

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.2. Latar Belakang**

@infobandungkota bergerak di dua platform sosial media Instagram dan Tiktok. Namun, akun Instagram pertama dibangun sebelum tiktok mulai disukai masyarakat, sehingga @infobandungkota pun memulai membangun akun di kedua platform tersebut. Postingan di Tiktok @infobandung berisi informasi tentang wisata, pemerintahan, kuliner, lalu lintas, kriminal, dan kehilangan.

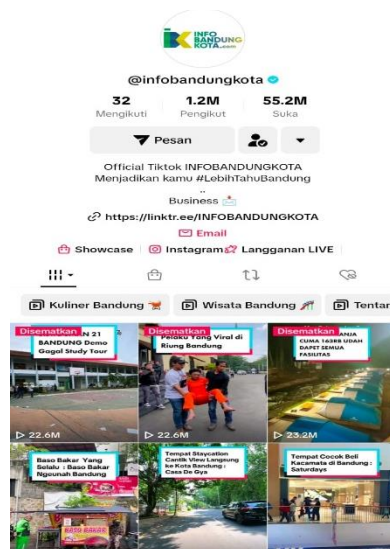
Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar yang ada di Jawa Barat, menjadi kota metropolitan terbesar di Jawa Barat yang terkenal dengan kuliner, dan tempat wisata yang sangat menarik dan juga keramahan warganya. Oleh karena itu agar lebih mengenalkan serta kemudahan mengakses informasi mengenai kota Bandung diwujudkanlah dengan membuat akun Tiktok @infobandungkota yang dikelola oleh sebagian orang diluar pemerintah karena kemauan untuk lebih mengenalkan kota Bandung serta selaku ruang berbicara masyarakatnya buat turut berpartisipasi dalam membangun, mengenalkan, serta untuk kemudahan mendapatkan informasi baik melalui digital konten untuk masyarakat diluar Bandung serta masyarakat di dalam Kota.

Kota Bandung memiliki keunikan dan keberagaman wisata dan kulinernya, dalam meyampaikan informasi keunikan dan keberagaman wisata kini dengan media sosial, salah satunya tiktok. Pada salah satu akun tiktok @infobandungkota mewadahi semua informasi mengenai kota bandung kepada masyarakat sekitarnya melalui media sosial tiktok.

Pada akun media sosial tiktok @infobandungkota memiliki *followers* 1,2 juta, tidak menutup kemungkinan bahwa konten konten yang berisi informasi yang beredar di kota bandung Masyarakat dengan mudah untuk lewat melalui fitur di tiktok yaitu FYP ( *For Your Page* ). Dengan konten – konten yang

disajikan oleh akun @infobandungkota dapat menarik para masyarakat khususnya yang berada di kota Bandung, pemanfaatan digital konten yang dilakukan oleh tim akun @infobandungkota sangatlah berguna bagi penyebaran informasi yang beredar di kota Bandung. @infobandungkota bergerak di dua platform sosial media: Instagram dan Tiktok. Namun, akun Instagram pertama dibangun, lalu akun @infobandungkota tiktok mulai disukai masyarakat pada tahun 2019, dan yang pastinya digemari hingga saat ini. Postingan di Tiktok @infobandungkota berisi informasi tentang wisata, pemerintahan, kuliner, lalu lintas, kriminal.

**Gambar 1.1 Profile @infobandungkota**



Sumber : <https://www.tiktok.com/@infobandungkota>

( Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2024 )

Kreatifitas adalah kunci utama dalam pembuatan konten, ketika sebuah konten kreatif yang disukai banyak orang dibuat, selanjutnya akan banyak yang membuat konten yang serupa dalam jangka waktu yang lama. Terutama pada zaman sekarang media sosial tiktok sangat digemari masyarakat, pemanfaatan konten yang di sajikan @infobandungkota sangat bermanfaat bagi penyebaran

informasi mengenai kota Bandung kepada masyarakat kota Bandung maupun masyarakat luar kota Bandung.

Menurut Sartika Azhari ( 2022 ) Pada tahun 2020, terdapat platform media sosial yang berkembang pesat hingga menjadi terkenal di seluruh dunia, seperti aplikasi TikTok. Tik Tok adalah platform jejaring sosial dan video musik Tiongkok yang dirilis pada September 2016. TikTok menjadi aplikasi paling banyak diunduh selama kuartal pertama 2018, dengan 45,8 juta unduhan, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti Instagram, YouTube, WhatsApp, dan Facebook Messenger. TikTok di Indonesia didominasi oleh kaum milenial, usia sekolah, atau generasi Z. Pada tahun sebelumnya, aplikasi tersebut merupakan media digital berbasis video yang dikecam oleh masyarakat dan diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi karena menyediakan konten yang negatif bagi anak-anak. Namun, setelah mengalami perbaikan, aplikasi tersebut menjadi tren baru dan populer di Indonesia. Tiktok menjadi *tren* di kalangan milenial dan masyarakat umum, menjadi salah satu media populer untuk menghabiskan waktu di rumah atau melakukan kegiatan di rumah. Tempat di mana penggunaanya dapat mengekspresikan diri sendiri, menghilangkan kreativitas yang berkaitan dengan kebahagiaan (Utami et al., 2021). Aplikasi jejaring sosial dan platform video musik unik Tiktok memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan membagikan klip video pendek lengkap dengan filter dan musik sebagai pendukung cerita (Winarso, 2021).

**Gambar 1. 2 Data Paling Banyak di Unduh**



**Sumber ( <https://databoks.katadata.co.id/> )**

( Diakses Pada Tanggal 1 Maret )

TikTok mampu memperoleh sekitar 14,3 juta pengguna aktif bulanan global dari akhir Juli 2020 hingga awal Oktober 2020. Jika tingkat pertumbuhan ini berlanjut selama tiga belas bulan berikutnya, TikTok diperkirakan akan memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan global pada Mei 2022. Laporan yang sama menyatakan bahwa menonton konten Tiktok membuat mereka ingin membeli sesuatu, 47% pengguna. Namun, 67% pengguna mengatakan bahwa Tiktok mendorong mereka untuk membeli sesuatu yang tidak mereka inginkan. Laporan tersebut menyatakan bahwa 42% pengguna Tiktok adalah anak muda (Generasi Z), yang berusia antara 18 dan 24 tahun. Selain itu, studi tersebut menemukan bahwa rata-rata pengguna aplikasi Tiktok menggunakannya selama 89 menit setiap hari.(Dewa & Safitri, 2021).

Menurut Phyta Rahima ( 2023 ) TikTok merupakan platform media sosial yang relatif baru dan sangat populer di kalangan masyarakat. Karena popularitasnya, TikTok membuat konten yang disesuaikan untuk pemberian informasi formal dan non formal. Konten - konten Tiktok berupa video singkat tentang berbagai macam hiburan dan informasi yang disajikan dengan cara yang sesuai dengan tren di Tiktok.

Menurut Sri Mulyani pada penelitian sebelumnya ( 2022 ) Tiktok adalah aplikasi yang dirancang untuk tujuan hiburan, di mana pengguna dapat membuat video sesuai keinginan dan menghasilkan kombinasi foto dan video dengan lagu yang dipilih sendiri.dalam memanfaatkan kombinasi foto dan video tersebut membuat akun @infobandungkota lebih menarik dalam penyajian konten untuk menyebarkan informasi berita maupun informasi mengenai keberagaman yang ada di kota Bandung.

Pada era kontemporer saat ini, berbagai aspek kehidupan terus mengalami perubahan dan dinamika yang pesat. Cara kita hidup telah diubah oleh kemajuan teknologi, terutama internet, dan ketergantungan kita pada teknologi semakin meningkat. Metode yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi melalui media mengalami transformasi yang signifikan. Pemasaran dan transaksi digital dapat dilakukan di seluruh dunia secara instan. Selain interaksi tatap muka, komunikasi online menjadi opsi. Karena itu, pemasaran media sosial online telah berkembang menjadi alat penting bagi penyedia produk dan layanan serta konsumen untuk berkomunikasi (Moriandyah et al., 2015).

**Gambar 1. 3 Contoh Digital Konten Akun @infobandungkota**



Sumber : <https://www.tiktok.com/@infobandungkota>

( Diakses Pada tanggal 1 Maret 2024 )

Digital konten yaitu dengan kemajuan teknologi, informasi dan interaksi semakin mudah diakses melalui media digital seperti internet, perangkat mobile, dan platform digital lainnya. Konten digital telah menjadi komponen penting dalam dunia digital marketing. Segala bentuk informasi yang disampaikan melalui media digital disebut konten digital. Ini dapat berupa teks, gambar, audio, video, infografis, dan format lainnya. Tujuan utama konten digital adalah untuk menarik perhatian audiens, memberikan informasi

berguna, mendidik, dan menghibur sehingga memengaruhi perilaku dan keputusan pembaca.

Media sosial adalah media online yang memungkinkan orang untuk berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten, seperti blog dan jejaring sosial. Namun, ada pendapat lain yang mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial melalui penggunaan teknologi berbasis web yang mengubah pesan menjadi diskusi interaktif. Pengguna media sosial dapat menambahkan tulisan, gambar, video, dan konten lainnya dengan bebas. Media sosial adalah medium yang paling banyak digunakan. Media adalah alat yang biasa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk akibat atau dampak dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Salah satu fitur utama dari situs jejaring sosial ini adalah bahwa setiap pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan, baik dengan pengguna yang sudah diketahuinya dan memungkinkan mereka untuk bertemu di dunia nyata.

Di zaman perkembangan teknologi seperti saat ini, penggunaan media sosial telah menyebar ke segala kalangan. Media sosial juga dapat digunakan sebagai media penyebaran informasi, seperti yang ditunjukkan oleh akun @infobandungkota yang tersedia dalam aplikasi seperti TikTok, dan Instagram. Media sosial adalah media online yang digunakan untuk berinteraksi, dan berbagi informasi dengan orang lain di internet (Drakel, Pratiknjo, & Mulianti, 2018). Media sosial adalah alat yang digunakan orang untuk berbagi informasi dengan orang lain. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana penyebaran informasi atau konten yang menarik.

Pada saat ini akun @infobandungkota di tiktok memiliki follower 1,2 juta, tidak menutup kemungkinan bahwa konten-konten yang berisi informasi yang beredar di kota Bandung Masyarakat dengan mudah untuk lewat melalui fitur di tiktok yaitu FYP (For your page). Tidak hanya memberikan informasi berita-berita pada akun lain, namun akun @infobandungkota memberikan rekomendasi makanan, tempat wisata, dan informasi yang menarik dengan

dikemas dalam tren tren yang sedang viral di tiktok. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “**Strategi Perencanaan Digital Konten Media Sosial Tiktok pada Akun @infobdgkota Dalam Pemberian Informasi Kepada Masyarakat Kota Bandung**” dikarnakan ingin memberitahu kepada pembaca untuk seberapa pengaruh pemanfaatan digital konten yang di suguhkan melalui akun tiktok @infobandungkota kepada Masyarakat kota bandung dan didukung dengan menggunakan teori Ekologi media oleh McLuhan.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, Fokus penelitian ini memfokuskan bagaimana akun tiktok @infobandungkota dalam memberikan informasi melalui sosial media tiktok kepada Masyarakat kota bandung, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi @infobandungkota dalam menyebarkan informasi mengenai kota Bandung di media sosial tiktok?
2. Bagaimana akun @infobandungkota mengoptimalkan media sosial tiktok untuk menjadi media informasi?
3. Bagaimana @infobandungkota mengelola konten mengenai kota Bandung melalui media sosial tiktok?
4. Bagaimana akun @infobandungkota membangun kedekatan dengan masyarakat melalui media sosial tiktok?

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

#### **1.2.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini pada dasarnya untuk mengetahui pemanfaatan digital konten media sosial tiktok pada akun @infobandungkota sebagai media penyebaran informasi kepada Masyarakat kota bandung dengan acuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi @infobandungkota dalam menyebarkan informasi mengenai kota Bandung di media sosial tiktok.
2. Untuk mengetahui akun @infobandungkota mengoptimalkan media sosial tiktok untuk menjadi media informasi.
3. Untuk mengetahui Bagaimana @infobandungkota mengelola konten mengenai kota Bandung melalui media sosial tiktok
4. Untuk mengetahui Bagaimana akun @infobandungkota membangun kedekatan dengan masyarakat melalui media sosial tiktok?.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Secara teoritis

Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademis secara langsung terhadap pengembangan ilmu digital konten , khususnya dalam komunikasi media



2. kegunaan secara akademis

Secara akademis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah kajian tentang komunikasi media sosial

3. kegunaan secara praktis

Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dan dapat memberikan manfaat bagi pengelola akun media sosial tiktok khususnya dalam pemberian informasi kepada Masyarakat.