

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Melihat pesatnya kemajuan teknologi membawa inovasi pada media lama (tradisional) yang dianggap kurang relevan dan kemudian digantikan oleh media baru. Media lama yang dimaksud mencakup buku, majalah, film, dan televisi. Media lama tidak sepenuhnya hilang, mereka mengalami proses adaptasi dan transformasi menjadi bentuk media baru. Menurut Pierre Levy pada teori media barunya, perbedaan antara media lama dengan media baru terletak pada dua pendekatan, yaitu pendekatan interaksi sosial (*social interaction*) dan pendekatan integrasi sosial (*social integration*).¹ Media baru atau yang sering disebut sebagai *new media* dapat diartikan sebagai sebuah *platform* yang mengutamakan format konten, di mana berbagai elemen seperti teks, gambar, suara, dan lainnya digabungkan dalam format digital, dengan penyebarannya melalui jaringan internet.

Media baru adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik.² Media sosial atau *social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat ini, masyarakat dapat menemukan

¹ Feroza, C, Misnawati D, 2020, Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan, *Jurnal Inovasi*, vol. 14, no.1, hh 34

² M. Bahrudin, 2021, *Pengertian New Media dan Manfaatnya*, Perpustakaan BSN, diakses pada 21 Oktober 2024 <https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&id=1673>

informasi yang dibutuhkan secara cepat dan akurat melalui media sosial. Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, di mana orang dapat berinteraksi, berbagi, dan mendapatkan informasi dari berbagai belahan dunia. Dengan penggunaan media sosial yang baik dan benar, dampak positif bagi masyarakat bisa sangat signifikan. Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan nilai-nilai budaya yang beragam.

Media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi memberikan arus informasi tidak terbatas yang secara tidak langsung memberikan akses terhadap budaya asing seperti gaya berpakaian, musik, film dan bahkan gaya hidup.³ Fenomena ini dapat memperkaya wawasan masyarakat, tetapi juga dapat menimbulkan tantangan dalam pelestarian budaya lokal. Media sosial telah mengubah cara berpenampilan penggunanya ke barat-baratan sehingga menghilangkan khas lokal.⁴ Kemajuan teknologi informasi telah mengubah dan menghilangkan nilai-nilai lokal yang selama ini dipercayai oleh masyarakat. Dengan kata lain, media sosial dengan mudahnya membawa masuk gempuran budaya luar kedalam budaya lokal, sehingga budaya lokal semakin lama semakin tenggelam.

Dinas Kebudayaan Sleman (*Kundha Kabudayan*) sebagai lembaga pemerintah daerah bidang kebudayaan karena itu bertanggung jawab dalam pengelolaan, promosi, serta pelestarian kebudayaan di Kabupaten Sleman.

³ Putra Yasa, I, 2024, 'Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Promosi serta Konversi Budaya Lokal Nusantara. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, vol.4 no.24, hh.179-190

⁴ Laila Hayati et al., 2022, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Melestarikan Budaya Lokal Bangka Belitung', *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* vol. 6, no. 4, hh. 948

Dinas Kebudayaan Sleman memiliki peran penting dalam menjaga keberagaman budaya, melindungi serta mengembangkan warisan budaya, serta mempromosikan kegiatan seni dan budaya di wilayah Sleman. Di Indonesia khususnya Yogyakarta, media sosial telah menjadi salah satu alat penting dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata dan kebudayaan. Yogyakarta yang dikenal sebagai kota yang kaya akan warisan budaya dan tradisi lokal, memiliki beragam budaya yang merupakan identitas dan warisan daerah yang bisa saja tergerus oleh dominasi budaya asing yang lebih mendominasi di ranah digital. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat Yogyakarta khususnya di Kabupaten Sleman untuk tetap mempertahankan dan menghargai budaya lokal sambil tetap terbuka terhadap pengaruh budaya asing yang positif.⁵

Dengan keberagaman budaya yang dimiliki, penting bagi masyarakat Kabupaten Sleman, untuk terus melestarikan dan mempromosikan budaya lokalnya agar tidak terkikis oleh perkembangan zaman. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, instansi pemerintah mulai memanfaatkannya sebagai sarana komunikasi publik dan promosi program kerja. Namun, dalam implementasinya, masih ditemukan sejumlah tantangan dalam hal pengelolaan dan optimalisasi. Banyak akun media sosial milik pemerintah yang tidak aktif, kurang interaktif, atau hanya digunakan sebagai papan pengumuman tanpa strategi komunikasi yang jelas. Oleh karena itu, Dinas Kebudayaan Sleman menyadari potensi besar media sosial sebagai sarana

⁵ Nurul A, 2023, Pengaruh Budaya Asing Bagi Indonesia, Kompasiana, Diakses 16 Oktober 2024, https://www.kompasiana.com/nurulannisa3865/64a531a708a8b555da6f78a2/pengaruh-budaya-asing-bagi-indonesia?page=2&page_images=1&lgn_method=google.

promosi budaya. Melalui akun Instagram resmi *@slemanberbudaya*, Dinas Kebudayaan Sleman berupaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan budaya lokal kepada masyarakat, baik di dalam maupun di luar Kabupaten Sleman. Instagram dipilih karena sifatnya yang interaktif dan mampu menampilkan visualisasi budaya dengan lebih menarik, sehingga dapat menarik perhatian generasi muda yang merupakan pengguna utama media sosial.

Media sosial Instagram sebagai *platform* promosi mampu menyajikan konten yang menarik. Sebagai media sosial yang berfokus pada gambar dan video, Instagram memberikan ruang untuk menyajikan elemen-elemen kebudayaan dengan cara yang lebih hidup. Selain itu, Instagram memiliki fitur-fitur seperti *Stories*, *Reels*, dan IGTV yang memungkinkan konten budaya itu dikemas dalam berbagai format yang dinamis. Instagram juga memiliki fitur *Explore* yang memberikan peluang besar agar konten dapat dilihat oleh pengguna yang memiliki minat terhadap budaya dan pariwisata.

Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman sebagai institusi yang bertanggung jawab dalam upaya ini memiliki tantangan besar dalam memanfaatkan media sosial Instagram secara optimal. Keberadaan media sosial Instagram sangat berpengaruh pada Dinas Kebudayaan Sleman, karena mereka menggunakannya sebagai media dalam menyebar informasi dan promosi kegiatan budaya kepada masyarakat. Apalagi pada jaman digital sekarang yang semuanya serba cepat dan instan. Media sosial ini khususnya Instagram menjadi alat yang sangat praktis dalam menyampaikan informasi dan promosi budaya dengan cepat, karena bisa langsung dilihat oleh pengguna lain. Dengan adanya media sosial

Instagram, proses penerimaan *feedback* atau umpan balik pun akan dirasakan secara langsung.

Namun, masih terdapat berbagai tantangan dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram ini. Peneliti menyadari bahwa kenyataannya pengelolaan akun Instagram Dinas Kebudayaan Sleman (@*slemanberbudaya*) belum memanfaatkan semua fitur yang disediakan oleh Instagram. Hal ini dapat dilihat dari fitur Sorotan (*highlight*) yang jarang di-*update* dan juga fitur *Instagram Live* yang dirasa hampir tidak pernah digunakan. Dinas Kebudayaan Sleman kebanyakan hanya menggunakan fitur tertentu saja seperti fitur *Feed* (postingan) dan *Story* (cerita) saja, sehingga penggunaan media sosial sebagai media promosi budaya ini terkesan belum optimal. Akibatnya, informasi tentang kegiatan budaya yang seharusnya dapat menjangkau lebih banyak masyarakat tidak tersampaikan secara maksimal. Hal ini dapat menyebabkan masyarakat, terutama generasi muda, menjadi kurang mengenal atau bahkan kehilangan ketertarikan terhadap budaya lokal. Oleh karena itu, optimalisasi sangat diperlukan untuk mengatasi masalah ini. Peneliti juga menyadari bahwa Dinas Kebudayaan Sleman masih memiliki keterbatasan dalam menciptakan konten yang menarik bagi audiens, serta sulit dalam mengukur dampak dari promosi yang dilakukan.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan tersebut, maka peneliti bermaksud mengkaji bagaimana optimalisasi media Instagram pada Dinas Kebudayaan Sleman dalam mempromosikan budaya kepada masyarakat. Sangat penting untuk mengeksplorasi bagaimana Instagram dioptimalkan sebagai media promosi budaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Sleman

serta kendala yang dialami. Sehingga dengan ini, peneliti kemudian merumuskan judul yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

“Optimalisasi Media Sosial Instagram Pada Akun *@slemanberbudaya* sebagai Media Promosi Budaya di Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang ingin dikaji peneliti adalah sebagai berikut:

- Bagaimana Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman Mengoptimalkan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Budaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

- Mengetahui bagaimana dinas kebudayaan kabupaten sleman mengoptimalkan media sosial instagram sebagai media promosi budaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis

- Penelitian ini membantu penulis untuk memahami secara mendalam bagaimana media sosial Instagram dapat dimanfaatkan secara optimal dalam melakukan promosi budaya.
- Penelitian ini dapat menjadi wawasan bagi penulis di bidang penyiaran atau media digital. Dengan menguasai aspek teknis dan teoritis dari pemanfaatan media sosial Instagram, penulis menjadi lebih siap dalam menghadapi tantangan karir di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman terhadap Dinas Kebudayaan Sleman mengenai cara yang tepat dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram.
- Dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram, diharapkan dapat membangun citra Dinas Kebudayaan Sleman yang lebih kuat dan positif di mata masyarakat Sleman dan menjadikannya lembaga institusi yang aktif dan responsif terhadap perkembangan teknologi.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme berangkat dari keyakinan bahwa realitas berada dalam beragam konstruksi mental yang subjektif pada diri manusia (masyarakat), yang didasarkan pada pengalaman sosial, agama, budaya, sistem nilai-nilai lainnya dan bersifat lokal. Oleh karena itu di dalam paradigma konstruktivisme, realitas diamati oleh peneliti tidak bisa digeneralisasikan.⁶ Paradigma ini sesuai karna promosi budaya melalui akun Instagram *@slemanberbudaya* melibatkan penciptaan dan pemahaman budaya yang bersifat subjektif, dibentuk melalui pengalaman sosial dan interaksi antar individu. Paradigma

⁶ Tripa, S. 2019. *Diskursus Metode Dalam Penelitian Hukum*, Bandar Publishing, Banda Aceh

konstruktivisme membantu menggambarkan bagaimana proses interaksi di media sosial membentuk konstruksi sosial yang unik dan beragam dalam memahami budaya, yang sangat relevan dengan fokus penelitian ini.

1.5.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif adalah aktivitas yang berhubungan dengan tindakan pengamatan, berusaha mempelajari sesuatu secara alamiah, memahami secara mendalam, atau menafsirkan, memaknai fenomena dengan mendeskripsikan, memecahkan kode, menerjemahkan, dan memahami konteks secara alami (Merriam, 2009).⁷ Metode ini dipilih karena penulis ingin menggali informasi mendalam mengenai praktik penggunaan media sosial Instagram di Dinas Kebudayaan Sleman.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

Kriteria Narasumber dalam penelitian ini difokuskan pada:

- 1) Pengelola atau Admin akun Instagram *@slemanberbudaya*, yaitu Arum Ati Cholis, A.Md, sekaligus merupakan Pengolah Data dan Informasi Subbagian Keuangan Sekretariat
- 2) Orang yang memiliki wawasan tentang kebijakan, tujuan, dan strategi yang lebih besar terkait promosi budaya di Kabupaten Sleman, yaitu

⁷ Waruwu, M., 2024, 'Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan', *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, vol.5, no. 2, hh. 198-211

ibu Wiwiek Diani Wijayanti, S.Sn, selaku Kepala Subbagian Umum
dan Kepegawaian Sekretariat

1.6. Jenis Data

1.6.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber asli atau subjek terpercaya untuk menjawab pertanyaan penelitian. Subjek yang dimaksud tersebut ialah narasumber atau informan terkait penelitian ini, yakni melalui individu/tim yang mengelola akun Instagram Dinas Kebudayaan Sleman.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tangan kedua atau dari sumber lain yang telah tersedia sebelum adanya penelitian ini, atau bisa juga diartikan sebagai sumber yang berasal dari hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang telah dijelaskan dalam bentuk lain atau dari orang lain.⁸ Sumber data sekunder bisa berasal dari berbagai macam sumber seperti publikasi ilmiah, laporan pemerintah, basis data, jurnal, survey sebelumnya, atau dokumen lain yang tersedia secara umum. Dalam penelitian ini, data sekunder didapat melalui dokumen internal Dinas Kebudayaan Sleman seperti laporan kegiatan dan juga dari media massa atau portal berita yang melaporkan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Sleman.

⁸ Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Alfabeta, Bandung

1.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 4 cara, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara ialah suatu percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yakni pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban dari pertanyaan itu.⁹ Dalam proses wawancara yang akan dilakukan, peneliti memposisikan diri menjadi pewawancara dan sudah menyiapkan pertanyaan mengenai hal-hal yang perlu diketahui secara garis besar untuk dapat ditanyakan kepada terwawancara/narasumber. Dalam proses wawancara ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada yang mengelola langsung akun Instagram Dinas Kebudayaan Sleman.

b. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, observasi lebih dipilih sebagai alat karena peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi yang ada secara langsung.¹⁰

Saat peneliti terjun langsung ke lapangan, melalui observasi, peneliti akan melihat dan memahami bagaimana Dinas Kebudayaan Sleman menggunakan media sosial Instagram dalam kegiatan promosi budaya. Peneliti akan mencatat perilaku audiens, interaksi yang terjadi, serta cara penyajian atau pengemasan konten budaya.

⁹ Lexy J. Moleong, 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

¹⁰ Anggito, A & Setiawan, J., 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jejak, Sukabumi

c. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan objek data yang diteliti seperti dokumen, artefak, catatan arsip, video, atau informasi media sosial. Setiap objek yang dikumpulkan dapat menghasilkan berbagai data verbal, numerik, grafik, dan gambar. (Waruwu 2024)

d. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan literatur dan referensi seperti buku akademik, jurnal ilmiah, artikel online, dan penelitian sebelumnya yang membahas topik serupa.

1.8. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan.¹¹

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap atau proses mengembangkan, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data mentah yang dikumpulkan agar lebih mudah dianalisis.¹² Dalam proses penelitian yang melibatkan pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

b. Penyajian Data

¹¹ Umrati, Wijaya H., 2020, *Analisis Data Kualitatif*, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, Makassar

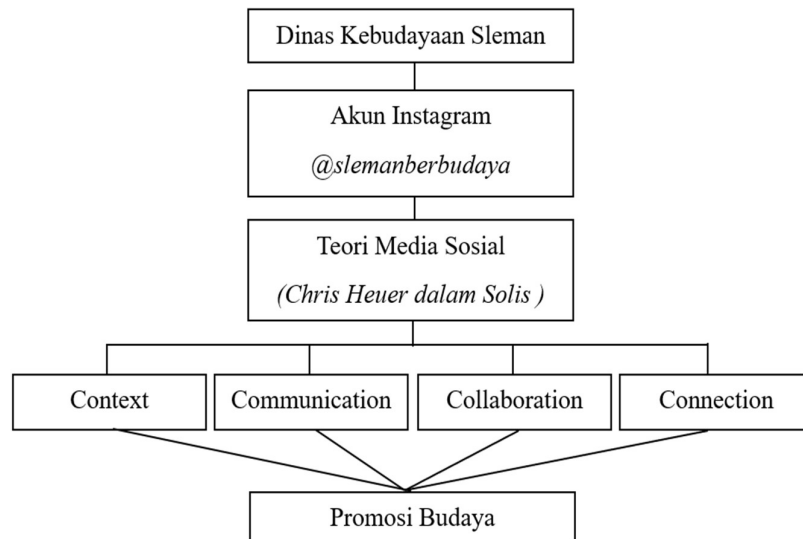
¹² Rosmita, E, 2024, *Metode Penelitian Kualitatif*, Gita Lentera, Padang.

Penyajian data dilakukan untuk mengorganisir data yang telah direduksi agar lebih mudah dipahami. Data yang disajikan bisa berupa table, grafik, atau narasi.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah data direduksi dan disajikan, langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dari data yang dianalisis. Proses ini mencakup interpretasi data dan verifikasi.

1.9. Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep

Tabel 1. 1 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep

No	Konsep	Definisi Konsep	Operasionalisasi Konsep
1	Akun Instagram <i>@slemanberbudaya</i>	Merupakan platform resmi yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan Sleman dalam	Instagram dijadikan sebagai media untuk melakukan publikasi

		<p>menyebarkan informasi terkait kebudayaan di Kabupaten Sleman dengan tujuan mempromosikan kegiatan dan kebudayaan kepada masyarakat melalui konten digital yang dibagikan seperti foto atau video.</p>	<p>konten. Sehingga promosi budaya oleh Dinas Kebudayaan Sleman dapat dilakukan dan dilihat melalui konten yang ada di akun instagram <i>@slemanberbudaya</i>.</p>
2	<i>Context</i> (Konteks)	<p>Merupakan cara menyusun dan menyampaikan pesan, dengan memperhatikan aturan bahasa, struktur, dan isi pesan sehingga membentuk suatu cerita atau informasi yang menarik dan dapat dimengerti oleh khalayak.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana penggunaan fitur Instagram untuk mempromosikan kegiatan budaya? 2. Konten budaya apa saja yang diposting? Misalnya tradisi adat, upacara adat, dan lain-lain. 3. Apakah deskripsi konten jelas dan

			<p>mendukung penyampaian informasi kegiatan budaya?</p>
3	<p><i>Communication</i> (Komunikasi)</p>	<p>Yaitu cara menyampaikan sebuah cerita atau informasi kepada orang lain dengan tujuan untuk memberikan pemahaman, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku agar sesuai dengan apa yang diharapkan.</p>	<p>1. Apakah akun sering menanggapi atau merespon komentar atau DM dari pengikut?</p> <p>2. Bagaimana tanggapan atau balasan dari komentar atau DM (<i>Direct Message</i>) dari pengikut?</p> <p>3. Apakah akun sudah dengan aktif menggunakan fitur interaktif</p>

			seperti di <i>story</i> Instagram?
4	<i>Collaboration</i> (Kolaborasi)	Yaitu bagaimana dua pihak atau lebih dapat bekerja sama dengan menyatukan persepsi, saling berbagi pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan masing-masing untuk membuat hal lebih baik dan lebih efisien dan efektif.	<p>1. Seberapa sering akun melakukan kolaborasi dengan tokoh budaya, seniman, atau komunitas lokal dalam membuat konten?</p> <p>2. Apakah akun juga melakukan kolaborasi dengan followers? misal dengan <i>me-repost</i> konten pengikut yang berkaitan dengan budaya lokal?</p> <p>3. Seberapa sering akun melakukan kolaborasi</p>

			dengan akun lain atau influencer?
5	<i>Connection</i> (Koneksi)	Yakni tentang bagaimana membina suatu hubungan yang terjalin dan memeliharanya agar tetap berkelanjutan. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kenaikan jumlah <i>followers</i> (pengikut)? 2. Seberapa aktif akun dalam merespon komentar atau DM dari pengikut? 3. Apakah akun <i>@slemanberbuda</i> ya konsisten dalam melakukan kolaborasi dan interaksi dengan pengikut?
6	Promosi Budaya	Merupakan kegiatan memperkenalkan, melestarikan,	

¹³ Solis, B., 2011, *Engage!*, John Wiley & Sons Inc, Canada

		mendayagunakan, serta meningkatkan kualitas dan daya Tarik budaya tersebut (Brata, Rai, Wartha, 2020) ¹⁴	
--	--	---	--

¹⁴ Sukmawan, S dkk, 2021, *Wening Hening: Geliat dan Siasat Pemajuan Warisan Budaya Toyomarto*, MNC Publishing, Malang