

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pendayagunaan teknologi internet dalam komunikasi massa saat ini telah membawa banyak perubahan pada fungsi dan sistem media massa konvensional. Teknologi internet yang mengandalkan sistem jaringan tidak terpusat telah memungkinkan semua orang dengan secara interaktif, mencari, mendapat, menyimpan, memproses, membuat dan juga sekaligus mempublikasikan informasi. Internet seolah telah menjadi kekuatan media massa modern, dimana kebebasan, interaktivitas, fleksibilitas dan desentralisasi menjadi pilar-pilar utamanya. Komunikasi merupakan kontak antar manusia baik individu, kelompok atau organisasi. Komunikasi juga memiliki tiga tindakan yaitu, membentuk, menyampaikan, dan menerima pesan. Sementara komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindak lanjuti dengan sebuah perbuatan secara suka rela oleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan antar pribadi, dan tidak ada hambatan (Mulyana, 2008:26).

Sementara itu, efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. (Mahmudi, 2005:92). Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mendistribusikan, atau menyebarluaskan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di jaman keemasan ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirim informasi atau pun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien. Ada beberapa fungsi media komunikasi yang berteknologi tinggi yaitu (Burgon dan Huffner, 2002); Efisiensi penyebaran informasi, dengan adanya media komunikasi terlebih yang *hi-tech* akan lebih membuat penyebaran informasi menjadi efisien. Memperkuat eksistensi informasi, dengan adanya media komunikasi yang *hi-tech*, kita dapat membuat

informasi atau pesan lebih kuat berkesan terhadap audiensi, mendidik atau mengarahkan atau persuasi, media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat lebih menarik audiensi. Menghibur atau entertain atau joyfull, media komunikasi berteknologi tinggi tentunya lebih menyenangkan (bagi yang familiar) dan dapat memberikan hiburan tersendiri bagi audiensi. Kontrol sosial, media komunikasi yang berteknologi tinggi lebih mempunyai fungsi pengawasan terhadap kebijakan sosial. Manusia lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas, dengan kemudahan tersebut jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial. Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literature penelitian (dalam Nasruallah, 2015:11):

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadai kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to-co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.
5. Meike dan Young (2012), mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi si antara individu (*to-be-*

*share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Kemunculan situs media sosial ini diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs media sosial pertama, yaitu *sixdegreess.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul situs sosial *Lunarstorm*, *Live Journal* *Cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001 muncul *ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002 muncul Friendster sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, friendster ini lebih dinikmati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan friendster, flick R, Youtube, myspace hingga akhir tahun 2005, friendster dan myspace merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati. Namun, memasuki tahun 2006 pengguna friendster dan myspace mulai tergeser dengan adanya facebook. Facebook dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2009 kemunculan twitter ternyata menambah jumlah situs sosial bagi anak muda. Twitter menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti (*follow-unfollow*), dimana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (*follow*). Di tahun keenamnya 2010, facebook tercatat sebagai situs jejaring sosial terbesar. Mereka punya 100 juta pengguna Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg.

Saat ini, banyak sekali orang yang menggunakan sosial media instagram. Pada awalnya instagram sendiri berkembang dari aplikasi *iPhone* untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan sosial internet yang berkembang. *IPhone* merupakan telepon genggam pintar (*smartphone*) yang dikeluarkan oleh *Apple Inc.* Instagram juga dapat digunakan pada *iPad*, *iPod Touch* dan *Android*, yang banyak beredar dipasaran, sehingga mudah para pengguna *smartphone* selain *iPhone* menggunakan media *Instagram* ini. Secara statistik setelah 10 bulan dikeluarkan, instagram menarik perhatian 7 juta pengguna baru yang telah mengunduh 150 juta foto di dalam aplikasi instagram tersebut. Sampai pada saat ini belum ada spam diantara para

pengguna dan aktifitas dari para pengguna lebih sering untuk menyukai dan memberi komentar untuk foto atau video yang di unggah oleh pengguna lainnya. Dari para pengguna yang secara berkelanjutan untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, hubungan para pengguna pun menjadi lebih erat lagi, terlebih bila mereka tahu bahwa mereka berada disatu lokasi yang sama. Hal inilah yang pada awalnya menjadi pemulaan dari komunitas-komunitas instagram atau lebih sering dikenal dengan “*iGers*”. Dengan adanya komunitas tersebut semangat mendapatkan sebuah tanggapan dari pengguna lainnya menjadi hal yang penting ketika mengunggah foto. Setelah sukses menjadi aplikasi yang diminati banyak pengguna, instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya, bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi, pemasaran, melalui *share* foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak *followers*. Instagram memudahkan konsumen untuk melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar di bawah foto yang diminati.

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkanluaskannya di jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Satu filter yang unik instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak *Instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada peranti bergerak instagram terlihat bertambah fungsi menjadi tempat strategis para pebisnis untuk memasarkan barang dagangannya. Produk jualan *online*-nya mulai dari tas,sepatu,baju fashion, hingga makanan. *Tren* ini pun banyak dilakukan oleh para perusahaan dunia, bahkan dalam studi yang dilakukan oleh *Simply Measured*, terungkap bahwa 54 persen perusahaan dengan *brand* ternama dunia kini menggunakan Instagram, jika dibandingkan dengan jejaring sosial lain, Instagram memang masih kalah. Facebook dan Twitter menjadi akun jejaring sosial wajib, sedangkan ditempat selanjutnya Google+, Pinterest dan Instagram bersaing ketat. Tingginya minat para pengguna instagram tersebut cukup mengejutkan, karena fitur yang dimiliki instagram tidak selengkap media sosial lain. Aplikasi instagram tidak dilengkapi halaman admin, tidak

ada *profile brand* atau verifikasi akun. Namun, terdapat kemudahan utama yang mampu menarik para pengguna instagram. Kemudahan itu adalah cara sharing secara langsung ke Twitter ataupun Facebook. *Simply Measured* menemukan bahwa 60 persen foto instagram disaring secara langsung ke Twitter. Jumlah tersebut bahkan mencapai 90 persen di Facebook. (<http://www.beritateknologi.com>).

Begitu pula dengan instagram info Jember yang merupakan salah satu *brand* media massa yang berada di Jember, yang hampir setiap hari memberikan informasi dan pemberitaan promosi yang berbasis digital guna untuk membagikan atau men-*share* foto atau video kepada nitizen secara umumnya dan nitizen Jember pada khususnya. Sampai saat ini *Follower* instagram info Jember sudah mencapai 49000 Ribu *Follower*. Instagram info Jember dalam meng-*Upload* terdiri dari berbagai macam konten, sekitar 90% didalamnya adalah media promosi dan informasi terdapat juga sisanya yaitu berupa meme, quote, video dan beberapa *regram-regram* atau *repost* dari beberapa followers yang mengirim ke akun tersebut. Aktifnya admin dalam menyampaikan sebuah informasi dan promosi, membalas pesan yang masuk, serta membalas komentar sangatlah berpengaruh terhadap efektivitas instagram info Jember. Bukan hanya itu, admin juga aktif dalam mengumpulkan sebuah berita dan mencari kevalidan sebuah berita yang akan di posting pada instagram info Jember. Berdasarkan beberapa hal tersebut di atas penulis tertarik untuk mengkaji sekaligus meneliti seberapa efektifkah instagram info Jember dalam menyampaikan informasi dan promosi di kabupaten Jember dengan bentuk penulisan skripsi dengan judul : “Efektivitas Instagram Info Jember Sebagai Media Promosi dan Informasi Kepada Masyarakat Kabupaten Jember”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang timbul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember ?

2. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember ?
3. Metode apa yang digunakan instagram info Jember dalam meningkatkan efektivitas sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, setiap aktivitas yang terjadi dikarenakan adanya tujuan-tujuan tertentu. Hal ini bertujuan agar peneliti dalam melakukan penelitian tidak keluar dari jalur yang telah ditentukan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui metode yang digunakan dalam mencapai efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang ada, maka suatu penelitian diharapkan mempunyai manfaat dari hasil penelitian. Dalam hal ini terdapat dua manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu secara akademis dan praktis :

#### **A. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang ilmu komunikasi dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Khususnya pada penulisan skripsi tentang media sosial instagram sebagai alat promosi dan informasi yang berpengaruh terhadap akun media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat

menjadi informasi tentang pola komunikasi yang digunakan oleh Instagram Info Jember dengan masyarakat melalui media sosial.

## **B. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Almamater, Penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam jurusan ilmu komunikasi.
- b. Bagi pembaca, Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan keperpustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.
- c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian dalam topik atau permasalahan yang sama.

## **1.5 Kerangka Pikir**

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat fokus yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengulas efektivitas instagram info Jember dalam menyampaikan promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember. Pada konteks penelitian ini adalah bahwa untuk mengetahui efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember, untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember, serta untuk mengetahui metode yang digunakan dalam mencapai efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat kabupaten Jember.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menilai teori efektivitas merupakan teori yang tepat untuk mendukung penelitian ini. Teori efektivitas

merupakan teori yang dikemukakan oleh Arthur G. Gedeian dkk. Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antar hasil yang diharapkan dengan hasil yang di capai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi. Dalam bukunya yaitu *Organization Theory and Design* yang mendefinisikan efektivitas sebagai berikut: *“That is the greater the extent it which an organization’s goals are met or surpassed, the greater its effectiveness”* (semakin besar pencapaian tujuan-tujuan organisasi semakin besar efektivitas (gedean dkk 1991:61). Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan tujuan hasil yang dicapai, sehingga efektivitas memberikan kontribusi terhadap kegiatan yang dicapai. Untuk efektivitas suatu organisasi atau lembaga dapat dilihat dari beberapa kriteria yang terpenuhi yaitu :

1. Input merupakan dasar dari sesuatu yang akan diwujudkan atau dilaksanakan berdasarkan apa yang di rencanakan yang berpengaruh pada hasil.
2. Efektivitas dapat diwujudkan apabila memperlihatkan proses produksi yang mempunyai kualitas karena dapat berpengaruh pada kualitas hasil yang akan dicapai secara keseluruhan. Proses produksi menggambarkan bagaimana proses pengembangan suatu hal yang dapat berpengaruh terhadap hasil.
3. Hasil yang dimaksud dapat dilihat dari perbandingan ntara masukan (input) dan keluaran, usaha dan hasil, presentase pencapaian program kerja dan sebagainya.
4. Produktivitas adalah bagaimana menghasilkan atau meningkatkan hasil barang dan jasa setinggi mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien, produktivitas berpengaruh pada efektivitas yang berorientasi pada keluaran atau hasil.

Efektivitas erat kaitannya dalam mencapai tujuannya berdasarkan kepada langkah-langkah atau program yang telah ditentukan. Program tersebut dapat dikatakan berhasil apabila telah sesuai dengan visi dan misi. Antara penyusunan



program kepada pencapaian visi dan misi dapat dikatakan efektif, apabila telah sesuai dengan kriteria dan efektivitas. Adapun kriteria efektivitas ditentukan oleh lima unsur yang dikemukakan oleh Gibson, yaitu:

1. Hasil produksi, hasil produksi sebagai kriteria efektivitas mengacu pada ukuran keluaran utama. Ukuran produksi mencakup keuntungan, penjualan, pangsa pasar, dokumen yang diproses, rekanan yang dilayani, dan sebagainya.
2. Efisiensi, efisiensi sebagai kriteria efektivitas mengacu pada ukuran penggunaan sumber daya yang langka. Efisiensi adalah perbandingan antara keluaran dan masukan. Ukuran efisiensi terdiri dari keuntungan dan modal, biaya per unit pemborosan, waktu terluang, dan sebagainya. Efisiensi di ukur berdasarkan rasio antara keuntungan dengan biaya atau waktu yang digunakan.
3. Kepuasan, kepuasan sebagai kriteria efektivitas mengacu pada keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan karyawan atau anggotanya. Ukuran kepuasan meliputi sikap karyawan, penggantian karyawan, absensi, kelambanan, keluhan, kesejahteraan dan sebagainya.
4. Penyesuaian, penyesuaian sebagai kriteria efektivitas mengacu kepada tanggapan terhadap perubahan eksternal dan internal. Perubahan-perubahan eksternal seperti persaingan, keinginan pelanggan, kualitas produk, dan sebagainya merupakan adaptasi terhadap lingkungan.
5. Kelangsungan, kelangsungan sebagai kriteria efektivitas yang mengacu kepada tanggung jawab dalam memperbesar kapasitas dan potensinya untuk berkembang.

Menurut Boyd (2000:65) promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002:129) Promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Menurut Suryana (2001:112), promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (*attention*), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (*desire*), serta mengembangkan

keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

Menurut Kusmono (2001:374), perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas. Program-program promosi dapat didasarkan atas satu atau lebih tujuan berikut ini:

1. Memberikan informasi. Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya, dan berapa harga yang ditetapkan. Konsumen memerlukan informasi-informasi tersebut dalam pengambilan keputusan pembeliannya.
2. Meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. Perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan memberikan kupon belanja, sampel produk dan sebagainya. Untuk membujuk konsumen mencoba produk yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau dengan tambahan keuntungan yang lain.
3. Menstabilkan penjualan. Pada saat pasar lesu, perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.
4. Memposisikan produk. Perusahaan perlu memposisikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk asing. Strategi promosi yang tepat, seperti iklan, dapat membantu perusahaan.
5. Membentuk citra produk. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dapat membantu *image* konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat menggunakan media iklan untuk membangun citra produknya dimata konsumen.

Informasi merupakan pesan atau sekumpulan pesan (ekspresi atau ucapan) yang terdiri dari order sekuens dari simbol, atau makna yang ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan. Informasi dapat direkam atau ditransmisikan, hal ini merupakan tanda-tanda, atau sebagai sinyal berdasarkan gelombang. Informasi bisa dikatakan sebagai pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran,

pengalaman, atau instruksi. Namun, istilah ini mempunyai banyak arti bergantung pada konteksnya, dan secara umum berhubungan erat dengan konsep seperti arti, pengetahuan, persepsi, kebenaran, representasi, negentropy, stimulus, komunikasi, dan rangsangan mental. Informasi sifatnya menambah pengetahuan atau wawasan seseorang. Oleh karena itu, uraian dalam berita radio/televisi merupakan informasi. Menurut peneliti, melalui media sosial, penggunaan instagram info Jember sangat efektif dalam membangun komunikasi dengan masyarakat, ditambah dengan faktor kelengkapan data, aktualisasi data, dan validasi data sangatlah berpengaruh penting dalam kemajuan dan efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat Jember.

### **1.6 Hipotesis**

1. Penggunaan instagram info Jember dalam membangun komunikasi dengan masyarakat melalui media sosial sangat efektif.
2. Faktor kelengkapan data, aktualisasi data, dan validasi data sangat berpengaruh terhadap efektivitas instagram info Jember sebagai media promosi dan informasi kepada masyarakat jember.
3. Membangun relasi dan komunikasi dengan beberapa media, observasi dan repost adalah suatu metode yang sangat efektif digunakan dalam instagram info Jember.