

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemudahan membagikan dan menerima informasi saat ini sangatlah cepat dan mudah diakses, hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang sangatlah pesat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu teknologi sangatlah di manfaatkan oleh masyarakat untuk menerima informasi dan kebutuhan lainnya. Menurut (Kasiyanto, 2016) dalam perkembangan teknologi setidaknya dibagi menjadi adanya dua perkembangan yang begitu pesat, yaitu yang pertama telepon selular atau handphone. Yang kedua merupakan komputer berjaringan internet atau yang kita kenal sebagai jaringan internet, yang keduanya mempunyai kesamaan dapat memudahkan akses berkomunikasi tanpa batas maupun waktu. Dua hal tersebut juga mengubah dalam perkembangan internet yang telah terjadi, juga mengubah perilaku lama dari kerja komunikasi, dengan bagaimana seseorang menyampaikan komunikasi atau yang disebut sebagai komunikator, cara kerja dalam menerima dan menyampaikan pesan, dan cara mengerti dari dampak feedback tersebut dengan mudah karena adanya perkembangan teknologi tersebut.

Internet menjadi salah satu faktor utama bagi masyarakat untuk mudah dan cepat menerima maupun membagikan informasi yang begitu pesat. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil survei APJII tahun 2019 – Q2 2020 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta dari 266,9 juta penduduk. Artinya, akses maupun transformasi internet pada pengguna bisa terjadi lebih cepat, terlebih lagi dalam situasi pandemi saat ini hampir 50 persen aktivitas masyarakat

tidak jauh dari penggunaan jaringan internet. Tidak hanya itu datareportal.com dan hootsuite tahun 2021 menyebutkan total populasi atau jumlah penduduk di Indonesia yaitu 274,9 juta sedangkan pengguna internet 202,6 ini artinya, ada 73,7 persen dari jumlah populasi di Indonesia atau sama dengan halnya lebih dari 50 persen dari penduduk di Indonesia.

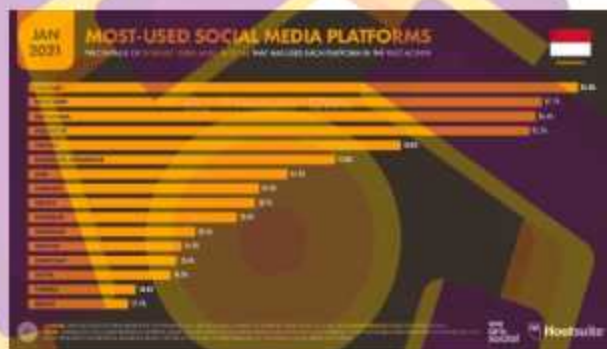


Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia

Setelah melihat dari grafik dan data, dengan total pengguna internet yang ada tentu adanya peningkatan dari aspek platform media sosial yang diberikan. (Muthi, 2019) menyebutkan bahwa media sosial merupakan adanya sebuah susunan sosial yang terjadi dengan terbentuknya karakter setiap individu maupun organisasi yang saling terhubung dan mengikat oleh suatu tipe relasi seperti adanya visi, nilai, dan teman. Dilihat dari datareportal.com tahun 2021 pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 170 juta dari total jumlah penduduk di Indonesia yaitu 274,9 juta. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pengguna media sosial aktif di Indonesia dari jumlah penduduk yaitu 61,8 persen. Dengan banyaknya pengguna media sosial dan memanfaatkan internet yang dapat mudah diakses dimanapun ini memberikan dampak positif kepada perkembangan ekonomi pada sebuah perusahaan maupun

Usaha Mikro Kecil Menengah, banyak perusahaan dan UMKM memanfaatkan hal tersebut untuk membangun sebuah brand dengan menggunakan banyaknya platform media sosial.

Media sosial banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis meningkatkan pemasaran maupun membangun brand melalui media sosial. Dalam era globalisasi media sosial sudah menjadi hal yang patut untuk diperhatikan, agar tetap mengikuti perkembangan dalam industri yang serba modern saat ini.



**Gambar 2.2 Data Sosial Media Paling Banyak Digunakan di Indonesia**

Menurut datareportal.com dan Hootsuite Januari 2021 menyebutkan bahwa YouTube masih menempati posisi pertama dalam media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Akan tetapi terlepas dari data yang menunjukkan bahwa YouTube menempati posisi pertama, Instagram merupakan media sosial yang mempunyai perubahan kuartal ke kuartal dalam jangkauan iklan daripada Youtube pada datareportal.com dan Hoosuite. Menurut (Enterprise, 2021) menerangkan bahwa instagram merupakan sebuah platform media sosial yang berbasis akses dimana organisasi maupun individu dapat berbagi maupun melihat foto maupun

video dalam jangkauan yang luas antar penggunanya. Selain itu, terdapat unsur-unsur yang patut diperhatikan di dalam media sosial atau yang dapat kita sebut sebagai konsep media sosial yang dijelaskan pada buku Engage (Solis, 2011) yaitu Context, Communication, Collaboration, Connection. Konsep tersebut dijelaskan pada penelitian terdahulu oleh (Amalia, I., & Putri, 2020), pada jurnal yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Instagram @maybelline Terhadap Brand Awareness Produk Kosmetik Maybelline" dengan menggunakan teori media sosial 4C (Context, Communication, Collaboration, Connection) yang digunakan sebagai dimensi variabel bebas (X).

Media sosial Instagram pada awalnya hanya sebuah media yang digunakan untuk berbagi foto dan video kepada sesama penggunanya, akan tetapi ada pergeseran pemanfaatan bagi setiap orang. Dalam hal ini, tentunya instagram memiliki makna sebagai media massa. Seperti yang telah dikatakan (Nadie, 2019) komunikasi massa merupakan sebuah penyampaian pesan menggunakan alat-alat mekanis, seperti film, radio, televisi, maupun media elektronik lainnya. Pergeseran pemanfaatan ini karena Instagram terus berkembang dalam memiliki fitur yang dimana fitur-fitur tersebut mendukung para penggunanya melakukan kegiatan pemasaran maupun branding dan juga dimana fitur tersebut mampu menarik pelaku bisnis untuk mengelola bisnis secara online dengan mudah. Seperti halnya yang dilakukan oleh akun instagram Koloni gigs memanfaatkan perkembangan media sosial instagram dan membuat inovasi melalui pemanfaatan pergeseran fungsi instagram.



Hadinya internet dan media sosial memberikan perubahan diberbagai tempat dan memungkinkan para musisi independent mampu mempublikasikan karyanya ke dalam jangkauan yang lebih jauh lagi, khususnya musik pada pola promosinya dan produksinya dari bentuk fisik kearah digital. Serta berkembangnya industri budaya, pertumbuhan industri dan kapitalisme memaksa budaya untuk keluar dari pakemnya untuk memberikan *feedback* yang baik kepada elit modal. Pada struktur distribusi musik baru, dapat diketahui internet dan teknoloni mampu mendorong terbentuknya jalur baru diluar jalur distribusi tradisional, dan hal tersebut searah dengan ide atau inovasi yang terjadi pada media online hal ini dikemukakan oleh Spellman (dalam Ramadhan, dkk, 2021) menggambarkan pola distribusi yang terbaru mendobrak penjulana secara langsung. serta pola ini memungkinkan musisi independent untuk mempublikasikan dan mendistribusi karya musiknya secara langsung kepada penggemar atau pendengar.

Hal tersebut juga disebabkan karena tidak semua lapisan musik mendapatkan wadah didalam musik di media *mainstream*. hal ini, yang dimaksud dengan *mainstream* menurut Jube (dalam Priscillia, 2012) merupakan arus utama tempat dimana musisi-musisi bernaung dibawah label besar dan merupakan industri yang besar. Oleh karena itu, menyebabkan informasi mengenai musik yang diterima oleh masyarakat hanya tentang itu-itu saja yang membuat masyarakat tidak memiliki alternatif untuk referensi musiknya. Jurnalisme musik di media *mainstream* juga kurang diolah karena elemen jurnalisme berkiblat pada *hard fact* menyebabkan jurnalisme musik menjadi kering hal ini dikemukakan juga oleh Pricillia, (2012) dalam skripsi yang berjudul "MUSIK POP DI MEDIA

ALTERNATIF” (Analisis Framing pada Artikel Musik Pop di Jakartabeat.net). sehingga jurnalisme musik menurut Ratnaningtyas, (2021) dalam keadaan tersebut, dibutuhkan media alternative yang memeberikan perspektif lain dalam alternatif sudut pandang terhadap suatu karya musik.

Koloni Gigs merupakan sebuah media alternatif yang berdomisili di Yogyakarta tepatnya di Jl. Kh Ali Maksum. Prancak Dukuh No. 48,RT 03, Pangunharjo, Sewon, Bantul. Koloni Gigs didirikan oleh Bayu Kristiawan Bersama seorang temannya yang bernama Faiz Adzkia pada tahun 2013. Tidak hanya menjadi media alternatif saja akan tetapi koloni gigs menjadi sebuah media partner bagi musik lokal Indonesia maupun menjadi media partner untuk event musik. Berbagai macam kegiatan yang dijalankan oleh Koloni Gigs dalam menjadi media partner seperti menjadi media partner Artjog 2021, Jogja Biennale 2021, Prambanan Jazz 2021, dan lain-lain. Dalam menurut perkembanganya koloni gigs menerima rilis pers dan musik baru bagi band lokal Indonesia. Seperti apa yang sudah kita bahas, Pergeseran fungsi instagram ini tentunya di manfaatkan oleh Koloni gigs itu sendiri, yang pada awalnya instagram hanya sebagai media berbagi aktifitas bagi penggunanya, hal ini beda bagi Koloni gigs yaitu instagram dijadikan sebagai media promosi atau yang kita kenal sebagai branding bagi band lokal indonesia. selain itu Koloni Gigs memberikan akomodasi kebutuhan media massa bagi musisi lokal di Indonesia, hal ini disebabkan karena kebanyakan orang mengetahui musik pada media arus utama seperti radio dan televisi saja. sehingga, banyaknya music independent nyaris tak didengar.

Berbicara mengenai brand yang dimanfaatkan oleh akun instagram Koloni Gigs, Menurut (Kusuma et al., 2020) brand merupakan design, symbol, nama atau yang dapat dijadikan sebuah karakter dari sebuah produk baik itu barang maupun jasa, dan juga menjadi sebuah identifikasi untuk penjual satu dengan penjual lainnya. Oleh karena itu, band lokal mengenali apa yang telah ditawarkan oleh akun instagram Koloni Gigs untuk memberikan jasa dalam promosi dari karya band lokal indonesia. Kosumen sadar akan adanya keberadaan dari Koloni Gigs untuk memasarkan karya yang dimana tanpa adanya sebuah pancingan untuk mengetahui keberadaan Koloni Gigs sebagai media partner baru dalam media sosial, hal ini juga disebut dengan brand Awareness. Menurut (Wahid, U., & Puspita, 2017) juga menjelaskan brand awareness merupakan sebuah kelebihan suatu merek sebagai penguat dalam benak konsumen, ketika konsumen dalam memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut teringat. Band lokal Indonesia tentunya memanfaatkan brand awareness dan apa yang menjadi pergerakan baru yang di tawarkan oleh akun instagram Koloni gigs terhadap perkembangan karyanya dengan harapan dimana masyarakat yang mendengarkan musik band lokal Indonesia menyadari akan adanya karya baru band musik independent di Indonesia yang kurang di dengar pada media arus utama.

Menurut (Purnomo, Mochamad Aji, Harrie, 2019) mengatakan bahwa terdapat piramida mengenai brand awereness dari tingkat bawah hingga tingkat atas yaitu unaware brand, brand recognition, brand recall, top of mind. Pada prinsipnya, piramida brand awareness tersebut untuk mengukur tingkat kesadaran pada sebuah merek. Piramida tersebut juga dijelaskan pada penelitian terdahulu oleh Purnomo,

M.A. dan Harrie Lutfie pada jurnal “Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness SV. Indolecture Pramadana Kreasi Tahun 2019” Peneliti tersebut menggunakan teori tingkatan piramida brand awareness yang digunakan sebagai dimensi variabel terikat atau dependent (Y). Sehingga, berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Akun Instagram Koloni Gigs Terhadap Brand Awareness Band Lokal Indonesia”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Perubahan teknologi menjadi banyak perubahan bagi masyarakat, melalui media sosial Instagram para penggunanya mampu memanfaatkan perkembangan dan perubahan dari Instagram seperti halnya awal munculnya Instagram hanya digunakan untuk media berbagi aktifitas sehari-hari saja. Akan tetapi hal tersebut berubah ketika instagram mengalami perkembangan dan perubahan sehingga media sosial tak menjadi aktifitas berbagi cerita saja akan tetapi menjadi media yang objektif bagi pemasaran. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh akun Instagram Koloni Gigs terhadap Brand Awareness band lokal Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh akun Instagram Koloni Gigs terhadap brand awareness pada Band Lokal Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Melihat dari rumusan masalah yang sudah peneliti tulis, adapun tujuan penelitian ini yaitu:



1. Untuk menganalisis pengaruh akun Instagram Koloni Gigs terhadap brand awareness pada Band Lokal Indonesia.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh akun instagram Koloni Gigs terhadap brand awareness pada Band lokal Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Bagi Perusahaan**

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan koreksi bagi Koloni Gigs untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada band lokal Indonesia.

##### **1.4.2 Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini dapat menjadikan tambahan literatur dan pengalaman serta kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dalam dunia nyata.

##### **1.4.3 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta**

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan Universitas Amikom Yogyakarta dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

#### **1.5. Sistematika Bab**

Sistematika bab merupakan gambaran untuk mempermudah dan menjadi bahan pengetahuan pembahasan yang ada di skripsi ini secara menyeluruh, yang

dimana sistematika bab ini menjadi kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun penulisan sistematika bab yaitu:

### 1. Bagian Awal Skripsi

Pada bagian awal skripsi terdapat halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, dan halaman daftar lampiran.

### 2. Bagian Utama atau Inti Skripsi.

Bagian utama atau inti dari skripsi ini menggunakan metode pendekatan yaitu pendekatan kuantitatif dengan sistematika bab penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika bab.

#### **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Bagian bab ini memuat landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Menguraikan jenis penelitian dan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan teknik analisis data serta variabel penelitian sesuai kebutuhan penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menguraikan hasil analisis dan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori dan konsep serta hipotesis serta metode-metode yang digunakan

#### **BAB V**

Bab ini menyimpulkan argumentasi dan seran serta agenda penelitian lanjutan yang penting dilakukan atau dikembangkan.

