

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan suatu hal yang paling sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari, komunikasi banyak yang berbentuk verbal atau nonverbal. Perkembangan sumber daya manusia salah satu hal yang menjadi faktor utama berkembangnya teknologi informasi, dengan hal ini menjadikan perkembangan juga terjadi pada bidang komunikasi. Masa ini komunikasi yang berjalan pada era 4.0 yang dimana internet menjadi kebutuhan terpenting dalam berjalannya komunikasi tersebut, hal tersebut internet menjadi faktor utama dalam berjalannya komunikasi pada masa ini. Komunikasi adalah suatu proses terjadinya penyebaran pesan antara pengirim pesan dan penerima pesan yang dimana seseorang atau kelompok sebagai pengirim pesan dapat menciptakan dan menggunakan informasi agar saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Komunikasi merupakan hal yang pasti digunakan oleh setiap manusia dalam kegiatan sehari – hari untuk saling mengetahui maksud dan tujuan dari komunikasi tersebut.

Masyarakat pada era saat ini dapat berkomunikasi tanpa harus bertatap muka, baik secara verbal maupun non verbal dengan menggunakan media baru tanpa harus mengirim surat atau bertemu secara langsung seperti kegiatan konvensional. Media baru yang sering digunakan masyarakat salah satunya adalah media sosial, penggunaan media sosial lebih efisien karena dapat menembus ruang dan waktu. *Smartphone* sebagai alat menggunakan media sosial juga penting dalam hal untuk menunjang komunikasi yang berbasis internet, *smartphone* juga yang menjadi jembatan untuk masyarakat berkomunikasi baik secara verbal ataupun non verbal.

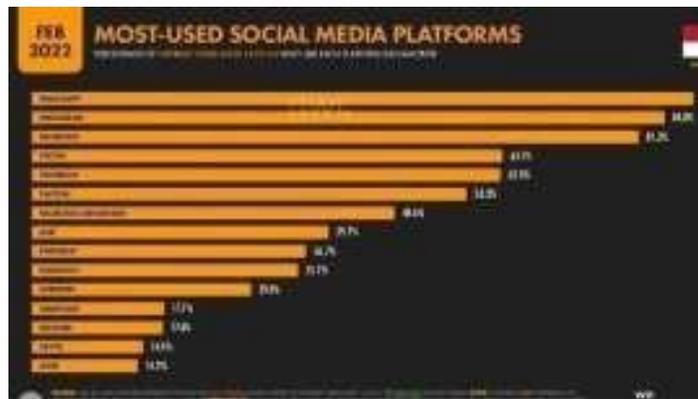


Gambar 1. 1 Data pengguna sosial media di Indonesia

(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>)

Pengguna internet di Indonesia pada bulan Februari tahun 2022 mencapai 204,7 juta pengguna aktif internet, dengan ini ada sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pengguna media sosial mencapai 191,4 juta pengguna aktif media sosial, dengan ini ada sekitar 68,9% dari total penduduk Indonesia sudah menggunakan media sosial. Media sosial digunakan oleh masyarakat sebagai sarana berkomunikasi, beraktivitas dan mencari segala sesuatu informasi yang dibutuhkan. Perkembangan media sosial didukung juga dengan sarana dan prasarana internet untuk menunjang penggunaan secara maksimal, sehingga pengguna internet dapat memaksimalkan penggunaan internet untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Masyarakat menjadikan media sosial sebagai sarana mencari informasi yang cepat dan dapat dipercaya, salah satu media sosial yang sering digunakan di Indonesia adalah Instagram. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *We Are Social*, Media sosial Instagram menduduki peringkat kedua setelah *Whatsapp* dalam media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia. Berikut data yang di ambil dari *We Are Social*, data berikut menunjukkan bahwa media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia.



Gambar 1. 2 Data Sosial Media Yang Paling Banyak Di Gunakan

(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>)

Kemajuan teknologi internet menjadikan media sosial sebagai media untuk penyebaran informasi yang cepat dan masif, pengguna media sosial Instagram menjadi salah satu alat penggunaan untuk menyebarkan informasi karena penggunaannya yang sudah menyebar sangat luas. Hal itu menjadikan media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan untuk penyebaran informasi, alat pemasaran, hingga dipergunakan untuk menjadi salah satu media komunikasi yang sangat digunakan pada masa ini. Salah satunya Vidio Dot Com yang menjadikan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi. Vidio Dot Com merupakan salah satu perusahaan *Over The Top* (OTT) atau salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri penyiaran digital yang merupakan salah satu perusahaan *Over The Top* (OTT) yang merupakan hasil karya anak bangsa.

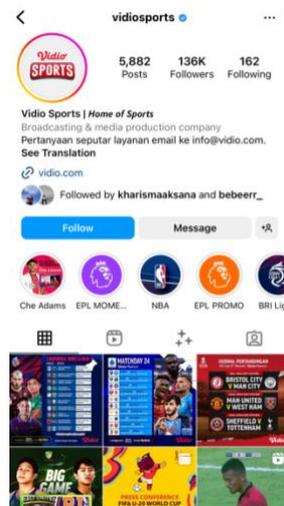
Penggunaan media sosial oleh Vidio Dot Com adalah salah satu akun media sosial Instagram yang dinaungi PT.Vidio Dot Com adalah akun @vidiosports, Akun Instagram@vidiosports merupakan salah satu akun yang menyajikan informasi terkait jadwal pertandingan, hasil pertandingan, dan konten pendukung lainnya dengan memanfaatkan fitur fitur yang ada di media sosial Instagram. Hal ini di dukung oleh perusahaan Vidio DotCom yang menaungi akun Instagram @Vidiosports, menjadi *Official Broadcaster* dari beberapa liga ternama di dunia dan kompetisi olahraga lainnya seperti contoh Liga Spanyol, *Uefa Champions League*, *Uefa Europa League*, Liga Italia, *FA Cup*, *NBA*, *BRI Liga 1* dan *Indonesia Basketball League*.



Gambar 1. 3 Logo PT Vidio Dot Com

(Sumber : Data Internal PT Vidio Dot Com)

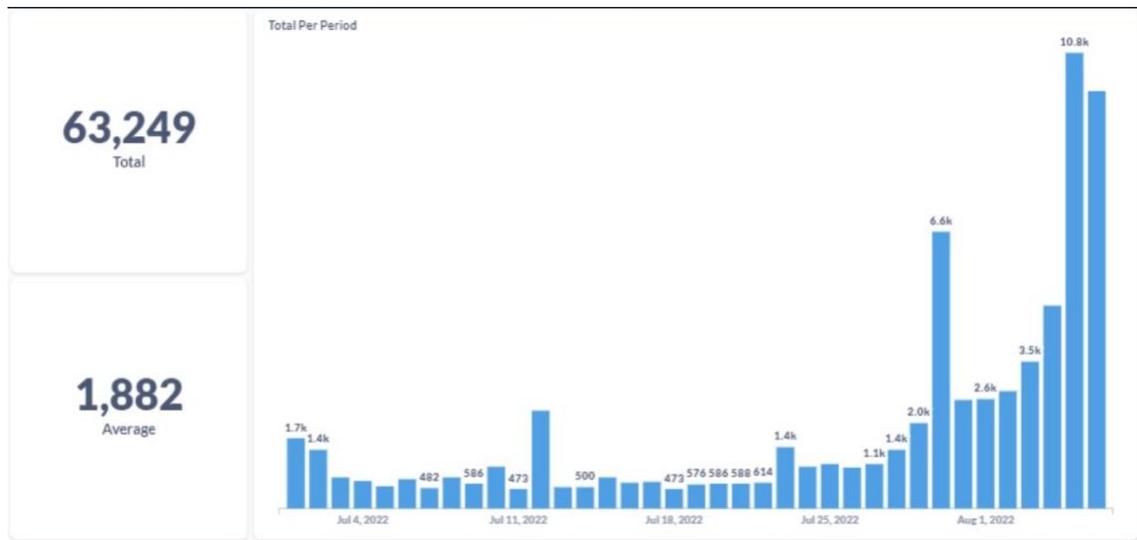
Fitur yang ada di Instagram membantu sekali dalam penyebaran informasi mengenai seputar dunia olahraga bagi pengikut. Konten konten yang diunggah pada akun Instagram @vidiosports sangat informatif karena dari segi visualisasi dan penyampaian yang mudah di pahami. @Vidiosports memberikan kemudahan bagi pengguna Instagram untuk mencari informasi terkait informasi yang dibutuhkan dengan menggunakan tagar seperti contoh #SemuaAdaDiVidio, #VidioSports, #UCL, #LaLiga (Liga Spanyol) dan lain lainnya. Akun Instagram @Vidiosports memiliki sekitar 91k pengikut aktif. @Vidiosports sering sekali melakukan interaksi dengan para followersnya melalui fitur comment, polling dan tanya jawab melalui story sehingga terciptanya interaksi dua arah. Akun Instagram @Vidiosports juga sering melakukan kuis yang diadakan dengan menggandeng akun-akun *fan base* supporter tim lokal maupun internasional, kuis-kuis yang menyangkut tentang informasi seputar olahraga. Konten-konten yang dibuat pun menyesuaikan dengan keadaan pasar yang sedang tinggi, sehingga meningkatkan interaksi dari para pengikut akun Instagram @vidiosports melalui kolom komentar, *Direct Message* dan lainnya.



Gambar 1. 4 Halaman Instagram @vidiosports

(Sumber : Instagram Official @vidiosports)

PT Vidio Dot Com pada awal tahun 2022 melakukan gebrakan yang cukup agresif dalam melebarkan pasarnya dalam hal itu EMTEK Grup sebagai induk perusahaan dari PT Vidio Dot Com menjadi *Official Broadcaster* Piala Dunia Qatar 2022 dan selang waktu beberapa bulan PT Vidio Dot Com menyatakan bahwa mereka menjadi *Official Broadcaster* dari *Premier League* atau Liga Inggris. Hal ini menjadikan bahwa PT Vidio Dot Com terutama Vidio Sports seperti slogan yang ada di Instagramnya yaitu “*Home Of Sports*” atau rumahnya olahraga. Hal itu disambut baik oleh para penggemar olahraga terutama sepakbola, yang dikur dari pembelian *Voucher Diamond* untuk dapat menyaksikan semua pertandingan yang ada di Vidio. Data tersebut merupakan data pembelian *voucher* yang langsung berlangganan satu tahun. Data tersebut bisa menggambarkan antusiasme dari penggemar olahraga terutama sepakbola dalam mengikuti pertandingan, data tersebut diluar dari yang berlangganan secara perbulannya. Data tersebut merupakan data yang dapat dipertanggung jawabkan validitasnya, data tersebut merupakan data internal dari PT Vidio Dot Com.



Gambar 1. 5 Data Langganan Voucher Vidio Diamond Juli-Agustus 2022

(Sumber : Data Internal PT Vidio Dot Com)

Pada penelitian ini peneliti ingin berfokus pada bagaimana pemanfaatan media sosial terutama Instagram sebagai media informasi bagi para penggemar olahraga, Penelitian ini memiliki urgensi dalam bagaimana pemanfaatan suatu akun Instagram

yang menjadi *Official Broadcaster* sebuah liga-liga atau turnamen top dunia untuk menjadi sarana media informasi bagi para penggemar olahraga. Vidio.com melalui akun @vidiosports menjadi salah satu akun yang menyebarkan informasi terkait tayangan liga top dunia yang memang resmi dalam legal. Urgensi penelitian ini adalah bagaimana kita memanfaatkan Instagram sebagai media informasi bagi para penggemar olahraga melalui akun @vidiosports yang memang menampilkan konten dengan *asset* resmi dari penyelenggara liga terkait dan bervariasi yang tidak terfokus hanya kepada satu cabang olahraga saja. Jumlah cabang olahraga yang informasinya disebarkan oleh @vidiosports ada 15 cabang olahraga per Desember 2022, diantaranya lain :

Olahraga	Competition
Football	BRI Liga 1
	Premier League (Liga Inggris)
	Ligue 1 (Liga Prancis)
	Serie A (Liga Italia)
	FA Cup
	UEFA Champions League
	UEFA Europa League
	UEFA Conference League
	Friendly Match
	La Liga (Liga Spanyol)
Basketball	NBA
	IBL (Indonesia Basketball League)
Volley Ball	Proliga
	Turkish Volleyball League
	Italian Women's Volleyball
Tennis	WTA (250,500,1000)
	Davis Cup

Gambar 1. 6 Daftar Tayangan Olahraga Vidio.com

(Sumber : Data Internal PT Vidio Dot Com)

Hal ini menjadikan bahwa @vidiosports melakukan penyebaran informasi dari

beberapa cabang olahraga yang tidak terfokus hanya kepada satu cabang olahraga, sehingga para penggemar olahraga mendapatkan semua informasi terkait olahraga yang ditayangkan di Vidio.com. Konten yang disajikan pada Instagram @vidiosports juga beragam dari jenis warna yang ditampilkan, hal itu terjadi karena harus menyesuaikan dengan *guideline* atau ketentuan dari penyelenggara liga agar *colour palette* yang digunakan sesuai dan seragam. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, demi mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian ini agar bergunanya penelitian ini bagi untuk peneliti, industri, maupun bidang ilmu pengetahuan di masa yang akan datang. Penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini adalah “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Menjadi Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy” Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang menjadi rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu lebih mengunggulkan bagaimana cara pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi untuk merubah persepsi saat mengunjungi akun @vespasoy dan penelitian ini bertujuan untuk menjadikan Instagram sebagai media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports. Urgensi penelitian ini adalah untuk terwadakhannya informasi kepada para penggemar olahraga melalui akun *official broadcaster*.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah pada penelitian ini tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai media informasi bagi penggemar olahraga melalui akun @vidiosports.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, masalah yang akan diteliti pada penelitian ini berupa :

Bagaimana @vidiosports mengelola Instagram sebagai media informasi bagi penggemar olahraga?

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat dimanfaatkan dan dikembangkan

lagi sesuai kebutuhan pada saat itu dan bisa menjadi suatu acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berikut adalah beberapa manfaat teoritis yang ingin dicapai peneliti melalui penelitian yang dilakukan oleh peneliti :

- a. Penelitian ini dapat menambah literatur dalam penelitian jurusan Ilmu Komunikasi mengenai pemanfaatan media sosial, terkhusus dalam bidang pemanfaatan media sosial Instagram menjadi media informasi.
- b. Menjadi bahan referensi atau dasar saat ingin melakukan pengelolaan media sosial Instagram.
- c. Memberikan pemahaman akan pemanfaatan media sosial Instagram untuk menjadi media informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Berikut adalah manfaat praktis yang ingin dicapai peneliti melalui penelitian yang dilakukan oleh peneliti :

- a. Bagi peneliti, Penelitian ini dapat memberikan wawasan terkait penggunaan media sosial yang baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b. Bagi pengelola akun @vidiosports atau Tim Sosial Media Vidio Dot Com, Penelitian ini dapat menjadi informasi terkait penyebaran informasi yang sudah dilakukan serta menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya bagaimana pemanfaatan Instagram menjadi media informasi bagi para penggemar olahraga.
- c. Bagi pembaca, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi wawasan dan pengetahuan baru terkait pemanfaatan media sosial
- d. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini dapat menjadi acuan atau landasan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang mengarah kepada pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

NO.	TAHAPAN	TAHUN 2022 - 2023				
		OKT	NOV	DES	JAN	FEB
1.	Pengajuan Tema dan Pencarian data Sekunder					
2.	<i>Review</i> Artikel Jurnal					
3.	Penyusunan dan Penulisan BAB 1					
4.	<i>Review</i> BAB 1 dan Penulisan BAB 2					
5.	<i>Review</i> BAB 2 dan Penulisan BAB 3					
6.	<i>Review</i> BAB 3 dan Revisi BAB 1-3					
7.	Pengajuan <i>Desk Evaluation</i>					
8.	Pengerjaan revisi <i>Desk Evaluation</i>					
9.	Penyusunan BAB 4 dan BAB 5					
10.	Pengajuan Skripsi					

(Sumber : Olahan Peneliti)