

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi yang terus berkembang saat era globalisasi ini berfungsi untuk mempermudah, mempercepat, atau memberikan alternatif lain untuk berkomunikasi serta mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi. Salah satu perkembangan teknologi informasi yaitu media sosial.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan penggunanya yang di sebut *users* dapat dengan mudah berkomunikasi, berinteraksi, saling berkirim pesan, berbagi (*sharing*) dan membangun jaringan (*networking*). Media sosial saat ini merupakan media yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia dengan menggunakan media sosial kita dapat menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi serta ruang maupun waktu dengan media sosial ini manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, seberapa jauh jarak mereka dengan menggunakan perangkat komputer ataupun *mobile phone* mereka tetap bisa berkomunikasi.

Media sosial bisa menjadi tempat untuk membagi kegiatan atau aktifitas penggunanya. Pengguna media sosial juga tidak disulitkan untuk membuat dan menggunakannya serta dengan tidak adanya batasan ruang dan waktu, karena

pengguna media sosial dapat membuka media sosial yang dimilikinya selama 24 jam.

Penyampaian informasi dengan adanya media sosial menjadi lebih aktual. Berbagai jenis penyampaian informasi dilakukan menggunakan media *online* termasuk media sosial didalamnya. Media sosial saat ini banyak digunakan oleh perusahaan atau instansi atau lembaga pemerintah sebagai alat untuk mempublikasikan rutinas yang ada sebagai bentuk ajang informasi.

Era digital saat ini media sosial sangat diperhitungkan, selain penyampaian informasi yang cepat media sosial pun dapat mempengaruhi para pengguna media sosial lainnya dengan pesan yang menarik sehingga akan timbul efek terhadap penggunanya, salah satu media sosial tersebut yaitu Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang kini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah-tengah kehidupan masyarakat apalagi dikalangan anak muda yang menggunakan sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet yang berdiri pada tahun 2010. Instagram dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana penggunanya dapat mengambil, meng-*edit*, dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama yang ada di instagram dan media sosial lainnya.

Foto atau video yang dibagikan melalui instagram nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* pengguna. *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti, dan *Following* artinya mengikuti pengguna. Setiap pengguna instagram dapat berinteraksi satu sama lain dengan cara memberikan komentar dan

memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Melalui instagram, pihak pengelola dapat meng-*upload* foto dan video yang dibagikan kepada masyarakat umum atau masyarakat luas melalui internet yang menyediakan informasi secara tepat, sebagai bentuk iklan, memberikan informasi dan mempromosikan.

Salah satunya Museum Konferensi Asia Afrika. Museum Konferensi Asia Afrika adalah tempat diselenggarakannya Konferensi Asia-Afrika, Museum Konferensi Asia Afrika dibangun untuk memperingati Konferensi Asia Afrika yang ke-25 yang telah membawa peningkatan terhadap kerjasama internasional dan juga merdekanya beberapa negara khususnya negara kawasan Asia Afrika, Prof Mochtar Kusumaatmadja, Menteri Luar Negeri pada saat itu mendirikan museum Konferensi Asia Afrika di area gedung Konferensi pertama kali diadakan.

Museum Konferensi Asia Afrika menggunakan media sosial instagram dengan akun @asiafricamuseum sebagai media promosi untuk menyampaikan kegiatan – kegiatan yang diadakan oleh pihak museum. Akun instagram @asiafricamuseum, selalu mem-*posting* kegiatan yang diadakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika seperti seminar, diskusi, pameran khusus, Jelajah malam Museum dan lain-lain.

Akun @asiafricamuseum selain mem-*posting* kegiatan yang diadakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika, ada pula informasi mengenai sejarah Konferensi Asia Afrika dan juga publikasi tentang pejabat tinggi negara yang datang mengunjungi museum. Kegiatan tersebut disampaikan melalui foto dan video lewat media sosial Instagram yang mana akan menarik perhatian dan mempengaruhi masyarakat Indonesia

umumnya masyarakat Jawa Barat khususnya untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika, dengan begitu media sosial Instagram sangat berpengaruh sebagai media promosi museum.

Museum Konferensi Asia Afrika berfungsi sebagai lembaga bersikap tetap, serta tidak mencari keuntungan dalam melayani masyarakat, terbuka untuk umum, yang memamerkan barang-barang dan dokumentasi pada saat dilaksanakan konferensi Asia Afrika untuk mengkomunikasikan nilai-nilai Konferensi Asia Afrika serta bertujuan sebagai sarana pengkajian, pendidikan, dan turut mencerdaskan kehidupan bangsa.

Pendirian museum ini diperlukan karena banyaknya keinginan pemimpin-pemimpin negara di dunia untuk dapat mengunjungi secara langsung tempat berlangsungnya Konferensi bersejarah ini. Karena setelah dilaksanakannya Konferensi Asia Afrika terjadi peningkatan dilaksanakannya Konferensi Asia Afrika lainnya, sehingga peran negara Asia Afrika semakin diperhitungkan dalam kerjasama internasional.

Keberadaan Museum Konferensi Asia Afrika merupakan sarana yang dapat menjembatani peristiwa bersejarah Konferensi Asia Afrika dengan masa sekarang. Penyebutan kota Bandung sebagai tempat dilaksanakannya peristiwa bersejarah ini menjadikan Bandung sebagai referensi utama ketika ingin mencari tahu mengenai sejarah Konferensi Asia Afrika. Tidak hanya didukung dengan informasi dari pameran tetap yang ada di museum, namun juga dilengkapi dengan fasilitas perpustakaan dan ruangan *audio visual* yang dapat menunjang penelitian mengenai Konferensi Asia Afrika.

Museum Konferensi Asia Afrika menggunakan media instagram sebagai media promosi kegiatan yang diadakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika karena dengan unggahan foto dan video dapat menarik minat publik atau masyarakat untuk ikut serta dan terlibat dalam kegiatan yang diadakan oleh pihak museum.

Strategi promosi *online* yang melalui *new media* yaitu media sosial ini semakin lama semakin sering digunakan oleh instansi atau lembaga pemerintahan karena dengan menggunakan media sosial lebih efektif, efisien, dan lebih cepat dalam berinteraksi dengan publik. Dalam hal ini penggunaan media baru atau *new media* yang berbasis internet, salah satunya media sosial termasuk ke dalam konvergensi media.

Konvergensi media merupakan penggabungan konten dengan beberapa *platform* media dan kerjasama industri dengan media digital yang berkembang saat ini. Konvergensi media saat ini banyak dimanfaatkan untuk memperluas informasi agar banyak publik atau masyarakat mengetahui informasi yang disampaikan. Serta publik atau masyarakat lebih mudah mendapatkan konten dengan menggunakan *new media* dimanapun, kapanpun sesuai dengan yang diinginkan.

Alasan peneliti mengangkat penelitian ini karena instagram saat ini sedang banyak digunakan sebagai media yang digunakan oleh instansi atau lembaga pemerintahan untuk mempromosikan kegiatan atau tempat agar dapat menarik minat publik atau masyarakat. Selain itu, banyaknya berbagai kalangan masyarakat yang menggunakan instagram sebagai salah satu alternatif cara untuk mencari informasi tentang kegiatan yang akan diselenggarakan di sebuah tempat. Melalui instagram, masyarakat juga bisa

mencari informasi apa yang dibutuhkan. Maka dari itu, media sosial instagram dijadikan fokus sebagai media untuk promosi dalam penelitian ini bukan media sosial yang lain.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, yang mana hasil penelitian tersebut penulis tuangkan ke dalam Skripsi yang berjudul **“STRATEGI PROMOSI MUSEUM KONFERENSI ASIA AFRIKA BANDUNG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti dapat memfokuskan penelitian ini pada:

**“STRATEGI PROMOSI MUSEUM KONFERENSI ASIA AFRIKA BANDUNG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Apa hal yang diutamakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika dalam proses *computing* strategi promosi melalui media sosial Instagram?
2. Bagaimana proses *communication* strategi promosi yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial Instagram?
3. Apa saja *content* promosi yang disajikan oleh Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial Instagram?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini selain sebagai syarat ujian sidang skripsi Program Strata Satu (S1) bidang kajian Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hal yang diutamakan saat *computing* strategi promosi yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui proses *communication* strategi promosi yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui *contenct* promosi yang disajikan oleh Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial Instagram.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

##### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian pengembangan ilmu pengetahuan yaitu komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat (Humas).
2. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang ilmu komunikasi.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi yang berkepentingan dalam istilah yang diteliti.
4. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial instagram.

#### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan pemikiran dalam menambah wawasan pengetahuan mengenai bidang kajian ilmu komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat terutama mengenai strategi promosi Museum Konferensi Asia Afrika melalui media sosial instagram.