

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini masyarakat dapat mengakses informasi kapanpun dan di manapun melalui internet, sehingga banyak sekali *platform-platform* dan akun-akun yang memberikan informasi melalui internet. Salah satunya komunitas Jaksapedia, Jaksapedia merupakan salah satu pelaku penyebaran informasi melalui internet khususnya pada platform media sosial Instagram.

Adanya media sosial membuat masyarakat mampu memanfaatkan perkembangan tersebut dalam memberikan informasi. Dengan banyaknya akun-akun tersebut, membuat masyarakat berlomba-lomba untuk mendapatkan *engagement* yang diharapkan salah satunya Jaksapedia. Komunitas Jaksapedia berlomba dengan beberapa akun lain untuk mendapatkan *engagement* yang tinggi. Jaksapedia sendiri memiliki *engagement* yang tidak tinggi, namun Jaksapedia memiliki strategi untuk meningkatkan *engagement* pada konten instagram Jaksapedia.

Mengingat Jaksapedia merupakan komunitas yang bergerak melakukan penyebaran informasi seputar hukum dan Jaksa-jaksa yang ada di seluruh Indonesia melalui sosial media instagram, ini merupakan salah satu bukti perkembangan yang masyarakat lakukan dalam beradaptasi dengan pesatnya perkembangan digital. Adanya perkembangan digital membuat inovasi baru dalam kehidupan, salah satunya inovasi yang digunakan pada salah satu Institusi Indonesia yaitu Kejaksaan. Dengan dedikasi sebagai penegak hukum dan keadilan, Kejaksaan mampu menarik minat beberapa masyarakat untuk membangun komunitas pendukung Kejaksaan sebagai penegak keadilan di Indonesia, salah satunya komunitas Jaksapedia. Hal tersebut tidak lepas dari

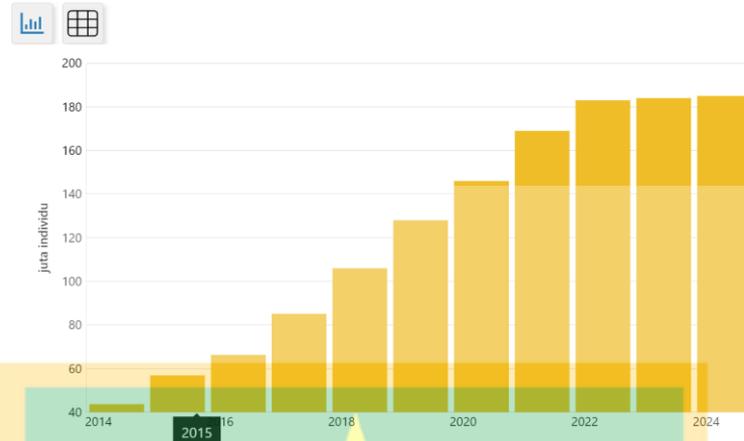
adanya perkembangan teknologi digital yang ada pada saat ini.

Perkembangan teknologi digital memiliki peran yang sangat signifikan untuk berbagai aspek, salah satunya dalam penyebaran sebuah informasi. Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam masyarakat. Munculnya media sosial telah mengakibatkan perubahan dalam pola perilaku masyarakat mencakup aspek budaya, etika, dan norma-norma yang berlaku. Indonesia, dengan jumlah penduduk yang besar serta keragaman suku, ras, dan agama yang kaya, memiliki potensi besar untuk mengalami berbagai perubahan sosial.

Berkembangnya sebuah teknologi informasi tidak luput dari internet. Lahirnya Internet yang juga merupakan bentuk kemajuan dari berkembangnya teknologi, internet membuat komunikasi tidak memiliki batas gerak dan waktu. Kemajuan internet mampu membawa gebrakan baru dalam menyebarkan informasi. Saat ini internet dapat diakses melalui berbagai perangkat yang terhubung ke jaringan internet seperti komputer atau PC, *smartphone*, dan bahkan *SmartTV* yang terintegrasi dengan jaringan internet. Kemudahan dalam melakukan penyebaran maupun menerima informasi merupakan salah satu bentuk dampak dari internet. Tentunya ini membuat masyarakat yang berkerja dalam bidang *creative* maupun jurnalis harus mampu menguasai perkembangan teknologi yang sangat canggih agar dapat menggunakan teknologi tersebut dengan baik. Hal ini dapat mempermudah khalayak dalam mendapatkan sebuah informasi dari berbagai platform sosial media.

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)

databoks



Gambar 1. 1 Data pengguna Internet di Indonesia (sumber: databoks, 2024)

Meningkat masyarakat Indonesia semakin banyak yang menggunakan internet, Menurut laporan *We Are Social*, pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang.

Berkembangnya internet tidak luput dari peran media sosial. Informasi yang disebarkan melalui sosial media sangat mudah dan cepat diakses oleh masyarakat. Anang Sugeng Cahyono (2016) mengatakan bahwa Media sosial merupakan platform online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten yang mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Manfaat positif dari media sosial termasuk mempermudah interaksi dengan banyak orang, memperluas jaringan pergaulan, menghilangkan hambatan jarak dan waktu, memudahkan ekspresi diri, memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat, serta lebih hemat biaya. Selain itu media sosial dapat menampilkan sebuah gambar dalam berbentuk Photo maupun Video di dalam menyebarkan sebuah informasi tersebut. Saat ini sudah banyak sekali platform-platform sosial media, adanya sosial media

tersebut mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Informasi yang diberikan melalui sosial media dikemas dengan berbagai macam jenis seperti sebuah berita yang ditampilkan dengan sebuah graphic design, sebuah video berita yang dikemas dalam bentuk narasi, sebuah video berita yang dikemas dengan berbentuk video *voice over*, dan masih banyak yang lainnya.

Banyaknya platform media sosial yang lahir di era saat ini, membuat sebagian masyarakat memanfaatkan fenomena tersebut untuk membuat sebuah platform dijadikan sarana untuk menyebarkan sebuah informasi. Salah satu platform yang juga banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang mengutamakan visual sebagai konten utama penggunaannya. Konten yang diunggah di Instagram berupa visual seperti gambar dan video, serta disertai dengan teks atau caption yang mendukung gambar tersebut. Saat ini, fitur posting di Instagram meliputi *feeds*, Instagram live, dan *Reels*. Ketiga fitur tersebut sebagian besar memuat konten dalam bentuk video. Instagram juga memiliki beberapa fitur interaktivitas pengguna, yaitu *like*, *comment*, *share*, dan *follow*.



Gambar 1. 2 Data pengguna Instagram di Indonesia (sumber: databoks, 2024)

Berdasarkan data yang diterbitkan oleh salah satu web. Sosial Media Instagram

merupakan salah satu pengguna kedua paling banyak di Indonesia. Instagram merupakan salah satu bentuk kemajuan dalam penyebaran informasi saat ini. Instagram memberikan informasi kepada khalayak berbasis digital, yang sangat mudah diakses masyarakat. Fenomena tersebut disebut dengan media baru (*new media*). Media baru merupakan bentuk media digital yang memungkinkan terjadinya aktivitas komunikasi yang lebih luas dibandingkan dengan media analog. Secara ideologis, interaktivitas telah menjadi 'nilai tambah' pada karakteristik media baru, di mana keterlibatan pengguna (user engagement) menjadi lebih kuat dengan teks media. Pengguna menjadi lebih mandiri dalam mencari sumber pengetahuan, penggunaan media lebih individualistis, dan terdapat lebih banyak pilihan bagi pengguna media (Lister, 2009).

Anwar (2017) menyatakan bahwa di era digital muncul bentuk komunikasi yang baru. Kini, orang tidak hanya bisa berbicara dan mendengarkan melalui telepon kabel, tetapi juga bisa 'berbicara' dengan mengetik kata-kata dan 'mendengarkan' pesan berupa teks pada layar ponsel pintar melalui mata. Komunikasi digital saat ini sering terjadi melalui media sosial, yang berfungsi sebagai alat baru untuk menghubungkan manusia di era digital. Media sosial dapat didefinisikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri mereka, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017). Melalui media sosial, pengguna tidak hanya dapat berinteraksi, tetapi juga dapat bekerja sama untuk menciptakan konten dengan kelebihan media digital, yaitu konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*). Media sosial memberikan kebebasan kepada pengguna untuk memproduksi konten dan menyebarkan informasi kepada pengguna lainnya.

Mengingat banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai bisnis di era digital, banyak juga masyarakat yang menggunakan media sosial untuk memberikan informasi di

platform sosial media seperti instagram. Sehingga masyarakat mampu mendapatkan berbagai macam informasi di sosial media. Dengan adanya aktivitas tersebut, banyak masyarakat yang berinovasi menyebarluaskan sebuah informasi dengan menampilkan gambar-gambar yang menarik. Daya tarik pesan dalam komunikasi digital jauh lebih unggul berkat berbagai fitur teknologi yang memungkinkan pesan dikemas dan disampaikan dengan cara-cara yang unik dan menarik. (Rully Khairul Anwar dan Agus Rusmana, 2017). Sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk melihat sebuah tayangan informasi yang disebar luaskan diaku sosial media. Ini berguna untuk meningkatkan *engagement* pada sebuah akun yang memberikan sebuah informasi di sosial media.

Adanya sosial media tidak luput dengan adanya algoritma. Algoritma merupakan serangkaian prosedur yang digunakan platform sosial media untuk menentukan konten yang akan ditampilkan pada halaman utama instagram. Algoritma dirancang untuk memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pengguna dengan memprioritaskan konten yang menarik, berguna dan juga berharga untuk dinikmati masyarakat. Algoritma merupakan urutan logis langkah-langkah penyelesaian masalah secara sistematis. *Engagement* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam algoritma, dikarenakan *engagement* membuat konten-konten yang ada di sosial media instagram dapat diprioritaskan kehalaman utama setiap pengguna akun instagram.

Engagement merupakan tindakan atau respon seperti like, komentar, berbagi, dan klik. Didalam sosial media instagram, engagement mencakup berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna terhadap postingan, cerita, atau konten yang dipublikasikan oleh akun tertentu.

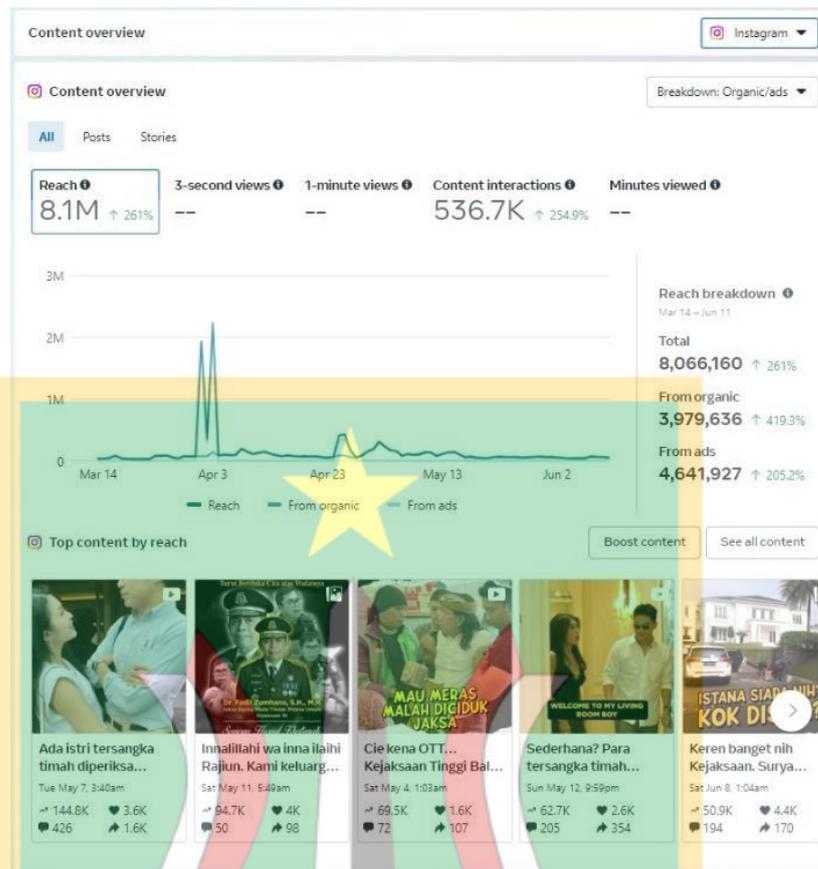
Jaksapedia merupakan salah satu akun yang memberikan informasi melalui platform

sosial media seperti Tiktok, Facebook, Youtube, Twiter, dan Instagram. Jaksapedia memberikan sebuah informasi seputar hukum dengan fokus utama mengangkat Kejaksaan di seluruh Indonesia, yang memiliki target utama penonton untuk kalangan mahasiswa khususnya melalui Instagram.

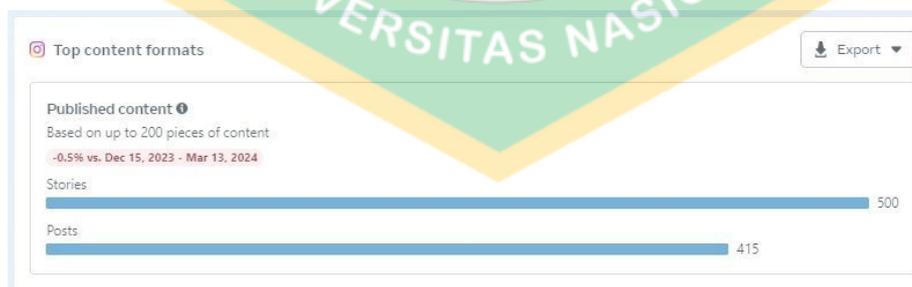


Gambar 1.3 Akun Sosial Media Jaksapedia

Keterangan gambar diatas bahwa Jaksapedia merupakan sebuah akun yang menginformasikan seputar kasus dengan menampilkan sebuah konten berupa Video Narasi, Video Monolog, Motion Graphic, Video Voice Over, dan juga Graphic Design. Konten-konten yang ditampilkan di media sosial Jaksapedia memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda dengan platform informasi seputar hukum lainnya. Dengan menggunakan unsur satire dengan menambahkan elemen design dibuat semenarik mungkin guna mampu mendapatkan engagement yang tinggi dari pengikut atau penonton dari instagram Jaksapedia.



Gambar 1.4 Engagement konten Instagram Jaksapedia (Sumber: Admin Jaksapedia melalui Meta Bussiness Suite)



Gambar 1.5 Engagement konten Instagram Jaksapedia (Sumber: Admin Jaksapedia melalui Meta Bussiness Suite)

Jaksapedia memiliki engagement yang tidak stabil dalam beberapa konten yang

dipublish akun sosial media Instagram Jaksapedia. Namun belakangan, banyak konten postingan Jaksapedia yang akhirnya berhasil mendapatkan engagement tinggi dari netizen. Dalam 2 bulan terakhir, Jaksapedia memiliki engagement yang tidak stabil dari bulan maret samapi bulan April. Hal ini menarik perhatian bagi penulis untuk menganalisis media sosial Instagram Jaksapedia yang memiliki *engagement* tidak stabil. Secara kumulatif, Jaksapedia memiliki pengunjung berjumlah 8 juta akun dengan 3,9 juta organik yang berarti akun tersebut dating melalui timeline utama dan juga akun tersebut mengikuti tren informasi mengenai informasi yang sedang hangat dibicarakan dan 4,6 juta dari sebuah postingan yang diiklankan melalui *Instagram ads*. *Instagram Ads* adalah layanan iklan berbayar yang disediakan oleh Instagram untuk membantu bisnis dan individu mempromosikan produk, layanan, atau konten mereka kepada audiens yang lebih luas. *Instagram Ads* memungkinkan pengiklan untuk menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan berbagai parameter, seperti demografi, lokasi geografis, minat, perilaku, dan interaksi pengguna. Dikutip melalui arkatama.id, Istilah "organik" mengacu pada strategi pemasaran yang tidak menggunakan iklan berbayar atau anggaran khusus. Sementara itu, "anorganik" merujuk pada strategi pemasaran media sosial yang melibatkan pembayaran untuk mengiklankan produk di platform media sosial. Iklan ini akan muncul di *feed* orang-orang yang memiliki karakteristik sesuai dengan yang dipilih. Pemasaran media sosial anorganik biasanya dilakukan dengan tujuan seperti meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), menarik pengikut baru, serta meningkatkan konversi melalui informasi promosi, diskon, dan penawaran lainnya. Hal ini yang menarik perhatian peneliti “Kenapa Jaksapedia memiliki engagement yang tidak stabil di *platform* Instagram? Dan bagaimana cara Jaksapedia untuk meningkatkan *engagement* Instagram?”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dengan berkembangnya teknologi di era saat ini. Dimana masyarakat dengan dapat dengan mudah mendapatkan informasi di manapun dan kapanpun melalui *platform-platform* digital. Berkembangnya teknologi membuat masyarakat memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan informasi melalui media sosial, sehingga banyak sekali akun-akun yang menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan banyaknya akun-akun yang memberikan informasi, membuat akun-akun berlomba untuk menampilkan Visualisasi yang bagus “Bagaimana Strategi Tim Produksi dalam Meningkatkan Engagement pada Instagram Jaksapedia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penulis bermaksud menjadikan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami Strategi tim produksi dalam meningkatkan engagement pada Instagram Jaksapedia

1.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Manfaat Teoritis

1. Mempelajari dan memahami pengemasan sebuah konten yang akan disebar luaskan melalui instagram sosial media
2. Mengetahui dan memahami strategi peningkatan engagement berdasarkan teori POAC dan New Media

I.4.2 Manfaat Akademis

1. Menjadikan penelitian ini sebagai referensi peneliti selanjutnya yang akan meneliti kasus serupa dengan konteks yang berbeda di lingkungan Universitas Nasional terutama pada program studi Ilmu Komunikasi yang berkonsentrasi di bidang Jurnalistik

I.4.3 Manfaat Praktis

1. Dapat membentengi maupun memberi masukan kepada Jaksapedia serta dapat memberikan evaluasi dalam produksi sebuah konten

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I yang terdiri dari penguraian mengenai Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah dari Penelitian ini, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan dan Penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada BAB II yang berisikan tentang Penelitian Terdahulu yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini, Menjabarkan Kajian Kepustakaan dari penelitian ini, Kerangka Teori, Teori Pendukung, dan Kerangka Pemikiran penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III menguraikan tentang Pendekatan Penelitian, Penentuan Informan dengan menentukan informan yang merupakan subjek dari penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan dan Analisis Data, serta menentukan Lokasi dan Jadwal Penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab IV, penulis menguraikan secara mendalam hasil temuan dari penelitian secara mendalam yang telah dilakukan penulis. Membahas bagaimana strategi atau perencanaan yang dilakukan oleh Editor in Chief beserta tim produksi Jaksapedia dalam meningkatkan Engagement, mewawancarai enam informan dengan latar belakang berbeda guna mendapatkan penjelasan mendalam terkait *engagement*,

dan pembahasan penerapan teori manajemen POAC dan New Media yang dilakukan oleh tim produksi Jaksapedia dalam meningkatkan engagement konten instagram Jaksapedia oleh penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V ini, menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dilapangan dan sudah diuraikan oleh penulis, serta penulis juga memberikan saran teoritis maupun saran praktis.

