

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting pada kehidupan manusia supaya saling terhubung. manusia sebagai makhluk sosial akan saling berinteraksi satu sama lain antara dua orang atau lebih melalui komunikasi menjadi peranan terpenting pada kehidupan manusia. Menurut Bernard Berelson dan Barry A. Stainer (Effendy, 1992: 48) komunikasi merupakan “penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan bahasa, gambar-gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain” (dalam Hikmat. M. M, 2018, h. 10).

Pada proses komunikasi, penyampaian pesan atau informasi baik secara lisan ataupun tulisan disampaikan oleh komunikator atau pengirim pesan pada komunikan atau penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila diantara komunikator dengan komunikan saling mengerti terhadap isi pesan yang disampaikan. Komunikasi tidak hanya terjadi antar individu, kelompok, serta organisasi, tetapi komunikasi mampu terjadi dalam komunikasi massa. Komunikasi massa atau *mass communication* merupakan komunikasi yg terjadi melalui media massa mencakup majalah, surat kabar, radio, televisi, dan media sosial. Komunikasi massa menggunakan media massa untuk berkomunikasi, media yang digunakan mencakup media cetak , media elektro, serta media sosial.

Media massa sebagai alat untuk berkomunikasi yang menyajikan beragam informasi yang mampu menjangkau khalayak luas, terdiri dari surat kabar, majalah, dan tabloid, media elektronik yang mencakup radio, dan televisi, dan media sosial terdiri dari *twitter*, *facebook*, *instagram*, *Youtube*, *Line*, *website*, dan lain-lain yang menggunakan *internet*.

Menurut laporan DataReportal, “jumlah pengguna *internet* Indonesia 2022, tepatnya pada Januari kemarin mencapai 204,7 juta orang. Adapun tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Kemp juga menyebutkan kalau pengguna *internet* di Indonesia meningkat hingga 2,1 juta orang atau 1 persen dari tahun 2021 ke 2022” (suara.com diakses pada 21 Februari 2022 pukul 16:39 WIB).

Seiring berkembangnya teknologi, media massa yang ikut mengalami perubahan karena adanya media baru atau *new media* sebagai bentuk dari perkembangan teknologi. Salah satu bentuk dari media baru atau *new media* adalah hadirnya media sosial. Media sosial merupakan alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi yang menyajikan beragam informasi yang bisa menjangkau khalayak luas. Kehadiran media sosial memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi yang dibutuhkan, berkomunikasi dan berbagi informasi kepada khalayak. Untuk mengakses media sosial tidak dibutuhkan biaya yang besar sehingga banyak disukai oleh masyarakat.

“Pada Januari 2022, terdapat 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9 persen dari total populasi Analisis Kepios mengungkapkan pengguna media sosial di Indonesia meningkat 21juta (+12,6 persen) antara

tahun 2021 dan 2022.” (kompasiana.com diakses pada 19 Februari 2022, pukul 01:12 WIB diperbaharui 21 Februari 2022 pukul 09:48 WIB).

Peran media sosial dalam mengunggah berbagai konten sangatlah penting dalam komunikasi *electronic word of mouth* (e-WOM), karena saat ini media tersebut sangat populer dalam komunitas *online* yang dapat dengan mudah menjangkau khalayak luas dengan praktis dan cepat. *Electronic word of mouth* (e-WOM) ini, berperan penting dalam diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah, karena *Atap Class* memanfaatkan media sosial untuk melakukan diseminasi proses penelitian mengenai sejarah musik independen Bandung, yang disiarkan secara langsung atau *live streaming* pada *platform facebook* dan *youtube* *Atap Class*, dengan tujuan untuk menyampaikan narasi mengenai sejarah musik independen di Indonesia. Diseminasi proses penelitian ini nantinya akan dijadikan sebagai bahan untuk penulisan buku Bandung Bawahtanah 1990-2020.

Dalam melakukan diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah berupa konten video pada *platform* media sosial, dibutuhkan strategi untuk mencapai tujuan. Strategi dibutuhkan untuk mencapai tujuan akhir yaitu dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan yang berorientasi pada masa yang akan datang. Strategi sangat dibutuhkan dalam diseminasi di media sosial, karena dapat meminimalisir terjadinya kegagalan.

Proses penelitian Bandung Bawahtanah ini terbilang cukup unik karena proses penelitian bersifat terbuka dan partisipatif dengan *scope* kota yaitu Kota Bandung yang disiarkan secara langsung atau *live streaming*. Topik yang diangkat yaitu wawancara dengan berbagai narasumber yang merupakan aktor

di ranah musik independen Bandung mengenai sejarah musik independen dari tahun 1990 sampai dengan tahun 2020 di Kota Bandung yang disiarkan secara langsung atau *live streaming* pada *platform* media sosial *facebook* dan *youtube*.

Fenomena yang terjadi pada media *Atap Class*, khususnya program proses penelitian Bandung Bawahtanah yaitu terletak pada kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) pada divisi media tersebut. Kurangnya sumber daya manusia terutama pada program diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah yang dilakukan *Atap Class*, membuat penelitian ini menarik untuk dikaji lebih lanjut. Dalam pengelolaan suatu media diperlukan banyak sekali sumber daya manusia yang ikut berkontribusi dalam pengelolaan media tersebut. Dan masalah yang terjadi di media *Atap Class*, khususnya pada diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah, tidak memiliki sumber daya manusia yang cukup dalam melakukan pengelolaan media terkait kegiatan *live streaming* pada media *facebook* dan *youtube*. Sehingga menimbulkan banyak problematika dalam melakukan kegiatan *live streaming* proses penelitian Bandung Bawahtanah pada *platform facebook* dan *youtube* *Atap Class* seperti kegiatan *live streaming* video tidak dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, terjadi banyak kendala teknis pada saat melakukan *live streaming*, dalam aktivitas *live streaming* proses penelitian Bandung Bawahtanah sering sekali terjadi *double job*, sehingga membuat banyak sekali tekanan dalam melakukan diseminasi proses penelitian. Maka dari itu diperlukan strategi diseminasi dalam melakukan aktivitas *live streaming* untuk proses penelitian Bandung Bawahtanah di media sosial. Meski begitu, media *Atap Class* masih dapat melakukan kegiatan *live streaming* serta memuat konten-konten video yang menarik untuk dibagikan

kepada khalayak. Bahkan diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah dengan teknik *live streaming* pada *platform fanspage facebook* dan *youtube* Atap *Class* sangat efektif dalam menarik perhatian serta minat audiens untuk menonton proses penelitian. Selain itu, terdapat *feedback* berupa respon yang diberikan audiens terhadap tayangan *live streaming* yang dilakukan, dan hal tersebut sesuai dengan tujuan awal dilakukannya diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah di media sosial.

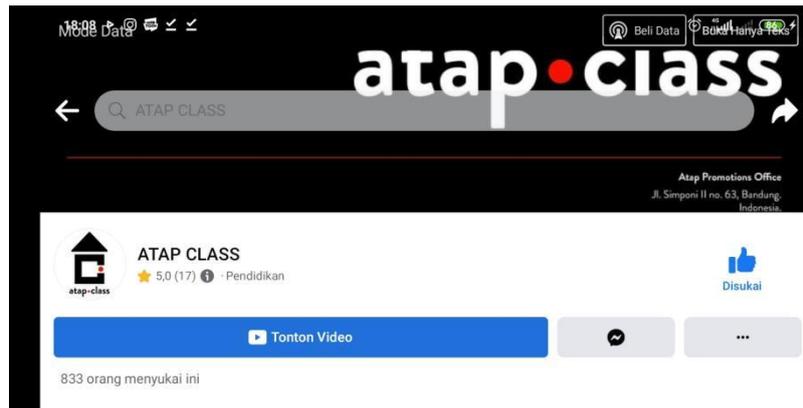
Diseminasi proses penelitian tersebut, nantinya akan dijadikan sebagai bahan penulisan buku Bandung Bawahtanah 1990-2020. Proses penelitian yang dilakukan mengenai Bandung Bawahtanah, melalui video *live streaming*, bertujuan untuk mendorong penelitian terbuka yang partisipatif, dan berbasis *internet*, maka digunakan fitur *live streaming* pada *platform youtube* dan *facebook* Atap *Class*.

Peneliti berfokus pada media Atap *Class* atau EDP (*Education Development Program*) pada *platform* media sosial *facebook* dan *youtube* untuk melakukan diseminasi pada berbagai konten video mengenai sejarah musik independen di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Atap *Class* sendiri mengenai sejarah dan kebudayaan, literasi, pengelolaan arsip dan dokumentasi, media, komunikasi, jurnalisme, teknologi informasi, *event* manajemen, serta wacana-wacana lain yang ada di kalangan anak muda.

EDP (*Educations and Development Program*) atau Atap *Class* merupakan media yang menggarap program-program pendidikan dan keahlian di bidang penelitian sejarah dan kebudayaan, literasi, pengelolaan arsip dan dokumentasi, media, komunikasi, jurnalisme, teknologi informasi, *event*

manajemen, serta wacana-wacana lain yang ada di kalangan anak muda. Program ini bekerja sama dengan Atap *FOUNDATION* yang nantinya akan dijadikan sebagai rangkaian buku yang terdiri dari 11 seri buku dengan tema musik *metal, punk, hardcore, hip hop, rock, pop & folk*, musik elektronik, *zine & media, gigs & festival, merchandising*, dan *record label*. Tujuan Atap *Class* melakukan diseminasi proses penelitian mengenai sejarah musik Bandung Bawahtanah adalah untuk mendorong penelitian terbuka, partisipatif yang berbasis *internet*. Program yang akan menjadi fokus penulis dalam penelitian ini adalah strategi diseminasi yang digunakan dalam proses penelitian terbuka mengenai sejarah Bandung Bawahtanah (1990-2020) yang dilakukan oleh Atap *Class* pada *platform* media sosial *Facebook* dan *Youtube*.

Penulisan buku Bandung Bawahtanah 1990-2020 ini pertama kali diproklaim pada tahun 2007, dan proklamasi tersebut merupakan diseminasi pertama yang dilakukan dalam proses penelitian Bandung Bawahtanah. Proses penelitian Bandung Bawah tanah ini sempat dihentikan sementara waktu, karena Pak Kimung selaku peneliti harus melakukan penelitian untuk penggarapan buku Ujung Berung *Rebels* dan Karinding *Attacts* yang kebutuhannya sangat mendesak. Untuk proses penelitian Bandung Bawahtanah ini dimulai pada bulan Maret 2016. Untuk teknik *live streaming* proses penelitian baru dilakukan pada tahun 2017, pada *platform facebook* Atap *Class*.



Gambar 1.1. Facebook Atap CLASS

Sumber : Facebook Atap Class

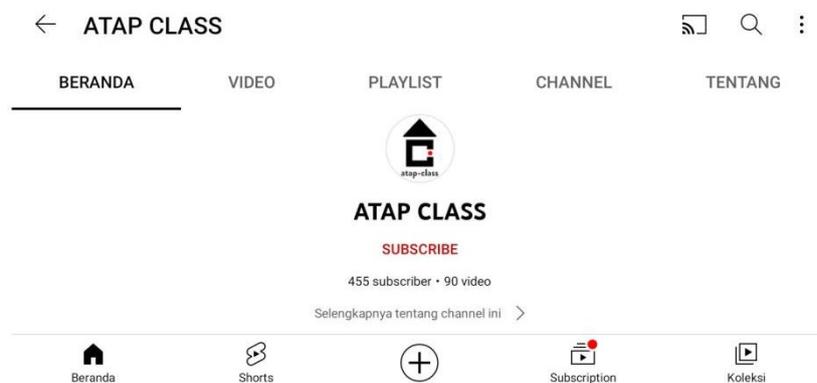


Gambar 1.2. Video Konten Facebook Atap Class

Sumber : Fanspage Facebook Atap Class

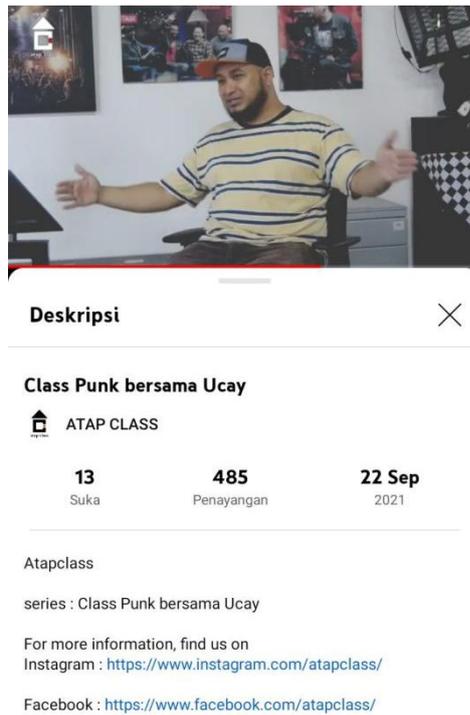
Diseminasi berupa *live streaming* video proses penelitian Bandung Bawahtanah untuk *platform facebook* Atap Class ini dilakukan dari tahun

2017 sampai dengan tahun 2019, dan sudah banyak disukai oleh 833 orang. Meskipun kegiatan *live streaming* sudah tidak dilakukan lagi pada *facebook* Atap Class, tetapi sampai saat ini *platform facebook* Atap Class masih digunakan untuk melakukan publikasi ringan seperti video pendek mengenai *live streaming* proses penelitian Bandung Bawahtanah yang telah dilakukan, dan kemudian *full video* proses penelitian akan di *upload* pada *platform youtube*. Hal tersebut dilakukan agar audiens yang tidak dapat menyaksikan *live streaming* dapat menyaksikan kembali video proses penelitian Bandung Bawahtanah. Tujuan dari media *facebook* membuat publikasi video pendek adalah untuk menarik perhatian publik, mengajak audiens untuk ikut menanggapi video proses penelitian Bandung Bawahtanah, dan mengarahkan audiens untuk menyaksikan kembali video *live streaming* yang telah dilakukan dan di *post* pada *platform youtube* Atap Class.



Gambar 1.3. Youtube Atap CLASS

Sumber : Youtube Atap Class



Gambar 1.4. Video Konten *Youtube* Atap Class

Sumber : Youtube Atap Class

Untuk penggunaan *live streaming* pada *platform Youtube* Atap Class, dimulai dari tahun 2020 sampai dengan sekarang. *Platform youtube* Atap Class sendiri, saat ini telah memiliki 455 *subscriber* dan telah memiliki 90 video. Baik *facebook* ataupun *youtube*, keduanya memiliki peran yang sangat penting dalam diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah. Penelitian ini mengacu kepada laporan *Job Training* yang telah peneliti lakukan sebelumnya dengan judul “Proses Publikasi Konten Indonesia Bawahtanah (1990-2020) di PT. Atap *Promotions*, Kota Bandung”. Kesimpulannya adalah dalam proses publikasi untuk seluruh konten Indonesia Bawahtanah 1990-2020, PT. Atap *Promotions* dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi penting seputar perkembangan ranah musik independen Indonesia

dari tahun 1990-2020 dan *platform* media sosial yang digunakan adalah *Instagram* Indonesia Bawahtanah 1990-2020 (@Indonesiabawahtanah). Kegiatan yang dilakukan sebelumnya adalah membuat *copywriting* untuk konten-konten yang berkaitan dengan bidang jurnalistik.

Dalam pembuatan *copywriting* untuk konten Indonesia Bawahtanah 1990-2020 di *Instagram*, menggunakan elemen AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*), agar setiap konten yang dipublikasikan menarik perhatian khalayak. Kemudian, untuk pembuatan kontennya, melihat dari sisi teori sistem ketergantungan media (*media system dependency theory*), guna menghasilkan produk konten yang menarik, layak untuk diperhatikan, memenuhi kebutuhan khalayak, sehingga menimbulkan ketergantungan atau dependensi terhadap informasi yang disajikan oleh Indonesia Bawahtanah pada *platform* media sosial *Instagram* (@indonesiabawahtanah). Dari hasil laporan tersebut, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang sejenis dengan lebih mengerucut kepada objek penelitian. Namun demikian, penelitian yang akan dilakukan memiliki perbedaan. Perbedaannya adalah pada objek penelitian yaitu, “Proses Publikasi Konten Di *Instagram*”, sedangkan dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah “Strategi Diseminasi di Media Sosial”.

Berdasarkan pada uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai strategi diseminasi yang diterapkan, faktor penghambat dalam penerapan strategi diseminasi pada *platform* media sosial *facebook* dan *youtube* *Atap Class*, serta alasan pemilihan media sosial *facebook* dan *youtube* dalam proses penelitian terbuka yang disiarkan secara langsung atau *live streaming*. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis

mengambil judul “**Strategi Diseminasi Proses Penelitian Bandung Bawahtanah Di Media Sosial**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Diseminasi Proses Penelitian Bandung Bawahtanah Di Media Sosial.

1.3. Identifikasi Masalah Penelitian

Identifikasi masalah yang dapat peneliti simpulkan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi diseminasi yang diterapkan dalam proses penelitian Bandung Bawahtanah pada *platform* media sosial Atap *Class*?
2. Apa saja faktor penghambat dalam penerapan strategi diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah pada *platform* media sosial *Facebook* dan *Youtube* Atap *Class*?
3. Mengapa diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah dilakukan di media sosial *Facebook* dan *Youtube* Atap *Class*?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi diseminasi yang diterapkan untuk proses penelitian Bandung Bawahtanah pada *platform* media sosial Atap *Class*.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan strategi diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah pada *platform* media sosial *Facebook* dan *Youtube* Atap *Class* ?
3. Untuk mengetahui alasan pemilihan media sosial *facebook* dan *youtube* Atap *Class* untuk diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah.

1.5. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis akan digunakan sebagai:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia komunikasi khususnya pada bidang jurnalistik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wacana ataupun referensi, serta mampu menimbulkan motivasi bagi penelitian berikutnya untuk meneliti ke tahap yang lebih lanjut tentang permasalahan yang ada.

3. Menjadi salah satu kajian untuk penulisan ilmiah berkenaan dengan Strategi Diseminasi Proses Penelitian Bandung Bawahtanah di Media Sosial.
4. Hasil yang didapat dari penelitian ini diharapkan akan mampu digunakan untuk pengembangan keilmuan dan kajian penelitian mengenai Strategi Diseminasi di Media Sosial.
5. Untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang bagaimana Strategi Diseminasi dalam Proses Penelitian Bandung Bawahtanah di Media Sosial.
6. Menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti tentang bagaimana Strategi Diseminasi yang diterapkan di Media Sosial untuk Proses Penelitian Bandung Bawahtanah

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis akan digunakan sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk referensi bagi penelitian yang selanjutnya.
2. Untuk menambah wawasan bagi perusahaan yang bergerak di bidang media khususnya industri kreatif dalam melakukan diseminasi konten di media sosial.
3. Menambah wawasan serta pengetahuan bagi masyarakat maupun penggiat industri kreatif mengenai strategi diseminasi yang baik di media sosial pada proses penelitian Bandung Bawahtanah.

1. Untuk menemukan strategi diseminasi proses penelitian Bandung Bawahtanah di media sosial.
2. Mengetahui hambatan dalam penerapan strategi diseminasi pada proses penelitian Bandung Bawahtanah di media sosial.
3. Mengetahui pentingnya dipilih media *facebook* dan *youtube* Atap *Class* untuk proses penelitian Bandung Bawahtanah di media sosial.

1.6. Sistematika Penulisan Penelitian

Penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang membahas hal-hal sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ringkasan sistematika, lokasi dan waktu penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi penjelasan mengenai kajian teoritis, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi penjelasan mengenai jenis penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

4. BAB IV

Berisi penjelasan mengenai objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

5. BAB V

Berisi penjelasan mengenai simpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi.

1.7. Lokasi Penelitian



Gambar 1.5 Peta Kantor PT *Atap Promotions*

Sumber : Google Maps

Penelitian ini dilaksanakan di PT. *Atap Promotions*, Kota Bandung yang berlokasi di Jalan Reog No. 57, Tungga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264.

Peneliti memilih kantor PT. *Atap Promotions* sebagai lokasi penelitian, hal tersebut dikarenakan topik penelitian yang akan diteliti berkaitan dengan divisi media di PT. *Atap Promotions*. Dimana, objek penelitian yang akan dilakukan berada di kantor PT. *Atap Promotions*, terutama pada divisi media *Atap Class* atau *EDP (Educations and Development Program)*. Peneliti juga sebelumnya telah melakukan kegiatan *job training* di PT. *Atap Promotions*, sehingga alasan tersebut dapat memudahkan peneliti dalam mendapatkan akses untuk memasuki kantor serta melakukan penelitian secara langsung di

kantor PT. Atap *Promotions*. Sebelumnya, peneliti telah berkontribusi dalam penulisan *editorial planning* serta membuat *copywriting* untuk konten *instagram* NJP (Napak Jagat Pasundan), membuat *copywriting* untuk konten *instagram* Indonesia Bawahtanah (@indonesiabawahtanah), serta melakukan transkrip video pada *platform facebook* Atap *Class* untuk penulisan buku Bandung Bawahtanah 1990-2020.

1.8. Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian Tahun 2022

Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul					
Penyusunan Proposal Penelitian					
Pengumpulan Data (Wawancara dan Dokumentasi)					

Analisis dan Pengolahan Data					
Penyusunan Laporan Akhir					