

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