

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman dan era saat ini merupakan sebuah zaman modern yang dimana semakin hari semakin pesat dan semakin maju perkembangannya dan semua sudah serba praktis atau instan, mulai dari teknologi informasi dan komunikasi hingga ilmu pengetahuan yang semakin luas. Salah satu teknologi yang sudah dimiliki dan juga bisa dinikmati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia mulai dari anak – anak, orang dewasa bahkan yang sudah lanjut usia yakni *smartphone* atau telepon genggam, *smartphone* juga ada yang berbasis internet dan juga tidak berbasis internet melainkan menggunakan pulsa saja yang biasanya hanya untuk telepon dan SMS saja. Kemudian teknologi internet yang tidak hanya bisa diakses oleh masyarakat Indonesia saja melainkan sudah bisa diakses di semua negara di dunia. Internet juga sangatlah berguna dan dibutuhkan bagi semua orang dan bahkan di kehidupan sehari hari sebagian besar masyarakat dunia sudah ketergantungan dan kecanduan menggunakan internet mulai dari mengerjakan tugas sekolah tugas kuliah dan juga untuk mengerjakan sebuah pekerjaan misalnya di perkantoran. Internet juga merupakan sumber informasi yang sangat lengkap maka tak heran internet sangat diperlukan bagi semua masyarakat di dunia. Internet kini juga banyak disalah gunakan oleh beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan sebuah kejahatan mulai dari penipuan, penyebaran

berita bohong atau *hoax* hingga menyebarkan konten – konten dewasa yang mengandung pornografi. Pemilihan konten maupun berita yang bermanfaat dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan itu jauh lebih penting dan baik dan jika terdapat berita yang dirasa kurang baik dan bohong alangkah lebih baiknya jika dilewati dan tidak perlu untuk memikirkan hal tersebut.

Selain *smartphone* yang bisa berbasis internet ada pula komputer, laptop yang juga bisa menggunakan internet sebagai jaringan yang digunakan untuk mencari sebuah informasi. Selain untuk mencari informasi, internet juga mempunyai peran yang sangat penting dalam hal bersosial media, dengan adanya *smartphone* yang berbasis internet sangatlah mudah untuk mengakses media sosial. Media sosial merupakan bagian dari media digital dan media sosial juga salah satu cara atau alat yang dipakai untuk melakukan pemasaran sebuah produk dan *merk* atau *brand* dengan cara melakukan sebuah promosi atau bahkan mempersuasi seseorang untuk berminat atau tertarik dengan apa yang dijelaskan oleh komunikator sehingga nantinya akan membeli produk tersebut. Media sosial yang ada dan dipakai oleh masyarakat dunia khususnya masyarakat Indonesia sangat beragam dan juga mempunyai fungsi dan keunggulan masing-masing. Contoh media sosial atau yang sering disebut dengan medsos tersebut yakni mulai dari Facebook yang berdiri sejak 4 Februari 2004, Youtube yang berdiri sejak 14 Februari 2005, WhatsApp yang berdiri sejak 24 Februari 2009, *Instagram* yang dirilis perdana 6 Oktober 2010, Twitter yang berdiri sejak 21 Maret 2006 dan Tik-Tok yang diluncurkan pada September 2016. Media sosial juga merupakan alat untuk kita

berkomunikasi dengan sesama yang harus menggunakan internet sebagai jaringan penunjangnya, tidak hanya untuk berkomunikasi saja melainkan media sosial berguna bagi kita yang mempunyai bakat yang dimiliki dan bisa ditampilkan atau ditujukan ke masyarakat luas atau pencitraan diri dan juga ekspresi diri misalnya bernyanyi, menari, bermain alat musik. Salah satu media sosial yang saat ini masih banyak diminati dan dipakai masyarakat entah itu untuk menyampaikan informasi atau berita tentang dunia olahraga selebriti maupun lainnya, berjualan atau berdagang, mengekspresikan diri dan yang dipakai oleh D'Monaco Yogyakarta sebagai penyalur informasi atau berita terkini yakni *Instagram*.

Instagram sering disingkat menjadi IG ini merupakan salah satu aplikasi perangkat lunak yang berbasis internet yang dimana didalamnya terdapat berbagai macam fungsi dan peran yang bisa diakses oleh semua orang tanpa terkecuali yang pada awalnya harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu. *Instagram* merupakan kembangan dari Facebook dan *Instagram* kini juga sudah bisa di *download* atau diunduh melalui *Google Play Store* jika melalui *android* dan *App Store* jika melalui *iOS*. *Instagram* sendiri mempunyai beberapa fungsi yakni untuk berkomunikasi dengan sesama melalui *direct message* atau DM, mengabadikan video, foto, konten dan juga sebagai jembatan untuk penyampaian berita atau pesan yang bersifat umum. Keunggulan *Instagram* sendiri yakni dapat memuat komentar dan juga menyukai foto atau video seseorang dengan menekan tombol *love*, *Instagram* sendiri dirancang oleh Kevin Systrom, Mike Krieger dengan perusahaan

bernama Burbn, Inc dan rilis pada 6 Oktober 2010 yang jika dihitung sudah beroperasi sekitar 10 tahun. Nama *Instagram* merupakan perpaduan dua kata yakni insta dan gram, insta diambil dari kata instan yang berarti cepat sedangkan gram diambil dari kata telegram yang berarti penyampaian informasi secara cepat sehingga jadilah *Instagram*. Ikon aplikasi *Instagram* diambil dari bentuk kamera dan diwarnai dengan warna pelangi yang hidup nan cerah dalam bentuk gradien dan ikon tersebut masih dipakai hingga saat ini. Fitur dalam *Instagram* selain untuk unggahan foto, video, menyukai, berkomentar dan melakukan *chatting* di *direct message* atau DM. Kemudian juga terdapat fitur pengikut atau yang sering disebut dengan *followers* yang dimana kita bisa mengikuti seseorang dengan menekan tulisan *follow* dan juga ada peraturan atau *setting*, beranda dan popular.

Instagram juga sudah menjadi sebuah *platform digital* yang sekarang banyak dijadikan sebagai pilihan untuk para konten kreator mengasah kemampuan yang dimiliki hingga pebisnis untuk melakukan berbagai macam pemasaran produk, sama halnya dengan D'Monaco juga memanfaatkan *Instagram* untuk membuat masyarakat berminat untuk mengunjungi dan juga mengadakan acara dengan cara membuat konten dan pemberitaan informasi yang menarik perhatian pembaca. *Instagram* sangatlah berpengaruh kepada keuntungan yang didapatkan karena dengan menggunakan *Instagram* D'Monaco Yogyakarta dengan mudah menyebarkan informasi dengan cepat dan selalu mendapatkan *feedback* yang baik pula. Pada tahun 2014 *Instagram* sudah lebih terkenal karena banyak orang menjadi selebgram dan juga

influencer terkenal dengan melalui *Instagram*, selebgram dan *influencer* mereka merupakan orang yang mempunyai jumlah *followers* yang cenderung banyak mulai dari puluhan ribu hingga jutaan dan juga sudah terkenal di dunia maya. Selebgram dan juga *influencer* sering digunakan oleh sebagian orang untuk dijadikan sebuah cara untuk memperkenalkan dan mempromosikan sebuah produk atau *merek* yang nantinya akan dibayar sebagai upahnya atau yang biasa disebut dengan *endorsement*. Di Indonesia sendiri juga sudah sangat banyak yang menjadi selebgram terkenal, selebgram Indonesia yang sudah sukses dan juga terkenal yakni dengan nama akun *Instagram* @awkarin, @keanuagl, @rachelvennya, @anyageraldine, @sarahgibson dan masih banyak lainnya dan kini sudah banyak selebgram dadakan hanya karena dia sedang viral didunia maya sehingga jumlah *followers* pada *Instagram*nya naik pesat sehingga banyak juga yang mulai untuk memakai jasa mereka untuk melakukan sebuah promosi produk.

D'Monaco merupakan sebuah restoran yang sangat mewah yang ada di Yogyakarta dan mengangkat tema *European Style*, tak hanya sebuah restoran saja melainkan juga ada *club outdoor* di dalamnya nuansanya seperti di kebun sehingga menjadikan sebuah kemewahan dan keunikan tersendiri. D'Monaco juga memanfaatkan aplikasi *Instagram* sebagai sarana penyebaran informasi dan juga *Instagram* digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan kepada masyarakat luas yang di monitoring oleh Public Relation. Dengan adanya Public Relation, D'Monaco menjadi lebih mudah untuk dikenali oleh masyarakat karena menggunakan aplikasi *Instagram* sebagai Strategi

pemasaran dan meningkatkan citra perusahaan dengan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Public Relations itu sendiri. Sebagai restoran yang sudah dipandang mewah maka jangan sampai kalah bersaing dengan kompetitor maka memanfaatkan *Instagram* dengan membuat dan memposting konten dan informasi yang menarik dan jelas menjadi cara jitu untuk menjadi lebih baik kedepannya sehingga bisa bersaing dengan Kompetitor. D'Monaco berdiri untuk *preparation opening* tanggal 19 Oktober 2019 akan tetapi dengan mengikuti aturan dari pemerintah tentang covid-19 yang sedang marak di Indonesia maka pada bulan Maret hingga Agustus D'Monaco terpaksa harus tutup dan pada 24 Agustus 2019 buka kembali hingga saat ini untuk melayani konsumen. D'Monaco memakai *Instagram* sebagai cara pemasarannya dan sekarang sudah memiliki jumlah *followers* sebanyak 9.5001 dengan nama akun *Instagram* yakni @dmonacoyogya. Public Relation di D'Monaco Yogyakarta selalu berinovasi untuk konten maupun berita yang akan di unggah ke *Instagram*, Public Relation selain memanfaatkan *Instagram* juga memakai jasa selebgram untuk di *endorse* untuk mempromosikan D'Monaco kepada masyarakat dengan upah bayaran dengan begitu D'Monaco lebih bisa dikenal oleh masyarakat luas. Sampai saat ini dengan memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana penyebaran informasi dan juga bisa dibilang cara untuk pemasaran sudah membuat D'Monaco menjadi tempat pilihan masyarakat untuk mengadakan acara seperti pernikahan, ulang tahun, merayakan hari jadi, arisan dan acara lainnya, ini merupakan suatu pencapaian yang luar biasa yang dimana jika dihitung baru kurang lebih 1 ,5 tahun sudah

bisa memiliki peminat yang cukup banyak. Selain itu Public Relation di D'Monaco Yogyakarta selalu *up to date* dan terkini dalam hal penyampaian informasi misalnya tentang promo makanan dan minuman (*food and beverage*) yang sedang berlangsung kemudian ada *event* yang akan dilakukan misalnya yang belum lama diadakan yakni *event valentine* yang bertemakan "A *Carousel of Love*" yang diadakan tepat pada tanggal 14 Februari 2021. Public Relation yang memegang akun *Instagram* milik D'Monaco sehingga setiap harinya sehingga bisa mengontrol dan melihat data statistik, mengetahui waktu atau jam yang tepat untuk posting karena *Instagram* yang digunakan merupakan akun bisnis. Kemudian public relation juga yang di setiap harinya membuat cerita atau story untuk mengabarkan informasi yang akan disampaikan ke masyarakat sehingga dengan begitu *Instagram* sangat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi kelangsungan dan kesuksesan D'Monaco kedepannya.

Dalam mengunggah dan memosting video maupun foto di *Instagram* selalu melibatkan *public relation* dan editor atau desain grafis untuk memantapkan gambar foto atau video yang akan diunggah supaya selalu terlihat elegan dan apik akan tetapi desain awal tetap dari public relation. *Instagram* milik D'monaco merupakan hasil dari *followers* yang asli atau *real*, tidak ada unsur membeli *followers* walau hanya sedikit pun dan juga tidak adanya akun palsu untuk menaikkan jumlah *followers* maka dari itu setiap yang datang dan mengunjungi D'Monaco pasti mereka selalu mengatakan bahwa tau tempat tersebut dari media sosial yakni *Instagram* dan melihat

postingan orang lain di Popular *Instagram*. Membangun sebuah kepercayaan masyarakat tidaklah mudah, maka dari itu dibutuhkan sebuah karya atau konten berita yang dimana harus menarik dan jelas sehingga timbulah kepercayaan masyarakat. Imajinasi pikiran dimainkan demi membuat sebuah karya atau konten maka dari itu diperlukannya konsistensi yang dimana akan membuahkan hasil yang baik. Penulis tertarik ingin meneliti tentang pemanfaatan media sosial *Instagram* oleh public relation d'monaco yogyakarta sebagai sarana penyebar informasi terkini dikarenakan penulis ingin mengetahui bahwa seberapa dampak yang ditimbulkan dari media sosial khususnya *Instagram* sebagai media penyalur informasi terkini. Dampak yang ditimbulkan dari penyebaran informasi melalui media sosial sangatlah besar, oleh karena itu penulis akan membongkar bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* oleh Public Relation D'Monaco Yogyakarta sebagai Sarana Penyebaran Informasi Terkini lewat penelitian kali ini. Dan diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi para pembaca untuk memahami tentang pemanfaatan media dan dampak yang ditimbulkan.

Untuk permasalahan yang ada pada penelitian ini yakni dimana sekarang banyak masyarakat yang lebih memilih untuk melihat dan mencari berita atau informasi ke media sosial daripada menonton siaran dari televisi, membaca koran maupun mendengarkan radio. Bahkan televisi sekarang ini banyak yang mengambil atau mendapatkan berita atau informasi dari media sosial, misalnya *Instagram* yang dimana memiliki pemakai yang sangat banyak yakni lebih dari 70 juta pengguna di Indonesia. Oleh karena itu Public Relation dari

D'Monaco lebih memilih dan memakai *Instagram* sebagai sarannya untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum yang dimana kini media sosial *Instagram* banyak diminati oleh berbagai kalangan mulai dari anak kecil hingga ke lansia. Berita yang disebarkan melalui media sosial *Instagram* juga terbilang sangat praktis dan cepat menyebar dibandingkan oleh televisi koran maupun radio karena masyarakat jaman sekarang lebih cenderung memilih untuk melihat gadget atau telepon genggam dengan berbagai fitur media sosial dibandingkan acara di televisi. Walaupun kini jenis dari media sosial juga semakin berkembang akan tetapi *Instagram* tetap memiliki banyak peminat atau pengguna apalagi sekarang berita tentang gosip bahkan infotainment sering muncul lebih awal di media sosial dibandingkan di media konvensional seperti televisi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari Latar Belakang yang sudah penulis jabarkan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Oleh Public Relation D'Monaco Yogyakarta Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Terkini?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang nantinya akan dicapai oleh penulis yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* oleh *Public Relation* D'Monaco Yogyakarta sebagai Sarana Penyalur Informasi Terkini.
2. Untuk mengetahui respon yang ditimbulkan atas penggunaan *Instagram* untuk penyebaran informasi, seperti respon para konsumen maupun calon konsumen terhadap aktivitas media sosial *Instagram* yang dilakukan oleh D'Monaco Yogyakarta dalam memberikan informasi terbaru tentang D'Monaco Yogyakarta baik itu informasi promosi yang diberikan maupun *event* yang akan dilaksanakan D'Monaco Yogyakarta.
3. Menambah wawasan atau ilmu yang lebih luas tentang media sosial.
4. Untuk mengetahui mengapa aplikasi media sosial Instagram yang dipilih sebagai media penyalur penyebaran informasi untuk khalayak.

1.4 Manfaat Penelitian

Didalam melakukan kegiatan penelitian terbagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis, yakni sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis
 - 1) Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan atau wawasan bagi penulis, pembaca, ilmu komunikasi dan sekaligus untuk Universitas.

- 2) Diharapkan dapat mengetahui bentuk penyampaian informasi yang dilakukan Public Relation D'Monaco melalui media sosial Instagram.

b. Manfaat Praktis

- 1) Diharapkan dapat memberikan jawaban yang dibutuhkan peneliti dari permasalahan yang ada sehingga dapat membentuk pola pikir yang dinamis.
- 2) Diharapkan peneliti mampu untuk menerapkan ilmu yang telah didapatkan semasa duduk di bangku perkuliahan dalam penelitian ini.
- 3) Diharapkan dapat menjadikan sumbangan pemikiran untuk memecah suatu permasalahan khususnya tentang strategi pemasaran melalui media sosial.
- 4) Diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan untuk menjalin hubungan baik kepada siapa saja yang nantinya mungkin akan bekerja sama.
- 5) Diharapkan dapat mengetahui kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh.
- 6) Diharapkan peneliti dapat mempelajari dan mendapatkan ilmu baru dari pemanfaatan media sosial melalui komunikasi bersama Public Relation D'Monaco

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

Pada penelitian yang peneliti lakukan ini menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif yang dimana penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data yang berdasarkan dari informasi yang didapatkan dan juga dari hasil pengamatan saat melakukan penelitian di lapangan. Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode yang sering dipakai saat melakukan sebuah penelitian dikarenakan metode tersebut dapat menjelaskan informasi yang didapatkan secara jelas, detail dan rinci karena penelitian jenis metode ini berbentuk deskriptif sehingga nantinya dapat dengan mudah untuk dipahami oleh pembaca. Menurut I Made Winartha (2006:155) metode deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Fenomena atau fakta yang didapatkan di lapangan harus apa adanya dan tidak boleh ditambahkan atau dikurangi sedikit pun. Pada penelitian kali ini peneliti juga akan melakukan penelitian secara beberapa kali guna memantapkan hasil supaya bisa lengkap dan mudah dipahami.

Subjek penelitian pada penelitian ini salah satunya akan berfokus pada pemanfaatan Media Sosial *Instagram* oleh *Public Relation* D'Monaco Yogyakarta Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Terkini.

Objek yang akan digunakan untuk penelitian adalah D'Monaco Yogyakarta yang merupakan sebuah restoran dan juga ada club didalamnya yang adanya seorang Public Relation sebagai jembatan untuk menyampaikan informasi ke khalayak luas dan demi untuk mempertahankan citra positif yang dimilikinya dengan strategi yang dimilikinya.

152 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

a. Tempat: D'Monaco Yogyakarta

Alamat: Jl. Raya Randugowang Sendangadi Mlati Sleman,
Yogyakarta

Penulis memilih tempat tersebut dikarenakan melihat situasi dan kondisi di lapangan yang layak untuk diteliti yang nantinya dapat menambah ilmu serta wawasan yang bisa dikembangkan oleh penulis nantinya.

b. Waktu: Penulis akan melaksanakan penelitian yang berlangsung pada bulan maret hingga bulan juni tahun 2021.

153 Sumber Data

Dalam melaksanakan penelitian, peneliti membutuhkan sumber informasi atau data yang valid atau benar supaya tidak terjadi kesalahpahaman dan data yang tidak benar. Sumber data terdapat dua bagian yakni data primer dan data sekunder yang artinya yakni:

- a. Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung tentang subjek dan objek yang ada di lapangan.
- b. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber yang sudah ada sebelumnya demi melengkapi dari data primer.

154 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan sebuah penelitian yang pasti ditentukan yakni menentukan titik permasalahan yang sedang terjadi maka dari itu perlulah untuk melakukan riset atau penelitian yang lebih lanjut untuk memecahkan permasalahan tersebut. Teknik Analisa data juga diperlukan saat melakukan penelitian dan peneliti memilih teknik analisis data yakni sebagai berikut:

- a. Reduksi Data

Pada tahap ini peneliti memilah mana data yang diperlukan dan data yang tidak diperlukan atau juga bisa dikatakan seperti penggolongan.

- b. Penyajian Data / Display Data

Dalam tahap ini penulis harus menyajikan data yang nantinya mudah untuk dipahami yang dimana disusun secara sistematis.

- c. Kesimpulan

Dalam tahap ini peneliti dapat mengambil dan menarik kesimpulan dari data yang telah didapatkan selama penelitian berlangsung. Kesimpulan disajikan dalam bentuk teks atau

tulisan deskripsi sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca dan bisa menjadikan sebuah temuan baru yang sekiranya belum ditemukan sebelumnya.

155 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Arikunto merupakan cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, dimana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang dimana untuk melengkapi dan memperjelas apa yang diteliti supaya menjadi sebuah kesatuan yang lengkap dan metode pengumpulan data yang digunakan yakni sebagai berikut:

a. Observasi / Pengamatan

Observasi yang dilakukan yakni sebuah pengamatan pada objek dan subjek yang dituju supaya mendapatkan gambaran tentang suatu peristiwa yang dialami atau terjadi dari mulai yang sengaja maupun tidak sengaja.

b. Wawancara

Wawancara sangat diperlukan dan wajib ketika sedang melakukan sebuah penelitian, wawancara yang akan dilakukan yakni dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh komunikan atau orang yang diwawancarai sehingga informasi yang didapatkan bisa lebih terinci. Media

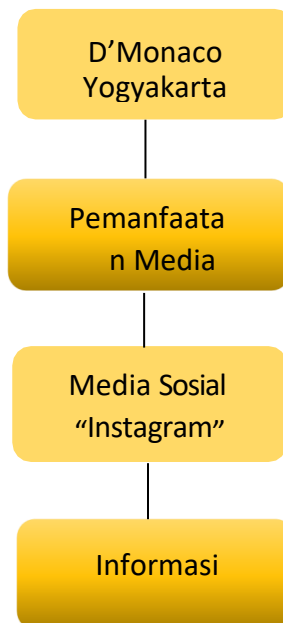
wawancara yang akan penulis pakai yakni dengan menulis dalam sebuah tulisan atau catatan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah dokumen yang dimana guna menunjukkan sebuah bukti yang akurat yang dimana bisa berupa video maupun gambar saat melakukan penelitian guna mendukung proses penelitian.

1.6 Kerangka Konsep

Peneliti menggunakan kerangka konsep yang dimana menjadi landasan berpikir peneliti saat melakukan kegiatan penelitian yakni sebagai berikut:



Bagan 1. Kerangka Konsep