

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era yang terus berkembang ini, perkembangan teknologi telah menjadi pendorong utama perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Fenomena ini tidak hanya melibatkan kemajuan di bidang komunikasi, tetapi juga mencakup sektor-sektor seperti industri, kesehatan, pendidikan, dan banyak lagi. Sejak revolusi industri hingga munculnya era digital, teknologi terus memberikan kontribusi signifikan terhadap cara kita bekerja, berinteraksi, dan mengakses informasi. Perkembangan teknologi menghadirkan inovasi-inovasi yang memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan lebih efisien, mengakses sumber daya secara global, dan mencapai tingkat efektivitas yang sebelumnya sulit dibayangkan. Mulai dari komputer pribadi, internet, hingga teknologi kecerdasan buatan, setiap langkah kemajuan membuka pintu bagi peluang baru sekaligus menantang kita untuk terus beradaptasi.

Media baru yang dapat diakses secara online dan dikenal luas oleh masyarakat umum, disampaikan dengan menggunakan teknologi digital yang telah menjadi metode sekaligus infrastruktur untuk mencapai tujuan tersebut. Selain media sosial, media baru juga mencakup website yang terhubung dengan jaringan internet. Media sosial memudahkan dan murah bagi penggunanya untuk berkomunikasi satu sama lain dan berbagi informasi. (Nurudin (2012))

Perkembangan media baru telah menghadirkan transformasi mendalam dalam cara kita berinteraksi, mengakses, dan menyampaikan informasi. Dalam era digital ini, media baru, seperti media sosial, podcast, dan platform video online, telah menjadi pilar penting dalam menghubungkan individu secara global. Media sosial, seperti Facebook dan Instagram, memungkinkan pengguna untuk berbagi momen, pandangan, dan pengalaman secara instan, menciptakan komunitas virtual yang melintasi batas geografis. Podcast, sebagai bentuk media audio on-demand, memberikan kebebasan bagi pembuat konten dan pendengar untuk mengeksplorasi berbagai topik tanpa terikat waktu dan tempat tertentu. Platform video online,

seperti YouTube dan Netflix, membuka ruang untuk konten visual yang lebih beragam, dari tutorial hingga hiburan.

Berdasarkan data survei yang dihimpun pada Juni 2022 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat 210 juta pengguna internet di Indonesia atau sekitar 77,02% penduduk negara yang dapat mengakses internet (APJII, 2022). Kumpulan jaringan yang saling berhubungan (*Interconnected Network*) yang terhubung satu sama lain untuk mengumpulkan informasi global dikenal sebagai jaringan yang saling berhubungan atau Internet. Oleh sebab itu, komputer yang dulunya merupakan perangkat mandiri kini dapat terhubung langsung ke jaringan internet dan tidak terisolasi dari komputer atau perangkat lain.

Data survei Dewan Pers tahun 2021 menunjukkan terdapat 47.000 media online di Indonesia, dan 1.700 di antaranya terverifikasi Dewan Pers (Pers, 2020). Berbagai jenis konten dan atribut (ciri khas) semakin bertambah jumlahnya. Dalam hal ini, Indonesia mengalami peningkatan jumlah orang yang menggunakan media internet. Dengan menggunakan jaringan internet dan perangkat seperti laptop dan gadget sebagai alat komunikasi, media online digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator ke komunikan.

Peningkatan penggunaan media sosial secara global telah menjadi fenomena signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dengan penetrasi internet yang semakin meluas dan perangkat seluler yang semakin terjangkau, jumlah pengguna media sosial terus meningkat. Di tengahnya, Instagram telah menonjol sebagai salah satu platform utama yang digunakan untuk berbagi konten visual.¹

Platform ini memberikan pengguna pengalaman unik dalam berinteraksi melalui gambar dan video, memfasilitasi ekspresi kreatif dan memungkinkan pengguna untuk membagikan momen dalam format yang menarik secara visual. Keberhasilan Instagram juga didorong oleh fitur-fitur seperti Stories, IGTV, dan Reels, yang semakin memperkaya konten yang dapat dibagikan. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi tempat berinteraksi sosial, tetapi juga menjadi kanal utama bagi individu, merek, dan organisasi untuk menyebarkan informasi dan

¹ Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram@ Kominfobogor. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 291-302.

menjangkau audiens global melalui penggunaan konten visual yang menarik dan inovatif.

Berdasarkan data, April 2023 terdapat 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia menurut data *Napoleon Cat*. Dibandingkan bulan Maret yang berjumlah 105,68 juta pengguna, angka ini meningkat 3,45% (Rizaty, 2023).

Stories memberikan kebebasan untuk berbagi momen seketika, IGTV membuka pintu untuk konten video yang lebih panjang, sementara Reels menawarkan kemungkinan untuk mengekspresikan diri melalui video pendek yang kreatif. Dinamika ini tidak hanya memperkaya pengalaman pengguna tetapi juga memberikan ruang bagi kreasi yang lebih beragam. Keberhasilan Instagram sebagai kanal utama menyebarkan informasi juga mencerminkan pergeseran perilaku konsumen yang semakin memilih konten visual sebagai sarana utama mereka untuk memahami, berbagi, dan terlibat.² Instagram tidak hanya terletak pada jumlah pengguna yang terus bertambah, tetapi juga pada dampaknya dalam membentuk tren, memunculkan influencer, dan meresapi budaya digital. Melalui platform ini, individu dapat menjadi pembuat konten yang mampu mencapai khalayak luas, merek dapat membangun kehadiran online yang kuat, dan organisasi dapat menyampaikan pesan mereka dengan cara yang lebih langsung dan menarik.

Instagram tidak hanya menjadi ruang untuk bersosialisasi, tetapi juga menjelma sebagai medium yang memainkan peran integral dalam membentuk budaya digital kontemporer. Keberhasilannya sebagai kanal informasi dan ekspresi kreatif mencerminkan evolusi media sosial menuju platform yang lebih visual, dinamis, dan terbuka terhadap beragam bentuk konten. Sebagai akibatnya, Instagram terus berperan sebagai pemimpin dalam merangkul dan membentuk dunia digital kita saat ini.³

Dengan terus berkembangnya penggunaan Instagram sebagai media informasi digital, platform ini juga menjadi panggung yang memperkuat kehadiran merek dan individu dalam ranah pemasaran digital. Peranan influencer yang muncul di Instagram menciptakan dinamika baru dalam interaksi antara merek dan

² Asih, W. M., Muchtar, K., & Abidin, Y. Z. (2020). Pengelolaan Digital Pr Dalam Mengemas Konten Dakwah Di Instagram@ Masjidtrans. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(1), 108-119.

³ Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By. U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1.

konsumen, di mana kepercayaan dan keterlibatan dibangun melalui narasi visual dan konten yang autentik. Media sosial telah mengalami evolusi signifikan dari sekadar sarana hiburan menjadi sumber informasi yang substansial. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terkemuka, memainkan peran utama dalam pergeseran ini. Meskipun awalnya dikenal sebagai platform berbagi foto dan video, Instagram kini tidak hanya menjadi tempat untuk hiburan visual, tetapi juga menjadi sumber informasi yang relevan dan cepat.⁴

Instagram dimanfaatkan oleh media online saat ini sebagai media penyebaran berita dengan berbagai macam isi dan fungsinya, selain sebagai wadah berbagi momen-momen terkini dalam beraktivitas dan mengekspresikan diri. Instagram menawarkan beberapa keunggulan dan fitur. Analytic Fellowship Maverick Indonesia mengklaim sejumlah media, antara lain @ussfeeds, @CNNIndonesia, @Datik.com, @Folkative, dan @Kompas.com, menggunakan Instagram untuk menyebarkan berita dan populer di kalangan anak muda.

Selain itu, Instagram juga menunjukkan dampak signifikan pada cara berkomunikasi dan menyampaikan pesan. Penggunaannya yang terus berkembang sebagai alat pemasaran dan branding mengilustrasikan pentingnya pengemasan konten yang efektif dalam membangun citra merek, mengkomunikasikan nilai-nilai, dan memenangkan hati konsumen. Analisis lebih lanjut terhadap praktik pengemasan konten, terutama melalui studi kasus seperti @ussfeeds, dapat membuka wawasan tambahan tentang strategi kreatif dan elemen desain yang sukses dalam mempengaruhi audiens.

Dalam perspektif penelitian, pemahaman mendalam tentang praktik pengemasan konten di Instagram dapat memberikan landasan bagi pengembangan teori dan kerangka kerja yang lebih relevan dan spesifik. Penelitian ini dapat menyumbangkan pemahaman baru tentang bagaimana elemen visual dan naratif bersinergi untuk mencapai tujuan komunikatif tertentu dalam konteks media sosial. Instagram bukan hanya menjadi trendsetter dalam penggunaan media sosial tetapi juga sebuah fenomena yang memberikan sumbangan yang signifikan pada dinamika interaksi sosial, pemasaran digital, dan pengembangan konten visual.

⁴ Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro, B. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial Islam Populer. *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 203-234.

Studi mendalam tentang praktik pengemasan konten di platform ini bukan hanya menggambarkan tren saat ini tetapi juga membuka jendela untuk memahami perubahan dan evolusi mendatang dalam cara kita berinteraksi dengan informasi dan konten di dunia digital.

Pengemasan konten memegang peran sentral dalam memikat perhatian pengguna di era digital yang penuh dengan informasi. Dalam dunia yang begitu cepat dan padat informasi, elemen-elemen seperti visual, teks, dan desain menjadi kunci untuk membuat konten menonjol di tengah persaingan yang ketat. Pengguna tidak hanya mencari informasi yang bermanfaat, tetapi juga menginginkan pengalaman yang menarik dan dapat dipahami secara cepat. Elemen visual, seperti gambar dan grafik, memberikan daya tarik instan dan membantu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih memikat. Teks yang jelas dan persuasif juga memainkan peran penting dalam mengkomunikasikan informasi dengan efektif. Selain itu, desain yang estetis tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga membantu menyusun informasi menjadi suatu keseluruhan yang mudah dicerna. Oleh karena itu, pengemasan konten yang cerdas dan terencana dengan menggunakan kombinasi harmonis dari elemen-elemen ini tidak hanya memikat perhatian pengguna, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan retensi informasi yang disajikan. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, di mana visual sangat ditekankan, pengemasan konten yang efektif dapat menjadi kunci sukses dalam membangun keterlibatan dan konversi.

Pemilihan Instagram @ussfeeds sebagai fokus penelitian dipertimbangkan dengan matang, didorong oleh sejumlah faktor yang menjadikannya relevan untuk dianalisis dalam konteks pengemasan konten sebagai media informasi digital. Akun ini menjadi pilihan utama penelitian karena memiliki jumlah pengikut yang signifikan, menciptakan dampak yang kuat dalam menyampaikan informasi kepada audiensnya. Dengan jumlah pengikut yang substansial, analisis terhadap @ussfeeds dapat memberikan wawasan mendalam tentang strategi pengemasan konten yang efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian pengguna di platform Instagram. Selain itu, tingkat interaksi yang tinggi yang mungkin dimiliki oleh akun tersebut dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana pengikut terlibat dengan konten yang disajikan. Interaksi, seperti like, komentar, dan berbagi, mencerminkan

sejauh mana konten tersebut berhasil membangun keterlibatan dan konektivitas dengan audiensnya. Oleh karena itu, @ussfeeds menjadi objek penelitian yang relevan untuk memahami bagaimana elemen-elemen pengemasan kontennya, seperti visual, teks, dan desain, berkontribusi terhadap tingkat interaksi yang tinggi dan dampak positif yang dihasilkan.

Pemilihan @ussfeeds sebagai subjek penelitian bukan hanya berdasarkan popularitasnya, tetapi juga karena potensinya sebagai studi kasus yang dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi pemasaran dan pengguna media sosial dalam meningkatkan efektivitas pengemasan konten. Dengan demikian, analisis mendalam terhadap akun ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman kita tentang bagaimana strategi pengemasan konten dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menyampaikan informasi secara digital di platform Instagram.⁵

Selain itu, relevansi @ussfeeds untuk penelitian ini juga terletak pada dampaknya dalam menyampaikan informasi. Akun ini mungkin telah memainkan peran yang cukup signifikan dalam membentuk opini, tren, atau bahkan memengaruhi keputusan pengikutnya. Dengan menganalisis dampaknya, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang efektivitas konten sebagai agen penyampai pesan dan penyampai informasi. Penelitian ini memiliki kepentingan yang signifikan karena berfokus pada pemahaman praktik pengemasan konten di Instagram melalui studi kasus yang konkrit, yakni akun @ussfeeds. Pertama-tama, relevansi penelitian ini dapat dilihat dari peran penting media sosial, terutama Instagram, sebagai kanal utama penyampaian informasi di era digital saat ini. Dalam konteks tersebut, pemahaman mendalam terhadap strategi pengemasan konten memiliki dampak langsung pada kemampuan penyampai pesan untuk mencapai dan berinteraksi dengan audiensnya.

Potensi kontribusi penelitian ini juga terletak pada kemampuannya untuk memberikan pandangan baru terhadap dinamika pengemasan konten di Instagram. Melalui analisis terhadap @ussfeeds, penelitian ini dapat membuka wawasan terkait evolusi tren, perubahan preferensi pengguna, dan inovasi dalam pengemasan

⁵ Nugraha, D. P. (2023, July). Pengemasan Informasi pada Konten Instagram dalam Mengkomunikasikan Pesan Kebencanaan. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 3, No. 2, pp. 515-521).

konten di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya memberikan pemahaman mendalam tentang praktik pengemasan konten, tetapi juga memberikan kontribusi lebih lanjut terhadap literatur dan pemikiran baru dalam ranah pemasaran digital dan media sosial. Penelitian ini juga penting karena dapat memberikan pandangan yang lebih kontekstual terhadap keberhasilan strategi pengemasan konten di Instagram. Dengan memilih @ussfeeds sebagai subjek penelitian, penelitian ini dapat menggali dinamika unik dan karakteristik yang mungkin hanya berlaku pada akun tersebut. Hal ini memberikan peluang untuk mengeksplorasi elemen pengemasan konten yang spesifik dan mungkin menjadi pembeda antara akun yang sukses dan yang tidak.

Akun instagram ussfeeds berada dibawah naungan USS Network yang berfokus pada informasi dan berita, seni, budaya, dan merek lokal Indonesia. Hingga Januari 2024, akun Instagram ussfeeds memiliki 11,7 rb postingan, 1,7 juta pengikut, 174 pengikut, dan ribuan penayangan di setiap postingan. Ussfeeds adalah media online yang khusus menyajikan berita terkini. *“Your Daily Intake of Everything Trending”* demikian tulisan yang terlihat di bio Instagram @ussfeeds. Secara harafiah artinya adalah asupan harian anda dari segala sesuatu yang sedang tren.

Ussfeeds didirikan pada tahun 2019 oleh seorang entrepreneur dan influencer yang bernama Jeffry Jouw yang saat ini dikenal sebagai CMO (Chief Marketing Officer) USS Network dan founder USSFeeds. USS Network adalah perusahaan yang bergerak dalam gaya hidup modern dan jaringan konten dengan berfokus pada budaya anak muda. USS Networks berupaya untuk menjembatani atau menutup kesenjangan yang ada antara generasi muda, merek, dan tren yang sedang berkembang dengan terus melakukan peningkatan. Untuk membantu pemirsa memahami keunggulan merek lokal, ussfeeds juga secara konsisten menerbitkan artikel berita tentang trend fashion terkini dan memberi informasi tentang bisnis lokal Indonesia. Ussfeeds berupaya memberikan dampak positif terhadap budaya artistik bagi budaya kreatif bangsa.

USS •
NETWORKS

USS •
FEED

Gambar 1.1 Logo USS Networks dan Logo Akun Instagram USSFeeds

(Dokumentasi Peneliti, 25 Januari 2024)

Sejak akun ussfeeds pertama kali muncul, telah menarik banyak perhatian masyarakat umum, terutama generasi muda, yang dipandang sebagai sumber informasi terkini dan bermanfaat. Platform jejaring sosial paling populer di kalangan masyarakat Indonesia dari semua kelas sosial yaitu Instagram yang digunakan oleh ussfeeds. Meskipun banyak sekali akun Instagram dengan konten informasi yang tersedia saat ini, banyak orang terutama generasi muda yang masih lebih memilih akun ussfeeds. Instagram ussfeeds didirikan dengan tujuan untuk mewakili, mengedukasi, dan menginspirasi pengguna Instagram di Indonesia. Selain menyajikan berita dari Instagram, ussfeeds juga menyebarkan berita dari platform media sosial lainnya, antara lain Website, Twitter, Facebook, Tiktok, YouTube, dan lainnya, semuanya dengan tujuan untuk menciptakan konten dan acara online menarik yang patut diketahui oleh generasi muda.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti bertujuan untuk menjelaskan cara akun Instagram @ussfeeds memanfaatkan media sosial dan menggabungkan informasi konten dengan banyak fitur di platform. Hasilnya, penelitian ini menjadi signifikan, dan para peneliti bersemangat untuk menjelaskan bagaimana mereka menganalisis konten media sosial kualitatif di akun Instagram @ussfeeds. Selain itu, setelah penelitian pada bulan Januari 2024, para peneliti mempersempit fokus mereka pada postingan konten yang diambil antara tanggal 25 dan 31 Januari 2024, di dalam area penelitian yang telah ditentukan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini diberi judul, *"PENGEMASAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI DIGITAL (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @ussfeeds) "*.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan dari latar belakang penelitian adalah sebagai berikut :

“Bagaimana analisis isi pengemasan konten media sosial sebagai media informasi pada akun Instagram @ussfeeds dan apa pandangan Teori *New Media* (Pierre Levy) terkait akun Instagram @ussfeeds ?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas yaitu :

“Untuk mengetahui pengemasan konten media sosial sebagai media informasi pada akun Instagram @ussfeeds dalam model *New Media Theory* Pierre Levy sehingga menjelaskan pengemasan konten yang diposting pada Instagram @ussfeeds yang nantinya mengacu pada strategi penyampaian informasi”.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis dan praktisi adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang peran media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform untuk menyebarkan informasi digital. Dengan menganalisis konten yang diposting di akun @ussfeeds, penelitian ini dapat mengungkapkan bagaimana media sosial digunakan sebagai media penyebaran informasi yang efektif, serta bagaimana interaksi antara pengguna dan konten dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman mereka.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konten digital dikemas dan disajikan di platform media sosial seperti Instagram. Dengan memahami strategi pengemasan yang efektif, penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi praktisi komunikasi digital dalam merancang konten yang menarik dan efektif untuk menyebarkan informasi.
2. Secara Praktisi
 - a. Penelitian ini dapat digunakan untuk memperoleh penemuan ilmiah baru dengan memberikan masukan, saran, atau kritik kepada pihak-pihak yang ingin melanjutkan penelitian ini secara mendalam mengenai analisis kualitatif konten Instagram @ussfeeds terkait pengemasan konten sebagai media informasi digital. Dapat juga digunakan untuk

memperkaya dan memberikan referensi yang jelas untuk penelitian selanjutnya mengenai permasalahan yang sama dengan judul di atas.

- b. Penelitian ini dapat membantu praktisi untuk mengoptimalkan penggunaan platform media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat untuk menyebarkan informasi digital. Mereka dapat belajar dari strategi dan teknik yang efektif yang digunakan dalam akun @ussfeeds untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan konten mereka.
- c. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah pengetahuan dalam strategi pengemasan konten dalam akun Instagram @ussfeeds.

