

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangatlah pesat dengan didukung adanya internet dan media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online yang melibatkan para penggunanya agar berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, seperti blog, social network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Fenomena instagram yang dijadikan media online yang dikemas unik bermunculan di Instagram, akun instagram tersebut selalu memberikan unggahan yang dikemas secara ringkas dan jelas agar informasi atau konten dapat menempel pada pikiran seseorang.

Media sosial menjadi bagian dari sarana komunikasi yang membutuhkan jaringan agar terhubung. Media sosial telah menjadi tren dalam komunikasi untuk menyampaikan message atau pesan menjadi cepat dan mudah. Untuk memperoleh informasi terbaru atau berita, masyarakat saat ini hanya membutuhkan ketajaman dalam menerima suatu informasi, pasalnya beberapa berita ada yang bersifat hoax. Selain itu, informasi terbaru dengan mudah dicari dan hanya mencari berita yang diinginkan. Pencarian informasi tersebut dapat dilakukan dengan laptop atau hp sehingga berita yang sulit dicari atau sudah lama dapat ditemukan di jaringan internet. Pengguna baru media sosial juga dapat mempelajari secara mudah dan tidak susah

untuk memahami fitur-fiturnya sehingga pengguna hanya mempersiapkan jaringan data dan alat komunikasi seperti gawai dan laptop untuk mencari informasi yang ingin dibutuhkan.

Teknologi digital telah menjadi sarana dan prasarana dalam menyampaikan pesan atau disebut dengan media baru (*new media*) sehingga media baru dapat diakses secara daring dan banyak dikenal khalayak umum. Media sosial juga termasuk bagian dari *new media* yang terhubung dengan akses jaringan internet, seperti contoh instagram, twitter, youtube, dan lainnya. Platform media sosial tersebutlah yang juga paling diminati dan digunakan oleh masyarakat karena populer. Menurut Nurudin, perkembangan *new media* sudah termasuk jejaring sosial ditunjukkan dengan kehadiran masyarakat maya (tidak nyata) dan telah terbentuknya dunia maya (*virtual/cyber community*). Media sosial mempunyai pandangan atau kesan yang bebas dan tidak sulit bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi kepada sesama pengguna media. (Nurudin, 2012)

Berdasarkan pengumpulan data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada bulan Juni 2022 pengguna internet di Indonesia berjumlah sebanyak 210 juta pengguna atau sekitar 77,02 % dari populasi terjangkau internet ((APJII), 2022). *Interconnected Network* atau biasa dikenal dengan Internet, hal tersebut merupakan se-kumpulan jaringan yang saling terhubung satu dengan yang lainnya sehingga dapat memperoleh global informasi. Oleh karena itu, jaringan internet melalui komputer yang dulunya perangkat mandiri,

kini dapat tersambung langsung dan tidak terpisah dengan perangkat atau komputer lainnya.

Menurut data survei Dewan Pers pada tahun 2021 tercatat sebanyak 47.000 media online di Indonesia dan 1.700 yang sudah terverifikasi dewan pers (Pers, 2020). Semakin bertambah bentuk konten dan ciri khas yang berbeda-beda sehingga dalam hal ini bahwa jumlah pengguna media online di Indonesia semakin banyak. Media online dijadikan sarana untuk menyampaikan informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan jaringan internet melalui alat komunikasi, seperti gawai dan laptop.

Proses penyampaian suatu informasi atau pesan yang dilakukan pengguna kepada pengguna lainnya, dapat secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan bantuan media atau platform yang bertujuan memberikan suatu informasi maupun mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang sehingga dari penyampaian tersebut tercipta merupakan definisi dari komunikasi. Media digital atau online selalu memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk sekedar berinteraksi atau membagikan informasi, seperti halnya ada di media sosial.

Tampilan pengemasan pada media online tidak terpaku pada tulisan dan foto seperti halnya koran atau majalah, sehingga media online sangat berbeda dengan media konvensional pada umumnya. Dan pada dasarnya berita pada koran disajikan dengan tulisan paragraf serta gambar, untuk faktor pendukung pesan yang telah dibuat media konvensional sehingga dapat tersampaikan dengan sempurna.

Sedangkan media online telah mempunyai beberapa fitur dimasing-masing aplikasi agar penyampaian pesan tampak lebih hidup, dengan penambahan audio dan video sehingga proses komunikasi informasi atau berita yang disajikan dengan teks, gambar, dan video dapat lebih menarik audiens. Penyajian berupa video atau reels pada media online dapat berisi tentang liputan peristiwa tersebut ataupun ilustrasi informasi tersebut. Tulisan artikel pada media online saat ini memiliki ciri pengemasan sangat singkat atau lebih *to the point* (intisari), berbeda dengan surat kabar atau koran harian yang memerlukan waktu lebih untuk membaca satu artikel.

Komunikasi modern terjadi dikalangan masyarakat masa kini merupakan komunikasi yang tidak terbatas antara ruang dan waktu. Media online yang saat ini berkembang mempunyai sebutan sebagai media sosial, disisi lain media sosial tertuju kepada platform yang populer untuk berinteraksi dan saling berbagi informasi, salah satunya yaitu aplikasi Instagram.

Berdasarkan data *Napoleon Cat*, sebanyak 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya (Maret) yang sebesar 105,68 juta pengguna, (Rizaty, 2023).

Media sosial yang awalnya hanya berupa gambar dan video, kini sudah menjadi kebiasaan masyarakat untuk dijadikan sarana penyampaian pesan, misalnya saja di Instagram, Instagram juga memiliki fitur untuk berbagi informasi kegiatan dan telah menyediakan kolom komentar. fitur agar pengguna dapat mengomentari cerita, feed, atau reel yang diunggah. Selain itu, fitur komentar Instagram berguna bagi

pengguna untuk berinteraksi secara aktif di dunia maya, baik dari foto atau video yang diunggah agar saling mengenal, bertukar dan berbagi informasi, serta dapat memperkenalkan produk atau jasa dalam bisnis yang pada dasarnya pengguna dapat melihat semuanya. upload tanpa batasan berkomentar.

Instagram memiliki banyak sekali fungsi dan manfaat, tidak hanya sebagai tempat berbagi momen terkini beraktivitas dan mengekspresikan diri, Instagram juga digunakan oleh media online saat ini sebagai media penyebaran berita tentang berbagai konten dan fungsi. Menurut Analytic Fellowship Maverick Indonesia, ada beberapa media yang memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan berita dan banyak digandrungi generasi muda, antara lain @Folkative, @CNNIndonesia, @Detik.com, @USSFeed, dan @Kompas.com.

Dari hasil survey bahwa peneliti tertarik dengan media online unggulan yaitu Folkative. Yang membedakan akun Instagram Folkative dengan akun media informasi lainnya adalah keberadaan informasi dari Folkative cukup menarik perhatian suatu komunitas seperti selebritis, artis, gamer, kpopers, dan musisi. Selain itu, informasi yang diposting oleh Folkative dibuat lebih ringan dan unik sehingga audiens atau konsumen dapat menunjukkan berbagai ekspresi atau pendapat melalui fitur komentar Instagram. Folkative juga telah diverifikasi oleh Instagram sebagai akun informasi yang banyak diminati oleh para pengikut atau khalayak.

Akun Instagram Folkative merupakan akun media berita yang dibuat pada tahun 2016 yang saat ini memiliki 8873 Postingan, 5,2 juta pengikut, 343 Pengikut,

dan ribuan penayangan untuk setiap postingan (Per November 2023). Folkative merupakan platform media online yang fokus pada berita lokal terkini di Indonesia. Pada bio Instagram @Folkative terdapat simbol “A one doorway to explore Indonesia’s creative culture” yang mempunyai artian Satu hari untuk mengeksplorasi Budaya Kreatif Indonesia. Awal mula kemunculan Folkative adalah sebagai media informasi, dan seiring berjalannya waktu, mereka merambah pada ranah kekayaan intelektual dan merek. Upaya kolektif Folkative di Instagram ini berfokus pada generasi muda, khususnya generasi milenial dan generasi Z.

Keberadaan Instagram Folkative salah satunya adalah untuk menginspirasi, menginformasikan, dan mewakili audiens media sosial Instagram di Indonesia. Dalam menyebarkan informasi di media sosial Instagram, Folkative tidak hanya menyajikan berita dari Instagram saja, namun juga menyajikan berita di beberapa platform media sosial, seperti Website, Twitter, Facebook, Tiktok, Youtube dan lain-lain, dengan tujuan agar konten dan acara online interaktif patut diketahui oleh generasi muda.

Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena terdapat unsur fenomena yang menarik dalam instagram akun Folkative terkait Indonesia’s Creative Culture, *Food Through*, dan konsep pengemasan yang simple menurut buku yang berjudul *Made to Stick* tentang enam prinsip agar konten menempel pada pikiran seseorang. Folkative merupakan media online yang berprinsip “memanusiakan media”. Diluar konten atau ide, Folkative berusaha membangun interaksi terhadap audience sehingga mereka

tidak hanya mengonsumsi media saja, namun bisa berinteraksi dengan media yang dikonsumsi melalui komen postingan, *direct message*, dan Instagram post. Folkative memiliki visi dan misi bahwa media itu tidak kaku dan tidak satu arah saja, sehingga dalam pengemasan konten informasi tersebut terdapat feedback komunikasi penting, seperti tanggapan dan reaksi.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti ingin menjelaskan bagaimana akun Instagram @Folkative ini memanfaatkan media sosial dan mengemas konten informasi dengan beberapa fitur yang ada di Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini penting dan peneliti tertarik untuk mendeskripsikan bagaimana analisis konten kualitatif konten media sosial pada akun Instagram @Folkative. Dan setelah melakukan penelitian pada bulan November 2023, peneliti membatasi objek penelitian yaitu postingan konten yang diambil pada tanggal 13-20 November 2023 dengan fokus dan kategori penelitian yang telah ditentukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana analisis isi pengemasan konten media sosial pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi digital dan apa pandangan Teori *New Media* (Pierre Levy) terkait akun Instagram @folkative?”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian merupakan salah satu pedoman dalam kegiatan penelitian untuk mencapai target yang diharapkan. Tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah

mengetahui pengemasan konten akun Instagram @Folkative sebagai media informasi digital dalam model New Media Theory Pierre Levy sehingga menjelaskan pengemasan konten postingan di Instagram @folkative yang nantinya mengacu pada strategi penyampaian informasi digital.

Penelitian ini juga mempunyai manfaat seperti:

A. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama yaitu tentang analisis isi kualitatif instagram folkative terkait pengemasan konten sebagai media informasi digital.

B. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dipergunakan untuk menjadi masukan dan saran ataupun kritik bagi pihak-pihak yang ingin melanjutkan penelitian ini secara mendalam mengenai analisis isi kualitatif instagram folkative terkait pengemasan konten sebagai media informasi digital serta memperkaya referensi yang jelas untuk penelitian selanjutnya mengenai permasalahan yang sama halnya dengan judul diatas sehingga dapat memperkaya dan memperoleh temuan baru pada bidang ilmu pengetahuan.