

BAB I

PENDAHULUAN

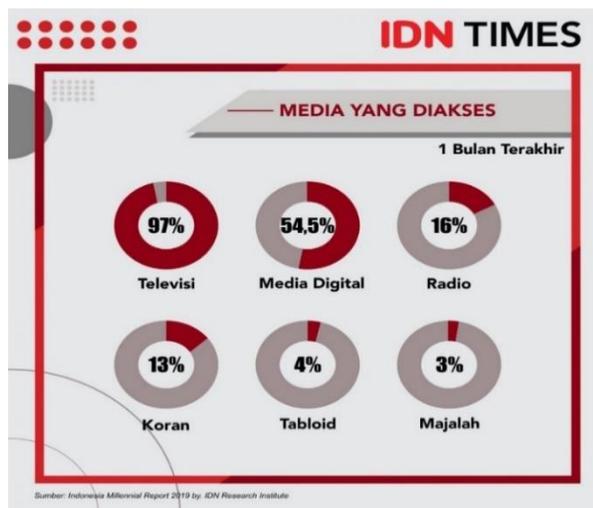
1.1 Latar Belakang

Kehadiran internet saat ini memberikan banyak kemudahan untuk masyarakat luas bukan hanya negara melainkan seluruh dunia. Menurut Winarso, dkk (2017), internet sendiri memiliki arti sebagai sebuah jaringan komunikasi tanpa batas yang melibatkan jutaan komputer pribadi (Personal Komputer) yang tersebar di seluruh dunia. Dengan menggunakan *Transmission Control Protocol* (TCP) dan didukung dengan media komunikasi seperti satelit, telepon, dan paket radio, internet memungkinkan terjadinya komunikasi antar komputer dengan jarak yang tidak terbatas. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa, internet merupakan jaringan komunikasi yang terhubung melalui (TCP) pada perangkat elektronik seperti komputer, telepon genggam, *tablet*, *smartwatch*, dan lain sebagainya. Setelah perangkat terhubung, internet memungkinkan kita untuk berkomunikasi dan bertukar informasi kapanpun, dimanapun, dan dengan siapapun tanpa adanya batasan hingga menjangkau seluruh dunia. Selain itu, Peneliti menemukan manfaat internet sangat beragam, seperti yang ditulis pada artikel kompas.com, ada 5 manfaat internet yakni; sebagai sarana komunikasi dan konektivitas, untuk akses informasi, pengetahuan, edukasi, lokasi serta kemudahan berbisnis.

Berbicara soal akses komunikasi-informasi, internet mempunyai peran yang besar dalam pembelajaran, yaitu sebagai salah satu referensi ilmu pengetahuan, alat manajemen pengetahuan, jaringan pakar beragam ilmu, jaringan antar institusi pendidikan, pusat pengembangan materi ajar, wahana pengembangan kurikulum, dan komunitas perbandingan standar kompetensi (Winarso, dkk, 2017, hal. 21) selain itu juga sudah diketahui orang banyak bahwa internet memberikan informasi lengkap dari seluruh dunia, bahkan mencari informasi di internet sangat mudah karena tidak

terbatas ruang dan waktu. Penyebaran informasi melalui internet juga sangat cepat *up to date* sehingga timbulah kesenjangan media informasi yang berpengaruh pada media konvensional dengan munculnya *new media* (media baru). Media baru mengubah cara masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui media yang awalnya melalui media konvensional atau yang biasa disebut media lama. Media konvensional meliputi media cetak (tabloid, majalah, surat kabar) dan media penyiaran (televise, radio), sedangkan media baru meliputi *aplikasi*, media sosial, *website*, dan lain-lain yang dimana untuk mengaksesnya diperlukan koneksi internet.

Media *digital* menjadi media yang paling banyak digunakan karena itu Budi Darsono selaku praktisi media dikutip dalam *antarnews.com* mengatakan media massa cetak harus beralih format atau “*platform*” ke media “*online*” agar tidak mati dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi,



Sumber: IDN TIMES

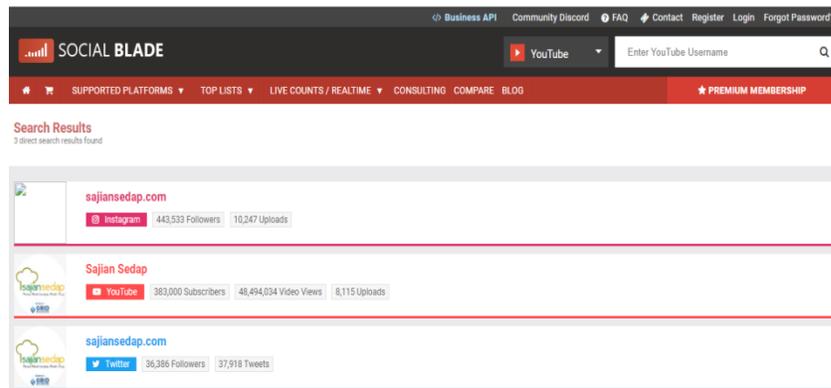
Gambar 1. *Survey* laporan media yang diakses millennial di Indonesia

Dilansir dari *IDN TIMES*, *survey* laporan mengenai millennial pada tahun 2019 ditemukan bahwa TV dan media *online* merupakan media yang paling banyak digunakan oleh millennial yakni sebesar 97 persen *millennial* menonton TV sekali dalam sebulan terakhir dan 55 persen dari mereka mengakses media *online* untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Sementara radio, mendapatkan 16

persen millennial yang masih mendengarkan radio, sedangkan Koran mendapatkan 13 persen millennial yang masih membaca koran. Tabloid dan majalah sangat tertinggal jauh yaitu hanya 4 persen millennial yang masih membaca tabloid dan 3 persen millennial yang masih membaca majalah.

Berdasarkan *survey* tersebut dapat disimpulkan bahwa media konvensional seperti tabloid, majalah (media cetak) sudah mulai ditinggalkan akibat kemajuan teknologi. Media *digital* memberikan pengaruh yang sangat besar kepada orang-orang karena mencari informasi apapun menggunakan media *digital* lebih mudah, cepat, lengkap dan biayanya murah. Bisa diakses kapan pun dan di mana pun, sedangkan melalui media cetak memerlukan biaya produksi yang banyak serta informasi tidak bisa langsung di akses karena menunggu untuk dicetak terlebih dahulu. Penurunan media cetak ini membuat sejumlah media melakukan konvergensi media dengan menggabungkan berbagai sarana atau saluran komunikasi massa, seperti media cetak, radio, televisi, Internet, termasuk teknologi portabel serta interaktifnya, melalui berbagai *platform digital* yang disebut sebagai *platform* media sosial.

Sajian Sedap merupakan salah satu media yang melakukan konvergensi media dari media konvensional menjadi media *digital*. Semulanya Sajian Sedap hanya menerbitkan resep-resep masakan melalui majalah, yakni pada majalah Sedap dan tabloid Saji. Majalah Sedap memberikan informasi mengenai resep-resep masakan sedangkan tabloid Saji memberikan informasi mengenai resep-resep masakan sekaligus rincian harganya untuk memperkirakan modal yang dibutuhkan memasak dan menjual masakan tersebut. Peralihan media cetak ke media *digital* majalah Sedap dan tabloid Saji, menggabungkannya menjadi Sajian Sedap. Sajian Sedap dapat ditemukan di media sosial seperti *Website*, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan Tiktok.



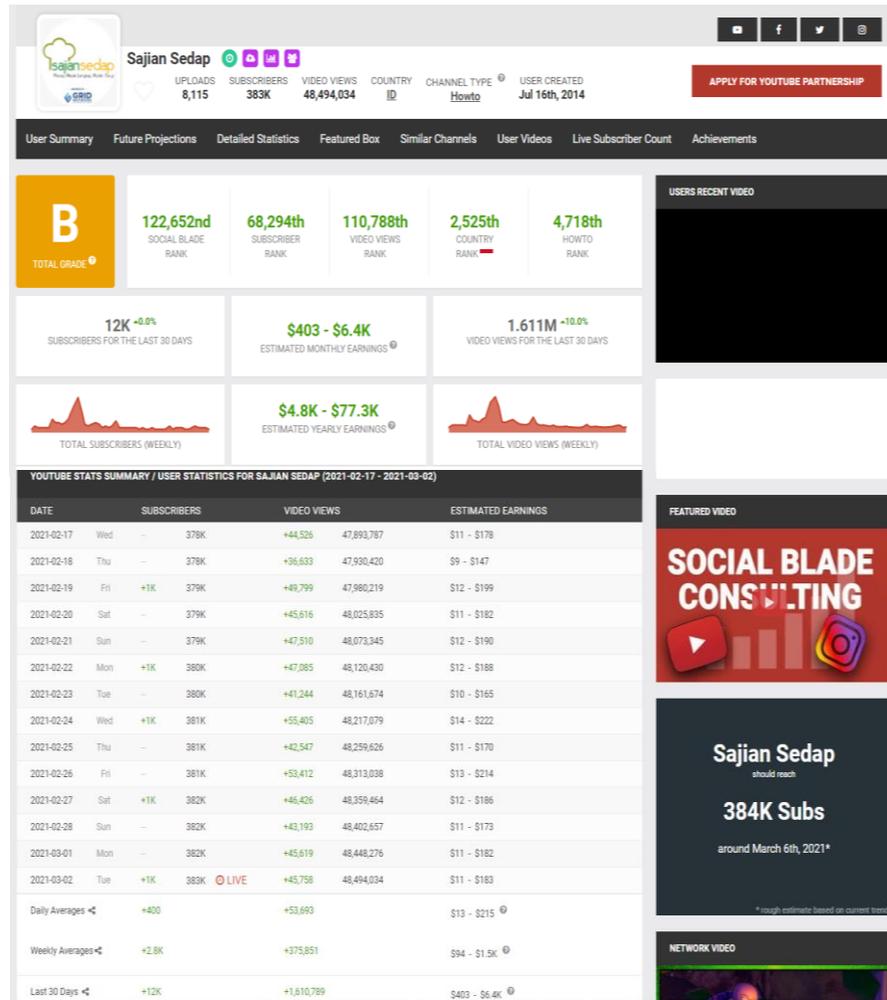
Sumber: *Socialblade*

Gambar 2. Data statistik media sosial Sajian Sedap meliputi media instagram, Youtube dan Twitter.

Berdasarkan data yang ditampilkan pada halaman website *Socialblade* pada 3 Maret 2021 mengenai media sosial Sajian Sedap, diketahui bahwa Instagram *Sajiansedap.com* memiliki 443.533 *followers* dengan 10.247 *post* Instagram. Kemudian, media Youtube Sajian Sedap memperoleh 48.494.034 *viewers* dengan 8.115 kali *upload* dan total *subscriber* sebesar 383.000 *subscriber*. Sedangkan Twitter memiliki 36.386 *followers* dengan 37.918 *tweets*. Hal ini menyimpulkan bahwa, media Youtube Sajian Sedap merupakan *platform* yang paling banyak di akses pengunjung karena, hanya dengan 8.115 kali *upload* sudah memperoleh total keseluruhan *viewers* atau pengunjung sebesar 48.494.034 *viewers*.

Youtube menjadi *platform* media sosial populer karena media Youtube menampilkan konten atau informasi ke dalam bentuk video sehingga membuat konten-konten yang ditampilkan menjadi lebih menarik. Konten tidak hanya dapat berupa teks saja melainkan bisa di tambah dengan gambar, video, animasi bahkan suara tanpa dibatasi dengan durasi/panjang video. *Genre* yang terdapat di Youtube juga bebas. Kita bisa memilih konten atau informasi apa yang kita butuhkan, seperti hiburan, kartun animasi, *music video*, edukasi, *tutorial* memasak, *tutorial* belajar, *tutorial music*, *cover* lagu, bahkan berita-berita *viral* bisa ditemukan di Youtube. Apabila orang malas membaca teks bisa mencari berita melalui Youtube yang nantinya Youtube akan menampilkan berita tersebut melalui video. Melakukan siaran

langsung ataupun menonton program televisi yang kemarin terlewatkan juga bisa melalui Youtube.



Sumber: *Socialblade*

Gambar 3. Data statistic media Youtube Sajian Sedap

Data di atas merupakan data statistik media Youtube *Channel* Sajian Sedap pada 3 Maret 2021. Diketahui bahwa selama sebulan terakhir (30 hari) telah terjadi kenaikan sebesar 10,0% pada video *views*, total yang didapatkan Youtube *Channel* Sajian Sedap selama sebulan terakhir yakni sebesar 1.611 Miliar video *views*. Kemudian, dalam kurun waktu 2 minggu yang dihitung dari tanggal 17 Februari 2021-2 Maret 2021 didapatkan peningkatan *subscriber* sebanyak 5 kali dengan

jumlah 1000/kalinya. Sehingga pada 17 Februari 2021 *subscriber* Youtube Sajian Sedap memiliki 378.000 dan menjadi 383.000 pada 2 Maret 2021. Pertambahan jumlah *subscriber* ini juga mempengaruhi jumlah video *views* atau pengunjung *Channel* Youtube Sajian Sedap terlihat jumlahnya yang meningkatkan. Pengunjung video *views* terbanyak didapatkan pada hari Rabu tanggal 24 Februari 2021 dengan jumlah 55.405 *views* dan yang terendah jatuh pada hari Kamis tanggal 18 Februari 2021 dengan jumlah 36.633 *views*. Hal ini diperkuat dengan pernyataan yang diberikan oleh Intan Y. Septiani selaku Pemimpin Redaksi Sajian Sedap (2021) “Saat ini *netizen* paling banyak melakukan pencarian resep-resep dan informasi kuliner paling banyak melalui Youtube, Facebook, Instagram, dan sekarang Tiktok yang semuanya menggunakan nama akun Sajian Sedap. Terbukti dengan jumlah *followers* dan *subscriber*-nya yang lebih dari ratusan ribu untuk tiap akunnya”. Selain itu juga Intan menjelaskan tujuan pemilihan media Youtube sebagai media pemasaran dikarenakan “perkembangan yang ada di masyarakat saat ini, mereka lebih suka melihat produk video dibandingkan teks. Sehingga Youtube menjadi salah satu media yang sangat efektif bagi kami untuk menyajikan berbagai resep-resep yang dibutuhkan oleh *netizen*/masyarakat. Selain mereka mendapatkan resep lengkap, mereka juga bisa sekaligus melihat cara membuatnya secara bertahap melalui video yang kami produksi dan unggah”.

Pelayanan yang diberikan oleh media sosial Youtube ini, menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengelolaan media sosial Youtube yang dilakukan Sajian Sedap dalam meningkatkan *viewersnya* karena, berdasarkan pada gambar 1.2 konten-konten Sajian Sedap yang dipublikasikan pada media Youtube berhasil mendapatkan *viewers* sebesar 48.494.034 *viewers* dengan 8.115 kali *upload* dan total *subscriber* sebesar 383.000 *subscriber*. Mengingat konten Sajian Sedap itu sendiri adalah menginformasikan berbagai resep-resep masakan sehingga apabila pembuatan kontennya melalui Youtube dengan cara menginformasikan lewat video dengan durasi yang panjang, khalayak menjadi tertarik dan lebih paham dengan jelas

bagaimana resep-resepnya sekaligus pembuatan masakannya. Selain Sajian Sedap, contoh *brand* lain yang mengkonvergensi medianya yaitu IDEA Rumah Idaman dari media konvensional menjadi media digital. Semulanya IDEA Rumah Idaman hanya menerbitkan inspirasi desain rumah idaman melalui majalah kemudian melakukan peralihan ke media digital Youtube IDEA Rumah dan Instagram IDEA *Online*, dimana konten inspirasi desain rumah idamannya dikemas dalam bentuk video dan tambahan informasi seputar membangun rumah. Namun peneliti, tertarik meneliti pengelolaan yang dilakukan Sajian Sedap dikarenakan Sajian Sedap memberikan informasi seputar resep-resep masakan yang dimana hal tersebut dibutuhkan banyak orang untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari. Maka dari penjelasan di atas, peneliti menentukan judul penelitian ini adalah mengenai **“Pengelolaan Media Sosial Youtube Sedap Saji Dalam Meningkatkan *Viewers*”**

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berikut merupakan identifikasi pertanyaan penelitian dari penelitian ini:

- a. Bagaimana pengelolaan yang dilakukan Sedap Saji khususnya dalam mengelola *Channel* media Youtubanya untuk meningkatkan *viewers*?
- b. Apakah ada kendala saat mengelola akun media sosial Youtube *Channel* Sedap Saji?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian yang dilakukan peneliti untuk

- a. Mendeskripsikan bagaimana pengelolaan yang dilakukan Sedap Saji khususnya mengelola *Channel* media Youtube Sedap Saji.
- b. Mengetahui apakah ada kendala saat mengelola akun media sosial Youtube Sedap Saji.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan bahan referensi peneliti selanjutnya terutama dalam topik yang membahas mengenai pengelolaan media sosial khususnya pada media sosial Youtube. Penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan ilmiah ke dalam ilmu komunikasi mengenai strategi pengelolaan atau pemasaran yaitu memanfaatkan media sosial Youtube dalam meningkatkan *viewers* mengenai suatu *brand* tertentu.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan, ilmu dan pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian mengenai manfaat dan strategi pengelolaan media sosial Youtube sebagai sarana *platform* pemasaran.
2. Penelitian ini bermanfaat sebagai sumber pengetahuan yang ditujukan kepada para konten *creator* atau *brand-brand* yang ingin menampilkan informasi mengenai produknya melalui konten di Youtube.
3. Penelitian ini bermanfaat sebagai sumber informasi mengenai pengetahuan dalam melakukan pertukaran pesan yang disampaikan dan kesesuaian pesan diterima. Apakah pesan tersebut dapat dipahami atau tidak, menarik atau tidak, dapat diterima atau tidak oleh komunikan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, serta penulisan sistematika. Dalam latar belakang dijelaskan mengenai masalah pengelolaan media sosial Youtube Sajian

Sedap yang mengalami peningkatan maupun penurunan *viewers*. dan juga terlampir data-data yang berisikan analisis Youtube Sajian Sedap.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kerangka teori, dalam bagian ini dijelaskan mengenai permasalahan-permasalahan yang diambil dengan menentukan konsep, teori, dan pengertian yang sesuai dengan permasalahan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Di bab ini peneliti akan membahas mengenai metode penelitian yang digunakan meliputi Jenis penelitian, Sumber Data, Lokasi Penelitian, Subjek Penelitian, Objek Penelitian, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian secara mendetail mengenai deskripsi objek dan subjek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Lampiran ini berisikan data -data pendukung untuk penelitian-penelitian.

