

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam masyarakat modern, informasi telah menjadi elemen yang sangat signifikan; ketergantungan terhadap informasi sangat tinggi untuk memahami dunia dan semua aspek yang ada di dalamnya. Dalam situasi ini, media juga memiliki peran dalam membentuk pandangan dunia sesuai dengan interpretasinya sendiri terhadap realitas. Saat ini, media massa bukan hanya menjadi sarana untuk mendapatkan informasi, tetapi juga menjadi bagian yang dinanti-nantikan. Permintaan akan media massa dan informasi sangat besar, dan hal ini mengakibatkan media dan informasi kadang-kadang lebih dekat dengan anggota keluarga lainnya. (Wahid, 2014)

Media massa memiliki karakteristik unik yang mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang beragam. Baik itu media cetak maupun media elektronik. Perkembangan teknologi yang pesat juga mendukung penuh kebutuhan informasi dan komunikasi, dan hal ini telah melahirkan bentuk media baru. Berkembangnya jangkauan media dan akses yang lebih mudah serta terjangkau telah mengakibatkan peningkatan penggunaan internet secara dramatis. Informasi kini dapat diakses dengan mudah, cepat, dan terjangkau oleh siapa pun yang memiliki koneksi, kapan pun dan di mana pun. Hal ini menghasilkan pergeseran menuju media baru, yang sekarang menjadi sumber utama komunikasi dan daya tarik bagi masyarakat. Wahid (2016: 79) mengemukakan bahwa media baru memberikan kapasitas untuk meningkatkan volume informasi, memberikan individu lebih banyak kontrol, dan

memungkinkan seleksi informasi yang spesifik sesuai keinginan mereka. Laporan riset oleh Wearesocial Hootsui pada Januari 2022 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 150 juta orang atau 56% dari total populasi. Angka ini meningkat dari tahun sebelumnya yang berjumlah 143 juta pengguna. Dengan jumlah pengguna media digital yang terus bertambah, muncul peluang besar untuk menarik perhatian masyarakat melalui media ini. Ini telah dimanfaatkan oleh berbagai pihak, termasuk perusahaan dan lembaga, sebagai alat komunikasi dan penyebaran informasi.

Kehadiran media baru juga memudahkan interaksi dan komunikasi masyarakat secara berkelanjutan. Media baru akhirnya berperan sebagai platform media sosial. Menurut Kotler dan Keller dalam buku *Marketing Management* (2013: 568), media sosial adalah alat yang memungkinkan konsumen untuk berbagi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain serta dengan perusahaan. Schiffman dan Kanuk (dalam Marta, 2016) menjelaskan bahwa media sosial memiliki keunggulan dalam kemampuan untuk menyampaikan pesan secara khusus kepada penerima, sambil tetap memungkinkan penerima lain untuk mendapatkan pesan yang sama. Media sosial juga memungkinkan interaksi antara pengirim dan penerima pesan, serta memungkinkan penyebaran pesan dengan mudah. Dengan media sosial, pengguna dapat berinteraksi dan membentuk komunitas berdasarkan minat yang sama. Secara esensial, media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam menciptakan, berkomentar, dan menyebarkan berbagai konten dalam format teks, gambar, audio, dan video.

Dalam era yang didominasi oleh perkembangan teknologi informasi dan internet, pergeseran paradigma dalam berinteraksi, mengakses informasi, dan mengonsumsi hiburan telah mengubah wajah komunikasi dan konten hiburan dalam masyarakat global. Platform media sosial, khususnya *Youtube*, telah menjelma menjadi panggung utama bagi para kreator konten dari berbagai lapisan masyarakat, yang dengan penuh antusiasme menyampaikan ide, gagasan, dan hiburan kepada jutaan orang di berbagai penjuru dunia. Dalam ekosistem digital yang semakin dinamis ini, video sebagai bentuk konten telah meraih supremasi, menyajikan pengalaman audiovisual yang mendalam kepada para penonton.

Salah satu genre konten yang dengan cepat mencuri perhatian dan menjadi pusat perbincangan di dalam platform *Youtube* adalah konten sketsa komedi. Sketsa komedi menjadi media yang digunakan oleh para kreator untuk memberikan hiburan sekaligus menyampaikan kritik sosial atau isu-isu tertentu melalui narasi pendek yang disajikan dengan sentuhan humor. Uniknya, sketsa komedi mampu menyedot perhatian penonton dalam waktu singkat dan mampu menghadirkan kebahagiaan dan tawa dalam sekejap.

Salah satu kanal yang mengemuka dan memikat banyak penggemar dalam genre konten sketsa komedi ini adalah "Selontok Fish Official." Kanal *Youtube* ini, dibentuk dengan semangat dan kreativitas oleh sekelompok anak muda yang berbakat dan berinovasi asal Palembang, menawarkan beragam konten yang merangkum unsur budaya lokal, humor khas, dan inovasi dalam setiap sketsa yang mereka hasilkan. Ketertarikan yang dihasilkan oleh Selontok Fish tidak hanya bersumber dari kualitas hiburan yang mereka sajikan, tetapi juga dari interaksi yang

erat yang berhasil mereka jalin dengan audiensnya. Fenomena ini tercermin melalui angka tayangan yang mengesankan, jumlah suka, komentar yang berlimpah, serta kemudahan berbagi konten yang telah mengesankan banyak pihak.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana strategi konten Selontok Fish Official dalam meraih *Engagement* di Media Sosial pada *Channel Youtube* Selontok Fish Official?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana strategi konten Selontok Fish Official dalam meraih *Engagement* di Media Sosial pada *Channel Youtube* Selontok Fish Official.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yang akan memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman strategi konten kreatif dan *engagement* pada media sosial *Youtube*. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini akan memberikan sumbangan penting dalam pemahaman tentang strategi konten kreator dalam meraih *engagement* di platform *Youtube*. Dengan menganalisis mendalam strategi kreatif Selontok Fish, penelitian ini akan mengungkapkan pola-pola dan faktor-faktor yang dapat menjadi panduan bagi kreator konten dalam merancang konten yang menarik, relevan, dan berdaya tarik tinggi. Analisis mengenai penggabungan

elemen budaya lokal dalam konten sketsa komedi akan memberikan wawasan tentang bagaimana kekayaan budaya daerah dapat diterjemahkan menjadi konten yang lebih menarik dan dapat meningkatkan daya tarik di tingkat lokal maupun internasional. Selain itu, penelitian ini akan melengkapi literatur tentang interaksikreator konten dengan audiens, dengan menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi tingkat *engagement*, serta mengidentifikasi tren dan pola perilaku interaksi di platform *Youtube*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini akan memiliki implikasi yang langsung terasa bagi berbagai pihak. Bagi para kreator konten, penelitian ini akan memberikan panduan konkret dalam merancang dan menghasilkan konten yang lebih efektif dalam membangun *engagement* dan interaksi yang lebih bermakna dengan audiens. Temuan penelitian ini akan memberikan arahan tentang pendekatan kreatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik konten, memperluas jangkauan, serta meraih respon positif dari audiens. Di sisi lain, bagi pengelola platform media sosial, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang pengembangan fitur-fitur interaktif yang lebih relevan dan efektif dalam meningkatkan tingkat *engagement* dan memfasilitasi interaksi antara kreator dan audiens. Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas konten di platform *Youtube*, merangsang kreativitas di bidang konten digital, serta memberikan panduan praktis bagi pengembangan platform media sosial yang lebih interaktif dan dinamis.

Dengan demikian, manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman dan penerapan strategi konten kreator yang efektif dalam meraih *engagement* pada media sosial *Youtube*, serta menginformasikan pengambilan keputusan di ranah pemasaran digital dan komunikasi.

1.5 Ruang Lingkup

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari pokok dan tujuan penelitian yang ingindibahas, maka penelitian hanya membatasi ruang lingkup penelitian dan hanya membahas mengenai **Strategi Konten Kreator Dalam Meraih *Engagement* pada Sosial Media di *Channel Youtube Selontok Fish Official*.**