

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif mengubah cara masyarakat berkomunikasi dari kontak fisik berubah dengan memanfaatkan teknologi internet. Arus globalisasi yang tak terbendung dengan disertai perkembangan dan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang cukup inovatif. Internet menjadi kunci utama bagi masyarakat untuk berkomunikasi melalui teknologi digital. Komunikasi melalui internet secara umum memiliki keunggulan dibandingkan media konvensional karena dapat menghadirkan pertukaran informasi yang lebih interaktif. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih media pun semakin beragam dengan jangkauan yang lebih luas dan lebih interaktif, tentunya masyarakat memiliki banyak pilihan dalam mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan.

Di era digital saat ini masyarakat semakin gemar dalam mengakses berbagai macam media di internet. Tentunya hal ini dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan startup dalam menyampaikan pesan menggunakan apa yang mereka miliki, karena tingginya konsumsi konten digital. Kini, konten yang menarik dapat menjadi alat komunikasi yang efektif dan mudah diterima oleh para masyarakat. Begitu banyak konten yang tersedia di berbagai *platform*, jenis konten yang paling populer dan banyak ditonton diantaranya konten *prank*, film pendek, konten musik, konten *game*, konten parodi, konten *tutorial*, konten *challenge*, dan konten *talkshow*, sehingga dibutuhkan pembuatan program dan pemilihan produksi konten yang tepat untuk membuat suatu perusahaan dapat dikenal bahkan disukai oleh penontonnya.

Strategi yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menumbuhkan *engagement* perlu untuk meramu bentuk komunikasi yang paling efektif. Tentunya hal tersebut akan melalui riset pasar terlebih dahulu. Setiap konten yang *diposting* di akun media sosial suatu perusahaan harus memiliki nilai jual yang akan menarik penonton. Oleh karenanya dibutuhkan

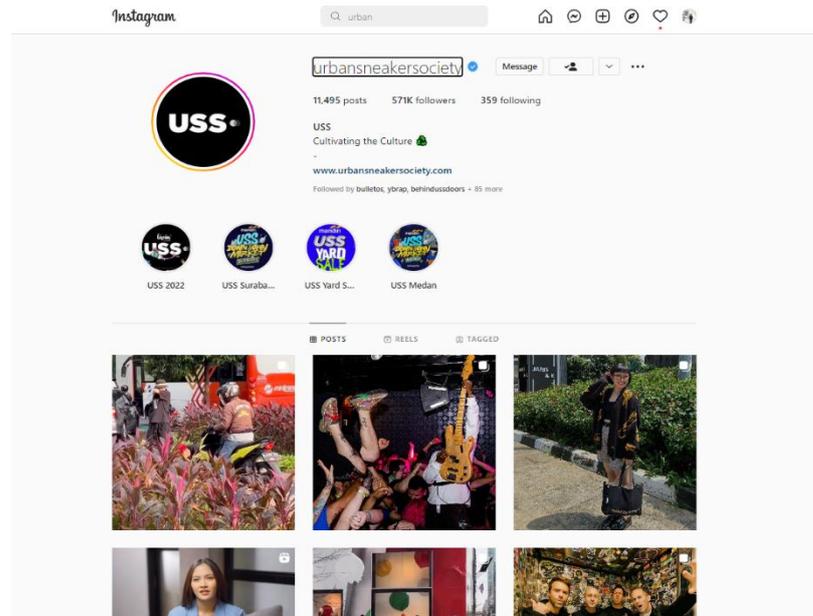
kemampuan untuk memanfaatkan *platform* media sosial guna membuat penonton merasa terlibat dan membangun interaksi aktif. *Content Social media* (konten media sosial) diharapkan dapat membuat lebih banyak pelanggan mengunjungi halaman media sosial, mengikuti pemberitahuan, dan akhirnya mengulangi menonton.

Media sosial adalah sebuah media yang didesain untuk mempermudah interaksi sosial yang bersifat interaktif. Media sosial berbasis pada sebuah teknologi internet yang dapat mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi dua arah ke beberapa audiens.

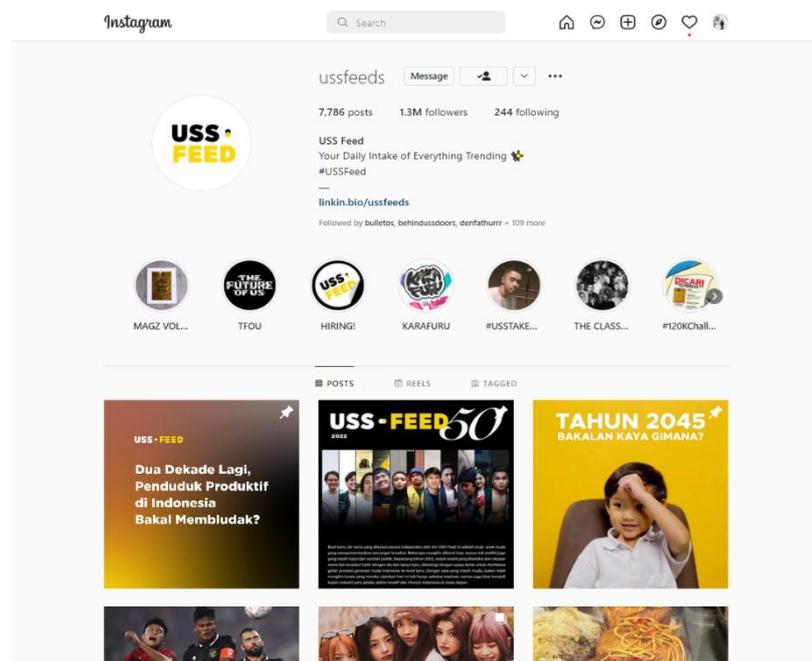
Media sosial merupakan sarana komunikasi yang sangat cepat dan efisien serta berkembang pesat. Media sosial berkembang pesat, dimulai dengan klasifikasi dan jenis yang berbeda-beda untuk segala kebutuhan masyarakat di seluruh dunia. Karena latar belakang modern saat ini, media sosial kini telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat. Media sosial saat ini membantu masyarakat dunia dalam berbagai kebutuhan sehari-hari seperti pendidikan, komunikasi, kesehatan, informasi dan ekspresi diri.

Sekarang ini, kita dibanjiri dengan segala macam *platform* digital yang menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai sarana penyebaran informasi. Salah satu *platform* media digital tersebut adalah USS FEED. USS FEED adalah *platform digital* yang menggunakan Internet sebagai media informasi. Akses terhadap media *social* telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan. Dari total penduduk Indonesia yang terberjumlah mencapai 275,36 juta jiwa pada Juni 2022. (Katadata, 2022)

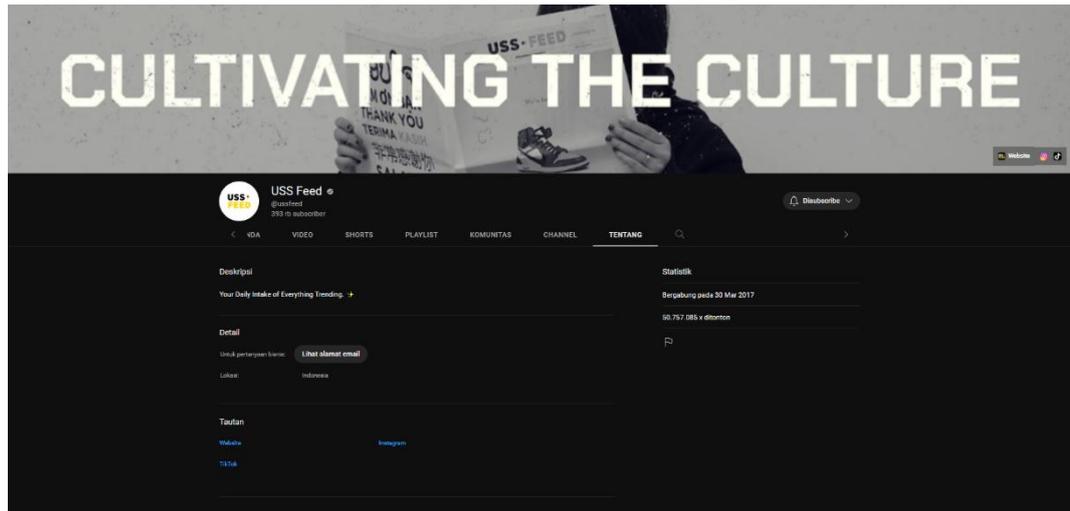
USS FEED adalah salah satu media yang baru berdiri selama tiga tahun, USS FEED menggunakan akun Instagram @urbansneakersociety dengan 571.474 pengikut dan @ussfeed 1.309.025 pengikut, digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan pengikut menonton dan mengikuti saluran YouTube USS FEED, karena masyarakat lebih sering menggunakan media Instagram untuk mendapatkan informasi karena lebih praktis penggunaannya, sedangkan channel Youtube USS FEED 393.000 *Subscriber*.



Gambar 1.1 Profile Instagram Urban Sneaker Society
Sumber: <https://www.instagram.com/urbansneakersociety/>



Gambar1.2 Profile Instagram USS FEED
Sumber: <https://www.instagram.com/ussfeeds/>



Gambar 1.3 Profile Youtube USS FEED
Sumber: <https://www.youtube.com/@ussfeed/about>

Dengan media sosial, masyarakat bisa mendapatkan informasi terbaru tentang pengetahuan umum lainnya. Dengan media sosial sebagai media baru, masyarakat kini dapat menemukan dunia tanpa batas dengan akses mudah di mana saja. Berbagai jenis media sosial saat ini, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube dan banyak lainnya, masing-masing memiliki konsep penggunaan yang berbeda.

Begitu banyak konten yang tersedia di banyak platform media termasuk YouTube yang memiliki jenis konten paling populer dan paling banyak dilihat termasuk video lelucon, *film* pendek, video musik, video *game*, video parodi, video tutorial, tantangan video, acara obrolan video, membuat pertunjukan dan memilih produksi konten yang tepat untuk berbagi misi perusahaan dan bahkan disukai oleh publik. Namun, para penonton sepertinya sudah lelah dibombardir dengan berbagai konten di YouTube. Kesuksesan perusahaan pembuat konten video YouTube berlomba-lomba membuat tayangan/konten yang bisa merebut hati banyak penonton. Konten video harus menarik untuk menjangkau penonton. Konten seperti *talk show*, media informasi, *fashion* adalah pilihan konten yang melibatkan *audiens*. Daya tarik konten ini terletak pada ragam informasi yang ditawarkan kepada publik.

Tentu dengan ide video kreatif seseorang dalam sebuah konten sangat berperan penting dalam menarik penonton atau meningkatkan *engagement*, karena dengan ide-ide yang baru, menarik, dan unik inilah yang membuat

penonton tidak bosan dengan konten–konten yang sudah ada dan selalu kembali untuk menonton konten tersebut. Seperti channel USS FEED yang dalam penerapannya, USS FEED memiliki berbagai macam konten seperti, *USS Review*, *USS Thrift Genk*, *USS Recommendation*, *USS Scroll & Stroll*, *USS Bedah Handphone*, *USS Baca Komen*, *Berita Akhir Pekan*.

Dalam konten video *USS Review* diberikan informasi yang membahas tentang berbagai macam brand mulai dari lokal sampai internasional. *USS Thrift Genk* merupakan konten yang membahas seputar kegiatan berbelanja berbagai macam brand atau barang *second*. Sedangkan *USS Recommendation* berisi tentang *tips* dalam merawat sepatu, cara mendapatkan sepatu atau pakaian yang murah, tempat berbelanja dan sebagainya. *USS Scroll & Stroll* yang berisi konten seorang atau beberapa orang *public figure* menonton video dari beberapa media sosial lalu mengomentari video tersebut.

USS Bedah Handphone berisi konten tentang melihat beberapa *history* di beberapa akun media sosial mengenai apa si yang mereka (*public figure*) cari, lalu melihat pulsa, melihat berapa jam mereka menggunakan handphone. *USS Baca Komen* berisi konten seorang *public figure* yang membacakan beberapa komentar *netizen* di media sosial mereka. *USS Berita Akhir Pekan* ini adalah konten dengan konsep podcast yang dibawakan oleh Oza Rangkuti yang membicarakan mengenai berita yang sedang terjadi pada pekan belakangan ini.

Dalam penerapannya, akun Instagram USS FEED merupakan media yang digunakan untuk menjangkau *viewers* dan *subscribers* USS FEED dan memberi informasi serta mengedukasi masyarakat. Tingginya tingkat penetrasi masyarakat dalam beraktifitas di media sosial Instagram membuat USS FEED memanfaatkannya untuk meningkatkan *viewers* dan *subscribers* YouTube *channel* USS FEED. Pasar industri kreatif menarik untuk dicermati karena peluangnya yang sangat besar. Potensi pasar industri secara global di tahun 2022 mencapai US\$ 2,25 triliun (Arifin, 2023). Besarnya pasar industri kreatif menjadi daya tarik pelaku bisnis untuk ikut memanfaatkan peluang. Jumlah pelaku usaha pun terus bertambah dari tahun ke tahun sehingga tingkat persaingan yang terjadi menjadi sangat ketat. Sejumlah perusahaan

yang sekelas USS Feed diantaranya ditunjukkan Tabel 1.1

Tabel 1.1 Beberapa Perusahaan Platform Media

Perusahaan	Lingkup Usaha
Creativox	Creativox <i>Broadcasting Network</i> berdiri 2019 di Jakarta dengan konten <i>lifestyle</i> generasi milenial dan Gen Z
Folkative	Folkative didirikan tahun 2018 di Jakarta yaitu media digital bidang pemasaran, periklanan, dan <i>public relation</i>
The Finery Report	The Finery Report yaitu perusahaan media <i>digital</i> fokus <i>lifestyle</i> , pemasaran, dan lainnya
Menjadi Manusia	<i>Social platform</i> untuk kupasan mengenai kehidupan dan berbagai masalahnya
The Corator	<i>Social platform</i> untuk masyarakat yang memiliki banyak kesamaan kepentingan dan mengupas berbagai hal.
Whiteboard Journal	Komunitas gaya hidup kreatif dengan konten gaya hidup
Lain-lain	Banyak usaha lainnya yang memiliki kemiripan dan banyak ditemukan di <i>social media</i>

Sumber: Azizah (2021)

Berbagai perusahaan platform media di atas hanya beberapa contoh saja, dan kenyataannya bisa ditemukan perusahaan serupa dalam jumlah yang sangat banyak di sosial media. Pelaku industri kreatif tidak harus perusahaan dengan modal yang besar, namun perorangan dengan modal terbatas pun bisa masuk dalam industri kreatif dan seberapa tinggi kreativitasnya yang menentukan keberhasilan meraih pasar yang besar sehingga tingkat persaingan bisa menjadi sangat ketat. Masyarakat bisa dengan sangat mudah mendapati konten-konten serupa dengan konten USS Feed yang akhirnya bisa mendorong *follower* dari USS Feed berpindah ke lainnya. Untuk itu, dengan melakukan analisis terhadap strategi sosial media marketing bisa memberikan rujukan yang penting untuk USS Feed sehingga *subscriber* dan *followernya* tidak beralih ke pesaing dan bisa terus menambah jumlah *subscriber* baru.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, teridentifikasi beberapa masalah yang akan digunakan sebagai bahan penelitian yaitu:

1. Bagaimana Perkembangan Industri kreatif saat ini pada media sosial Instagram dan Youtube?
2. Apakah konten kreatif yang dilakukan USS FEED sudah mengikuti apa yang disukai masyarakat?
3. Apakah sudah tepat menggunakan *Instagram*, dan *Youtube* sebagai media untuk meningkatkan *Engagement* USS FEED?
4. Bagaimana strategi produksi channel Youtube USS FEED?
5. Bagaimana strategi media sosial dalam meningkatkan *Engagement* USS FEED?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah penelitian digunakan untuk menghindari terjadinya penyimpangan dan pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah, masih dalam kaidah penelitian dan juga memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dari penelitian tersebut akan tercapai. Adapun pembatasannya Strategi *Social Media Marketing* USS FEED Dalam Membangun *Social media Engagement*

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Strategi *Social Media Marketing* USS FEED dalam Membangun *Social media Engagement*”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah jawaban atau sasaran yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian ilmiah, tujuan penelitian merupakan landasan awal seseorang dalam melakukan penelitian sehingga nantinya seorang peneliti tidak keluar dari sasaran yang diinginkan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi:

1. *Social media marketing* USS FEED.
2. Membangun *Social Media Engagement* USS FEED

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian pada akhirnya akan mendapatkan sebuah manfaat, baik itu manfaat untuk diri sendiri ataupun untuk pihak atau objek yang diteliti. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, adapun manfaatnya sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Mampu memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran, *social media Engagement* dan juga dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi studi ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi para perusahaan media digital dalam membangun *social media engagement* serta memperkaya wawasan dan juga pengetahuan masyarakat terkhusus penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, dimana komunikasi melalui media sosial dapat mempersuasi dan mempengaruhi tindakan dan perilaku.