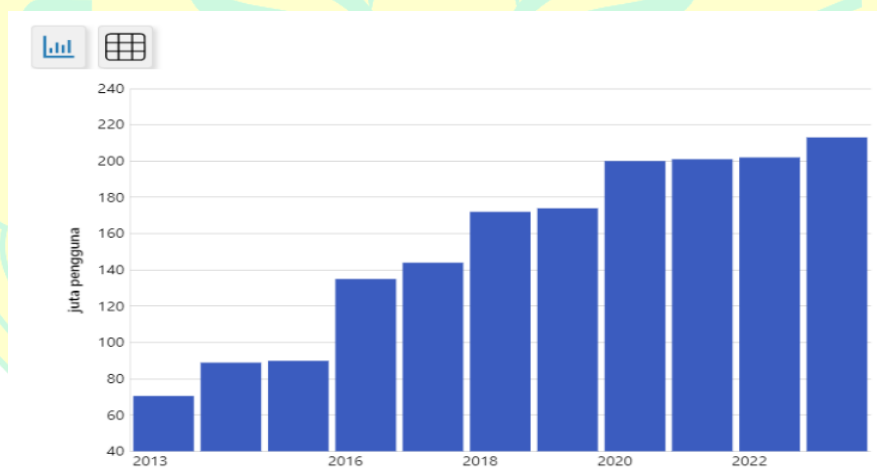


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era digital yang berkecambah saat ini, kehadiran dan pengelolaan media sosial telah menjadi kunci utama bagi perusahaan dan merek untuk memperluas jangkauan dan berinteraksi dengan publik. Berdasarkan artikel databoks, penggunaan internet Indonesia terus meningkat selama empat tahun terakhir (2018–2022), mencapai 204,7 juta pengguna, naik 1,03% dari tahun sebelumnya (Andata et al., 2022), sehingga menurut peneliti berdasarkan artikel databoks penggunaan internet selama satu dekade di Indonesia (2013–2023) juga terus mengalami peningkatan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang per Januari 2023, naik 5,44% dibanding tahun sebelumnya.



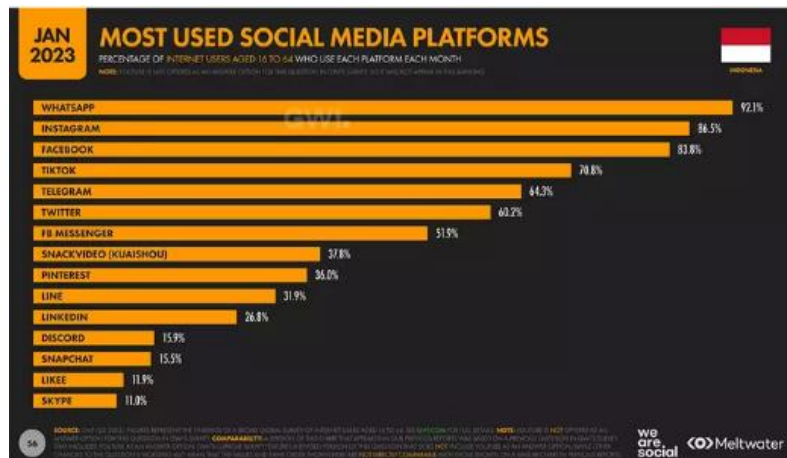
Gambar 1.1 Diagram Peningkatan Jumlah Pengguna Internet  
Sumber: (databoks.katadata.co.id)

Menurut peneliti, media sosial sebagai salah satu elemen krusial dalam ranah pemasaran digital, menjadi wadah yang efektif untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Menurut Bruhn, Schoenmueller dan Schafer yang dikutip dari (Fitrianna & Aurinawati, 2020) mengatakan bahwa penggunaan media sosial memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek mereka.

Berdasarkan data dari datareportal pada awal tahun 2020, lebih dari 4,5 miliar orang menggunakan internet sementara 3,8 miliar orang telah menggunakan media sosial, hampir 60% populasi global sudah online (Al Badar & Endri Listiani, 2023). Dengan demikian, menurut peneliti berdasarkan data dari datareportal sebanyak 167,0 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2023 yakni setara dengan 60,4 persen dari total populasi.

Penggunaan media sosial menambah nilai atraktivitas dari sebuah produk dan menambah tingkat kedekatan konsumen dengan produk tersebut (Triadi & Darnita, 2021), menurut peneliti melalui pengelolaan media sosial yang efektif memungkinkan sebuah *brand* untuk berinteraksi langsung dengan pengikutnya, membentuk hubungan yang erat antara *brand* dan konsumen, serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap jangkauan yang luas terhadap khalayak. Dengan demikian, menurut peneliti pada jangkauan khalayak yang lebih luas pun dapat terealisasikan melalui interaksi yang berlangsung antara *brand* dan *followers* nya di platform media sosial.

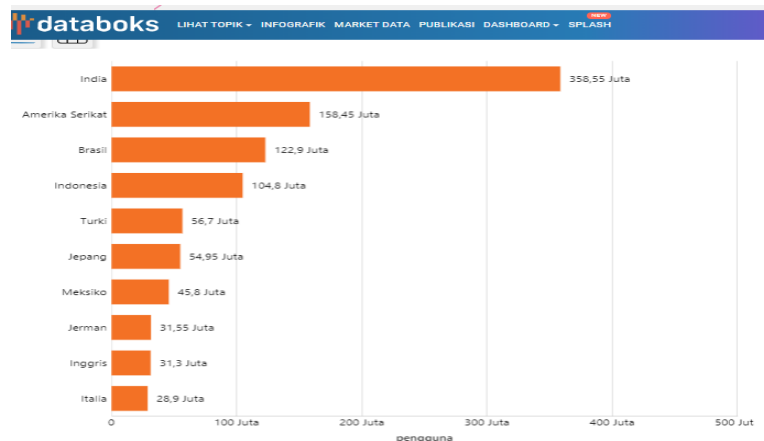
We Are Social sebagai platform yang menyajikan data beserta tren penggunaan media sosial, internet, dan perilaku *e-commerce* secara berkala setiap tahun. Pada tahun 2023, We Are Social sudah mengeluarkan laporan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Meraih tingkat kesatu yakni WhatsApp dengan proporsi sebesar 92,1 persen, posisi kedua diraih oleh Instagram dengan angka sebesar 86,5 persen. Di urutan ketiga terdapat Facebook, yakni dengan persentase sebesar 83,8 persen, dan di peringkat keempat terdapat TikTok dengan angka sebesar 70,8 persen.



Gambar 1.2 Data media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2023 (WE ARE SOCIAL via KOMPAS)  
Sumber: ([www.pramborsfm.com](http://www.pramborsfm.com))

Berdasarkan data tersebut di atas, meskipun Instagram berada pada urutan 2 (dua) sebagai media sosial paling banyak digunakan, namun menurut peneliti Instagram juga menjadi salah satu platform media yang efektif untuk berkomunikasi dengan masyarakat, karena berbagai fitur komunikasi yang disediakan, termasuk *Direct Message* (DM) atau pesan langsung yang dimana memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, foto, atau video secara pribadi kepada pengguna lain atau akun bisnis serta terdapat kolom komentar baik pada *instastory* maupun pada *feeds* Instagram.

Berdasarkan laporan dari We Are Social, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Namun penempatan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak masih konsisten yaitu keempat di dunia berdasarkan situs databoks.



Gambar 1.3 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia (Oktober 2023)

Sumber: (databoks.katadata.co.id)

Instagram juga memiliki pengaruh dalam membentuk opini kepada masyarakat, terutama dalam hal pemasaran dan interaksi untuk menjangkau khalayak yang luas, melalui platform Instagram jangkauan khalayak diciptakan melalui pengelolaan strategi dan taktik pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengenalan *brand* di antara pengguna. Menurut peneliti, dengan menyajikan konten kreatif berupa visual yang menarik, *aesthetic*, dan memiliki kualitas dapat membantu suatu brand memiliki rating tinggi dan mampu bersaing dengan konten video di *feeds* Instagram para pengguna. penggunaan hashtag yang relevan dapat mempermudah masyarakat menemukan konten visual yang terkait.

Dalam hal ini, media berita seperti Serayunews memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram selain situs web mereka untuk meningkatkan kesadaran merek (Mardhiyanto & Muttaqien, 2023). Mengikuti perkembangan zaman, media konvensional seperti majalah Tempo, koran Republika, harian Kompas, dan Liputan6 di SCTV serta program berita Televisi Seputar Indonesia (Sindo) di RCTI, semuanya telah meluncurkan portal online mereka sendiri (Rahmadhani & Lubis, 2017). Hal serupa dilakukan oleh IDXChannel, sebagai salah satu media berita yang juga aktif dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk menjangkau

khalayak yang lebih luas. Disamping itu, peneliti melakukan pra-penelitian melalui wawancara bersama dengan salah satu staff IDXChannel yaitu MD yang mengatakan bahwa :

*“Juni 2016 kita buat instagram kan di era itu instagram tuh sedang lagi hype-hype nya juga kan di tahun - tahun sekitar segitu lah sedangkan instagram pun ibaratnya menjadi platform nomor 1 kita tuh untuk mengekspresikan nyebarin foto mereka, tiktok udah ada tapi enggak hype banget, pada zaman itu masih musically. Karena format nya cocok buat kita di tahun itu orang tuh udah mulai masuk berita nya tuh bergeser lah yang tadinya di google dan lain sebagainya kita suguhan convert menjadi konten itu di era itu mungkin udh ada video kali ya,”*

IDXChannel menggunakan format video untuk menyampaikan informasi berita, dengan begitu tentunya membantu masyarakat untuk lebih mudah memahami isi pesan berita, berikut juga alasan IDXChannel memutuskan untuk memanfaatkan platform Instagram sebagai media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat dari MD selaku salah satu staff IDXChannel.

*“Instagram untuk meningkatkan brand awareness melalui gambar maupun video. Nah itu kita juga bisa berkolaborasi dengan influencer maupun akun-akun bisnis nya itu lebih dipermudah. Di Instagram gambar pun dapat reach juga tuh kadang-kadang di tiktok kan enggak terlalu tinggi ya, sedangkan di Instagram tuh kamu bisa tau tuh followers nya lari darimana dari explore kah. Dari kalo di baca dari insight tuh sangat insightfull banyak banget insight-insight yang di dapat. Gampang membuat konten-konten itu jadi gampang di save sama orang gampang dilihat sama orang ada fitur story terus kita bisa berkomunikasi langsung dengan followers melalui direct message, kl di fitur direct message lebih spesifik banget sih kalo di instagram tuh kita tuh bisa naro general primary gitu kan sama orang yang enggak follow kita tuh lu bisa dm, kita juga bisa memfilter akun-akun yang emang misalkan kita punya kebutuhan untuk collab nah itu kita bisa memfilter mereka untuk masuk ke general bisnis kita enak nya disitu kalo yang di tiktok itu kurang lengkap, terus yang gue liat juga sebenarnya kalo kita compare followers Tiktok sama IG pun lebih aktif kalo di IG lebih aktif komennya share nya”*

Menurut peneliti, pemilihan Instagram sebagai platform untuk menjangkau khalayak lebih luas karena beberapa pertimbangan positif, yakni kemampuan untuk berkolaborasi dengan influencer, dan akses insight tentang



pengikut Instagram, serta fitur kreatif yang memungkinkan pembuatan konten menarik.

Dalam rangka menjangkau khalayak yang lebih luas IDXChannel juga melakukan upaya melalui sebuah aplikasi yang dapat diunduh melalui *Aplikasi Mobile* tersedia baik pada perangkat Android maupun IOS. Peneliti melakukan wawancara dengan FAA selaku redaktur pelaksana IDXChannel.

*“Bisa. Bisa di Play Store, bisa di IOS, bisa jadi dua itu bisa. Tujuan utamanya adalah menjangkau lebih banyak pembaca. Tujuan utamanya. Kenapa? Karena ketika semua orang menggunakan handphone dan semua membaca atau melakukan aktivitas lewat handphone, kita juga perlu menjangkau itu. Makanya dibuatkan aplikasi agar lebih memudahkan dibanding membuka IDXChannel.com di desktop, laptop, atau yang lainnya. Untuk fungsinya itu.”*

Berbagai manfaat yang diberikan untuk pengguna selain dalam hal mengakses aplikasi tersebut juga diperlukan dalam hal branding, seperti hasil wawancara dengan FAA selaku redaktur pelaksana IDXChannel.

*“Selain memudahkan pembaca untuk pembaca, paling penting adalah branding. Brandingnya IDXChannel. Masyarakat harus aware terhadap IDXChannel.com. Makanya kita harus punya aplikasi yang bisa menjangkau semua orang secara digital salah satu caranya lewat screen handphone. Kenapa? Karena handphone selalu dibawa orang ke mana-mana, itu yang bisa kita jangkau.”*

Selain untuk meningkatkan branding, aplikasi tersebut tentunya memiliki fitur-fitur dan konten yang dimiliki berasal langsung dari Bursa Efek Indonesia, berdasarkan hasil wawancara dengan FAA selaku redaktur pelaksana.

*“Kalau fitur utama satu ada kanal. Kemudian ada lagi, ada lagi fitur, kalau berita kan semua ya, di fitnya sama semua. Yang menarik ada foto, video, ada live, kalau di aplikasi itu ada live, live-nya TV kita itu bisa live di aplikasi. Nah terus ada lagi kalender. Ada lagi laporan keuangan, Perusahaan tercatat yang ada di Bursa Efek Indonesia sama regulasi, regulasinya terkait dunia pasar modal. Nah empat kanal ini merefer langsung ke website-nya Bursa Efek Indonesia. Jadi semua kontennya berasal dari Bursa Efek Indonesia.”*

Hal ini mencerminkan strategi yang cermat dalam memilih platform komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan pemasaran atau penyampaian pesan kepada khalayak target baik melalui Instagram maupun aplikasi yang sudah tersedia.

Dengan beberapa pemilihan konten yang sesuai dengan kriteria perusahaan IDXChannel terkait perekenomian, berikut ini adalah penyajian isi konten yang terdapat di IDXChannel berdasarkan jawaban wawancara bersama MD selaku salah satu staff IDXChannel.

*“IDXChannel itu kan berasal dari bursa efek kan media untuk memfasilitasi para investor trader business man dan entrepreneur-entrepreneur yang lain untuk memberi informasi mengenai ekonomi makro mikro, update saham, korporasi tu ya emng kita fokusnya disana kan”*

Berdasarkan wawancara di atas, Instagram telah menjadi platform dalam mengekspresikan dan menyebarkan konten foto maupun video sejak tahun 2016, dengan beberapa fitur yang mempermudah dalam mengakses berita. Fitur-fitur seperti *direct message*, *story*, dan kemampuan untuk memfilter akun-akun tertentu juga memberikan nilai tambah bagi pengguna Instagram dalam hal komunikasi dan kolaborasi seperti influencer.

IDXChannel sebagai media dari bursa efek berfokus pada menyediakan informasi mengenai ekonomi, saham, dan korporasi untuk memfasilitasi investor, trader, pengusaha, dan pelaku bisnis lainnya. Instagram merupakan platform yang lebih unggul dalam hal kolaborasi, insight, dan interaksi pengguna, sementara IDXChannel fokus pada menyediakan informasi terkait pasar modal dan bisnis.

Media sosial memberikan jangkauan yang luas untuk suatu *brand* atau lebih tepatnya media berita IDXChannel dapat membuat konten-konten yang menarik dan beragam, seperti posting video dan iklan, dapat menciptakan kesadaran tentang keberadaan dan nilai-nilai mereka di antara pengguna

media sosial, seperti konten IDXChannel yaitu FYK (*For Your Knowledge*) yang menggunakan visual foto maupun video dengan tambahan *voice over*.

Keunggulan Instagram adalah hasil foto dapat dibagikan ke media sosial lain seperti Facebook dan Twitter, sehingga hasil foto tidak hanya dilihat oleh pengguna Instagram. Instagram telah menjadi fenomena di kalangan pengguna media sosial, terutama di kalangan remaja. Karena Instagram adalah platform media sosial pertama yang bergerak di bidang foto. Instagram digunakan oleh banyak orang untuk berbisnis dengan mengupload foto-foto yang akan mereka pasarkan dengan berbagai editan yang dapat menarik pelanggan. Fakta bahwa sebagian besar orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka juga menjadi fenomena Instagram yang sangat menarik. Tujuannya adalah mendapatkan sebanyak mungkin pengikut (Widyaputri et al., 2022). Hal ini dapat dikaitkan dengan IDXChannel dalam konteks upaya menjangkau khalayak yang lebih luas. IDXChannel, sebagai saluran informasi terkemuka dalam hal berita dan informasi pasar modal di Indonesia, memiliki kepentingan untuk memperluas jangkauan di media sosial melalui Instagram.

Pengelolaan media sosial Instagram @idx\_channel sebagai strategi menjangkau khalayak yang luas, masih terdapat masalah yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah jangkauan informasi yang disampaikan menjadi terbatas dan kurang luas dikarenakan IDXChannel sebagai media regulator yang dimana tidak dapat secara terbuka memberitakan berita politik, terutama terkait dengan isu-isu yang tengah populer saat ini, seperti pemilihan umum calon presiden dan wakil presiden. Hal tersebut sehubungan dengan pernyataan wawancara bersama MD selaku salah satu staff IDXChannel.

*“Impact nya itu misalkan yang lagi ngomonginnya deket-deket pilpres sekarang lah ya nah itu kalo kamu liat di beberapa sosial media kan hype nya itu trend nya itu ya politik lah beberapa belakangan ini hampir 3 bulan nah akhirnya secara konten pun kalo kita tidak mengikuti sebuah trend akhirnya konten kita istilahnya konten kita tidak tersebar luas jangkauannya pun seperti tertahan gitu loh sedangkan politik itu*



*mempengaruhi dari sebenarnya politik itu mempengaruhi politik kita ke harga saham, pengusaha yang support salah satu paslon itu kan ada impact nya juga ke ekonomi kita nah tapi kalo kita itu bermainnya di zona-zona aman nya kita doang nih gaboleh politik dan segala macemnya akhirnya timbul lah tuh reach nya itu tidak tersebar luas karena konten kita tidak reading the moment karena moment nya sedang rame politik kita tidak masuk kesitu kaya ombak nya lagi dalam politik”*

Menurut peneliti berita politik dan ekonomi saling berkaitan dan saling memengaruhi dinamika sosial dan ekonomi suatu negara, kebijakan politik bisa saja berdampak langsung pada kondisi ekonomi, pasar keuangan, saham dan investasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas melalui Instagram untuk konten-konten berita topik ekonomi agar dapat menjangkau lebih banyak khalayak.

Instagram memungkinkan *brand* untuk mencapai audiens yang beragam karena penggunaanya tersebar di seluruh dunia. Instagram memungkinkan *brand* untuk berinteraksi langsung dengan pengikut mereka melalui fitur interaktif seperti komentar, DM, dan live. Suatu *brand* dapat mengeksplorasi berbagai jenis konten karena mendukung berbagai format konten, seperti gambar, video, Stories, IGTV, dan Reels.

Instagram telah menjadi salah satu platform media yang paling populer karena memiliki banyak fitur untuk fotografi, bisnis, dan informasi (Andata & Putri, 2022). Dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di Instagram, seperti pembuatan video dan fitur lainnya, dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mengekspresikan kreativitas dan menjangkau khalayak yang luas. Selain itu, dengan memiliki aplikasi yang dapat diunduh melalui Play Store untuk perangkat Android dan iOS, IDXChannel memungkinkan pengguna untuk memiliki akses langsung ke konten mereka dengan lebih mudah dan nyaman. Menurut peneliti, dalam era digital ini minat masyarakat terhadap mendapatkan informasi melalui internet semakin meningkat. Khalayak kini lebih condong dan tertarik dengan informasi yang didapatkan melalui internet karena lebih mudah di dapatkan (Fiisabilillah et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Lumintang et al., 2020) masyarakat lebih

banyak membaca berita melalui media online, karena efektif, mudah, dan cepat. Melalui media sosial, yaitu instagram yang menggunakan sistem daring dalam membaca/melihat berita yang sedang terjadi saat ini dengan cepat. Tampilannya yang menarik dan eye catching membuat masyarakat modern terutama kaum muda lebih memilih untuk membaca dan mengikuti akun berita media mainstream di instagram. Melalui instagram seseorang dapat membaca, melihat, dan mendengarkan berita dalam bentuk foto, teks, audio, dan video yang diunggah (Mustika, 2018). Sehingga kini Instagram menjadi salah satu sumber informasi yang sangat relevan dan populer di kalangan masyarakat.

Dengan mengambil strategi media sosial melalui Instagram dikarenakan keberadaan aplikasi tersebut dapat melengkapi upaya publikasi menjangkau khalayak yang lebih luas. Maka dari hal tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengelolaan media sosial Instagram @idx\_channel yang peneliti tuangkan ke dalam judul : "Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @idx\_channel Dalam Menjangkau Khalayak Luas (Pada Kasus : Berita Ekonomi dan Politik)".

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pengelolaan media sosial Instagram yang diterapkan oleh IDXChannel?
2. Bagaimana strategi IDXChannel dalam menerapkan berita atau konten politik melalui Aplikasi Mobile?

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah penelitian mencakup Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @idx\_channel Dalam Menjangkau Khalayak Luas (Pada Kasus : Berita Ekonomi dan Politik).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pengelolaan media sosial Instagram yang diterapkan oleh IDXChannel?
2. Untuk mengetahui strategi IDXChannel dalam menerapkan berita atau konten politik melalui *Aplikasi Mobile*

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu komunikasi khususnya bidang kehumasan melalui strategi pengelolaan media sosial Instagram @idx\_channel agar dapat memberikan pengembangan keilmuan kehumasan di era digital.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam memahami strategi pengelolaan media sosial Instagram @idx\_channel humas.

