

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet adalah kemajuan terbesar dalam teknologi komunikasi masa ini yang memasuki era komunikasi dua arah. Laporan We are Social data digital Indonesia pada tahun 2024 menyatakan bahwa pencarian informasi adalah alasan utama orang Indonesia menggunakan internet dan mencapai 83,1%. Media sosial juga menjadi *platform* komunikasi utama karena banyak manfaat dan kemudahan yang ditawarkan jika digunakan dengan benar. Salah satu kebutuhan utama setiap orang sekarang adalah media sosial. Ini disebabkan oleh kemudahan mengakses internet dan mengetahui perkembangan dunia yang cepat. Dengan munculnya media berbasis internet, terjadi pergeseran cara media komunikasi digunakan. Komunikasi sekarang berkembang dari interaksi satu arah menjadi dua arah atau timbal balik.

Contoh hal yang semakin populer adalah media sosial yang memungkinkan setiap orang berinteraksi atau berkomunikasi. Media sosial juga sering digunakan untuk berbagi atau mendapatkan informasi. Bisa diakses berbagai sosial media seperti instagram, youtube, tiktok dan lainnya. Media komunikasi telah diperkaya sehingga kita tak lagi bergantung pada media konvensional contohnya seperti radio, televisi, dan koran. Media sosial memiliki kegunaan dan keunggulannya masing-masing. Seperti instagram ialah media sosial berbasis gambar yang memberikan fasilitas berbagi foto dan video. Lalu ada

tiktok yang memiliki keunggulan untuk membuat video pendek dan durasi tertentu, video tersebut bisa dicocokkan sesuai musik yang diinginkan. Selanjutnya youtube memiliki keunggulan dimana penggunaannya dapat menonton, mengkreasi, dan mengupload berbagai video.

Dikutip melalui laporan data pengguna digital Indonesia 2024 yang dirilis We Are Social mengungkapkan bahwa orang Indonesia menggunakan waktu rata-rata 7 jam 38 menit setiap harinya untuk mengakses media sosial.

Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Sosial (Tahun 2024)



Gambar 1 Sampel dari riset (Sumber: We are social)

Gambar 1.1 menunjukkan sampel dari riset tersebut adalah pengguna ponsel berbasis android. Dengan asumsi bahwa orang tidur selama 7-8 jam per hari, temuan angka tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia saat ini menghabiskan sekitar 30% dari masa hidupnya untuk menggunakan ponsel”, tulis laporan tersebut. Adapun karakteristik penyebaran informasi di media sosial yaitu informasi yang dibagikan untuk umum dan luas bisa tertuju untuk siapa saja dan lebih cepat menyebar dibandingkan media konvensional. Cara media sosial yang beragam membagikan informasi dengan tulisan atau gambar dan lebih menarik, membuat media konvensional bergeser dan kurang diminati. Instagram sosial media paling populer. Menurut *wearesocial.com* Instagram merupakan satu dari

sepuluh aplikasi media sosial yang paling tren dan banyak diunduh oleh masyarakat indonesia (Andi,2024). Instagram juga menempati urutan kedua sebagai sosial media yang penggunanya terbanyak khususnya indonesia. Jumlah populasi di indonesia saat ini 2024 sebanyak 279,8 juta penduduk dan menurut data dari Napaleontcat pengguna instagram aktif di indonesia 90,183,200 pengguna aktif instagram sejak januari 2019-2024.

Instagram ialah aplikasi sederhana yang memiliki fungsi untuk membagikan foto dan video. Selain daripada itu pengguna instagram juga bisa langsung memilih foto atau video lalu kemudian menyuntingnya berdasarkan efek filter yang telah disediakan di instagram lalu kemudian mengunggah hasil dari foto dan video tersebut ke halaman awal instagram dan berbagai *platform* sosial media lainnya. Setelah itu foto dan video yang telah diunggah akan terlihat oleh pengguna instagram lain yang menjadi pengikut akun tersebut. Penggunaan media sosial Instagram dapat dijelaskan dengan cara sederhana. Pertama memilih gambar atau foto, kemudian menyunting, dan terakhir menunggah hasilnya (Bambang Winaso 2015:17).

Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi tak hanya digunakan masyarakat secara individu atau bahkan lembaga pemerintahan saja namun digunakan untuk kegiatan mahasiswa di *internal* kampus. Salah satunya digunakan unit kegiatan mahasiswa ikabama atau ikatan aktivitas band mahasiswa di universitas muhammadiyah malang yang sudah terbentuk sejak tahun 1993. Ikabama sendiri bergerak di bidang oraganisasi,musik dan event organizer. Melalui media sosial ikabama memberikan *update* program atau kegiatan rutin

organisasi atau informasi tentang homeband atau event musik yang bisa dinikmati oleh mahasiswa kampus bahkan masyarakat eksternal kampus. Semua informasi juga dikemas dengan visualisasi berupa fotografi, infografis bahkan videografis yang menarik.

Aktivitas media sosial ikabama umm khususnya instagram, dikelola oleh kadiv advertise yang bertanggung jawab aktif mengelola sosial media ikabama sebagai wadah branding ikabama selain itu ada divisi kreatif yang bertanggung jawab menciptakan serta mengelola hasil produksi yang bersifat kreatif, edukatif, inovatif dan komunikatif. Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti bermaksud menelusuri lebih banyak tentang “Pengemasan Konten Visual Instagram Ikabama Sebagai Penyampaian Informasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana pengemasan konten visual instagram ikabama dalam menyampaikan informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengemasan konten visual instagram ikabama dalam menyampaikan informasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Maka dari hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi baik secara akademis dan praktis:

a. Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membagikan pengetahuan atau pemikiran dan kontribusi ilmu bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian serupa, sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman dan saran atau kritik sebagai bahan evaluasi bagi ikabama umm dalam menyajikan konten visual sebagai media penyampaian pesan informasi di instagram.

