

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Indonesian Idol 2018 memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media periklanan, promosi yang dilakukan oleh pihak Indonesian Idol 2018 seperti mengupload informasi mengenai cara pendaftaran (Waktu dan lokasi), kegiatan yang dilakukan oleh para peserta Indonesian Idol 2018, bahkan di dalam Instagram Indonesian Idol juga mengiklankan beberapa brand yang bekerjasama dengan ajang pencarian bakat ini.

Program Indonesian Idol 2017, merupakan suatu ajang pencarian bakat yang ada di Indonesia berdiri di bidang tarik suara. Memiliki tujuan menemukan talent yang berkualitas khususnya pada bidang menyanyi. Indonesian Idol adalah brand yang tidak diragukan lagi eksistensinya, hampir seluruh masyarakat di Indonesia mengetahui apa itu Indonesian Idol. Sejak pertama kalinya Indonesian Idol ada pada tahun 2004, dari tahun 2004 sudah 8 putaran yang telah dijalankan dan sekarang memasuki putaran ke 9.

Pada awal Indonesian Idol hadir program ini mengiklankan acaranya melalui media mainstream, karena pada saat itu media mainstream merupakan media yang sangat populer. Namun seiring berkembangnya teknologi, perusahaan yang membuat Indonesian Idol merasa kurang cukup jika hanya mengiklankan melalui media mainstream. Dan saat ini mencoba mengiklankan program tersebut ke new media yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat kebanyakan.

Pada Indonesian Idol putaran ke 1 sampai dengan 8, Indonesian Idol menggunakan televisi, radio, pamflet dan semua media yang ada pada media mainstream dan pada putaran ke 9 ini Indonesian Idol menggunakan Instagram sebagai salah satu media beriklan program acara tersebut. Menggunakan seluruh media untuk beriklan dan mempromosikan program acara, mereka berusaha agar target sasaran yang telah ditentukan oleh Indonesian Idol oleh sebab itu mereka mencoba menggunakan semua media yang dapat menjangkau seluruh masyarakat tanpa terkecuali.

Indonesian Idol pernah mengalami kevakuman beberapa tahun, dikarenakan pihak televisi yang biasanya menayangkan acara tersebut, memilih untuk mengexplore program baru agar masyarakat yang menonton tidak bosan dan tidak lari ke channel yang lain. Oleh sebab itu Indonesian Idol pernah vakum untuk beberapa saat, namun seiring berjalannya waktu, ternyata Indonesian Idol sangat di rindukan oleh pengemarnya dan pada tahun 2018 ini kembali hadir dengan keseruan yang berbedda dari tahun sebelumnya, Indonesian Idol saat ini sudah memasuki season 9.

Penggunaan Internet di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat tinggi pada Tahun 2017, 132 juta pengguna internet di Indonesia. sementara hampir setengahnya adalah penggila media sosial atau berkisar di angka 40%, angka ini meningkat lumayan disbanding tahun lalu, di tahun 2016 kenaikan pengguna internet di Indonesia 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Sementara pengguna yang mengakses sosial media melalui mobile berada di angka 39%. (<https://www.duniafintech.com/seperti-apa-tren-media-sosial-tahun-2018/>)

Perubahan yang terjadi ini berpengaruh pada perusahaan untuk menentukan media mana yang akan digunakan sebagai media periklanan. Dan yang sedang hangat-hangatnya Social Media lah yang di incar dan saat ini digunakan sebagai media beriklan baik Produk, jasa ataupun program acara. Social Media di pilih karena memiliki alasan yang sangat kuat seperti data yang telah dijelaskan diatas, mayarakat menggunakan smartphone untuk mengakses internet dan social media. Sehingga saat ini banyak sekali perusahaan yang mengambil keputusan untuk beriklan melalui social media.

Instagram yang akhirnya dipilih menjadi salah satu media beriklan Program Indonesian Idol, saat ini Instagram sangat digandrungi oleh banyak masyarakat baik muda ataupun tua. Instagram memberikan fitur yang menarik sehingga dapat menarik orang untuk menggunakannya bahkan bukan hanya masyarakat saja akan tetapi perusahaan pun saat ini mulai tertarik untuk menggunakannya. Penggunaan Instagram sebagai media periklanan pun juga memiliki keuntungan Bagi perusahaan, keuntungan yang paling signifikan yaitu biaya yang cukup murah dari pada media mainstream yang

ada. Sedangkan untuk masyarakat, masyarakat saat ini lebih perhatian pada Social media Instagram dibanding media mainstream, ditambah Instagram dapat dilihat kapan saja dan dimana saja tanpa harus meluangkan waktu. Hal ini yang sangat di sukai oleh masyarakat.

Teknologi berkembang dengan cukup pesat. faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah terus meningkatnya kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan media sosial saat ini. Di era digital berbagi pesan sangatlah mudah dan cepat, dengan adanya internet juga sangat membantu proses kreativitas periklanan. Masyarakat yang mulai kreatif bisa menunjukkan hasil karyanya melalui online dan dapat terhubung dengan semua orang sehingga dapat di nikmati orang banyak, media online juga dimanfaatkan sebagai lahan bisnis online yang semakin marak. Dalam perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dalam waktu yang relative singkat ini menghadirkan teknologi yang berbeda fungsi serta macamnya salah satunya adalah Internet. Internet merupakan system global dari seluruh jaringan computer yang saling terhubung dari perangkat satu dengan yang lainnya. Perangkat yang mendukung akses internet pun bermunculan diseluruh dunia mulai dari Handphone, computer, laptop, tablet dan masih banyak lagi. Semua media komunikasi merupakan sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebar dan menyampaikan informasi.

Pergeseran penggunaan tradisional media sangat terlihat jelas, media tradisional memang tidak ditinggalkan akan tetapi masyarakat secara perlahan beralih ke media yang baru. Seperti iklan, iklan merupakan suatu informasi yang berfungsi untuk membujuk dan mempengaruhi orang banyak agar tertarik dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Yang kita tau, biasanya iklan disampaikan melalui media cetak, audio dan elektronik. Tapi sekarang tidak, terkadang iklan suatu produk atau jasa bisa lebih dulu muncul di Social Media setelah itu baru di media elektronik. Social media bisa dikatakan saat ini lebih unggul dibandingkan elektronik.

Hampir seluruh masyarakat menggunakan media online dikehidupannya sehari-hari, sehingga saat ini mudah sekali untuk merambah iklan ataupun promosi melalui social media karena generasi millinials saat ini lebih sering melihat gadgetnya dari pada media

lain. Media saat ini juga dibuat menjadi serba online mulai dari ebook, Koran dan majalah pun saat ini bisa diakses menggunakan gadget masing-masing. Dan yang sedang hangat-hangatnya saat ini adalah social media Instagram,

Instagram merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk mebagi-bagikan foto dan video. Masyarakat saat ini sangat menyukai social media Instagram karena informasi lebih cepat dibandingkan media sebab informasi yang ada munculnya lebih cepat sehingga media lainnya jauh lebih lambat dan tertinggal. Instagram saat ini banyak digunakan untuk beriklan, promosi dan berbisnis bukan hanya membagi-bagikan foto ataupun video pribadi saja, saat ini hampir tidak ada sebuah produk, jasa ataupun program yang tidak memiliki account instagram. Penggunaan instagram dianggap sebagian pembisnis dan perusahaan sangatlah efektif, mulai dari budget, target sasaran yang tepat, serta dapat menjangkau seluruh belahan dunia. Sehingga karena hal-hal tersebut Instagram saat ini banyak digunakan dan menjadi social media yang berfungsi untuk beriklan tanpa menghilangkan fungsinya untuk membagikan foto dan video pribadi.

Advertising mempunyai tujuan khusus untuk membujuk, mempengaruhi dan menginformasikan serta mengingatkan seorang pengguna (pelanggan) tentang perusahaan ataupun berbagai produk/jasa yang dimilikinya. Adanya promosi membuat suatu produk atau program menjadi dikenal masyarakat bahkan jika suatu iklan yang disampaikan berkesan makasemakin mudah pula produk atau program itu dikenal dan ada dipikiran masyarakat. Saat ini promosi bukan hanya dilakukan melalui media cetak, audio dan elektronik namun sekarang banyak sekali yang menggunakan media-media baru seperti Social media. Entah apa yang membuat peubahan ini sangat cepat sekali berlangsung, bisa dikatakan pula saat ini masyarakat di Indonesia bahkan diseluruh Dunia telah menjadi generasi millenials. Generasi millenials adalah generasi yang lahir pada kisaran tahun 1988-2000an dimana mereka lahir pada saat internet sudah diperkenalkan sehingga generasi ini sangat mahir dalam menggunakan teknologi.

Beberapa alasan saat ini banyak sekali iklan yang dilakukan menggunakan media online karena social media mudah digunakan, tidak memerlukan biaya yang mahal dan

social media cepat dikenal. Sehingga memudahkan masyarakat mendapatkan informasi terupdate dan dengan social media memungkinkan suatu informasi yang disukai oleh satu orang akan tersebar ke orang lain yang memiliki koneksi yang sama. Semakin pengguna memiliki pengikut yang banyak maka semakin banyak kesempatan untuk apa yang diiklankan dapat diketahui oleh banyak orang.

Suatu program akan dikenal maka dibutuhkan iklan agar seluruh masyarakat tahu dan dapat mengkonsumsi acara tersebut, oleh sebab itu bagaimana iklan bisa meningkatkan program acara tersebut agar dikenal masyarakat. Dengan menggunakan gabungan Tradisional promotion dan new media bisa berpeluang besar produk/brand yang dikeluarkan dapat dikenal oleh masyarakat luas walaupun program Indonesian Idol pernah mengalami kevakuman untuk beberapa saat. Jadi sekarang tergantung kepada perusahaan atau bisnis menggunakan media apa untuk beriklan semakin bagus media yang digunakan maka iklan pun dapat di terima oleh target sasaran dengan baik.

1.2 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini penulis lebih berfokus kepada Pemanfaatan Instagram sebagai media periklanan, dimana saat ini sebuah iklan tidak hanya di iklankan melalui sebuah media mainstream saja akan tetapi sudah beralih ke media online salah satunya Social Media yaitu Instagram.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai permasalahan diatas maka dapat disimpulkan pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Ada Fenomena apa sehingga Program Indonesian Idol 2018 menggunakan Instagram sebagai media periklanan?
2. Bagaimana media instagram digunakan sebagai media periklanan program Indonesian Idol 2018?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat fenomena apa yang terjadi sehingga Instagram dijadikan sebagai media periklanan serta bagaimana Instagram berfungsi sebagai media periklanan dalam program Indonesian idol.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dilihat secara akademis dan secara praktis

1. Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui sejauh mana penerapan teori-teori mengenai ilmu komunikasi dan periklanan yang dikemukakan oleh para ahli pada kenyataan yang ada di masyarakat. Analisa yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam periklanan melalui social media.

2. Praktis

Secara praktis, penulisan ini diharapkan dapat memberikan gambaran pemanfaatan *Instagram* sebagai media periklanan selain menggunakan tradisional promotion pada program *Indonesian Idol*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, tertera teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Terdiri dari teori dasar, dan definisi konsep

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Di dalam bab ini menganalisis hasil-hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Di dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.