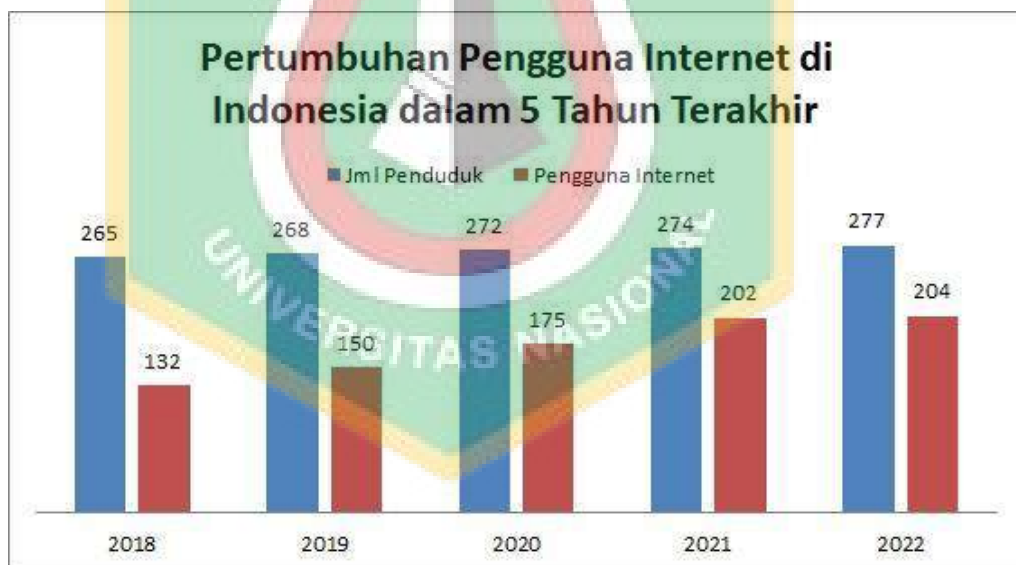


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan teknologi informasi dan komunikasi sudah sangat pesat. Kemunculan internet menjadi bukti nyata perkembangan teknologi. Kehadiran Internet sangat amat mendukung kehadirannya sosial media saat ini pun sosial media tidak hanya dimiliki remaja saja bahkan anak-anak dan orang tua sudah mulai membuat akun sosial media. Ada banyak sosial media yang diminati oleh masyarakat Indonesia diantaranya facebook, twitter, instagram, youtube dan tiktok dari sosial media tersebut banyak pengguna Indonesia yang membuat akun sosial media.



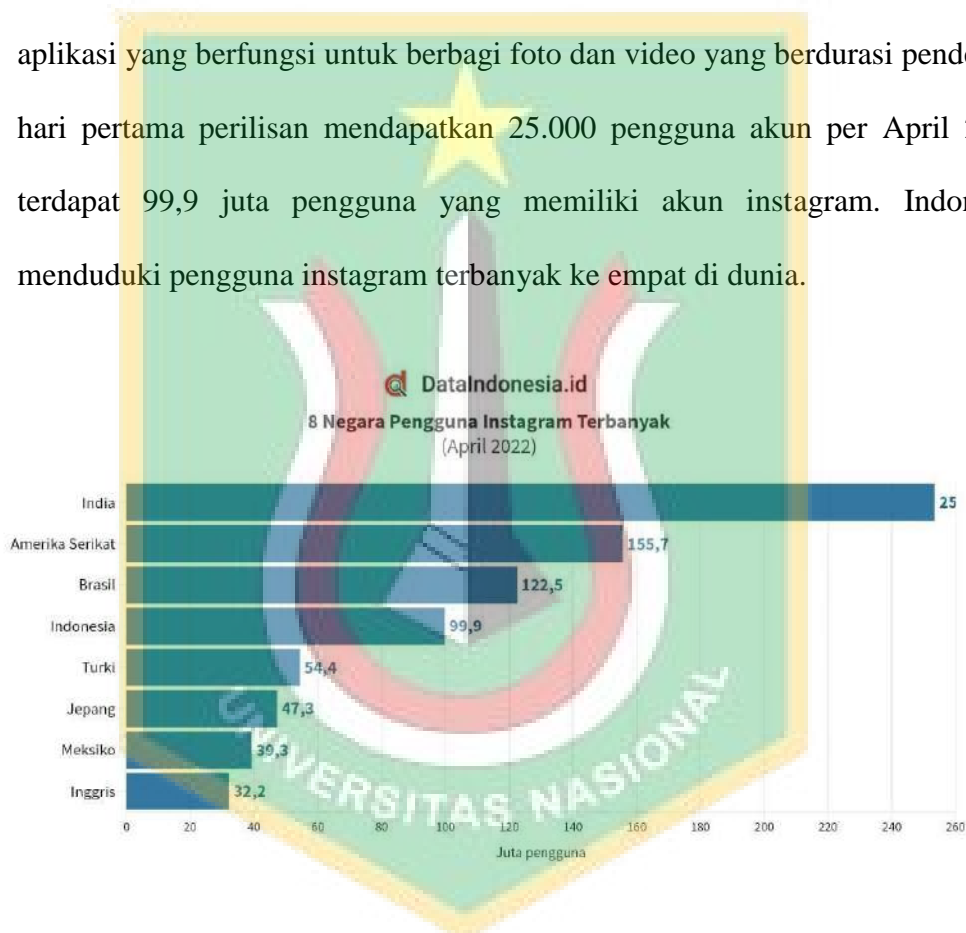
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia 5 tahun Terakhir

Sumber: We Are Social

Sosial media bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai wadah untuk penyampaian informasi yang efektif bahkan sosial media mampu di jadikan ajang berkresi, berinovasi dan bahkan dapat menghasilkan

pundi-pundi rupiah dari sosial media. Kehadiran sosial media saat ini membuat meleburkan ruang privasi seseorang dengan publik.

Sosial media yang banyak di gunakan dan di minati oleh masyarakat Indonesia saat ini ialah instagram. Instagram suatu *platform* sosial media yang paling populer setelah facebook. Sosial media yang ada sejak Oktober 2010 aplikasi yang berfungsi untuk berbagi foto dan video yang berdurasi pendek di hari pertama perilisan mendapatkan 25.000 pengguna akun per April 2022 terdapat 99,9 juta pengguna yang memiliki akun instagram. Indonesia menduduki pengguna instagram terbanyak ke empat di dunia.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia pada april 2022

Sumber: DataIndonesia.id

Instagram adalah salah satu *platform* sosial media terbaru, dan kami sering menggunakannya untuk mendapatkan informasi secara teratur *personal branding*, informasi, hingga menjadi sebuah bisnis. Instagram di gunakan untuk mentargetkan, membidik, mengedit, dan memposting foto atau video.

Di era saat ini pemasaran digital banyak sekali digunakan oleh banyak orang karena lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan media konvensional.

Kita pasti tidak asing lagi dengan yang namanya *influencer* khususnya di dunia digital. *Influencer* adalah seseorang yang memiliki jumlah *followers* atau pengikut yang banyak yang memiliki pengaruh yang besar kepada kita *audiensnya*. Seorang bisa dikatakan sebagai *influencer* jika mampu mengajak, mempengaruhi, merubah opini, dan perilaku secara online. Jumlah pengikut adalah kriteria yang digunakan netizen untuk mendeskripsikan seorang *influencer*, *followers* di Instagram bisa mencapai ribuan hingga jutaan, semakin banyak *followers* berarti semakin banyak *followers*. Arief Muhammad merupakan salah satu *influencer* yang memiliki *followers* terbanyak. (@ariefmuh).



Gambar 1. 3 Profil Instagram Arief Muhammad

Sumber: Instagram Arief Muhammad

Arief Muhammad seorang *influencer* dengan followers 5.4 juta pengikut Arief adalah *influencer* yang juga pengusaha. Dia adalah seorang pengusaha di berbagai bidang dan dianggap sukses Arief yang awalnya ialah seorang penulis lalu menjadi seorang *influencer* dengan akun twitter nya dengan nama

akun pocongg pada tahun 2009 akun twitter pocongg dianggap sebagai salah satu akun twitter yang paling fenomenal di Indonesia. dan di tahun 2010 ia menulis sebuah buku *Pocongg Juga Pocong* dan diangkat menjadi sebuah film. Pada 2011 identitas pocongg akhirnya diketahui oleh publik yaitu seorang anak muda yang bernama Arief Muhammad awalnya identitas pocongg tidak diketahui oleh publik sama sekali.



Gambar 1. 4 Interaksi Arief Muhammad dengan Followers

Sumber: Instagram *story* @ariefmuhammad

Setelah terbongkar identitasnya Arief menjadi sangat terkenal sampai saat ini. Arief dikenal sebagai *influencer* yang menjalin komunikasi yang baik dengan para *followersnya*. Kedekatan Arief dengan *followersnya* bisa di lihat dari Instagram *story*.

Arief tidak hanya sering membalaskan *followersnya* Arief juga kerap membagikan konten-konten kesehariannya dan melakukan konten

endorsement dari perusahaan-perusahaan atau *brand-brand* besar yang mempercayakan Arief sebagai *influencer* yang dapat mempengaruhi publiknya atau *followersnya*. Arief sering sekali membuat para *followersnya* penasaran tentang hal-hal yang dilakukan Arief. Arief beberapa waktu kali kerap menuai banyak perhatian karena membuat *giveaway*. *Giveaway* ikoy2an yang dari namanya saja sudah membuat penasaran dengan apa itu ikoy2an.

Giveaway adalah kegiatan dimana peserta dapat menerima hadiah gratis dari siapapun sesuai dengan produk yang disediakan oleh sponsor, namun harus melengkapi persyaratan terlebih dahulu. Teknik pemberian hadiah ini melibatkan sejumlah pihak. Peserta dan penyelenggara termasuk dalam kegiatan ini. Akun peserta tidak dirahasiakan atau ditutup, tidak ada akun *giveaway* eksklusif, dan ketentuan seperti *re-posting* gambar produk berlaku hanya sebagian kecil dari batasan yang ditetapkan oleh penyelenggara. Instagram adalah *platform* yang dapat memperluas basis penggunaannya dengan bertindak sebagai perantara antara pengguna dan *influencer*.

Arief dengan tidak sengaja membuat *giveaway* dengan nama kegiatan ikoy-ikoyan yang membuat gempar sosial media terutama instagram. Ikoy-ikoyan ialah suatu *giveaway* melalui instagram *story* kepada *followers* atau pengikut melalui *direct message* secara acak.

Asal mula ikoy-ikoyan ialah dari nama staf atau karyawan Arief Muhammad yang bernama Rizqi Fadillah yang panggilan sehari harinya di panggil ikoy. Awalnya ikoy-ikoyan dilakukan Arief untuk berbagi rejeki ke yang membutuhkan. Cara mengikuti ikoy-ikoyan sama seperti mengikuti *giveaway* pada umumnya harus mengikuti syarat yang diminta. Ikoy-ikoyan yang Arief buat banyak membuat pengusaha dan *brand-brand* besar mengajak kerja sama Arief untuk membagikan rejeki nya kepada para *followers* melalui ikoy-ikoyan Arief Muhammad dengan syarat harus *memfollow brand* atau orang tersebut dan memberikan komen atau *direct message* yang unik dan lucu.

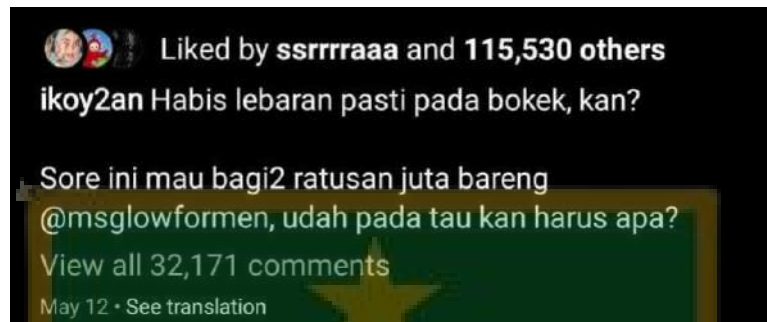


Gambar 1. 5 Stories Instagram Ikoy-Ikoyan

Sumber: Instagram Stories ikoy2an

Di awal akun instagram ikoy-ikoyan dibuat terdapat 32.171 komentar yang merespon postingan tersebut. Ikoy-ikoyan ini memiliki dampak yang positif bagi Arief Muhammad sendiri melalui ikoy-ikoyan secara tidak langsung Arief mendapatkan kepercayaan, ketenaran dan *personal branding* yang positif. Fenomena ikoy2an muncul karena untuk menaikkan nama usaha-usaha milik

Arief Muhammad. Ikoy2an dibuat pada tahun 2021. Penelitian ini dilakukan pada bulan oktober 2022 sampai dengan januari 2023.



Gambar 1. 6 Total Jumlah Komentar Pada Unggahan Pertama Akun Ikoy-Ikoyan

Sumber: Instagram ikoy2an

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam skripsi ini ialah: Seberapa besar pengaruh kredibilitas *influencer* Arief Muhammad di akun sosial media Instagram @ikoy-ikoyan terhadap minat mengikuti *trend giveaway*?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besar tidaknya pengaruh kredibilitas seorang *influencer* Arief Muhammad dalam membentuk minat mengikuti *trend giveaway*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi khususnya promosi pemasaran, komunikasi digital dan pembelajaran sosial media.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini dapat memberitahukan masyarakat terhadap ikoy-ikoyan dan kredibilitas Arief Muhammad sebagai *influencer* yang terpercaya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN:

Latar Belakang, masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA:

Peneliti terdahulu, landasan teori, Landasan Konsep, Kerangka Pemikiran

BAB III METODOLOGI PENELITIAN:

Pendekatan Penelitian, jenis penelitian, metode penelitian

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Object Penelitian, Analisis Hasil Penelitian, Pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan Saran