

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, serta hendak senantiasa memerlukan orang lain, salah satunya dengan cara berkomunikasi. Komunikasi ialah salah satu hal yang sangat berarti dalam suatu ikatan atau hubungan antar individu manusia. Dalam suatu hubungan seperti itu, dibutuhkan komunikasi terbuka di antara seseorang dengan orang lain. Rogers serta Kincaid (dalam Sari et al, 2006) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi dengan menyampaikan gagasan atau perasaan untuk memperoleh tanggapan dari orang lain dan untuk dapat mengekspresikan diri dengan cara yang unik. Informasi yang disampaikan dalam komunikasi dapat berupa identitas pribadi, pemikiran, perasaan, penilaian tentang lingkungan sekitar, pengalaman masa lalu, dan rencana masa depan yang bersifat rahasia atau tidak rahasia.

Seiring dengan mengikuti perkembangan jaman, industri kreatif terus berkembang menyesuaikan keadaan. Industri Kreatif terus berkembang menciptakan beragam kemudahan yang dapat membantu manusia, salah satunya dibidang sosial media. Hingga terciptanya berbagai media sosial sebagai wadah interaksi virtual bagi para penggunanya. Kemajuan industri kreatif pada era ini tentunya sangat berpengaruh dan menjadi komponen penting dalam kehidupan manusia, khususnya dalam berkomunikasi.

Industri kreatif ini sebenarnya adalah suatu kegiatan perekonomian yang dibuat dari hasil ide, kemampuan, dan kreativitas dari seseorang atau bisa dibilang industri kreatif ini adalah proses memproduksi barang atau jasa dengan melalui proses kreatif di dalamnya. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu yang menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan berbagai macam produk dan jasa (Tambunan, 2017: 56). Sedangkan menurut Simatupang (2008: 69) dalam Fitriana (2014: 284) juga menjelaskan bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Industri ekonomi kreatif awalnya dimotori oleh Tony Blair pada tahun 1990. Diawali dengan adanya penurunan produktivitas yang terjadi di kota-kota di Inggris. Hal ini disebabkan beralihnya pusat-pusat industri dan manufaktur ke negara berkembang. Negara berkembang disini menjadi pilihan karena menawarkan bahan baku, harga produksi dan jasa yang lebih murah. Tony Blair kemudian membentuk Creative Industry Task Force dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran industri kreatif dalam menyumbang perekonomian negara. Lembaga tersebut berada di bawah Departement of Culture, Media and Sports (DCMS). Pada tahun 1998, DCM mempublikasikan hasil pemetaan industri kreatif Inggris yang pertama kalinya.

Internet memudahkan penggunanya untuk melakukan akses dimana saja dan kapan saja melalui smartphone atau perangkat lain guna mempermudah pekerjaan manusia baik dalam hal berkomunikasi, mencari dan mendapatkan serta berbagi informasi.



**Gambar 1. 1** Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2023

(Sumber : <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>)

(Diakses pada Senin, 20 Februari 2023 Pukul 16:35 WIB)

Laporan We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 lebih tinggi 3,85% dibanding setahun lalu. Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahun. Adapun, lonjakan pengguna internet di dalam negeri terjadi pada 2017. Lebih lanjut, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya. Selain itu,

98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Meski demikian, Indonesia menjadi salah satu negara yang banyak penduduknya belum terkoneksi internet. We Are Social mencatat, ada 63,5 juta penduduk di tanah air yang belum terkoneksi internet pada awal 2023. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedelapan di dunia. Posisi pertama ditempati oleh India dengan 730 juta penduduk belum terkoneksi internet.

Hal tersebut membuktikan bahwa saat ini media sosial merupakan sesuatu yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat dengan mudah saling berbagi dan bertukar informasi, berkomunikasi dan bersosialisasi.

Menurut, (Simon Kemp, 2022) Indonesia tercatat dalam daftar 10 besar negara pengguna aktif setiap harinya. Posisi Indonesia saat ini berada pada urutan ke sepuluh dari 47 negara yang dianalisis. Sebanyak 370,1 juta masyarakat Indonesia menggunakan perangkat mobile, seperti smartphone atau tablet untuk dapat mengakses sosial media pada awal 2022.

Kondisi perkembangan teknologi internet saat ini dalam konteks ekonomi global tentu sangat membawa kontribusi yang sangat besar salah satunya terhadap media komunikasi pemasaran dan dalam proses transaksi perdagangan serta pengenalan untuk produk dianggap lebih mudah. Kontribusi perkembangan teknologi sangat besar karena adanya manfaat seperti, jangkauan pasar lebih luas, biaya yang terjangkau dan bisa di akses dalam waktu 24 jam. Hal tersebut akhirnya dapat mendukung bagi para pelaku usaha untuk bisa terus meningkatkan penjualan dengan lebih mudah. Di dalam dunia internet aktivitas pemasaran barang atau jasa

biasa disebut dengan internet marketing.

Internet marketing merupakan bentuk usaha terbaru dalam memasarkan produk atau jasa serta dapat membangun komunikasi dengan konsumen dalam cangkupan yang luas dan bisa dilakukan 24jam. Hal ini akhirnya mengubah wajah dunia dalam bisnis, internet marketing dianggap sangat penting dan dibutuhkan oleh para pelaku bisnis. Selain cangkupannya sangat luas internet marketing juga dianggap lebih efisien dan efektif dari segi anggaran dan suatu hal yang di hasilkan. Dengan adanya perkembangan internet menyebabkan banyaknya platform online yang bermunculan dan dapat digunakan oleh konsumen untuk mempromosikan atau memperkenalkan produknya platform tersebut disebut Sosial Media salah satunya Instagram.



*Gambar 1. 2 Jumlah Penggunaan Sosial Media di Indonesia Tahun 2023*

(Sumber : <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> )

(Diakses pada Senin, 20 Februari 2023 Pukul 16:35 WIB)

Laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 mengalami penurunan 12,57% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 191 juta jiwa. Penurunan itu pun menjadi yang pertama kali terjadi dalam satu dekade terakhir. Namun, kondisi itu terjadi karena sumber yang digunakan We Are Social pada Januari 2023 telah membuat revisi penting. Penyesuaian tersebut membuat data terbaru tak sebanding dengan angka pada tahun-tahun sebelumnya. Adapun, waktu yang dihabiskan bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia. Lebih lanjut, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023. Berbeda dengan media sosial, jumlah pengguna internet pada awal tahun ini masih lebih tinggi 3,85% dibanding pada periode yang sama tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya.

Saat ini sosial media seperti Instagram banyak digunakan oleh para pelaku bisnis menjadi tempat perkenalan produk atau media pemasaran. Instagram dianggap efektif karena setiap bulannya pengguna dapat mengakses sebanyak 16jam perbulannya. Selain itu Instagram memiliki keunggulan karena platform tersebut dapat mengakses berupa foto dan video yang akhirnya sebagai konsumen dapat melihat produk dengan jelas dan bisa merasakan pengalaman tanpa membeli atau mengunjungi suatu tempat terlebih dahulu dengan melihat foto atau video yang di

sajikan oleh penjual. Dalam penyajian foto dan video pun bisa lebih menarik dengan penambahan efek gambar atau music pengiring, akhirnya membuat konsumen lebih tertarik.

Tatakan Media merupakan agensi atau perusahaan sebagai pihak ketiga untuk dapat membantu klien dalam membuat, merancang dan mengelola berbagai kegiatan pemasaran hingga branding melalui platform media sosial Instagram. Menurut data yang dikumpulkan oleh peneliti, di Kota Serang tersendiri ada 235 usaha Food and Beverage dan 165 di Kota Cilegon yang belum menggunakan atau sudah menggunakan namun belum memiliki foto dan video yang menarik di dalam Instagram-nya. Maka Tatakan Media merupakan Sosial Media Agensi yang memfokuskan produksi jasa dalam bidang Food and Beverage, namun tidak menutup kemungkinan untuk produk pada bidang yang lain dan kota lain. Disini agen media sosial ini bekerja untuk membuat konten, editing foto, editing video, membuat caption, hingga membuat iklan dan talent.

Dari pemaparan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram @Tatakanmedia Terhadap Sikap Followers Sebagai Pelaku Usaha Industri Kreatif Di Kota Serang”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) Seberapa besar pengaruh media sosial instagram @tatakanmedia terhadap sikap *followers* sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang?

- 2) Seberapa besar pengaruh frekuensi terhadap sikap *followers* instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang?
- 3) Seberapa besar pengaruh durasi terhadap sikap *followers* instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang?
- 4) Seberapa besar pengaruh atensi terhadap sikap *followers* instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang?

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

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti memiliki tujuan yang harus dicapai, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh media sosial instagram @tatakanmedia terhadap sikap *followers* sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis frekuensi terhadap sikap *followers* instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis durasi terhadap *followers* instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis atensi terhadap sikap *followers* instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di kota serang pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Suatu Penelitian tertentu mempunyai suatu kegunaan dan manfaat baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Sejalan dengan hal

tersebut, maka penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut :

**1) Kegunaan Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya informasi serta pembendaharaan kepustakaan bagi pengembangan dan pemahaman ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya bagi jurusan Ilmu Komunikasi. Serta dapat menjadi referensi berbagai pihak yang berkepentingan dan akan melakukan penelitian dalam permasalahan serupa yang sesuai dengan Pengaruh Media Sosial terhadap Sikap followers Instagram @tatakanmedia sebagai pelaku usaha industri kreatif di Kota Serang.

**2) Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi massa saat ini, khususnya bagi para peneliti dan akademis yang berkecimpung di bidang jejaring sosial, serta bagi masyarakat pada umumnya. Disamping itu, peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran terutama untuk mahasiswa bagaimana pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap *Followers* Instagram @Tatakanmedia Sebagai Pelaku Usaha Industri Kreatif Di Kota Serang.