relevan dan terhubung dengan audiens, sambil memberikan informasi yang penting dan relevan secara langsung kepada mereka.

Mengadakan siaran langsung (live streaming) acara berita atau wawancara dengan narasumber kunci telah menjadi metode yang sangat efektif untuk menghadirkan berita secara real-time kepada pengikut. Dengan memanfaatkan fitur live streaming, dapat memberikan akses langsung kepada audiens untuk menyaksikan peristiwa atau wawancara secara langsung saat itu terjadi. Fitur komentar langsung juga memungkinkan interaksi langsung antara penonton dan pembawa berita atau narasumber, menciptakan pengalaman yang lebih langsung dan terlibat bagi mereka yang menyaksikan. Hal ini memberikan kesempatan kepada penonton untuk bertanya, memberikan pendapat, atau berbagi pandangan mereka tentang topik yang dibahas, sehingga memperkaya pengalaman menonton dan memberikan ruang untuk dialog yang lebih interaktif.

Selain itu, Instagram TV (IGTV) merupakan platform yang sangat cocok untuk menyajikan konten berita yang lebih panjang dan mendalam. Dengan memanfaatkan IGTV, kita dapat membagikan liputan mendalam, analisis, atau dokumenter singkat yang tidak dapat disampaikan dalam format pendek seperti Instagram Stories atau postingan reguler. Hal ini memberikan kesempatan bagi pengikut untuk mendapatkan informasi yang lebih detail dan menyeluruh tentang topik tertentu, serta meningkatkan kredibilitas dan otoritas kita dalam penyampaian berita.

Dengan memanfaatkan kedua fitur ini, kita dapat memperluas cakupan dan kedalaman penyampaian berita kepada pengikut, serta meningkatkan keterlibatan dan interaksi mereka dengan konten yang kita bagikan. Ini juga membuka peluang untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens, serta memperkuat posisi kita sebagai sumber berita yang terpercaya dan relevan di platform media sosial Instagram.



Gambar 4.4 Rells pada akun instagram Aliansigigsindonesia

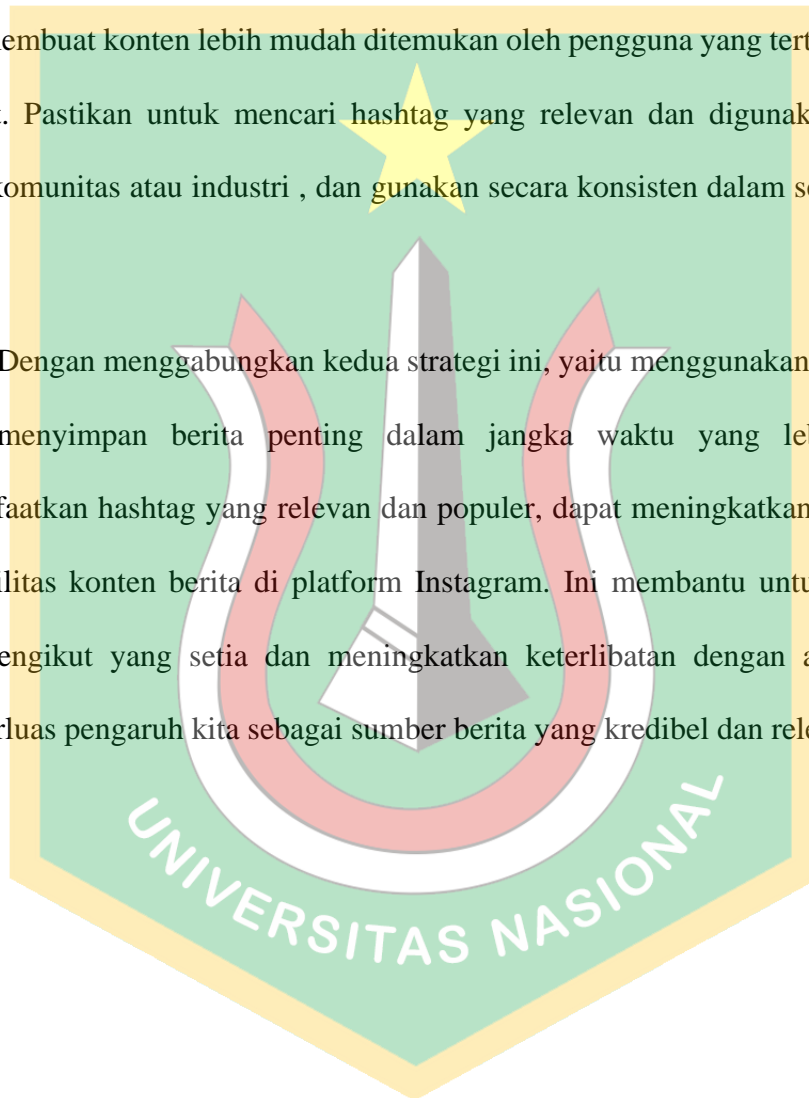


(Sumber ; Instagram Aliansigigsindonesia)

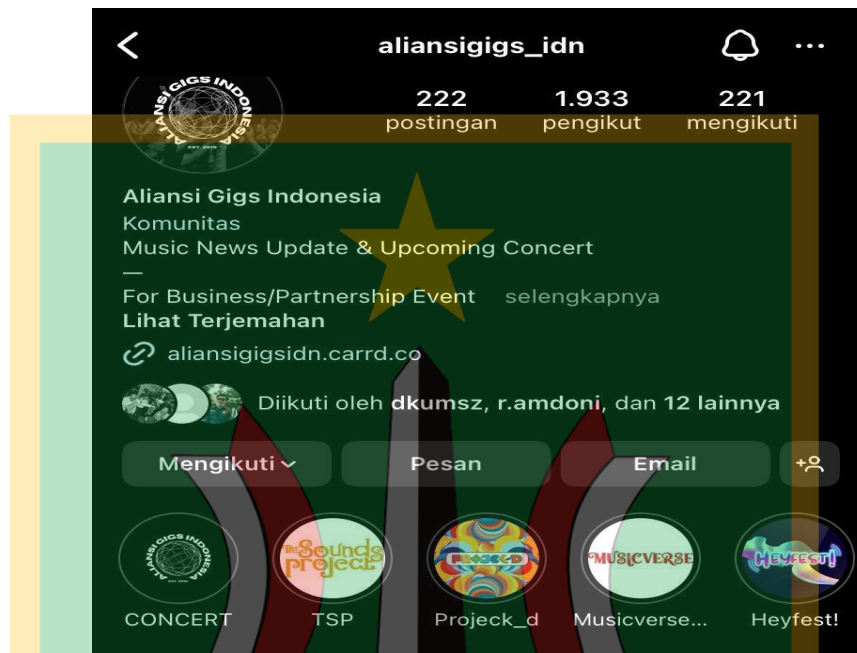
Menyimpan berita penting atau liputan acara dalam jangka waktu yang lebih lama dengan menggunakan fitur Highlight adalah strategi yang sangat efektif untuk mempertahankan informasi yang relevan di profil Instagram. Dengan membuat highlight khusus untuk kategori berita tertentu, seperti politik, lingkungan, atau olahraga, kita memberikan kemudahan bagi pengikut untuk dengan mudah mengakses berita yang mereka minati. Ini memungkinkan mereka untuk mencari konten spesifik yang mereka cari atau minati tanpa harus mencari melalui feed atau arsip postingan.

Selain itu, memanfaatkan hashtag yang relevan dan populer adalah cara yang sangat efektif untuk meningkatkan jangkauan konten berita di Instagram. Dengan menggunakan hashtag yang sesuai dengan topik atau kategori berita yang kita bagikan, dapat membuat konten lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang tertarik pada topik tersebut. Pastikan untuk mencari hashtag yang relevan dan digunakan secara luas dalam komunitas atau industri, dan gunakan secara konsisten dalam setiap postingan berita.

Dengan menggabungkan kedua strategi ini, yaitu menggunakan fitur Highlight untuk menyimpan berita penting dalam jangka waktu yang lebih lama dan memanfaatkan hashtag yang relevan dan populer, dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas konten berita di platform Instagram. Ini membantu untuk membangun basis pengikut yang setia dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens, serta memperluas pengaruh kita sebagai sumber berita yang kredibel dan relevan.



Gambar 4.4 Highlight pada akun instagram Aliansigigsindonesia



(Sumber : Instagram Aliansigigsindonesia)

Dengan mengintegrasikan berbagai fitur dan strategi yang telah disebutkan sebelumnya, Instagram dapat menjadi sebuah alat yang sangat efektif untuk menyebarkan berita dengan cepat, efisien, dan secara interaktif kepada audiens yang luas. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti posting reguler, Instagram Stories, live streaming, IGTV, dan Highlight, media sosial ini memberikan platform yang kuat bagi media dan organisasi berita untuk menyampaikan informasi terkini dengan beragam cara yang menarik dan berbeda.

Penggunaan fitur teks, gambar, video, dan stiker dalam postingan Instagram memungkinkan penyajian berita yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh

pengikut. Sementara itu, live streaming dan IGTV memberikan kemungkinan untuk menyajikan konten yang lebih mendalam dan interaktif, yang memungkinkan audiens terlibat secara langsung dengan berita dan narasumbernya.

Gambar 4.4. Fitur komentar pada akun instagram Aliansigigsindonesia

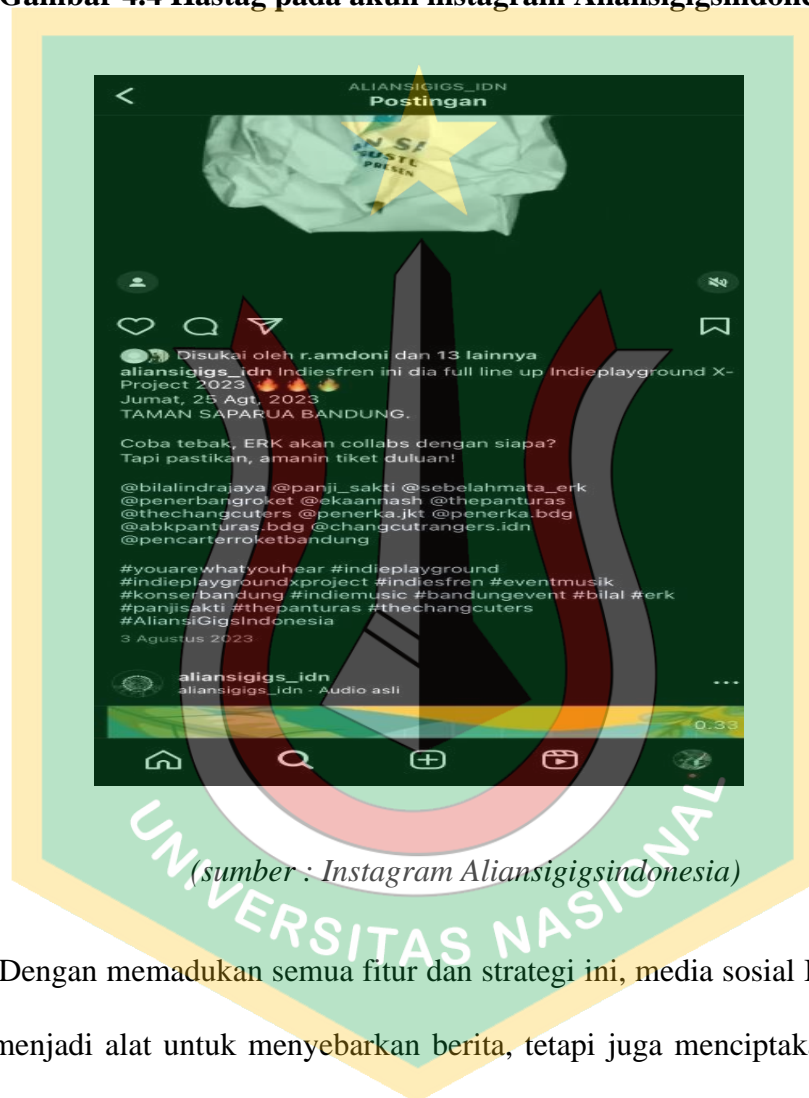


(sumber : Instagram Aliansigigsindonesia)

Selain itu, penggunaan hashtag yang relevan dapat membantu meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten berita di platform, sementara Highlight

memungkinkan berita penting atau liputan acara disimpan dalam jangka waktu yang lebih lama dan mudah diakses oleh pengikut.

Gambar 4.4 Hashtag pada akun instagram Aliansigigsindonesia



Dengan memadukan semua fitur dan strategi ini, media sosial Instagram tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan berita, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan terlibat bagi pengikut. Hal ini memungkinkan media dan organisasi berita untuk tetap relevan dan terhubung dengan audiens mereka dalam era digital yang terus berkembang.

Dari penjabaran pemanfaatan media sosial instagram sebagai penyebaran berita terdapat pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai narasumber.

4.4.1 Penyebaran berita konser melalui fitur instagram stories dengan karakteristik media sosial

Penyebaran berita melalui fitur Instagram Stories merupakan fenomena yang semakin umum terjadi. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten berupa foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam pengguna dapat mengunggah berita dalam bentuk foto, video pendek, atau teks langsung ke Instagram Stories mereka.

Dari hasil penjabaran diatas munculah pertanyaan, peneliti menanyakan kepada informan Bagaimana anda memanfaatkan fitur-fitur khusus Instagram seperti Instagram Stories untuk memperluas jangkauan penyebaran berita konser. Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan informan pokok pertama **Muhammad aidhil fahrezi** selaku ketua media partner aliansigigsindonesia mengenai pemanfaatan fitur untuk penyebaran berita konser melalui instastory sebagai berikut ;

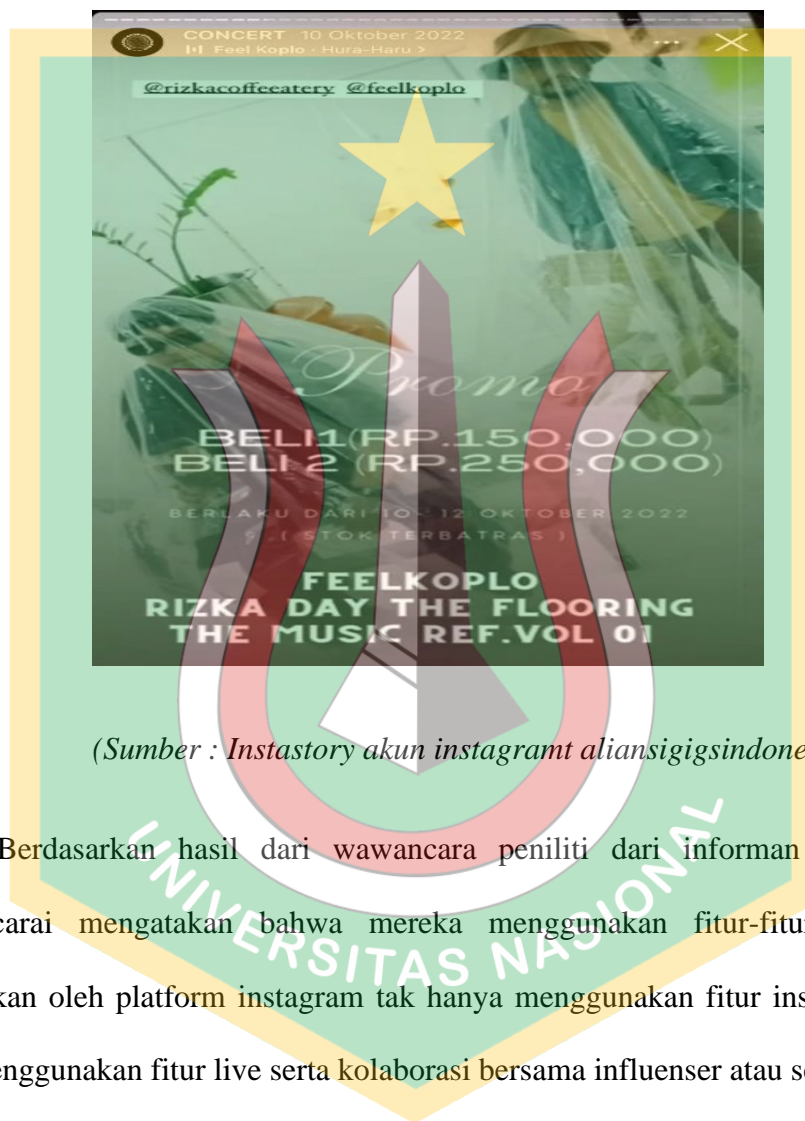
*”Menurut informan pokok pertama bernama **Ahmad Faidil Fahrezi** selaku ketua media partner aliansigigsindonesia mengatakan ” sejauh ini sih media partner agi(Aliansigigsindonesia) manfaatin banget fitur instagram stories dan karena salah satu cara tersebut penting banget untuk meningkatkan promosi dan memperluas jaringan audiens, dengan kita mengupload konten yang menarik dan sesuai juga akan*

meningkatkan engagement. justru sasaran kita yang utama ialah memberikan informasi dengan cepat yaitu lewat instagram story, karena memang fungsi dibalik media sosial instagram melihat story-story orang lain karena itu kita sebagai pengguna media sosial instagram mengikuti apa yang kita ingin tahu mengenai aktivitas orang atau akun tersebut sih, ”.

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti informan yang peneliti wawancarai ini mengatakan bahwa instastory sangatlah efektif dengan mengandalkan fitur Instagram Stories untuk memperluas promosi dan meningkatkan keterlibatan audiens. Tim media partner agi memahami betapa pentingnya fitur ini dalam menyampaikan informasi secara cepat dan efektif kepada pengguna Instagram. Dengan mengunggah konten yang menarik dan relevan, kami dapat meningkatkan engagement dengan audiens kami. Untuk mengetahui pendapat lain, peneliti mengkonfirmasi dan menanyakan pertanyaan yang sama kepada informan kedua terkait pemanfaatan fitur instagram sebagai penyebaran berita melalui instastory. Adapun hasil wawancara peneliti dengan informan pokok kedua yaitu **Muhammad Ramdhoni** selaku tim kreatif dan pengelola akun media sosial, mengatakan bahwa :

”kita memakai macam-macam fitur yang ada di instargam ataupun jenis konten promosi event biar pengunjung tertarik beli tiket yang kita promosiin di instagram, dengan cara live video misalnya, collab sama influencer , menampilkan highlight yang udah dibikin di instastory ,membuat quiz buat followers”

Gambar 4.4.1 Instastory akun instagram Aliansigs indonesia



(Sumber : Instastory akun instagramt aliansigsindonesia)

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa mereka menggunakan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh platform instagram tak hanya menggunakan fitur instastory mereka juga menggunakan fitur live serta kolaborasi bersama influencer atau selebgram untuk meningkatkan penjualan atau mempromosikan tiket dengan cara siaran langsung dan berinteraksi sesama followers mereka. Untuk mengetahui pendapat lain, peneliti mengkonfirmasi dan menanyakan pertanyaan yang sama kepada informan ketiga terkait pemanfaatan fitur instagram sebagai penyebaran berita melalui instastory.

Menurut informan pokok ketiga bernama **Syahrial azhari** sebagai **HR(human Resource) media partner aliانسigsindonesia** mengatakan bahwa

”pertama kita bikin teaser terlebih dahulu dengan menarik tentang event dalam bentuk foto atau video singkat, menggunakan fitur polling atau pertanyaan buat ngajak interaksi untuk pengikut terkait event tersebut. Nah setelah itu kemudian tambahkan stiker lokasi atau hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas”.

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa dengan merencanakan sebuah strategi dengan menggunakan fitur dan memanfaatkannya sebagai interaksi bagi audiens dan akan lebih tertarik untuk diajak berinteraksi dan mudah untuk diamati. Selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan kepada pengikut sekaligus anggota dari organisasi dari aliانسigsindonesia, terkait apakah fitur instastory di instagram dapat membantu pengikut untuk mencari dan mendapatkan informasi seputar pemberitaan konser kepada pengikut sekaligus anggota dari organisasi dari aliانسigsindonesia, yaitu bernama **Ridwan malik** Menurut informan kunci pertama

” dengan adanya instastory kita sebagai pengikut bisa berinteraksi dengan membalas atau reply pada konten instastory. jujur sih cukup banget ngebantu pengikut yang ingin cari tahu atau cari informasi tentang seseorang atau sebuah akun. Yang kita lihat pertama kali adalah instastory nya terlebih dulu aktif atau tidaknya sebuah akun media sosial soalnya kita ngelihat dari aktivitas media sosial tersebut dulu kan,

kapan terakhir kali mereka upload instastory, yang utama melihat instastory terlebih dahulu, karena kalau misalkan media sosial tersebut jarang melakukan kegiatan atau aktivitas media sosial otomatis kita tidak akan terima informasi atau pesan yang kita ingin peroleh”.

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa instastory pada fitur instagram dapat membantu dan memudahkan pengikut pada sebuah akun untuk mendapatkan informasi yang mereka ingin ketahui, dengan cara pengikut memantau aktivitas pada instastory suatu akun instagram. Pertanyaan yang sama yang peneliti berikan kepada informan kunci yang kedua dengan penggunaan pada fitur instastory di instagram untuk membantu mencari informasi seputar pemberitaan konser. Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu followers yang merupakan followers dari akun instagram media partner aliansigigsindonesia, mengatakan bahwa :

*”Menurut informan kunci kedua bernama **amelia putri herawati sebagai follower pada akun aliansigigsindonesia** juga mengatakan ” menurut saya instastory adalah ujung tombak dari sebuah pemberi informasi dari media sosial instagram karena informasi yang diterima cukup efektif dengan durasi yang enggak memakan waktu panjang, jadi penonton instastory lebih bisa menghemat waktu atau efisien karena dengan beberapa detik aja kita sebagai pengikut instagram sudah tau isi pesan yang disampaikan melalui instastory yang disajikan”.*

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancara mengatakan bahwa instastory adalah kunci utama dalam fitur instagram untuk penyebaran berita dengan waktu singkat tetapi informatif dan tidak memerlukan durasi panjang sehingga penonton tidak membuang-buang waktu yang sangat lama.

Gambar 4.4.1 Instastory akun instagram Aliansigigs indonesia



(Sumber : Instastory akun instagram aliensigigsindonesia)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan dan dilakukan dengan informan pokok pertama sampai ketiga dan informan kunci pertama sampai informan kunci kedua, setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melihat adanya pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran berita atau informasi melalui fitur instastory pada instagram akun tersebut. Setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari teori karakteristik media sosial yaitu **jaringan atau**

networking, informasi atau information, arsip atau archive, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna atau user generated content. Berdasarkan dari wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram dengan penggunaan fitur instastory sebagai penyebaran berita konser telah menerapkan unsur teori karakteristik media sosial yang pertama yaitu **jaringan atau network** terlihat dari pernyataan informan pokok pertama yaitu Muhammad aidhil fahrezi dia mengatakan

”sejauh ini sih media partner agi(Aliansigigsindonesia) manfaatin banget fitur instagram stories dan karena salah satu cara tersebut penting banget untuk meningkatkan promosi dan memperluas jaringan audiens, dengan kita mengupload konten yang menarik dan sesuai juga akan meningkatkan engagement”.

Dikarenakan peneliti melihat bahwa adanya penerapan pada unsur teori karakteristik media sosial yaitu **interaksi** terlihat dari pernyataan informan kunci pertama mengatakan *”dengan adanya instastory kita sebagai pengikut bisa berinteraksi dengan membalas atau reply pada konten instastory”.* Peneliti juga melihat adanya unsur teori karakteristik media sosial **Informasi** dari pernyataan informan kunci kedua mengatakan *”menurut saya instastory adalah ujung tombak dari sebuah pemberi informasi dari media sosial instagram karena informasi yang diterima cukup efektif dengan durasi yang enggak memakan waktu panjang, jadi penonton instastory lebih bisa menghemat waktu atau efisien karena dengan beberapa detik aja kita sebagai pengikut instagram sudah tau isi pesan yang disampaikan melalui instagramstory yang disajikan”.* Selain itu peneliti juga melihat adanya unsur

teori karakteristik media sosial **pengguna atau user generated content(UGC)** dari pernyataan informan pokok ketiga mengatakan *”pertama kita bikin teaser terlebih dahulu dengan menarik tentang event dalam bentuk foto atau video singkat, menggunakan fitur polling atau pertanyaan buat ngajak interaksi untuk pengikut terkait event tersebut. Nah setelah itu kemudian tambahkan stiker lokasi atau hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas”*.

4.4.2 Penyebaran berita konser pada fitur instagram rells dengan karakteristik media sosial

Instagram Reels adalah sebuah fitur yang diperkenalkan oleh Instagram sebagai respons terhadap popularitas konten video pendek, mirip dengan yang ada di TikTok. Dengan Reels, pengguna dapat membuat dan membagikan video-video berdurasi hingga 60 detik, memberikan kesempatan bagi mereka untuk menghasilkan konten yang singkat namun menarik, sejalan dengan tren konten singkat yang sedang berkembang. Fitur ini menyediakan berbagai alat kreatif yang dapat digunakan pengguna untuk mengedit video mereka, termasuk efek, filter, dan stiker, yang dapat meningkatkan kualitas visual dan kreativitas dari video Reels mereka.

Salah satu fitur utama dari Reels adalah kemampuannya untuk menyertakan musik dalam video. Pengguna dapat memilih lagu dari perpustakaan musik yang disediakan oleh Instagram, atau menggunakan audio asli untuk memberikan sentuhan unik pada

video mereka. Dengan fitur ini, pengguna dapat membuat lip-sync, menampilkan tarian, atau menghasilkan konten yang sesuai dengan musik yang dipilih, menambahkan dimensi kreatif dan keunikan pada video mereka.

Reels juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas dan kreatif. Dengan dukungan berbagai alat pengeditan yang tersedia, pengguna dapat menciptakan konten yang unik dan menarik dengan mudah. Fitur ini juga memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam tren yang sedang populer di platform, serta untuk terhubung dengan audiens yang lebih luas melalui eksplorasi konten yang dipromosikan oleh Instagram. Dengan demikian, Instagram Reels tidak hanya menjadi sarana untuk berbagi video pendek, tetapi juga merupakan platform untuk mengeksplorasi kreativitas dan meningkatkan interaksi dengan pengguna lainnya.

Dari hasil penjabaran diatas munculah pertanyaan, peneliti menanyakan kepada informan apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser . Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan informan pokok pertama **Muhammad aidhil fahrezi** selaku ketua media partner aliansigigsindonesia mengenai pemanfaatan fitur untuk penyebaran berita konser melalui rells sebagai berikut ;

"cukup ngaruh sih kata saya ya , termasuk buat cari tahu tentang event atau festival musik dengan fitur seperti Instagram Reels dengan menonton video rells yang

durasinya cukup lama penggunaanya dapat mendapatkan informasi dan berita seputar konser dengan secara mendalam ”.

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancara mengatakan bahwa untuk bisa mengetahui informasi dan berita seputar konser pengguna atau pengikut bisa menonton pada video rells yang memberikan informasi yang cukup banyak tentang kegiatan acara konser yang akan berlangsung. Selanjutnya peneliti juga menanyakan pertanyaan yang sama apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser kepada informan pokok kedua yang bernama **Muhammad Ramdhoni** selaku tim kreatif dan tim media sosial mengatakan bahwa :

”penggunaan Instagram Reels dapat memberikan keuntungan besar baik berupa materi atau non materi menurut sayai, dalam menghadirkan konten yang menarik dan menghibur kepada audiens mereka, jadi lumayan berpengaruh buat inside akun instagram aliansigigsindonesia. Dengan kemampuan untuk membuat dan membagikan video pendek yang menarik, media partner bisa banget manfaatin Reels buat nyorot liputan acara pas konser berlangsung, dan juga nampilin cuplikan wawancara dengan narasumber atau dengan strangers”.

Dari hasil wawancara yang peneliti dari infoman yang peneliti wawancara mengatakan bahwa rells dapat memberikan inside kepada akun instagram aliansigigsindonesia walaupun tidak begitu banyak berpengaruh tetapi karena adanya

fitur instagram rells jadi lebih seru dan menarik sehingga pengguna lebih memilih fitur rells untuk mendapatkan banyak berita seputar kegiatan konser. Selanjutnya peneliti juga menanyakan pertanyaan yang sama apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser kepada informan pokok ketiga yaitu bernama **Syahrial azhari** selaku HR(Human Resouce) mengatakan bahwa :

” bagi media partner aliansigigsindoneia sebagai media penyebaran berita konser terutama. Dengan durasi video yang terbatas hingga 60 detik itu, Reels sangat amat memungkinkan sih bakal media partner buat menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien, tanpa kehilangan daya tarik visual, promosi melalui Instagram Reels juga memiliki potensi yang cukup besar buat mencapai beragam kelompok sasaran. Soalnya fitur instagram juga sangat kreatif seperti musik misalnya, filter, dan efek yang sudah disediakan , dan tinggal konten promosinya aja bisa disesuaikan dengan preferensi dan minat audiens yang beragam. Dengan demikian, keberadaan Instagram Reels tidak hanya menjadi alat yang efektif bagi media partner dalam memperluas cakupan dan interaksi dengan audiens, tetapi juga merupakan strategi promosi yang penting bagi berbagai jenis bisnis dan organisasi. Melalui kreativitas dan inovasi dalam penggunaan fitur ini, media partner dan pelaku promosi lainnya dapat memanfaatkan potensi penuh dari platform media sosial yang populer ini untuk mencapai tujuannya”.

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa durasi rells cukup untuk memberikan informasi dan pemberitaan

dengan cukup detail, efektif dan tepat sasaran karena dengan fitur yang menarik serta diinovasikan dengan musik jadi berita yang disampaikan sangat mungkin untuk mencapai tujuan pemberitaan melalui instagram reels. Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama terkait apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser kepada informan kunci pertama yang bernama **Ridwan malik sebagai anggota dan followers media partner aliانسigsindonesia** mengatakan bahwa :

"menurut saya dengan fitur reels kita mendapatkan informasi yang cukup detail dengan durasi waktu yang cukup lama jadi berpengaruh banget ya buat audiens. Ditambah lagi nih dimasukin musik yang emang hampir semua orang mendengarkan musik yang di pakai jadi agak lebih tertarik untuk menonton reels sampai selesai".

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa instagram reels lebih menarik untuk ditonton dibandingkan dengan instastory yang hanya memberikan teaser atau cuplikan saja. Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama terkait apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser kepada informan kunci kedua yang bernama **Amelia putri herawati sebagai followers instagram media partner aliانسigsindonesia** mengatakan ;

"menurut aku ya konten video pendek yang dibagikan melalui fitur Reels dapat memberikan sneak peek tentang suasana di konser, mengungkapkan detail tentang

lineup artis yang akan tampil, atau memberikan cuplikan singkat dari performa live yang sedang berlangsung. musik yang digunakan dalam Reels memungkinkan pembuat konten untuk menambahkan soundtrack yang cocok dengan suasana konser, meningkatkan pengalaman menonton pengikut atau followers, Musik dapat menjadi alat yang kuat untuk menarik perhatian pengikut atau followers dan membuat mereka tertarik untuk menghadiri konser tersebut. Menurut pengikut yakin bahwa fitur Reels memiliki dampak yang positif dalam pemberitaan tentang konser, memungkinkan pengikut untuk tetap terinformasi tentang acara musik yang sedang trending atau yang akan datang, dan bahkan dapat membantu meningkatkan antusiasme dan partisipasi dalam event tersebut”.

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa konten reels dapat memberikan suasana yang real sehingga bisa meningkatkan keinginan audiens atau pengikut untuk lebih antusias saat ingin menghadiri acara konser tersebut dengan dibalut musik yang menjadi alat daya tarik dalam meningkatkan partisipasi dalam event.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan dan dilakukan dengan informan pokok pertama sampai ketiga dan informan kunci pertama sampai informan kunci kedua, setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melihat adanya pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran berita atau informasi melalui fitur reels pada instagram akun tersebut. Setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari teori karakteristik media sosial yaitu jaringan atau

networking, informasi atau information, arsip atau archive, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna atau user generated content. Berdasarkan dari wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram dengan penggunaan fitur reels instagram sebagai penyebaran berita konser telah menerapkan unsur teori karakteristik media sosial yang pertama yaitu konten oleh pengguna (**User Generated Content**) dilihat dari pernyataan informan pokok kedua yaitu mengatakan ;

”penggunaan Instagram Reels dapat memberikan keuntungan besar baik berupa materi atau non materi menurut saya, dalam menghadirkan konten yang menarik dan menghibur kepada audiens mereka, jadi lumayan berpengaruh buat inside akun instagram aliansigigsindonesia. Dengan kemampuan untuk membuat dan membagikan video pendek yang menarik, media partner bisa banget manfaatin Reels buat nyorot liputan acara pas konser berlangsung, dan juga nampilin cuplikan wawancara dengan narasumber atau dengan strangers”

Dikarenakan peneliti melihat bahwa adanya penerapan pada unsur teori karakteristik media sosial yaitu **Information (Informasi)** terlihat dari pernyataan informan pokok ketiga yaitu mengatakan ;

”bagi media partner aliansigigsindoneia sebagai media penyebaran berita konser terutama. Dengan durasi video yang terbatas hingga 60 detik itu, Reels sangat amat memungkinkan sih bakal media partner buat menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien, tanpa kehilangan daya tarik visual, promosi melalui Instagram Reels juga

memiliki potensi yang cukup besar buat mencapai beragam kelompok sasaran. Soalnya fitur instagram juga sangat kreatif seperti musik misalnya, filter, dan efek yang sudah disediakan , dan tinggal konten promosinya aja bisa disesuaikan dengan preferensi dan minat audiens yang beragam. Dengan demikian, keberadaan Instagram Reels tidak hanya menjadi alat yang efektif bagi media partner dalam memperluas cakupan dan interaksi dengan audiens, tetapi juga merupakan strategi promosi yang penting bagi berbagai jenis bisnis dan organisasi. Melalui kreativitas dan inovasi dalam penggunaan fitur ini, media partner dan pelaku promosi lainnya dapat memanfaatkan potensi penuh dari platform media sosial yang populer ini untuk mencapai tujuannya”.

Peneliti juga melihat bahwa adanya penerapan pada unsur teori karakteristik media sosial yaitu **Archive (arsip)** penyimpanan atau arsip yang dilakukan bukan mengacu dalam arti menyimpan melainkan membagikan atau publikasi. terlihat dari pernyataan informan kedua mengatakan ;

”kita memakai macam-macam fitur yang ada di instargam ataupun jenis konten promosi event biar pengunjung tertarik beli tiket yang kita promosiin di instagram, dengan cara live video misalnya, collab sama influencer , menampilkan highlight yang udah dibikin di instastory ,membuat quiz buat followers”

4.4.3 Penyebaran berita konser pada fitur instagram IGTV dengan karakteristik media sosial

fitur IGTV memiliki potensi besar dalam penyebaran berita tentang konser. IGTV memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video dengan durasi yang lebih panjang, yang dapat dimanfaatkan oleh media partner atau akun terkait untuk memberikan liputan yang lebih mendalam tentang konser-konser yang akan datang atau sedang berlangsung.

Salah satu cara penyebaran berita konser melalui IGTV adalah dengan membuat video wawancara dengan artis atau penyelenggara acara, yang dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang apa yang bisa diharapkan dari konser tersebut. Wawancara ini dapat mencakup detail tentang persiapan acara, cerita di balik panggung, atau bahkan pendapat pribadi dari para artis tentang konser tersebut.

Selain itu, media partner juga dapat menggunakan IGTV untuk memberikan cuplikan dari konser-konser yang telah berlangsung. Video ini dapat berupa highlight dari penampilan-penampilan yang menarik, momen-momen spesial selama acara, atau bahkan rekaman lengkap dari konser tersebut, memberikan pengalaman yang lebih lengkap kepada pengguna yang tidak dapat hadir secara langsung.

Dari hasil penjabaran diatas munculah pertanyaan, peneliti menanyakan kepada informan Apakah ada teknik khusus yang digunakan dalam IGTV untuk mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik dan apasih fungsi IGTV.

Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan informan pokok pertama **Muhammad aidhil fahrezi** selaku ketua media partner aliansigigsindonesia mengatakan bahwa :

"kita gak pake trik khusus kok, karena kita hanya pakai promosi berbayar dari instagram untuk memperluas jaringan promosi dengan jangka waktu yang sudah ditentukan oleh platform tersebut. Fungsi igtv menurut saya adalah ngebuat konten dengan durasi yang sangat panjang dengan durasi diatas 30 menit untuk memberikan informasi dan berita terkait konser "

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancara mengatakan bahwa mereka tidak menggunakan trik khusus untuk melakukan promosi serta menarik perhatian audiens tetapi mereka membayar jasa promosi untuk menarik audiens untuk tujuan yang mereka tuju. Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama terkait Apakah ada teknik khusus yang digunakan dalam IGTV untuk mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik dan apasih fungsi IGTV Menurut informan pokok kedua bernama **Muhammad Ramdhoni** selaku tim kreatif dan media sosial mengatakan :

"kita bikinin video seputar pengumuman lineup yang bertahap biar bisa meningkatkan rasa penasaran penonton nih. nah Sebelum pengumuman, kita juga bisa membuat teaser yang memberikan clue siapa pengisi eventnya. Misalnya, dengan memberi tahu inisial, ciri-ciri, atau foto yang dipotong/diblur".

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa harus menggunakan strategi untuk meningkatkan rasa penasaran dan antusias penonton dan merahasiakan bintang tamu. Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama terkait Apakah ada teknik khusus yang digunakan dalam IGTV untuk mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik dan apakah fungsi IGTV Menurut informan pokok ketiga yang bernama **Syahrial azhari** mengatakan bahwa :

"Sebenarnya engga ada teknik khusus sih sama buat promosiin konser di Jakarta lewat IGTV tapi kami cuman membuat konsep nya aja seperti apa sih konten yang kita bikin lewat IGTV jadi gada trik khusus, lebih ke improve aja buat konsep dan konten-kontennya mau kaya gimana. Fungsi IGTV bisa juga menyimpan bekas siaran live instagram yang telah lalu atau kemarin misalnya. Jadi kaya arsip atau memori buat disimpen di feed".

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa sama seperti pada jawaban informan pokok kedua dan tidak ada trik khusus untuk menarik audiens dalam melakukan promosi event.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan dan dilakukan dengan informan pokok pertama sampai ketiga, setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melihat adanya pemanfaatan media

sosial sebagai penyebaran berita atau informasi melalui fitur IGTV pada instagram akun tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan dan dilakukan dengan informan pokok pertama sampai ketiga dan informan kunci pertama sampai informan kunci kedua, setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melihat adanya pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran berita atau informasi melalui fitur instastory pada instagram akun tersebut. Setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari teori karakteristik media sosial yaitu **jaringan** atau **networking**, **informasi** atau **information**, **arsip** atau **archive**, **interaksi**, **simulasi sosial**, **konten oleh pengguna** atau **user generated content**. Berdasarkan dari wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram dengan penggunaan IGTV sebagai penyebaran berita konser telah menerapkan unsur teori karakteristik media sosial yang pertama yaitu jaringan atau network terlihat dari pernyataan informan pokok pertama yaitu Muhammad aidhil fahrezi dia mengatakan ;

”kita gak pake trik khusus kok, karena kita hanya pakai promosi berbayar dari instagram untuk memperluas jaringan promosi dengan jangka waktu yang sudah ditentukan oleh platform tersebut. Fungsi igtv menurut saya adalah ngebuat konten dengan durasi yang sangat panjang dengan durasi diatas 30 menit untuk memberikan informasi dan berita terkait konser ”.

Berdasarkan dari wawancara menunjukan bahwa pemanfaatan media sosial instagram dengan penggunaan fitur instastory sebagai penyebaran berita konser telah menerapkan unsur teori karakteristik media sosial. Dikarenakan peneliti melihat bahwa adanya penerapan pada unsur teori karakteristik media sosial yaitu **interaksi** terlihat dari pernyataan informan pokok kedua mengatakan ;

” Kamu bisa memanfaatkan berbagai fitur ataupun jenis content promosi event agar pengunjung tertarik untuk membeli tiket eventmu. Dengan cara live video atau siaran langsung”.

Peneliti juga melihat adanya unsur teori karakteristik media sosial **User generated Content (UGC) atau konten oleh pengguna** dari pernyataan informan kunci kedua mengatakan ;

”kita bikinin video seputar pengumuman lineup yang bertahap biar bisa meningkatkan rasa penasaran penonton nih. nah Sebelum pengumuman, kita juga bisa membuat teaser yang memberikan clue siapa pengisi eventnya. Misalnya, dengan memberi tahu inisial, ciri-ciri, atau foto yang dipotong/diblur”.

peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melihat adanya pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran berita atau informasi melalui fitur IGTV pada akun instagram tersebut.

4.4.4 Penyebaran berita konser pada fitur instagram feed dengan karakteristik media sosial

Penyebaran informasi tentang konser melalui fitur feed di Instagram merupakan strategi yang vital untuk memperluas cakupan dan meningkatkan kesadaran tentang acara tersebut. Media partner atau penyelenggara acara dapat mengadopsi pendekatan yang terjadwal dengan membuat postingan yang mengumumkan detail tentang konser, termasuk tanggal, lokasi, lineup artis, dan informasi tiket. Dengan menggunakan postingan terjadwal, dapat memastikan bahwa informasi tentang konser disampaikan secara teratur dan konsisten kepada audiens .

Dalam menyusun postingan di feed Instagram, sangat penting untuk melengkapi konten dengan elemen visual yang menarik. Ini dapat berupa gambar poster acara yang eye-catching, foto-foto artis yang akan tampil, atau video teaser yang memperlihatkan atmosfer konser. Dengan konten visual yang menarik, postingan akan lebih mampu menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk mencari tahu lebih lanjut tentang acara tersebut.

Selain konten visual, caption yang menarik juga memiliki peran penting dalam menarik perhatian pengguna. Caption dapat berisi informasi tambahan tentang konser, cerita menarik di balik panggung, atau bahkan pengalaman pribadi dari konser sebelumnya. Dengan menggunakan caption yang menarik, postingan akan lebih mudah

ditemukan oleh pengguna dan memiliki potensi untuk mendapatkan lebih banyak interaksi.

Dari hasil penjabaran diatas munculah pertanyaan, peneliti menanyakan kepada informan Bagaimana strategi penyebaran berita konser melalui fitur feed di Instagram membantu media partner atau penyelenggara acara dalam memperluas cakupan dan meningkatkan kesadaran tentang acara tersebut. Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan informan pokok pertama yang bernama **Muhammad aidhil fahrezi** selaku ketua media partner aliansigigsindonesia mengaktakan bahwa :

”Mengatur strategi dulu ya pastinya buat penyebaran berita konser melalui fitur feed dengan cara upload foto dan video yang menarik di feed Instagram karena akan membantu media partner nantinya atau penyelenggara acara dalam memperluas cakupan dengan menjangkau audiens yang lebih luas, melalui melakukan postingan terjadwal dan konsisten mas yang terkait detail konser dan konten visual yang menarik penonton”.

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa harus mengatur strategi dengan upload foto dan video tentang konser di beranda feed. Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama bagaimana strategi penyebaran berita konser melalui fitur feed di Instagram membantu media partner atau penyelenggara acara dalam memperluas cakupan dan meningkatkan

kesadaran tentang acara tersebut. Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan informan pokok kedua yang bernama **Muhammad Ramdhoni** mengatakan bahwa :

” Misalnya dengan mengirimkan postingan yang menarik di beranda feed kita dan pake hashtag yang sesuai juga dapat ngebantu ningkatkan jpromosi, menarik pengguna lain buat mendapatkan pujian serta apresiasi dan bikin mudah pengguna buat cari informasi tentang konser, khususnya bagi orang-orang yang tertarik sama topik tersebut”.

Dari hasil wawancara yang peneliti dari informan yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa harus memposting foto dan video yang menarik karena postingan yang menarik akan membawa banyak pengguna memberikan apresiasi seperti like dan comment. Tombol like yang mengartikan kita menyukai bahwa foto atau video yang diposting sangat menarik perhatian. Dan tombol komentar juga bisa memberikan interaksi atau apresiasi terhadap apa yang kita unggah ke feed inistagram.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan dan dilakukan dengan informan pokok pertama sampai ketiga dan informan kunci pertama sampai informan kunci kedua, setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melihat adanya pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran berita atau informasi melalui fitur feed pada instagram akun tersebut.

Setelah peneliti konfirmasi dapat ditinjau dari teori karakteristik media sosial yaitu **jaringan** atau **networking**, **informasi** atau **information**, **arsip** atau **archive**, **interaksi**, **simulasi sosial**, **konten oleh pengguna atau user generated content**. Berdasarkan dari wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram dengan penggunaan fitur instastory sebagai penyebaran berita konser telah menerapkan unsur teori karakteristik media sosial.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara observasi dan dokumentasi dengan dengan informan pokok dan informan kucin (key informan), peneliti mendapatkan rumusan masalah sebagai hasil penelitian ini berdasarkan variabel yang menjadikan kunci pertanyaan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti meringkas mengenai jaringan, informasi, interaksi, konten pada pengguna, arsip, simulasi sosial pada instagram aliansigigsindonesia melalui produksi konten.

Yang pertama adalah jaringan, jaringan terdapat pada akun media sosial instagram @Aliansigigsindonesia memanfaatkan jaringan tersebut karena jaringan merupakan modal utama sebagai sebagai penunjang untuk membagikan informasi atau berita yang akan dibagikan di instagram. Muhammad ramhoni selaku pengelola akun media sosial @Aliansigigsindonesia menjelaskan cara membentuk jaringan antar pengguna pada akun @Aliansigigsindonesia yaitu dengan Jaringan merujuk pada koneksi atau hubungan antarindividu, organisasi, atau entitas lainnya. Dengan memanfaatkan

jaringan, akun media sosial seperti @Aliansigigsindonesia dapat mengoptimalkan distribusi informasi atau berita kepada audiensnya. Jaringan ini dapat meliputi pengikut (followers), rekan bisnis, influencer, atau komunitas yang relevan dengan konten yang dibagikan. Dengan membangun dan memelihara jaringan yang kuat, pada akun tersebut dapat meningkatkan jangkauan dan dampak dari konten yang dibagikan, serta memperluas basis pengikutnya. Dengan demikian, jaringan menjadi modal utama yang memungkinkan akun media sosial untuk efektif dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan komunikasinya.

Dari pendapat informan informan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa jaringan atau koneksi merupakan komponen penting dalam penggunaan media sosial. Untuk memandapatkan kelancaran penggunaan dalam melakukan penyebaran berita melalui media sosial instagram.

Kedua, Informasi. Informasi yang ditemukan di media sosial tidak selalu dapat dibagikan dan ditukar. Informasi yang cocok untuk dibagikan dan ditukar adalah yang bersifat umum, sementara informasi yang bersifat pribadi dan tidak cocok untuk dipublikasikan tidak dapat dibagikan atau ditukar. Selain berbagi dan bertukar informasi, pengguna media sosial sering menggunakan informasi sebagai dasar untuk berinteraksi. Interaksi yang terjadi karena informasi sering kali berkaitan dengan pengetahuan baru atau berita terkini. Namun, tidak semua informasi yang ditemukan di media sosial cocok untuk digunakan sebagai dasar interaksi. Ada berbagai cara untuk

memulai interaksi di media sosial Instagram, seperti memberi like, memberikan komentar, mengirimkan pesan langsung, dan lainnya.

Ketiga, Arsip (archive). Penyimpanan atau arsip pada media sosial mengacu dalam arti menyimpan, melainkan membagikan atau publikasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa Aliansigigsindonesia memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran berita atau informasi.

Keempat, adalah interaksi. Interaksi yang terjadi melalui media sosial atau secara langsung dapat memperluas pertemanan dan menambah pengikut. Muhammad Ramdhoni selaku pengelola akun media sosial aliandsigigsindonesia mengatakan bahwa "interaksi di media sosial itu sangat membantu karena media sosial adalah tempat untuk bertukar informasi bahkan dapat menambah jaringan komunikasi perihal seputar berita konser. Dengan menyajikan konten yang informatif dapat membuat interaksi yang baik sehingga terciptanya hubungan baik antara individu, instansi, atau organisasi.

Kelima, yaitu. Simulasi sosial didalam simulasi sosial terdapat etika etika dalam media sosial sangat diperlukan oleh seluruh pengguna media sosial. Hal tersebut diperlukan untuk menjaga keharmonisan media sosial. Layaknya kehidupan sosial didunia nyata, kita harus menjaga sikap, perilaku, hingga kata-kata yang kita hendak uturkan dimedia sosial. Karena negara indonesia adalah negara hukum dimana pelanggaran dalam media sosial juga termasuk kejahatan yang mana disusun dalam

undang-undang RI No.11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Keenam, adalah konten oleh pengguna. Konten oleh pengguna dapat mempengaruhi bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran berita dan informasi. Sebagaimana kita harus memilah konten apa yang tepat untuk dibagikan kepada audiens kita. Seleksi konten tersebut bisa dimulai dari memilih berita hingga informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan moment tertentu.

Muhammad Ramdhoni selaku pengelola akun media sosial instagram aliansigigsindonesia menambahkan tanggapan dan harapan mengenai konten pada akun instagram @Aliansigigsindonesia "konten yang kita produksi terlebih khusus kegiatan pada pemberitaan konser di jakarta merupakan tidak membuat konten yang keluar dari konteks pemberitaan pada sebuah acara musik harapannya agar kita tetap konsisten tentang semua kegiatan acara konser musik supaya bisa berkembang lebih pesat lagi dari yang sekarang dan mendapatkan verifed atau centang biru pada akun media sosial instagram aliansigigsindonesia.

4.6 Hasil Penelitian

Dari hasil pembahasan, berikut adalah pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan oleh akun aliansigigsindonesia sebagai penyebaran berita konser di jakarta melalui media sosial dengan fitur instagram. Adapun hasil penelitian sebagai berikut :

Table 4.6 Hasil Observasi Penelitian

NO	TEORI NEW MEDIA KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL	HASIL PENELITIAN
1.	Jaringan atau networking	Berdasarkan hasil eksplorasi diperlukan jaringan atau networking dalam membuat suatu konten acara musik untuk menyampaikan penyebaran berita informasi pada suatu acara musik melalui fitur pada instagram instastory, rells, IGTV, dan feed agar proses pembuatan konten tidak mengalami hambatan.
2	Interaksi	Berdasarkan hasil eksplorasi peneliti, dapat diketahui pemilihan media yang digunakan sudah sangat benar, interaksi adalah sistem yang menjadi perantara bagi pengguna dan perangkat teknologi. Perlu diketahui bahwa semua fitur yang ada pada media sosial instagram bisa membentuk sebuah interaksi sesama pengguna media sosial dengan menggunakan fitur instastory pengguna bisa membuat interaksi seputar pemberitaan konser yang akan diselenggarakan dengan cara me-reply story pada cerita tersebut, fitur

		<p>rells pada instagram juga membentuk adanya interaksi dengan pengguna media sosial menggunakan fitur comment. Pengguna bisa bereaksi pada fitur komen dan berinteraksi dengan menanyakan hal hal yang berkaitan dengan acara konser musik ,seperti wawancara dengan artis, mengeksplor suasana pada acara tersebut pada konten rells difitur comment tersebut. Begitu juga dengan IGTV dan feeds pada media sosial instagram.</p>
3	<p>Informasi atau information</p>	<p>Berdasarkan hasil eksplorasi peneliti, informasi yang dibagikan pada media sosial harus ringkas dan jelas pesannya memberikan pemahaman yang mudah untuk diterima. Dari hasil penelitian yang dilaksanakan peneliti media sosial instagram aliansigigsindonesia membagikan informasi yang jelas pesannya sifatnya umum dan dapat diterima oleh semua pengguna. Namun informasi yang diberikan pada akun instagram aliansigigsindonesia hanya seputar berita konser yang akan diselenggarakan. Jadi akun ininstagram aliansigigsindonesia sudah mengetahui audiensnya sendiri terkhusus pada orang orang pecinta musik atau</p>

		<p>menonton konser. Bahasa yang digunakan untuk menyampaikan berita konser yaitu santai dan tidak baku dan terkesan formal layaknya seperti pada akun media partner lainnya. Informasi yang disampaikan sesuai dengan fakta atau kejadian real, membagikan informasi yang valid sehingga khalayak dpt dengan mudah menangkap informasi yang disampaikan oleh akun media sosial instagram aliansigigsindonesia</p>
4	Arsip atau archive	<p>Berdasarkan hasil eksplorasi peneliti, arsip dapat menyimpan dan mengakses informasi dalam jangka waktu yang lama. Terdapat kelebihan dan kekurangan dalam melakukan arsip pada media sosial, kelebihan pada arsip yaitu dapat menyimpan dengan baik disaat kegiatan tersebut dilaksanakan sedangkan kurangnya yaitu berita yang tersimpan dimedia sosial instagram tersebut dapat disalin dan dibagikan kembali oleh pengguna</p>
5	Simulasi sosial	<p>Berdasarkan hasil eksplorasi peneliti, setiap akun media sosial pasti memiliki aturan sendiri begitu juga dengan akun instagram aliansigigsindonesia dengan menerpkan etika dan aturan sangat diperlukan karena</p>

		<p>etika merupakan cerminan langsung pengguna instagram tersebut. Untuk menjaga ketentraman dan keharmonisan dalam bermedia sosial. Etika yang diterapkan pada akun instagram aliansigigsindonesia yaitu dilarang berkomentar tentang isu SARA, seksualitas, body shaming atau ujar kebencian yang dapat menyinggung perasaan orang lain secara individu ataupun kelompok</p>
6	<p>Konten oleh pengguna</p>	<p>Berdasarkan hasil eksplorasi peneliti, konten yang diproduksi hanya berdasarkan kebutuhan dan moment-moment tertentu. Konten yang diproduksi pada akun instagram aliansigigsindonesia kebanyakan tentang seputar informasi terkait konser, giveaway, line up artis, potongan harga tiket atau diskon, dan konser musik yang akan datang. Aliansigigsindonesia mengupayakan untuk memberikan konten konten yang bervariasi, informatif dan lengkap terkait pemberitaan konser dijakarta khususnya, dengan begitu media sosial instagram aliansigigsindonesia mendapatkan insight dan perhatian dari followersnya sehingga pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan</p>

		untuk penyebaran berita informasi seputar konser musik dapat terwujud dan berjalan dengan baik.
--	--	---

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teori karakteristik media sosial diatas peneliti akan menarik kesimpulan sebagai mana yang sudah peneliti lakukan pada penelitian.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan media sosial instagram pada akun aliansigigsindonesia untuk memperkenalkan kepada publik atau khalayak mengenai kegiatan yang dilakukan pada akun media partner instagram aliansigigsindonesia. Dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media penyebaran berita dan informasi terkait konser dilalui dengan enam unsur atau enam indikator karakteristik media sosial yaitu, pertama media sosial aliansigigsindonesia mengandalkan jaringan untuk memanfaatkan media sosial sebagai penyebaran informasi berita konser.

Kedua, media sosial instagram aliansigigsindonesia membagikan informasi yang sifat nya umum dan dapat diterima semua pengguna.

Ketiga, arsip media sosial instagram aliansigigsindonesia bukan arsip dalam artian menyimpan, tetapi arsip media sosial yang bertujuan untuk memberikan berita dan informasi seputar konser.

Keempat, media sosial aliansigigsindonesia memanfaatkan interaksi yang terjadi di instagram sebagai ujung tombak dalam penyebaran informasi dengan mengandalkan hubungan antar pengguna.

Kelima, memanfaatkan media sosial instagram sebagai media penyebaran berita konser dengan menerapkan etika dan aturan yang mengikat pengikutnya.

Keenam, melakukan produksi konten pada media sosial instagram aliansigigsindonesia agar pemanfaatan media sosial instagram sebagai penyebaran berita konser .

5.2. SARAN

- Peneliti menyarankan agar meningkatkan jaringan antar pengguna dengan memperluas jangkauan instagram aliansigigsindonesia, semakain khalayak mengenal dan mengikutin akun tersebut.
- Membuat konten yang lebih kreatif lagi sehingga tidak memberikan rasa bosan kepada pengguna agar tidak terlihat monoton.
- Harus sering melakukan interaksi sesama pengikut atau follower karena interaksi dapat meningkatkan hubungan baik dan kemudahan dalam menyampaikan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221-236
- Abdi Ihsan and Rummyeni. 2017. —Efektivitas Komunikasi Akun Facebook @Erjimedia Dalam Menyebarkan Informasi Dakwah. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Politik* 5, no. 1 hal 5.
- Amanda Santoso, Imam Baihaqi, and Satria Persada, 2017 . —Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita, *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 6, no. 1 hal 50–54.
- Anisah, Nur, Maini Sartika, and Hendra Kurniawan. 2021. —Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4, no. 2 hal 94.
- Arya Nugeraha, and Abdullah Karim. 2020. —Analisa Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarinda (Studi Pada Akun @Samarindaetnam) *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Politik* 1, no. 1 hal 1.
- Bangun, Eric Persadanta, Ferry V.I. A Koagouw, and J.S. Kalangi. 2019. —Analisis Isi Unsur Kelengkapan Berita Pada Media Online Manadopostonline.Com. *Acta Diurna Komunikasi* 1, no. 3 hal 4–13.

Herlina, Novi. 2017. —Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. || Jom Fisip 4, no. 2 hal 2.

Ilham, Nurkamal. 2020. Pemamfaatan Instagram Sebagai Media Penyebar Berita (Study Deskriptif Pada Pikiran Rakyat Online). || jurnal dakwah dan ilmu komunikasi 1, no. 4 hal- 77.

James R Situmorang, 2013 —Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik , Bisnis , Pendidikan Dan Sosial Budaya, || Jurnal Administrasi Bisnis 8, no. 2 hal 73.

Mulyana, A. 2020 . ICT and social media as a marketing communication platform in facilitating social engagement in the digital era. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 13(5), 1–16.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) Profil Internet Indonesia , || last modified 2024, apjii.or.id.

Novika Ika Setyani, 2011. Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas, Jurusan komunikasi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah

(Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*.

Nurrahman, Asih Salima, Ujang Saefullah, and Dono Darsono. 2018 . —Pemanfaatan Instagram Tv Sebagai Media Baru Dalam Penyebaran Berital 1, no. September hal 69.

Novi Herlin. — 2017 . – Efektivitas komunikasi akun instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata sematera barat Olehl 4, no. 2 : 9. *Communication Effectivity, Information, Instagram, Tourism*.

Prihatiningsih, W. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. Jurnal Communication Viii*.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*

Saleh, Gunawan -, and Ribka Pitriani. 2018 . - Pengaruh Media Sosial Instagram Dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya *‘Alone Together.’l Jurnal Komunikasi 10, no. 2 hal 104.*

Witanti Prihatiningsih, 2017 —*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja,l Jurnal Communication VIII, no. 1 hal 52.*

BUKU

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita

Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Jakarta: Prenada Media.

Dewdney, A., & Ride, P. (2006). *The New Media Handbook*. New York: Routledge

Dainton, Marianne. (2018). *Applying Communication Theory for Professional Life*. 4th Edition. California: SAGE Publication.

Griffin, Em. (2018). *A First Look at Communication Theory*. 10th Edition. Boston: McGraw-Hill.

HM Zaenuddin, (2011). *Bacaan wajib wartawan, redaktur, editor dan para mahasiswa jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

McQuail, Dennis (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga, hal. 71

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riser Media Cyber (CYBERMDIA)*. Jakarta: Prenadanadia Gruop

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.

Terry, F. (2005). *New Media an Introduction, Second Edition*. New York: Oxford University Press

Oetama Jacob, (2006). *Sejarah Sosial Media Dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta



PEDOMAN PERTANYAAN

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Media Partner Aliansigigsindonesia Dalam Penyebaran Berita Konser Di Jakarta .

1. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur-fitur khusus Instagram seperti Instagram Stories atau IGTV untuk memperluas jangkauan promosi event?
2. Apakah media sosial instagram sangat berpengaruh terhadap pemberitaan konser pada media partner aliandsigigsindonesia?
3. Apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser ?
4. Apakah telah ada kolaborasi atau kemitraan dengan influencer atau akun populer di Instagram untuk memperluas jangkauan berita konser di Jakarta?
5. Bagaimana cara pengelola akun media sosial dengan penggunaan Instagram sebagai media modern untuk menyebarkan berita yang telah berubah seiring berjalannya waktu?
6. Apakah fitur feed pada instagram merupakan salah satu fitur utama dalam penyebaran berita?
7. Bagaimana penggunaan hashtag di Instagram memengaruhi penyebaran informasi dan berita oleh instagram aliandsigigsindonesia?
8. Apakah Instagram menjadi sumber utama berita bagi sebagian besar pengguna, ataukah masih banyak yang mengandalkan sumber-sumber tradisional seperti situs web berita atau televisi terutama bagi berita konser ?
9. Apakah ada fitur atau teknik khusus yang digunakan dalam Instagram Stories atau IGTV untuk mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik?
10. Bagaimana algoritma Instagram mempengaruhi penyebaran berita dan informasi?

11. Bagaimana media berita mengukur kesuksesan dan dampak dari konten yang mereka sebarkan melalui Instagram? Apakah jumlah pengikut atau interaksi saja sudah cukup mewakili keberhasilan sebuah kampanye informasi?
12. Bagaimana anda sebagai HR dalam Merektut anggota aliansigigsindonesia dan apakah mempunyai kriteria untuk bergabung pada organisasi yang pegang saat ini?
13. Apakah ada upaya khusus untuk membangun komunitas atau fanbase yang aktif di Instagram untuk mendukung penyebaran berita konser di Jakarta?
14. Apakah fitur instastory di instagram dapat membantu pengikut untuk mencari dan mendapatkan informasi seputar pemberitaan konser?
15. Bagaimana strategi penyebaran berita konser melalui fitur feed di Instagram membantu media partner atau penyelenggara acara dalam memperluas cakupan?
16. Menurut pengikut apakah fitur rells cukup membantu dalam mendapatkan informasi dan berita konser ?
17. Apakah fitur feed di Instagram membantu anda sebagai pengikut untuk mendapatkan sumber informasi seputar berita konser di instagram terutama pada instagram aliansigigsindonesia?
18. Menurut Pengikut fitur igtv sangat membantu dalam mendapatkan akses informasi dalam berita konser di instagram?



DOKUMENTASI



Sumber : (Wawancara Tanggal 10 Januari 2024)

DOKUMENTASI



Sumber : (Wawancara Tanggal 15 Januari 2024)

DOKUMENTASI



Sumber : (Wawancara Tanggal 15 Januari 2024)

DOKUMENTASI



Sumber : (Wawancara Tanggal 18 Januari)

UNIVERSITAS NASIONAL

DOKUMENTASI



Sumber : (Wawancara Tanggal 19 Januari 2024)

TRANSKIP WAWANCARA

Informan Pokok : Ketua MediaPartner Organisasi Aliansigigsindonesia

Nama Informan : Muhammad Aidhil Fahrezi
Usia : 25 Tahun

1. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur-fitur khusus Instagram seperti Instagram Stories untuk memperluas jangkauan promosi event?

" sejauh ini sih media partner agi (Aliansigigsindonesia) manfaatin banget fitur instagram stories dan karena salah satu cara tersebut penting banget untuk meningkatkan promosi dan memperluas jaringan audiens, dengan kita mengupload konten yang menarik dan sesuai juga akan meningkatkan engagement. justru sasaran kita yang utama ialah memberikan informasi dengan cepat yaitu lewat instagram story,

2. Apakah media sosial instagram sangat berpengaruh terhadap pemberitaan konser pada media partner aliensigigsindonesia?

"Berpengaruh banget mas sekarang semua orang udah gunain media sosial sebagai alat komunikasi dan mencari berita lewat media sosial kaya instagram misalnya"

3. Apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser ?

"lumayan ngaruh mas karena reels ngerikap durasi yang cukup panjang sih buat dijadiin konten di instagram"

4. Apakah ada teknik khusus yang digunakan dalam Instagram mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik? *"kita gak pake trik khusus kok, karena kita hanya pakai promosi berbayar dari instagram untuk memperluas jaringan promosi dengan jangka waktu yang sudah ditentukan oleh platform tersebut.*

5. Apakah ada upaya khusus untuk membangun komunitas atau fanbase yang aktif di Instagram untuk mendukung penyebaran berita konser di Jakarta?

" yang saya upayain lebih ngepush anggota sih untuk upload atau repost lewat instastori instagramnya masing masing buat nyampein berita konser biar temen temennya itu pada tau kalo ada konser yang akan datang nih "

Transkrip wawancara

Informan pokok : Pengelola akun media sosial instagram Aliansigigsindonesia

Nama : Muhammad Ramdhoni
Usia : 22 Tahun
1. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur-fitur khusus Instagram seperti Instagram Stories untuk memperluas jangkauan promosi event? <i>"kita memakai macam-macam fitur yang ada di instargam ataupun jenis konten promosi event biar pengunjung tertarik beli tiket yang kita promosiin di instagram di instastory ,membuat quiz buat followers"</i>
2. Apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser ? <i>" rells ngebanu sih buat meraikan konten yang di upload di feed ig buat memperbanyak konten , terus juga rell kan isinya video jadi biar menarik penonton sih buat berpartisipasi sama acara yang di share itu"</i>
3. Apakah telah ada kolaborasi atau kemitraan dengan influencer atau akun populer di Instagram untuk memperluas jangkauan berita konser di Jakarta? <i>" kita gaada kolab sama influencer atau artis buat ngepromossin dan nyebarin informasi, tapi biasanya artis yang akan tampil bakal bikin instastoridi instagram mereka buat naikin berita konser"</i>
4. Apakah ada fitur atau teknik khusus yang digunakan dalam Instagram Stories atau IGTV untuk mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik? <i>"kita bikinin video seputar pengumuman lineup yang bertahap biar bisa meningkatkan rasa penasaran penonton nih. nah Sebelum pengumuman, kita juga bisa membuat teaser yang memberikan clue siapa pengisi eventnya. Misalnya, dengan memberi tahu inisial, ciri-ciri, atau foto yang dipotong/diblur"</i>

5. Bagaimana cara pengelola akun media sosial dengan penggunaan Instagram sebagai media modern untuk menyebarkan berita yang telah berubah seiring berjalannya waktu?

Caranya dengan bikin konten yang menarik dengan melakukan riset dan mencari informasi mengamati media lain dengan menganalisis cara media yang relevan dan cocok untuk membuat konten yang nanti akan disebarin ”

6. apakah fitur feed pada instagram merupakan salah satu fitur utama dalam penyebaran berita?

” bisa dibilang iya karena feed adalah isi dari media sosial instagram seseorang atau perusahaan. Pengguna instagram gak akan tau kalau instgaram ini membuat konten apa dan apa yang akan disampaikan atau disebarikan lewat instagram tersebut”

7. Bagaimana penggunaan hashtag di Instagram memengaruhi penyebaran informasi dan berita oleh instagram aliansigigsindonesia?

”hashtag yang kami bikin yaitu hastagr yang terkait dengan konten yang kita buat misalnya kita bergerak di bidang musik dan media partner tentunya kita membuat hastag yang relevan dengan apa yang kita kerjakan dan unggah dimedia sosial instagram tentunya dengan memudahkan pengguna dengan mencari informasi yang diinginkan”

8. Apakah Instagram menjadi sumber utama berita bagi sebagian besar pengguna, ataukah masih banyak yang mengandalkan sumber-sumber tradisional seperti situs web berita atau televisi terutama bagi berita konser ?

" media sosial bukan satu satunya sumber utama dalam mendapatkan sebuah berita menurut saya , tapi kecepatan akses mendapatkan informasi sangat lah cepat dibanding media media lainnya, sering banget saya melihat tv tv mendapatkan informasi ya dari media sosial juga"

Transkrip wawancara

Informan Pokok : HR(Human Resource) Organisasi AliansiGigsIndonesia

Nama : Syahrial

Usia : 23 Tahun

1. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur-fitur khusus Instagram seperti Instagram Stories untuk memperluas jangkauan promosi event? *"pertama kita bikin teaser terlebih dahulu dengan menarik tentang event dalam bentuk foto atau video singkat, menggunakan fitur polling atau pertanyaan buat ngajak interaksi untuk pengikut terkait event tersebut. Nah setelah itu kemudian tambahkan stiker lokasi atau hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas*

2. Apakah fitur reels cukup berpengaruh pada pemberitaan untuk menyebarkan berita konser ?

" ngaruh tapi ga mendominasi sih karena rells bukan satu satu nya fitur yang buat nyebarin inforasi berita sih tetapi beda pada fungsinya aja sih cuman ya tujuannya sama buat konten dan buat nyebarin indormasi"

3. Apakah ada fitur atau teknik khusus yang digunakan dalam Instagram TV(IGTV) untuk mempromosikan konser di Jakarta secara lebih menarik? *"Sebenarnya engga*

ada teknik khusus sih sama buat promosiin konser tapi kami cuman membuat konsepnya aja seperti apa sih konten yang kita bikin lewat IGTV jadi gada trik khusus, lebih ke improve aja buat konsep dan konten-kontennya mau kaya gimana. Fungsi IGTV bisa juga menyimpan bekas siaran live instagram yang telah lalu atau kemarin misalnya. Jadi kaya arsip atau memori buat disimpen di feed”.

4. Bagaimana algoritma Instagram mempengaruhi penyebaran berita dan informasi?

” menurut saya mas algoritma media sosial tuh tergantung apa yang kita sering lihat dan kunjungi profil , misalnya kita mengikuti akun yang menyebarkan informasi atau mengupload konten tentang fashion, nah nanti yang akan keluar diberanda kita seputar fashion jadi instagram membuat algoritma tentang hal-hal yang kita sukai dan sering kunjungi”

5. Bagaimana media berita mengukur kesuksesan dan dampak dari konten yang mereka sebar melalui Instagram? Apakah jumlah pengikut atau interaksi saja sudah cukup mewakili keberhasilan sebuah kampanye informasi?

” menurut saya kesuksesan di media sosial yaitu dengan mendapatkan followers yang banyak , karena tujuan kita menyebarkan informasi kepada pengguna instagram telah tercapai agar pengguna atau followers tau apa pesan yang kita sebar melalui unggahan unaggahan lewat media sosial instagram”

6. Bagaimana anda sebagai HR dalam Merektut anggota aliansigigsindonesia dan apakah mempunyai kriteria untuk bergabung pada organisasi yang pegang saat ini?

” kalau untuk kriteria nggak ada sih ya, paling saya melihat keaktifan mereka dan ketertarikan mereka pada sebuah event musik karena bidang yang kami tekunin ya seputar musik”

Transkrip Wawancara

Informan Kunci : Pengikut Instagram Aliansisgigsindonesia

Nama : Ridwan Malik

Usia : 27 Tahun

1. apakah fitur instastory di instagram dapat membantu pengikut untuk mencari dan mendapatkan informasi seputar pemberitaan konser?

dengan adanya instastory kita sebagai pengikut bisa berinteraksi dengan membalas atau reply pada konten instastory. jujur sih cukup banget ngebutu pengikut yang ingin cari tahu atau cari informasi tentang seseorang atau sebuah akun. Yang kita lihat pertama kali adalah instastory nya terlebih dulu aktif atau tidaknya sebuah akun media sosial soalnya kita ngelihat dari aktivitas media sosial tersebut dulu kan, kapan terakhir kali mereka upload instastory, yang utama melihat instastory terlebih dahulu, karena kalau misalkan media sosial tersebut jarang melakukan kegiatan atau aktivitas media sosial otomatis kita tidak akan terima informasi atau pesan yang kita ingin peroleh”.

2. Menurut pengikut apakah fitur reels cukup membantu dalam mendapatkan informasi dan berita konser ?

"menurut saya dengan fitur reels kita mendapatkan informasi yang cukup detail dengan durasi waktu yang cukup lama jadi berpengaruh banget ya buat audiens. Ditambah lagi nih dimasukin musik yang emang hampir semua orang mendengarkan musik yang di pakai jadi agak lebih tertarik untuk menonton reels sampai selesai".

3. Menurut Pengikut fitur igtv sangat membantu dalam mendapatkan akses informasi dalam berita konser di instagram?

"menurut saya igtv cukup ngebantu sih karena beberapa informasi dirangkum dalam satu konten video pada igtv "

4. Apakah fitur feed di Instagram membantu anda sebagai pengikut untuk mendapatkan sumber informasi seputar berita konser di instagram terutama pada instagram aliansigigsindonesia?

"ngebantu banget karena kalau kita ketinggalan informasi ya kak misalnya akun tersebut cuman upload di instastory, nah kita ketinggalan nih ceirtanya buat ngeliat instastory mereka jadi biasanya kita langsung kunjungin atau cari akun mereka kita liat mereka upload konten atau berita nggak nih di profil feed nya soalnya kebanyakan akun media partner diinstagram pasti upload juga di feed jadi lebih memudahkan sih"

Transkrip Wawancara

Informan Kunci : Sebagai pengikut akun instagram Aliansigigsindonesia

Nama : Amelia Putri Herawati

Usia : 20Tahun

1. apakah fitur instastory di instagram dapat membantu pengikut untuk mencari dan mendapatkan informasi seputar pemberitaan konser?

"menurut saya instastory adalah ujung tombak dari sebuah pemberi informasi dari media sosial instagram karena informasi yang diterima cukup efektif dengan durasi yang enggak memakan waktu panjang, jadi penonton instastory lebih bisa menghemat waktu atau efisien karena dengan beberapa detik aja kita sebagai pengikut instagram sudah tau isi pesan yang disampaikan melalui instagramstory yang disajikan".

2. Menurut pengikut apakah fitur rells cukup membantu dalam mendapatkan informasi dan berita konser ?

"menurut aku ya konten video pendek yang dibagikan melalui fitur Reels dapat memberikan sneak peek tentang suasana di konser, mengungkapkan detail tentang lineup artis yang akan tampil, atau memberikan cuplikan singkat dari performa live yang sedang berlangsung"

3. Menurut Pengikut fitur igtv sangat membantu dalam mendapatkan akses informasi dalam berita konser di instagram?

"Menurutku, IGTV sangat berguna untuk mendapatkan info tentang berita konser di Instagram. Lewat IGTV, kita bisa nonton video berita konser dengan durasi lebih panjang dan detail dibanding yang biasanya ada di feed atau Stories. Ini bikin kita bisa tau lebih banyak hal, kayak jadwal acara, wawancara sama artis, serta cuplikan dari konser sebelumnya. Jadi, IGTV ini bikin kita lebih terhubung dan paham tentang konser-konser yang bakal ada."

4. Apakah fitur feed di Instagram membantu anda sebagai pengikut untuk mendapatkan sumber informasi seputar berita konser di Instagram terutama pada Instagram Aliansi Gigs Indonesia?

"Menurut gua, fitur feed di Instagram bantu banget buat dapetin info tentang berita konser, terutama dari Instagram Aliansi Gigs Indonesia. Gua suka banget scroll-feed Instagram, soalnya sering banget nemuin update terbaru tentang jadwal konser, lineup artis, dan cuplikan seru dari konser-konser sebelumnya. Jadi, bisa dibilang feed Instagram bener-bener jadi sumber utama gua buat ngikutin berita konser dari Aliansi Gigs Indonesia"

LAMPIRAN SKPI

SKPI-UNAS MUHAMMAD IKROM SYAWALI

SURAT KETERANGAN PENDAMPING IJAZAH

Data SKPI

Laporan

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Peserta pada kegiatan pengabdian di masyarakat acara tahunan dari himpunan komunikasi	Participants in community service activities at the annual communication association event	KPP	500		Disetujui	✓
2	Kegiatan magang sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir	Internship activities are one of the requirements to fulfill the final assignment	KPT	300		Disetujui	✓
3	Peserta Pengenalan Lingkungan dan Budaya Akademik tahun akademik ganjil 2019/2020	Participants in the Introduction to Academic Environment and Culture for the odd academic year 2019/2020	KPL	200		Disetujui	✓
4	Peserta LPIA-EPT (English Proficiency Test) dengan nilai 540	Certificate of English proficiency test participant with a score at LPIA Cikarang	KPL	750		Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP	:500
KPL	:950
KPT	:300
Skor yang Disetujui	:1750

LAMPIRAN TURNITIN

 **Similarity Report ID: oid:3618:52378226**

PAPER NAME	AUTHOR
MUHAMMAD IKROM SYAWALI - Cek turnitin 1.pdf	M IKROM SYAWALI

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
20625 Words	155263 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
135 Pages	4.3MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Feb 16, 2024 4:20 PM GMT+7	Feb 16, 2024 4:21 PM GMT+7

● **5% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 4% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 4% Submitted Works database

Summary



UNIVERSITAS NASIONAL

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Muhammad Ikrom Syawali

Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Januari 1999

Jenis Kelamin : Laki – Laki

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Jl. Raden Saleh 2 no 24 gang IV Rt006/Rw003
Kelurahan Cikini Kecamatan Menteng Jakarta Pusat 10330

No Handphone : 081311357579

Email : Muhammadikromsyawali@gmail.com

Pendidikan

- SDN Cikini 02 Pagi
- SMP Trisula Perwari 2 Jakarta Pusat
- SMK AL-Mak'Mur

