

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan Teknologi informasi saat ini melahirkan sebuah inovasi terbaru, ialah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online yang memberikan beberapa fasilitas, seperti , foto, video, dan interaksi, hingga pertukaran informasi.

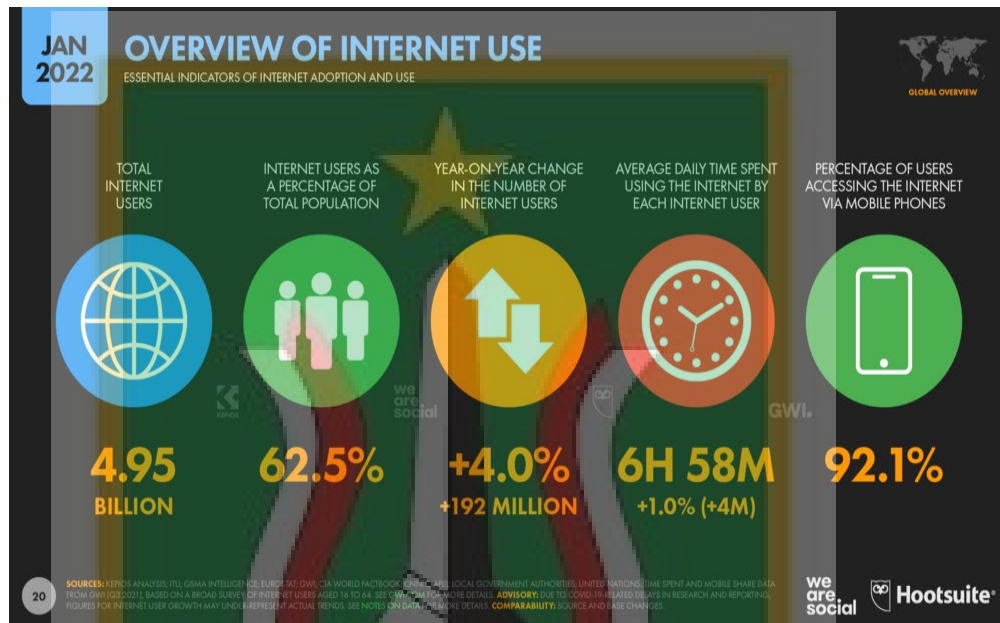
Media sosial yang sering digunakan pada umumnya di kalangan masyarakat adalah, *facebook, twitter, instagram, whatsapp*, media sosial tumbuh seiring adanya perkembangan internet dan teknologi *mobile phone*. Internet berfungsi sebagai salah satu aspek komunikasi dan pertukaran informasi, serta memfasilitasi media sosial.

Dengan internet, setiap orang dapat terhubung dengan orang lain di berbagai belahan dunia. Internet terhubung ke berbagai katalog perpustakaan, memungkinkan pengguna untuk mencari ribuan database terbuka yang tersedia di jaringan perusahaan, pemerintah, dan non-komersial. Dengan teknologi ini, informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengguna.¹

¹ Alcianno G Gani, "Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya," *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma* 2, no. 2 (2014), hal.73.

Seiring perkembangan zaman, teknologi komunikasi semakin unggul dan semakin canggih, ini yang membuat media online semakin praktis, *real time* dan *up to date*.

Gambar 1.1 Pengguna Seluler Internet 2022



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>²

Merujuk laporan DataReportal mencatat ada 4,95 miliar total pengguna internet pada Januari 2022. Jumlah ini meningkat 62,5% dari yang sebelumnya total pengguna internet 4,76 miliar pada awal tahun Januari 2021. Rata-rata waktu harian yang dihabiskan menggunakan internet mencapai 4% sekitar 192 miliar oleh setiap penggunanya. Presentase pengguna internet menghabiskan 6jam 58menit tercatat sebanyak 92,1% pengguna yang mengakses melalui ponsel.

² Google. "Digital 2022: Global Overview Report." Accessed Agustus 1, 2022.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

Media sosial adalah media online yang memungkinkan kita untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Melalui media sosial dengan menggunakan teknologi berbasis informasi, komunikasi dapat ditransformasikan menjadi dialog interaktif antara pemegang akun media dan masyarakat umum atau audiens, sehingga menciptakan ikatan sosial. Orang-orang sangat akrab dengan media sosial karena membantu mereka menemukan informasi dan hiburan yang mereka butuhkan.

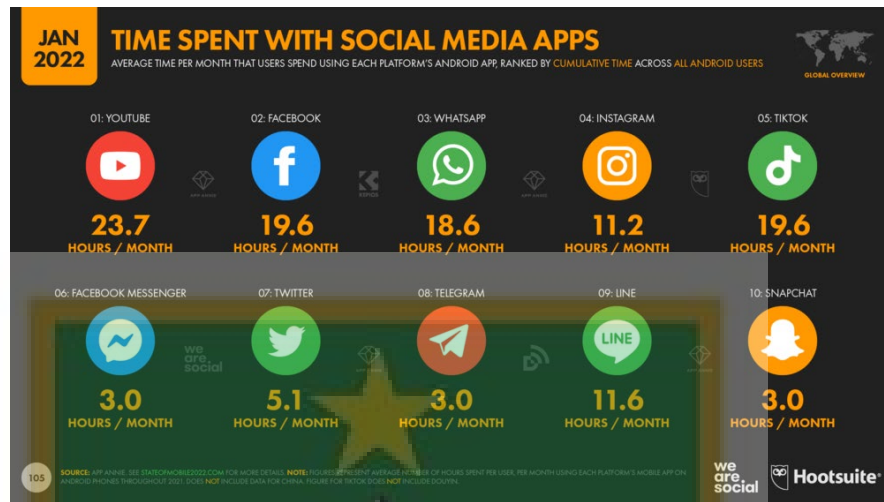
Media sosial adalah platform media yang berpusat pada kehadiran pengguna yang mendukungnya dalam aktivitas dan kolaborasinya. Media yang memperkuat hubungan dan ikatan sosial antar pengguna.³ Ciri utama situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik dengan pengguna yang sudah mereka kenal maupun dengan pengguna yang sering mereka temui di dunia nyata (*offline*), maupun dengan jaringan pertemanan baru.

Seringkali, munculnya persahabatan baru ini didasarkan pada kesamaan seperti hobi dan minat, pandangan politik, latar belakang sekolah, universitas, dan pekerjaan.⁴

³ Rulli Nasrullah, Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 11

⁴ Nasrullah, Rulli. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan sosioteknologi. Bandung. Rosdakarya. 2016. Hal 40.

Gambar 1.2 Penggunaan waktu aktivitas media sosial



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>⁵

Pengguna internet yang mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, menjadikan pengguna internet tidak lepas aktivitas media sosial di setiap platform. Dalam popularitas media sosial, *instagram* menempati urutan keempat, tetapi pengguna menghabiskan lebih sedikit waktu menggunakan aplikasi setiap bulan dibandingkan dengan 5 teratas lainnya, hanya 11,2 jam per bulan.

Untuk konteks, waktu bulanan rata-rata per pengguna tetap relatif stabil di *Facebook*, *YouTube*, dan *WhatsApp* selama setahun terakhir. Dalam kegunaannya media sosial sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi. Karena penyebaran informasi sangat mudah melalui aplikasi media sosial. Penyebaran informasi melalui media sosial juga lebih cepat dan murah. Berbeda halnya dengan penyebaran informasi melalui media cetak.

⁵ Google. "Digital 2022: Global Overview Report." Accessed Agustus 1, 2022.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

Hal ini karena penyebaran informasi melalui media cetak biasanya membutuhkan anggaran yang lebih besar. Kemudian membagikannya ke berbagai jejaring sosial termasuk instagram milik sendiri. Selain sebagai aplikasi unggahan foto dan video pribadi, kini banyak dimanfaatkan sebagai sumber informasi menyebarkan dan memperoleh berita, guna sebagai interaksi kepada khalayak.

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.⁶

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digandrungi anak – anak muda secara umum. Instagram merupakan media sosial yang memiliki *fitur likes, instastory, postingan video ataupun foto, comment, direct message*. Instagram tidak hanya dijadikan sarana hiburan semata, akan tetapi Instagram menjadikan sarana pertukaran informasi antar pengguna , hingga menjadi media promosi melewati *konten – konten* yang diunggah.

Berdasarkan dataindonesia.id Indonesia menempati urutan keempat dengan pengguna aktif bulanan Instagram sebanyak 99,9 juta orang.⁷

⁶ <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-..pada-2022> diakses pada tanggal 8 september 2022 pukul 20.00 Wib.

⁷ <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-..pada-2022> diakses pada tanggal 8 september 2022 pukul 20.00 Wib.

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan kepada masyarakat salah satunya yakni media sosial, inovasi yang terus dilakukan melahirkan sebuah perubahan dalam mendapatkan suatu informasi dengan lahirnya sebuah platform media sosial, salah satunya adalah Instagram.

Banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, melahirkan beberapa akun pengguna untuk menjadi sarana informasi tertentu, mulai dari hiburan, politik, Kesehatan, kuliner, kecantikan, perkembangan teknologi, hingga informasi edukasi. @Dramain.media merupakan salah satu akun yang melihat peluang dari pemanfaatan Instagram sebagai media informasi yang ada di kota Jakarta. Akun ini dibangun melewati naungan PT. Kece Entertainment yang berfokus menjadi *social media specialist*.

Pada dewasa ini akun @Dramain.media mengharuskan memberikan sebuah berita/informasi kepada pengguna media sosial Instagram, tak hanya memberikan suatu informasi/berita @Dramain.media juga dapat menjadi diskursus publik untuk setiap sebuah postingan dengan fitur *comment* yang ada di Instagram. @Dramain.media memanfaatkan fitur media sosial Instagram dengan memberikan berita/informasi diberbagai hal, yang berisi seputar politik, budaya pop, kuliner, wisata, hiburan/film, hingga perkembangan teknologi dunia, hingga menyuguhkan sebuah konten berupa video, tulisan, foto dan menjadikan aktivitas kepada setiap pengguna media sosial.

Saat ini sudah cukup banyak akun Instagram yang menyediakan informasi seputar politik, budaya pop, wisata kuliner, rekreasi, hiburan/ film, hingga perkembangan teknologi, dengan tampilan caption yang menarik mengenai berita tersebut.

Tabel 1.1

Daftar Akun Media Informasi di Kota Jakarta

No	Akun	Followers
1	@folkative	3,4 M
2	@ussfeeds	1,1 M
3	@viceind	989 K
4	@volix.media	462 K
5	@buzzleind	62,2K
6	@viceind	989 K
7	@freakout.media	54,6 K
8	@dramain.media	32,9 K

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Tabel tersebut merupakan daftar akun Instagram populer yang ada di kota Jakarta, terbukti dengan jumlah pengikut (*followers*) yang mencapai jutaan hingga ratusan ribu mendapatkan *engagement rate* yang cukup baik. Akun Instagram yang peneliti pilih adalah akun @Dramain.media, meskipun jumlah followers hanya 32,9 K, peneliti tertarik meneliti akun ini karena ingin melihat sejauh mana akun ini memberikan berita/ informasi serta cara menyajikan isi kontennya.

Dalam perkembangannya, media sosial tidak hanya sebagai sarana aktualisasi diri, tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi dan konten berita. Jika kontennya positif, itu sangat produktif dan konstruktif.

Gambar 1.3 Profil Akun Instagram Dramai



Sumber : https://instagram.com/dramain.id?utm_medium=copy_link⁸

Pada tanggal 1 Januari media akun @Dramain.media memposting dengan jumlah 1.731ribu postingan, segala sesuatu tentang trend hiburan, budaya pop, baik kuliner, acara, destinasi wisata, potensi wisata, baik tanah air hingga dunia. @Dramain.media sudah mempunyai 33,3ribu followers. @Dramain.media setiap harinya memposting gambar dan video berbeda dan beragam melalui *feed* ataupun *instastory* guna memberikan informasi kepada publik.

⁸ Materi dokumentasi profil akun instagram dramain.media. Accessed 1, Januari 2022.
.https://www.instagram.com/dramain.media/

@dramain.media dalam pengelolan strategi akun instagram tersebut mempunyai *schedule* setiap harinya untuk terus menyebarkan berita dengan konsisten berupa foto dan video, dengan tidak membuat konten yang terlalu tua atau terlalu bosan. Walau akun Instagram ini bernama @ Dramain.media, namun akun tersebut tidak melakukan dramatisir terhadap isi konten yang disebarkan, melainkan hanya mencoba menangkap fenomena *ter-update* didalam kehidupan masyarakat.

Akun ini juga memberikan informasi lengkap pada *caption* mengenai setiap postingan yang diunggah, hal tersebut dilakukan guna untuk meningkatkan *engagement rate*. Peneliti juga tertarik untuk meneliti akun Instagram @Dramain.media penelitian ini baru, belum ada yang meneliti sebelumnya.

Engagement rate adalah suatu metrik standar yang digunakan dalam pemasaran media sosial untuk mengukur kinerja konten pada akun, khususnya di instagram. Dikutip dari halaman resmi Hopperhq, *engagement rate* metrik standar yang digunakan dalam pemasaran media sosial untuk mengukur kinerja konten di platform media sosial, terutama Instagram dan Facebook.

Engagement rate ini sangat penting bagi influencer dan pemasar digital untuk menilai keterlibatan dan minat publik dengan postingan yang di publikasikan. Jika suatu konten bisa mendapatkan banyak perhatian dari jumlah pengikut akun, kesadaran publik terhadap ketersediaan akun tersebut,

meningkat secara otomatis.⁹ Berikut ini adalah unggahan dari akun Instagram @Dramain.media :

Gambar 1. 4 Engagement Rate Pada Postingan akun Dramain.Media



Berdasarkan pada salah satu postingan diatas, menunjukan bahwasanya berita yang diposting akun @Dramain.media menunjukan rendahnya *engagement rate* yang didapat dalam 1 postingan tersebut. Pada postingan

⁹ Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like dan Komentar, Egan Evanzha Yudha Amriel, Reiga ..Ritomiea Ariescy, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Vol.9 No.2, Juli – Desember 2021

tanggal 13 Mei 2022, hanya mendapat views dengan jumlah 236 *followers* dan 6 *non followers*. Tentu menjadi sebuah persoalan dengan jumlah 33 ribu lebih jumlah *followers*, akan tetapi hanya mendapat 231 *likes*, *comment* 1, dan *saves*

Gambar 1. 5 Profil Dramain.media Bulan Mei – Agus 2022 1



Januari 2022 akun instagram @Dramain.media memiliki 33,3ribu *followers*, Namun akun instagram @Dramain.media mengalami penurunan

jumlah *followers*. Dalam kurun waktu 4 bulan, pertengahan bulan 13 Mei 2022 @Dramain.media memiliki jumlah followers 33,2ribu dan kurun waktu 3 bulan, diawal bulan Agustus 2022 kembali mengalami penurunan jumlah *followers* yaitu 33,1ribu.

Faktor yang mempengaruhi suatu postingan dikatakan menarik dan disukai banyak *audiens* pada akun instagram dengan melihat *engagement rate* pada akun media sosial, rata-rata pengunjung yang mampir kehalaman instagram atau bisa juga dari jumlah seseorang menyebarkan postingan tersebut, adanya caption dengan menggunakan *CTA (Call to Action)* guna menarik audiens, sehingga ada interaksi antara audiens dengan pembuat konten.

Kelayakan suatu berita dalam media sosial berdasar pada kredibilitas dalam pemberitaan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konten adalah isi didalam suatu web, guna menyebarkan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.¹⁰ Namun pemilihan konten dalam akun instagram @Dramain.media diambil dari *trendsetter* atau pencipta trend yang bersumber dari platform media lain, dengan mencantumkan *source* berita. Guna memberikan informasi, ter-*update* mengikuti perkembangan berita yang terjadi baik di tanah air maupun di seluruh dunia.

Munculnya media sosial akhir-akhir ini tentunya telah mengubah langkah jurnalisme di Indonesia. Ini sangat relevan dengan proses pengumpulan berita,

¹⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia. Accessed 23, July 2022.

produksi berita, dan penyebaran berita. Pesan-pesan yang keluar dari berbagai platform media sosial seringkali terkesan menyebarkan berita dengan mengesampingkan isu-isu penting untuk disebarkan masyarakat umum, dan dengan isu-isu yang beredar tanpa didasarkan informasi yang relevan untuk mengutamakan kepentingan pemilik media.

Banyaknya dan maraknya media sosial yang menyebarkan berita informasi dilatar belakangi adanya jurnalisme dalam suatu berita. Media sosial terutama instagram sekarang ini, menjadi platform yang hanya mementingkan kecepatan berita yang disebarkan melalui media instagram, saling berlomba-lomba menyunting berita untuk mendapat *feedback* dari khalayak umum. Berlomba-lomba mendapatkan berita ter-*update*, agar lebih unggul dari media lain.

Dengan melakukan analisis SWOT yang menjadi landasan untuk melihat Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman), pada akun Instagram. Serta mengetahui lebih dalam mengenai strategi manajemen dengan konsep POAC, Perencanaan (*Planing*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), Pengawasan (*Controlling*) yang dilakukan oleh pengelola akun @dramain.media dalam menyebarkan informasi melalui media Instagram. Oleh sebab itu, konsep ini menarik minat untuk peneliti dan berharap agar bisa mempelajari lebih lanjut tentang **“Strategi Manajemen Konten Media Sosial Akun Instagram @Dramain.media.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian mengacu dalam pertanyaan berikut: “Bagaimana strategi manajemen, konten media sosial akun instagram @Dramain.media dalam meningkatkan *engagement rate*, menggunakan analisis SWOT.”

1.3. Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis.

Yaitu memberikan sumbangan keilmuan dan pengetahuan untuk para mahasiswa terlebih pada jurusan Ilmu Komunikasi. Serta berhadap bisa menjadi refrensi oleh para akademisi mengenai permasalahan serupa. Peneliti melakukan penelitian ini untuk melihat, sejauh mana pemanfaatan strategi manajemen konten media sosial instagram yang dilakukan akun @Dramain.media sebagai media informasi, dalam meningkatkan *engagement rate* pada akun, menggunakan analisis SWOT.

B. Manfaat Praktis.

1. Manfaat bagi penelitian diharapkan dapat memberi manfaat untuk melihat Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman) perusahaan pada akun media sosial @Dramain.media dalam menyebarkan informasi di instagram.
2. Penelitian ini diharapkan, bisa menjadi kajian bagi penulis maupun pembaca dalam pemanfaatan instagram sebagai media sosial yang

menyebarkan informasi, melihat dan menarik perhatian publik untuk meningkatkan *engagement rate* pada akun.

3. Sebagai manfaat untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan dalam suatu penelitian/ karya ilmiah.

1.4. Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan sebagai gambaran tentang penelitian yang penulis teliti yang akan terbagi, menjadi 5 bagian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas tentang fenomena yang terjadi saat ini, yaitu berkembangnya media sosial instagram sebagai media informatif dalam menyebarkan berita. Yang menjadi latar belakang masalah, rumusan masalah, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan peneliti terdahulu yang dijadikan acuan penulisan, konsep dan teori yang digunakan dalam menganalisis masalah.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Peneliti pada bab ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif untuk menguraikan hasil penelitian.

Bagaimana metode yang penulis lakukan dalam penelitian ini. Metodologi penelitian ini terkait pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, keabsahan data serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisikan analisis mendalam terhadap persoalan yang menjadi fokus penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

