

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran internet yang sudah semakin berkembang pada saat ini membuat banyak sekali perubahan sehingga mendorong banyaknya inovasi yang sudah menjadi lebih berkembang dan lebih terasa kemajuannya yang dimana kemajuannya ini sangat menguntungkan.

Pada zaman ini mulai transisi dari media konvensional ke media digital, semuanya mengalami perubahan termasuk dalam dunia iklan, pada era digital ini habit kebanyakan orang lebih banyak untuk berinteraksi dalam sebuah sosial media sehingga hal ini dimanfaatkan juga dalam dunia iklan, karena memang sangat efektif untuk mencakup banyak audience

Era digital sudah semakin maju dan bisa terasa perkembangannya pada saat ini, sosial media merupakan salah satu dari sekian banyaknya perkembangan yang sudah terjadi pada era digital, tidak dapat dipungkiri bahwasannya banyak dari setiap orang yang bermain ataupun mempunyai akun sosial media itu sendiri.

Media sosial sendiri merupakan sebuah tempat bagi seseorang atau kelompok untuk menyampaikan sebuah informasi berupa pesan, audio, gambar maupun sebuah video (Berahim et al., 2022). Media sosial sendiri memiliki sebuah sifat yang interaktif yang berarti ada banyak orang yang berinteraksi dalam media sosial ini dan ini berbanding terbalik apabila di bandingkan dengan media tradisional seperti televisi ataupun radio (Sobari et al., 2023).

Platfom dari sosial media media ini sendiri cukup banyak dan salah satu yang terbesarnya adalah Instagram. Instagram sendiri merupakan sebuah platform dari sosial media yang telah banyak diinstal ada jutaan user yang telah menggunakan Instagram.



Gambar 1.1 Presentase Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: NapoleonCat, 2024

Berdasarkan data dari NapoleonCat pengguna sosial media Instagram mencapai 89,89 juta user dengan rincian wanita 54.9% dan pria 45.1%, data yang dikeluarkan oleh napoleoncat ini juga menampilkan bahwa Sebagian besar yang menggunakan Instagram di Indonesia berusia 25-34 tahun dengan rinciannya wanita 21.2% dan pria 18.6%.

Instagram hadir membawa sebuah perubahan yang cukup besar dengan seperti menyediakan sebuah informasi yang lengkap selama 24 jam tanpa henti dan dengan mudahnya untuk menyampaikan informasi serta berita terkini yang sedang hangat di bicarakan, informasi yang di sediakan juga sangat beragam mulai dari politik, fenomena alam, kriminal sampai olahraga (Salman et al., 2024).

Akun Instagram yang memberikan berita olahraga sudah cukup banyak di Indonesia seperti @sctv.sports, @startingleven, @pahambola, @retisports dan @sport.indosiar. berdasarkan dari beberapa akun Instagram tersebut @sport.indosiar cukup Istimewa karena selain indosiar menjadi

stasiun televisi yang menayangkan liga sepak bola lokal yaitu BRI Liga 1, mereka juga menayangkan sebuah kompetisi cukup singkat yaitu Piala Presiden.



Gambar 1.2 Artikel Berita Piala Presiden 2024

Sumber: Website BolaSport.com, 2024

Dilansir dari artikel BolaSport yang merupakan bagian dari Emtek, Piala Presiden merupakan turnamen pramusim yang dilaksanakan sebelum liga utama di mulai, Piala Presiden sendiri sudah di gelar sebanyak enam kali dan sempat absen pada tahun 2016, 2020, 2021 dan 2023. 2016 tidak di gelar karena pada saat itu sepak bola Indonesia sedang mendapatkan sebuah sanksi dari fifa, 2020 dan 2021 tidak digelar karena pandemi covid-19 dan untuk 2023 tidak digelar karena adanya 3etika3 kanjuruhan pada saat itu.

Indosiar sendiri terpilih menjadi broadcaster untuk menayangkan turnamen Piala Presiden ini, mereka juga tentu saja menyediakan konten-konten mengenai Piala Presiden ini pada akun Instagram @sports.indosiar ini sebagai hiburan, informasi serta sebuah clickbait yang nantinya akan memberirkan sebuah informasi mengenai hal apa yang ada didalamnya yang

nantinya akan menimbulkan sebuah iklan terkait Piala Presiden 2024 ini sendiri. Sebagai contoh:



Gambar 1.3 Postingan Match Piala Presiden 2024

Sumber: Instagram @sports.indosiar, 2024

Dalam salah satu postingannya, ini menampilkan sebuah pertandingan antara Persis Solo melawan Arema FC, postingan ini mengandung sebuah unsur iklan untuk mempromosikan tayangan Piala Presiden 2024 ini, yang di mana terpampang jelas ada pada poster dan juga deskripsi yang ada di caption postingan ini sehingga orang-orang yang melihatnya akan semangat dan juga ini menonton pertandingan ini.

Pada caption di postingan ini juga mereka menggunakan gaya Bahasa yang cenderung santai, dengan menggunakan julukan dari masing-masing team Persis Solo dengan julukan *Laskar Samber Nyawa* dan Arema FC dengan julukan *Singo Edan* hal ini dilakukan untuk memancing para supporter agar berinteraksi di dalam postingan tersebut.

Setelah sebelumnya pada tahun 2023 tidak digelar dikarenakan kasus kanjuruhan tentu saja hal ini membuat konten-konten Piala Presiden 2023 ini sendiri tidak ada. Akan tetapi pada tahun 2024 ini Piala Presiden Kembali digulir dan tentu saja semua konten mengenai Piala Presiden ini akan muncul pada akun @indosiar.sports untuk menumbuhkan engagement.



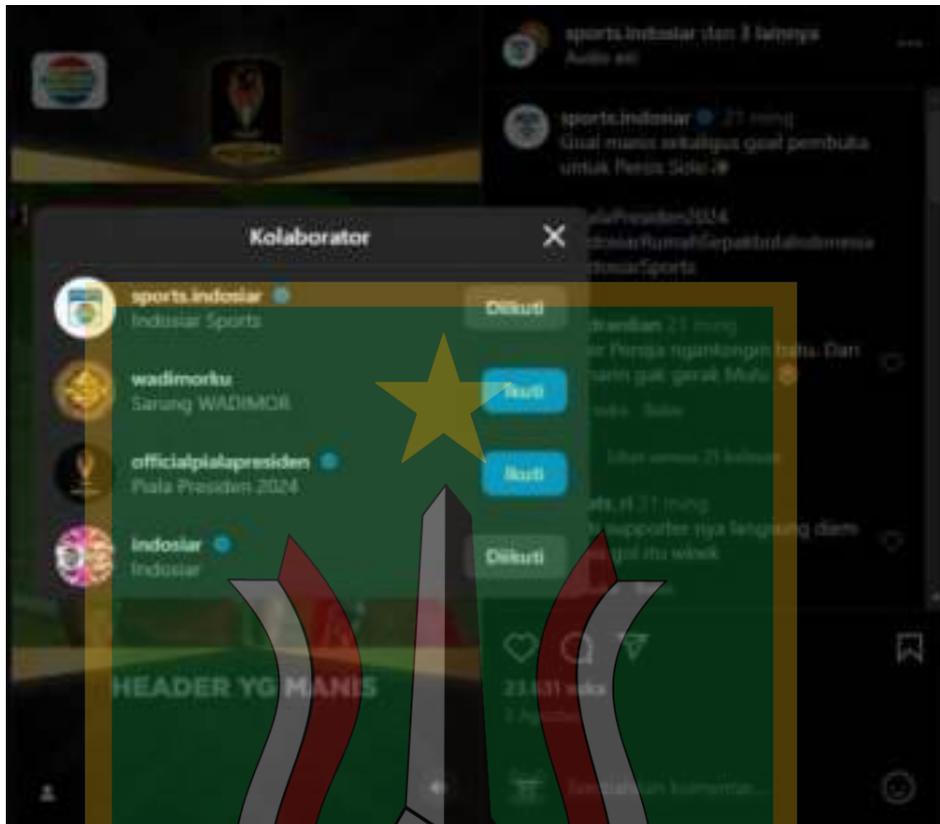
Gambar 1.4 Postingan cuplikan pertandingan Piala Presiden 2024

Sumber: Instagram @sports.indosiar, 2024

Sebagai salah satu contoh konten Piala Presiden 2024 yang menampilkan sebuah cuplikan pertandingan pada saat pemain Persija Jakarta masuk lapangan dan langsung memberikan sebuah ancaman untuk lawan, dalam konten ini juga dapat terlihat bahwa audience sangat menyukai dan memang cukup banyak yang menunggu konten seperti ini, itu dapat dilihat dalam likenya yang tembus mencapai angka 160 ribu lebih.

Tentu saja hal ini banyak menimbulkan keuntungan-keuntungan yang akan di dapatkan oleh akun intstagram @sports.indosiar ini sendiri karena memang akan menarik banyak sponsor yang akan melakukan kerja

sama pada akun ini, setelah melihat adanya peluang untuk mendapatkan kesempatan dalam melakukan kerja sama pada ajang piala presiden 2024.



Gambar 1.5 Postingan cuplikan pertandingan Piala Presiden 2024

Sumber: Instagram @sports.indosiar, 2024

Wadimor merupakan sponsor yang menjalin kerja sama dengan akun Instagram @sports.indosiar ini, hal ini menjadi sebuah bukti Kembali bahwasannya memang Piala Presiden 2024 ini dan indosiar mendapatkan keuntungan dari terjalannya kerja sama ini.

Piala presiden 2024 ini juga menjadi sebuah harapan atau bisa dibilang sebagai peluang untuk memajukan dan meneruskan ajang-ajang Piala Presiden edisi-edisi selanjutnya untuk meningkatkan Kembali kepercayaan bahwa ajang ini memang cukup menjajikan.



Gambar 1.6 Artikel Berita Peserta Piala Presiden 2024

Sumber: Website Bola.Net, 2024

Dilansir dari artikel Bola.Net peserta Piala Presiden 2024 ini ada sebanyak 8 Tim yang ikut berpartisipasi dalam perebutan gelar piala presiden 2024 ini, diantaranya yaitu 3 tim besar. Persija Jakarta, Persib Bandung dan Arema FC, melihat kehadiran 3 tim besar yang fansnya sangat banyak ini, ajang Piala Presiden 2024 akan mendapatkan tempatnya sendiri dan akan menarik banyak perhatian penggemar sepak bola di Indonesia.

Tentu saja dengan kehadiran 3 tim besar tadi dan 5 tim lainnya yang akan berkompesi serta sebelumnya ajang ini ditiadakan, sehingga hal ini bisa sangat dimanfaatkan untuk sosial media @sport.indosiar ini untuk menumbuhkan engagementnya dan menjadi media iklan juga untuk melakukan kerja sama terhadap para sponsor dalam konten Piala Presiden 2024.

Jumlah total keseluruhan konten yang sudah di buat dan sudah di unggah dalam akun Instagram @sports.indosiar selama Piala Presiden ini berlangsung adalah 218 konten dengan rincian konten poster sebanyak 75 postingan dan konten reels atau video sebanyak 143 postingan. Postingan yang mengandung unsur iklan sebanyak 65 postingan dengan rincian 33 postingan poster dan 32 postingan reels atau video.

Dengan konten postingan iklan yang sudah di unggah tersebut bertujuan untuk menumbuhkan engagement, yang Dimana nantinya para audience atau pengikut mengetahui bahwa ada pertandingan tersebut yang di tayangkan dan hal ini akan berdampak kepada para audience yang akan menunggu konten-konten tersebut di unggah sehingga konten iklan ini sendiri akan menjadi pemicu untuk para audience nantinya memberikan engagement. Pengelolaan konten di fokuskan pada penelitian karena pada dasarnya, Piala Presiden 2024 di gelar Kembali namun pada 2023 di tiadakan karena kericuhan kanjuruhan sehingga Pengelolaan konten menjadi fokus utama dalam penelitian, peneliti ingin mengetahui bagaimana Pengelolaan konten iklan dan konten-konten Piala Presiden 2024 setelah sebelumnya tidak ada karena sebuah tragedi yang mengerikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang sudah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana pengelolaan akun Instagram @sports.indosiar sebagai media iklan dalam konten piala presiden 2024 untuk menumbuhkan engagement?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan akun Instagram @sports.indosiar sebagai media iklan dalam konten piala presiden 2024 untuk menumbuhkan engagement

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti dalam membuat penelitian tentu saja sangat mengharapkan sebuah manfaat yang dapat diambil dari adanya peneltian ini. Manfaat yang diharapkan adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulisan penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan bagi penulis dan juga sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti objek yang sama dengan pengaruh yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dapat memberikan kritik atau saran pada pihak admin @sports.indosiar tentang pengelolaan konten-konten Piala Presiden 2024 pada Instagram @sports.indosiar untuk meningkatkan engagement

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis dan terperinci untuk memudahkan penulis dalam 9etika99 penelitian. Oleh karena itu, penulis 9etika99 sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan Bab ini membahas dasar dan latar belakang kasus dalam penelitian ini, serta menjelaskan rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penelitian.

BAB II: Landasan Teori Bab ini mencakup konsep, teori, dan penelitian terdahulu yang mendukung dan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu menjadi tolok ukur persamaan dan perbedaan untuk 9etika99 penelitian ini.

BAB III: Metodologi Penelitian Bab ini menjelaskan metode dan tahapan yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini, meliputi tempat dan waktu penelitian, jenis dan sifat penelitian, metode penelitian, subjek penelitian, prosedur penelitian, 9etika pengumpulan data, dan keabsahan data.