

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@REVIVALTVID SEBAGAI PUBLIKASI**

SKRIPSI

SOVIEA MEIDIVA

044117464



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
DESEMBER 2023**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@REVIVALTVID SEBAGAI PUBLIKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Universitas Pakuan Bogor

SOVIEA MEIDIVA

044117464



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
DESEMBER 2023**

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI
SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Revivaltv** sebagai publikasi adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 29 Desember 2023

Soviea Meidiva
044117464

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Soviea Meidiva
NPM : 044117464
Tanda Tangan :
Tanggal : 29 Desember 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Soviea Meidiva
NPM : 044117464
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Revivalvid Sebagai Publikasi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 6 Januari 2024
Oleh

DEWAN PENGUJI

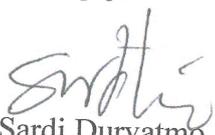
Pembimbing 1/ Penguji 1


Ismail Faufik Rusfien, M.Si
NIK. 1.1215 047 681

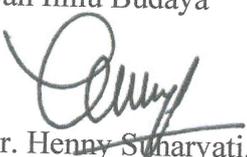
Pembimbing 2/ Penguji 2


Imani Satriani, M.Si
NIK: 1.0616 049 763

Penguji Utama

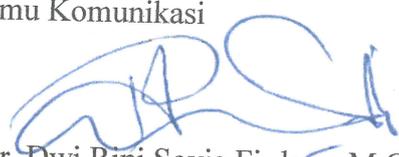

Dr. Sardi Duryatmo, M.Si
NIK. 1.0715 022 649

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Budaya


Dr. Henry Suharyati, M.Si
NIP. 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comm
NIK. 1.0113 001 607

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Revivaltvid sebagai Publikasi” ini. Penulis skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

Skripsi merupakan tugas akhir kuliah sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Adapun penyusunan skripsi ini telah penulis usahakan dengan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga penulis memiliki semangat yang tinggi dan mampu mengerjakan Skripsi ini dengan sebaik mungkin.

Tujuan penulis ini adalah untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @Revivaltvid memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk memublikasikan informasi mengenai *esport* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan keabsahan data yang dilakukan adalah triangulasi sumber.

Bogor, 29 Desember 2023

Soviea Meidiva

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa ta'ala, atas segala nikmat dan rahmat nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Henny Suharyanti, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.
2. Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Com., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan.
3. Ismail Taufik Rusfien, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
4. Imani Satriani, M. Si selaku Dosen Pembimbing 2 Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
5. Dr. Sardi Duyatmo, M.Si selaku penguji utama yang telah meluangkan waktu nya untuk memberikan pengujian terhadap skripsi yang penulis kerjakan.
6. Kepada Cing Doto dan Ritchie selaku *key* informan yang telah berkenan dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai, serta amat sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Kepada Raisya dan juga Aldian Prasetya selaku triangulasi sekaligus informan yang sudah bersedia dengan baik memberikan waktu dan kesediaanya untuk diwawancarai demi kelengkapan penulisan skripsi ini.
8. Kepada @Esport.id selaku triangulasi sekaligus informan yang sudah baik meluang waktu nya untuk melakukan wawancara demi kelengkapan penulisan skripsi ini.
9. Kepada kedua orang tua dan Keluarga yang selalu mendukung, baik dalam bentuk moral maupun material. Serta doa-doa yang selalu terpanjatkan untuk kelancaran penulis.
10. Kepada Neophyte dan divisi Neophyte Winter Ladies Mobile Legends:Bang Bang selaku sahabat penulis dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu menyemangati penulis hingga dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
11. Serta kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

BIODATA

Nama : Soviea Meidiva
NPM : 044117464
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 14 Mei 1999
Nomer Telepon : 0857-9331-8886
Surel : Sooviiia99@gmail.com
Alamat : Jl. Tasmania 1 Blok H1, Tanah Baru
Riwayat Pendidikan Formal : SDN Cilendek 1
SMP Negeri 20 Bogor
SMK Pembangunan Bogor (Marketing)
Riwayat Pendidikan nonformal : Praktik Kerja Lapangan di Ramayana Store
Praktik Kerja Lapangan di Dinas
Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota
Bogor
Prestasi :
Pengalaman Organisasi : Ketua OSIS di SMPN 20 Kota Bogor
Palang Merah Remaja di SMK
Pembangunan Kota Bogor

ABSTRAK

SOVIEA MEIDIVA. 044117464. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Revivaltvid Sebagai Publikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: **Ismail Taufik Rusfien dan Imani Satriani**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Revivaltvid dalam memublikasikan informasi mengenai Esport di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di kantor Revivaltvid yang merupakan salah satu media yang memublikasikan informasi mengenai esports dan juga akun media sosial Instagram dari Revivaltvid. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi, wawancara yang mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sangat berguna untuk berbagai macam keperluan seperti mencari informasi, menyebarkan informasi, berinteraksi dan lain sebagainya kesimpulannya Revivaltvid memanfaatkan dan menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai Esport di Indonesia dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di media sosial Instagram.

Kata kunci: esports, media sosial, pemanfaatan, publikasi, Revivaltvid

ABSTRACT

SOVIEA MEIDIVA. 044117464. 2023. Utilization of Social Media Instagram @Revivaltvid as a Publication. Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Pakuan University Bogor. Under the guidance of: **Ismail Taufik Rusfien and Imani Satriani**

This research aims to find out how Revivaltvid uses Instagram social media to publish information about Esports in Indonesia. This research uses qualitative research methods, this type of research uses a descriptive approach. This research was carried out at the Revivaltvid office, which is one of the media that publishes information about esports and also the Instagram social media account from Revivaltvid. The data collection technique used was observation, in-depth interviews and documentation. The results of this research show that Revivaltvid utilizes and uses social media to disseminate information about esport in Indonesia by using the features on social media Instagram.

Keywords: esports, publication, Revivaltvid, social media, utilization

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
BIODATA	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB 2	4
2.1 Komunikasi.....	4
2.2 Humas	5
2.3 Humas Siber	8
2.4 Media Siber.....	9
2.5 Media Sosial.....	10
2.6 Publikasi.....	12
2.7 Alur pemikiran.....	14
2.8 Definisi Konsep.....	15
2.9 Penelitian Terdahulu	18
BAB 3	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19

3.3	Jenis Sumber Data	19
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	20
3.5	Teknik Pengumpulan Data	21
3.6	Teknik Analisis Data.....	22
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	23
BAB 4	24
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
4.2	Karakteristik Media Sosial.....	29
4.3	Triangulasi Sumber (@Esports.id).....	46
BAB 5	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Publikasi informasi esport yang dilakukan oleh @revivaltvid.	16
Gambar 4. 1	Logo Revivaltvid.....	24
Gambar 4. 2	Instagram dan postingan @revivaltvid.....	25
Gambar 4. 3	Media Sosial Instagram @revivaltvid.....	27
Gambar 4. 4	Media Sosial Tiktok @revivaltvid.....	28
Gambar 4. 5	Media Sosial Youtube Revivaltvid.....	29
Gambar 4. 6	Ruangan kerja Revivaltvid.....	30
Gambar 4. 7	Penyebaran Informasi Esport akun Instagram @revivaltvid....	33
Gambar 4. 8	Penggunaan hashtag yang dilakukan @revivaltvid.....	35
Gambar 4. 9	Interaksi yang dilakukan oleh antarpengguna di postingan @revivaltvid.....	40
Gambar 4.10	Konten oleh pengguna @revivaltvid berupa postingan dan juga Reels video.....	43
Gambar 4.11	Logo Esport.id News Channel.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Subjek Penelitian.....	20
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Revivaltvaid Tahun 2023.....	26
Tabel 4.2	Struktur Organisasi Divisi Media Sosial Revivaltvaid	27

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, internet dan media sosial banyak sekali digunakan dan dimanfaatkan sebagai alat komunikasi, selain digunakan sebagai alat komunikasi media sosial juga di gunakan untuk memberi dan mencari informasi yang diinginkan. Disadari ataupun tidak, revolusi dari teknologi dan media baru memberikan dampak yang bisa dikatakan mengempung segala aspek kehidupan manusia. Mulai dari mencari teman *online*, membangun *personal branding* di media sosial, mencari informasi, berjualan dan berbelanja online, memublikasikan sesuatu hal sesuai dengan bidang pemilik akun seperti akun pemerintahan yang memublikasikan informasi untuk masyarakat setempat, akun komunitas yang memublikasikan informasi mengenai komunitas yang bersangkutan, dan lain sebagainya.

Menurut data dari Hootsuite digital report tahun 2023, pengguna internet di seluruh dunia mencapai 5.16 miliar dengan persentase 64.4% dan pengguna internet di Indonesia 212.9 Juta dengan persentase 77%. Selain itu Adapun beberapa platform media sosial yang sering digunakan menurut Hootsuite digital report tahun 2023, seperti Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok dan lainnya. Instagram menjadi *platform* kedua yang sering digunakan setelah WhatsApp dengan persentase 85.6%, media sosial *Instagram* digunakan sebagai salah satu nya untuk mencari produk yang ingin dibeli, mencari konten atau mencari berita-berita terkini.

Media sosial adalah media yang digunakan untuk berinteraksi antar satu orang dengan orang lain atau bisa dengan antar kelompok dalam jaringan tanpa bisa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan media sosial orang menjadi lebih mudah untuk berkomunikasi dimana pun dan kapan pun (Amailia dan Syahrul, 2022). Selain untuk melakukan interaksi dan juga komunikasi, media sosial kerap digunakan sebagai alat pemasaran atau promosi. Sesuai dengan data dari Hootsuite 2023 bahwa banyak pengguna media sosial baik di Indonesia maupun di seluruh dunia sehingga sangat menguntungkan bagi pengguna yang memiliki tujuan tertentu. Salah satu yang sering digunakan adalah media sosial Instagram.

Nama Instagram berasal dari kata ‘instan’ dan ‘telegram’. Kata ‘instan’ yang mendasari penamaan ‘insta’ dimaksudkan seperti polaroid yang pada masanya lebih dikenal sebagai sebutan “foto instan” sedangkan ‘telegram’ itu sendiri merujuk pada sebuah alat yang dapat menyebarkan informasi kepada orang lain dengan cepat (liputan6.com). Menurut Salamoon (2013:9), Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram. Satu fitur unik dari Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kodak Instamatic dan polaroid.

Instagram juga menjadi salah satu media sosial yang digunakan para pemain game Mobile Legends: Bang Bang. Digunakan dalam mencari informasi mengenai *tournament* ataupun tim favorit yang sedang bertanding atau mencari informasi mengenai *gameplay* dan juga melakukan interaksi dengan antarpengguna yang bermain Mobile Legends: Bang Bang. Menurut data Global Games Market 2023, pertumbuhan pasar *game* secara keseluruhan pada tahun 2023 menuju 2026 jumlah pemain di seluruh dunia akan mencapai 3.38 Miliar, pada tahun 2023 tumbuh sebesar 6.3% dari tahun ke tahun. Melihat perkembangan *esport* di Indonesia maupun di luar negeri, media sosial menjadi alat yang tepat untuk menyebarkan informasi mengenai *esport*.

Data ini pun diperkuat di Indonesia Esport Outlook 2021 yang menjelaskan bahwa dari total 274.5 juta gamers di Asia Tenggara, Indonesia berkontribusi sekitar 43% terhadap jumlah total tersebut. Saat ini Esport sudah menjadi sorotan baik di Indonesia maupun di luar Indonesia. Banyak *games* yang digandrungi baik *game mobile* maupun *game* yang berada di perangkat komputer. Salah satu *game* yang digandrungi para *player* di Indonesia adalah Mobile Legends: Bang Bang.

Sejak tahun 2018, Moonton games telah melahirkan ratusan atlet esport yang telah berkompetisi di level professional Mobile Legends: Bang Bang Profesional League (MPL). Sebagai catatan, Indonesia pernah membawa pulang medali perak di SEA GAMES 2019 di Filipina dan SEA GAMES 2020 di Vietnam (esportnesia.com). Pada tahun 2023 ada pertandingan nasional yang diselenggarakan oleh pemerintah yaitu Piala Presiden Esport 2023, menurut artikel yang di tulis dalam laman kominfo.go.id Piala Presiden Esports 2023 telah menjadi barometer dari kemajuan Esports di Indonesia. Penyelenggaraan event ini juga terbukti mampu menggerakkan begitu banyak potensi terutama dalam membuka peluang usaha dan lapangan kerja dan prestasi Esports tanah air.

Hal ini menjadi peluang para admin esport untuk menyebarkan berita tentang *esport* Indonesia terutama dalam divisi Mobile Legends: Bang Bang. Banyak sekali akun-akun media sosial yang menyebarluaskan informasi mengenai Esport Indonesia. seperti akun Instagram @revivaltvid yang menggunakan Instagram untuk memublikasikan berita tentang esport di Indonesia terutama ketika adanya *tournament* besar seperti MPL dan M-Series kelas dunia ataupun SEAGAMES. Selain itu @revivaltvid pun selalu menyebarkan informasi yang terkini dan juga terpercaya dan menjadi salah satu media *esport* besar di Indonesia.

Revivaltvid berawal dari sebuah komunitas esport yang dibentuk dalam acara gathering pada tahun 2009. Senz Houston adalah pendiri Revivaltvid, awalnya Senz membuat Revival untuk menjadi tim yang mengikuti turnamen-torneamen esport, seperti Dota 2, League of Legends, CS:GO, vainglory dan lain sebagainya. Setelah 3 tahun mendalami esport, Sanz berkata sulit untuk membuat tim esport di Indonesia yang bergerak dalam jangka Panjang. Sanz akhirnya memutuskan untuk membuat Revivaltvid

untuk lebih fokus untuk memberikan eksposur terhadap esports. Revivaltvid sebelumnya dinamakan DTVI yang saat itu memiliki 13.000 subscriber.

Dengan adanya media sosial Revivaltvid bisa menjadi lebih aktif dalam memberikan eksposur esports kepada kalangan masyarakat, sehingga esports sekarang sangat di pandang dalam nasional maupun internasional. Tentu nya dengan setiap postingan di media sosial @revivaltvid dapat mengenalkan para *player* ternama di Indonesia dan tentu nya dapat mengenalkan Indonesia di luar negeri. Revivaltvid menggunakan media sosial diantaranya Facebook dan Instagram untuk memberikan informasi mengenai esports terlebih Ketika ada nya tournament kelas dunia yang sedang diadakan seperti M-Series. Adanya revivaltvid memudahkan dalam memublikasikan informasi mengenai esports.

Publikasi adalah rangkaian kegiatan untuk menyediakan atau menyebarkan informasi baru kepada para pengguna media sosial. Bentuk publikasi bermacam-macam, meliputi buku, teks, gambar, dan konten audio visual. Publikasi dalam media sosial berupa gambar dan konten audio visual dengan desain yang khas yang menarik dan berisi informasi yang disajikan kepada pengguna media sosial. Tentu nya informasi yang disebarkan melalui media sosial dapat di akses dengan mudah dimana pun dan kapan pun.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan akun Instagram @revivaltvid sebagai publikasi info tentang esports?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pemanfaatan akun Instagram @revivaltvid sebagai publikasi info tentang esports

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, penelitian ini dapat memperluas wawasan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat publikasi
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan dasar dan berkontribusi untuk penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat publikasi.
3. Bermanfaat bagi Revivaltvid dalam melakukan evaluasi publikasi yang sudah dilakukan sebelumnya.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang dipakai oleh manusia dalam kegiatan sehari-hari, dalam bersosialisasi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang di dalamnya berisi pesan-pesan dan juga makna tertentu.

Harlord D. Laswell mengemukakan bahwa di dalam komunikasi terdapat unsur-unsur yang perlu dilengkapi guna tercapainya suatu pesan, diantaranya:

1. **Komunikator**

Komunikator ialah perorangan atau suatu Lembaga yang memiliki pesan dan pesan tersebut akan di sampaikan kepada perorangan lagi ataupun audiens dan juga khalayak secara langsung ataupun tidak langsung seperti menggunakan media yang tersedia. Seorang komunikator juga bertindak sebagai pembawa pesan atau sumber pesan.

2. **Pesan**

Setelah adanya komunikator tentu ada pesan yang dibawa dan perlu disampaikan, pesan yaitu suatu objek yang merupakan sumber dari sebuah informasi yang dibawa oleh komunikator.

3. **Media**

Media adalah sarana penghubung antara komunikator dan juga komunikan sebagai penerima pesan, media ini bisa bersifat verbal maupun non verbal contoh nya seperti melalui surat, berbicara tatap muka, media sosial, *website*, konferensi pers dan lain sebagainya.

4. **Komunikan**

Komunikan adalah orang, Lembaga ataupun khalayak yang menerima pesan yang di sampaikan oleh komunikator.

5. **Efek**

Efek yaitu hasil yang dapat di lihat setelah komunikan menerima pesan dari komunikator di tolaknya atau di terimanya pesan tersebut. (Caropeboka, 2017:24)

Dari pendapat tersebut dapat di simpulkan bahwa komunikasi adalah sarana yang digunakan untuk bersosialisasi dan adanya unsur-unsur komunikasi sebagai pelengkap dari komunikasi itu sendiri. Dengan demikian komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang berisi pesan ataupun makna tertentu dengan menggunakan media sebagai penghubungnya dan yang akhirnya menimbulkan efek terhadap komunikan.

Komunikasi juga terdapat beberapa bagian, diantaranya:

1. **Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung di dalam diri seseorang. Komunikasi intrapersonal menggunakan

Bahasa dan pikiran yang dilakukan secara internal. Salah satu contohnya yaitu *selftalk*, *selftalk* adalah sebuah aktivitas individu atau seseorang dalam berpikir, menafsirkan sebuah peristiwa, atau menanggapi pengalaman yang pernah dialaminya.

2. komunikasi antarpersonal
komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antar individu. Menurut Knap dan Dally komunikasi antarpersonal adalah sebuah komunikasi antara seseorang dengan orang lain meskipun dilakukan tidak dengan tatap muka yang artinya komunikasi antarpersonal bisa dilakukan secara verbal ataupun non verbal melalui sebuah media.
3. Komunikasi Kelompok
komunikasi kelompok adalah komunikasi antar seseorang sebagai sumber pesan kepada sekelompok orang sebagai pesan, contohnya seperti rapat, *briefing* dan *focus group discussion*.
4. Komunikasi Organisasi
komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang terjadi di dalam sebuah organisasi baik secara formal maupun non formal. Dalam komunikasi organisasi terdapat bagian lagi yaitu komunikasi internal yang dilakukan oleh anggota-anggota organisasi yang terkait dan juga komunikasi eksternal yang dilakukan dari organisasi kepada tokoh agama, iklan, investor.
5. Komunikasi Publik
komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan antar seseorang dengan khalayak banyak, melalui komunikasi publik biasanya komunikator memiliki tujuan. Seperti kepala desa yang menyampaikan dampak dari banjir, tujuan yang dimiliki kepala desa adalah agar penduduk desa tersebut dapat menanggulangi banjir.
6. Komunikasi Massa
Menurut Breiner komunikasi massa adalah sebuah pesan yang dikomunikasikan melalui media sosial dengan jumlah khalayak yang tidak terbatas, pesan tersebut bisa dikomunikasikan melalui media massa cetak seperti koran, tabloid ataupun media elektronik. (Dyatmika, 2020:32-69)

2.2 Humas

2.2.1 Pengertian Humas

Menurut Scoot M. Cutlip (2007) dalam Armayanti (2021:2) menjelaskan bahwa humas adalah menjalankan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antar organisasi tersebut. Sedangkan Hairunnisa (2015) dalam Armayanti (2021:4) humas adalah kegiatan yang membangun dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat sekitar yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan.

Menurut Dominick (2010) dalam Armayanti (2021:3) humas mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik yang artinya humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi perusahaan dan humas harus mengumpulkan informasi dari khalayak dan melaporkan kepada manajemen jika informasi tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen
2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi, humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan perusahaan.
3. Humas merupakan fungsi manajemen yang berfungsi untuk membantu manajemen menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan.

2.2.2 Ruang Lingkup Humas

Saputra dan Nasrullah *dalam* Priansa, (2017:152) menyatakan bahwa ruang lingkup humas berdasarkan jenis organisasi adalah sebagai berikut.

1. Humas Pemerintah

Lembaga-lembaga pemerintah pusat sampai tingkat daerah tentu saja memiliki humas di dalamnya untuk mengelola informasi dan opini publik. Informasi mengenai kebijaksanaan pemerintah yang perlu disebarluaskan seluas-luasnya, opini publik yang dikaji, diolah dan dikaji untuk menjadi dasar pengambilan keputusan dan juga evaluasi.

2. Humas Organisasi Bisnis

Organisasi bisnis merupakan organisasi yang memiliki kekhasan dalam sifat, fungsi, dan tujuan utamanya. Hubungan masyarakat dalam organisasi bisnis berkaitan dengan hubungan masyarakat yang dibangun dengan bagian berikut.

a. Pegawai

Pegawai merupakan salah satu penggerak utama organisasi bisnis. Hubungan baik dengan pegawai tentu saja dapat menciptakan suasana kerja yang kondusif dan produktivitas pegawai akan meningkat.

b. Pemegang saham (*Shareholder Relationship*)

Dalam organisasi bisnis yang sudah *go public* tentu saja tugas seorang humas akan bertambah dan harus membina hubungan yang harmonis dengan para pemegang saham dan jajaran direksi selaku pelaksana kebijakan.

c. Pelanggan (*Customer Relationship*)

Pelanggan menjadi salah satu kunci penting dalam organisasi bisnis, dengan adanya pelanggan tentu saja bisnis yang dijalankan bisa berjalan dengan semestinya, maka dari itu membina hubungan yang baik dengan pelanggan sangatlah penting dan hal tersebut dalam melalui publikasi, berbagai macam acara, berita dan pencitraan.

d. Komunitas (*Community Relationship*)

Organisasi bisnis dengan target tertentu harus membina hubungan baik dengan pelanggan, terutama yang berada di dalam sebuah komunitas. Komunitas umumnya memiliki pelanggan yang sangat loyal pada organisasi dan memiliki keterikatan baik secara emosional ataupun fisik.

e. Pemerintah (*Government Relations*)

Pemerintah adalah sebagai pemegang otoritas regulator yang harus dibina dengan baik hubungan baiknya. Memiliki hubungan baik dengan pemerintah tentu nya dapat membantu organisasi bisnis untuk mengomunikasikan berbagai hal yang dihadapi oleh kalangan pengusaha.

f. Pers (*Pers Relations*)

Pers atau media adalah salah satu kekuatan besar yang dapat mengubah sebuah opini. Pers bergerak atas nama publik dan bekerja untuk menyoroiti isu-isu yang berkaitan dengan publik. Memiliki hubungan baik dengan pers tentu nya menjadi sebuah keuntungan untuk organisasi bisnis untuk membangun citra yang positif.

2.2.3 Tujuan Humas

Pada dasar nya semua tentu nya memiliki tujuan, humas pun memiliki tujuan, menurut Ruslan (2008) *dalam* Priansa (2017:156) menjelaskan bahwa tujuan humas adalah menciptakan hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya. Tentu nya dengan tujuan memiliki hasil terciptanya citra positif, kemauan baik, saling menghargai, dan toleransi diantara kedua belah pihak.

2.2.4 Aktivitas Humas

Cutlip dan Center (2005) *dalam* Priansa (2017:162) menyatakan bahwa ruang lingkup humas terdiri atas tujuh bidang aktivitas utama, yaitu.

1. Publikasi (*Publication*)

Setiap fungsi dan tugas seorang humas adalah menyelenggarakan publikasi dan menyebarkan informasi melalui berbagai media mengenai kegiatan dan aktivitas organisasi.

2. Acara-acara (*Event*)

Acara-acara yang dimaksud adalah merancang berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan produk dan layanan yang disediakan oleh organisasi, melalui acara-acara yang dibuat dapat meningkatkan *awareness* dan juga dapat mempengaruhi opini public.

3. Pemberitaan (*News*)

Berupaya menciptakan berita dan juga melakukan publikasi yang dibuat melalui *press realease*, *newsletter*, dan lain-lain. Maka dari itu seorang praktisi humas harus memiliki kemampuan menulis yang baik untuk menciptakan publisitas.

4. Kepedulian terhadap komunitas (*Community involvement*)

Keterlibatan seorang humas dalam tugas nya sehari-hari adalah mengadakan kontak sosial dengan masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan komunitas yang dapat berdampak terhadap organisasi.

5. Menginformasikan dan membangun citra (*Inform or build image*)

Salah satu fungsi utama humas adalah memberikan informasi kepada publik yang dapat menarik perhatian publik sehingga terjadi nya opini yang baik sehingga dapat membangun citra organisasi yang positif.

6. Lobi dan negosiasi (*Lobbying and negotiation*)

Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi praktisi humas. Tujuan lobi adalah untuk meraih kesepakatan atau memperoleh dukungan dari individu dan Lembaga yang berpengaruh bagi keberlangsungan organisasi.

7. Tanggung jawab sosial (*Social responsibility*)

Memiliki tanggung jawab sosial adalah aktivitas hubungan masyarakat menunjukkan bahwa organisasi bisnis memiliki kepedulian terhadap masyarakat.

2.3 Humas Siber

Seiring berkembangnya jaman dan juga teknologi komunikasi berita dan informasi kini dapat disebarluaskan dalam hitungan detik dan dapat dibaca semua orang dimanapun berada. Dengan dukungan internet sangat memudahkan untuk mempublikasikan sebuah informasi dan juga mencari informasi. Tentunya dengan kehadiran internet ada dampak positif dan juga dampak negatif. hal ini mengharuskan seorang humas selalu memperbaharui apapun yang baru termasuk perkembangan teknologi.

Dalam berkembangnya teknologi tentu nya membuat dunia humas menjadi sedikit berbeda, perkembangan teknologi saat ini melahirkan alat dan juga media baru yang membuat praktisi humas memiliki ruang lingkup yang baru dalam menjalin hubungan dengan publiknya. Yang kemudian memiliki istilah baru dalam dunia humas yaitu *Cyber Humas* atau Humas Siber.

Fungsi dan tugas humas sama seperti sebelum nya hanya saja yang membedakan disini adalah alat atau media yang digunakan. Sebelumnya humas menggunakan media massa untuk melaksanakan tugas nya dengan adanya media baru yaitu media elektronik, seorang humas harus mengubah media dalam melakukan tugasnya sesuai dengan berkembangnya teknologi.

Secara definitive humas siber merupakan kegiatan humas yang dilakukan dengan sarana media elektronik internet. Istilah *cyber/cyberspace* pertama kali diperkenalkan oleh Willian Gibson dalam bukunya yang berjudul *Neuromancer* dan di Indonesia sendiri istilah *cyberspace* dikenal dengan sebutan Dunia Maya. Emilia (2013) dalam Hasugian et al., (2020:168).

Dalam Nasrullah (2017:77) menjelaskan bahwa ruang siber ibarat *hyperral state* di mana ruang ini dimiliki, diatur, sampai dikontrol, baik melalui sistem jaringan kabel maupun nirkabel (*wireless*) dengan menggunakan perangkat teknologi. Secara sederhana kata siber merujuk pada apa yang berada di dalam internet, namun tidak hanya internet sebagai sebuah perangkat teknologi tetapi juga interaksi yang ada di dalamnya, komunikasi, data, perangkat antarmuka, sampai pada penggunaannya.

2.4 Media Siber

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi pun membawa perubahan dalam aktivitas *public relation* dalam mencapai tujuan yang direncanakan. Dahulu sebelum kemunculan *internet* aktivitas humas dilakukan melalui media cetak seperti koran, majalah dan juga media elektronik seperti televisi dan juga radio. Tetapi dengan kemunculan *internet* aktivitas humas pun mengalami perubahan dan perkembangan baru menggunakan media. Dengan keberadaan *internet* pun memudahkan aktivitas humas dalam menjalankan peran nya. Dan muncul lah istilah *cyber public relation* atau humas siber.

Menurut Sujanto (2019) dalam daud et al bahwa strategi *public relation* mengalami perkembangan dan mengalami babak baru dalam melakukan aktivitas penyebaran informasi dan juga melakukan komunikasi. Dahulu pada saat melakukan penyebaran informasi dan publikasi humas cenderung memakai media cetak ataupun media elektronik, tetapi semenjak ada nya *internet* humas mengalami sedikit perubahan dalam menggunakan media yaitu media *online* dan tentu nya ada perubahan dalam pola komunikasi. Berbagai macam media *online* yang berkembang semakin memudahkan *public relations* dalam menjalankan program-programnya termasuk juga dengan cara kerja *public relations*. Ada nya beberapa media yang digunakan dalam humas siber, di antaranya:

1. Situs (*web*)
Situs merupakan halaman yang memuat informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi hingga berisi tautan dari halaman web lain nya.
2. E-mail
Email atau surat elektronik ini merupakan salah satu media siber yang sering digunakan setelah web
3. Forum di internet
Forum di internet bekerja pada komunitas yang memiliki kesukaan yang sama atau minat yang sama.
4. Blog
Pada awal nya blog digunakan untuk pribadi, memuat tautan ke web lain dan diperbarui setiap hari. Perkembangan blog selanjutnya memuat jurnal.
5. Wiki
Wiki merupakan situ yang mengumpulkan artikel maupun berita dengan menggunakan kata kunci.
6. Aplikasi pesan
Teknologi berkembang pesat sehingga saat ini untuk melakukan komunikasi tidak hanya melalui telepon dan juga SMS dengan ada nya

internet dalam telepon genggam kini bisa menggunakan aplikasi pesan seperti *WhatsApp*, *Kakaotalk*, dan sebagainya.

7. Internet

Internet tidak lagi hanya menampilkan foto atau video sekarang media internet berkembang dan dapat menyiarkan secara langsung siaran televisi ataupun radio.

8. Peer-to-peer

Sama halnya dengan SMS peer-to-peer merupakan media untuk berkomunikasi antar-pengguna internet seperti berbincang atau saling mengirim file, contohnya *Google Talk*.

9. Media sosial

Kehadiran jejaring sosial atau sering disebut media sosial juga merupakan salah satu media humas siber yang sering digunakan untuk melakukan publikasi dan juga penyebaran informasi, media sosial contohnya seperti *Facebook*, *twitter*, *Instagram* dan lain sebagainya. (Nasrullah, 2022:25-37)

2.5 Media Sosial

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015:11), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Maka dari itu media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator yang menyediakan fasilitas kepada para pengguna untuk melakukan aktivitasnya entah itu berinteraksi, melakukan penjualan, publikasi dan lain sebagainya. Yang dapat diakses dimana pun dan kapan pun.

Media sosial ada berbagai macam jenis *platform* menurut penelitian *Hootsuite* ada 4 *platform* yang sering digunakan diantaranya *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* dan *Youtube* yang digunakan oleh pengguna dengan hal yang berbeda-beda ada yang menggunakan sebagai alat komunikasi, sebagai alat melakukan penjualan dan juga alat untuk melakukan publikasi informasi kepada khalayak.

Menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2015:11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publikasi untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Bukan berarti tidak ada karakter umum atau makro, hanya pembahasan karakteristik media sosial ini dipandang perlu untuk melihat perbedaan dengan media lainnya (Nasrullah, 2015:16).

Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

1. Jaringan (*Network*) Antar Pengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*. (Castells, 2002 dalam Nasrullah, 2015). Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di

antara penggunanya, tidak peduli apakah di dunia nyata saling kenal atau tidak namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi (*information*)

Media sosial menjadi salah satu alat untuk menyebarkan ataupun mencari sebuah informasi, dengan adanya media sosial semua orang bisa dengan mudah menyebarkan informasi atau bahkan mencari informasi yang memang ingin di ketahui, cukup mengetik *keyword* yang ingin di cari. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna.

3. Arsip (*archive*)

Teknologi *online* telah membuka kemungkinan-kemungkinan baru dari penyimpanan gambar (bergerak atau diam), suara, juga teks yang secara meningkat dapat di akses secara massal dan dari mana pun, kondisi ini terjadi karena pengguna hanya memerlukan sedikit pengetahuan teknis untuk menggunakannya. (Gane & Beer, 2008). Kehadiran media sosial memberikan akses terhadap penyimpanan, pengguna tidak lagi berhenti memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Penyimpanan arsip ini terjadi ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data.

4. Interaksi (*interactivity*)

Interaksi menjadi karakter dasar dari media sosial, karena dalam media sosial dapat terbentuk jaringan antarpengguna. Interaksi dalam media sosial merupakan salah satu yang membedakan media lama dan media baru. Menurut David Holmes (2005) dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya, sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

5. Simulasi (*simulation of society*)

Berdasarkan pendapat dari Baudrillard dalam Nasrullah (2015) mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi itu disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

6. Konten Oleh Pengguna (*user-generated content*)

Konten oleh pengguna merupakan relasi simbios dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al. dalam Nasrullah 2015). Konten yang di buat tergantung dengan keinginan pemilik akun, bisa berupa konten gambar, video, ataupun reels atau konten yang di buat di live streaming.

7. Penyebaran (*share / sharing*)

Praktik penyebaran ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lainnya. Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol *share* di *YouTube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.

2.6 Publikasi

Pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh para pengguna sangat berbagai macam, media sosial terutama Instagram bisa digunakan sebagai akun pribadi untuk memposting kegiatan sehari-hari, berinteraksi dengan antarpengguna dan media sosial juga banyak digunakan seperti untuk media promosi ataupun sebagai media publikasi yang menyebarkan informasi-informasi yang bermacam-macam. Media sosial sebagai media publikasi bukanlah hal baru untuk saat ini. Publikasi itu sendiri menurut Kustadi Suhadang (2004) dalam Abidin (2021:105) menjelaskan bahwa “aktivitas yang memberi pengetahuan kepada publik, dan atau sebagai pengolahan serta penyebaran tulisan yang dapat publik konsumsi termasuk informasi yang ada pada buku, sebuah karya non-fiksi, koran, dan sebagainya disebut dengan publikasi.” (Nugroho, 2013) dalam Abidin. 2021:105. Jadi salah satu pemanfaatan media sosial yaitu untuk melakukan publikasi dikarenakan saat ini internet dan juga media sosial menjadi alat untuk berkomunikasi dan juga mencari sebuah informasi.

Adapun jenis-jenis publikasi dalam kehumasan, diantaranya.

1. Publikasi dengan cara kegiatan tidak langsung
Kegiatan publikasi dengan cara tidak langsung yaitu publikasi yang menggunakan perantara media, seperti radio, media cetak, televisi, pameran dan juga internet. Semua informasi yang ingin dipublikasikan melalui media yang mana praktisi humas tidak bertatap muka secara langsung dengan publiknya.
2. Publikasi dengan cara kegiatan langsung
Kegiatan publikasi secara langsung kebalikan dari kegiatan tidak langsung yang mana praktisi humas melakukannya dengan bertatap mata dengan publiknya melalui kegiatan-kegiatan publik seperti rapat bersama, bazar, ceramah ataupun acara (*event*) yang diselenggarakan untuk mencapai tujuan tertentu yaitu mempublikasikan sebuah informasi.

Selain jenis-jenis publikasi, tentunya pemilihan media sebagai publikasi menjadi sangat penting untuk menjangkau publik. ada 3 media yang dijadikan sebagai publikasi, yaitu.

1. Media cetak

Media cetak menjadi salah satu media yang memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi secara luas, media cetak terdiri dari beberapa lampiran kertas yang di dalamnya terdapat beberapa kata, foto maupun gambar yang berwarna. Media cetak berisi beberapa informasi yang sudah dibuat oleh penulisnya. Media cetak dalam menjangkau publik yang luas dan tergolong memiliki biaya yang murah tetapi media cetak hanya memiliki komunikasi satu arah.

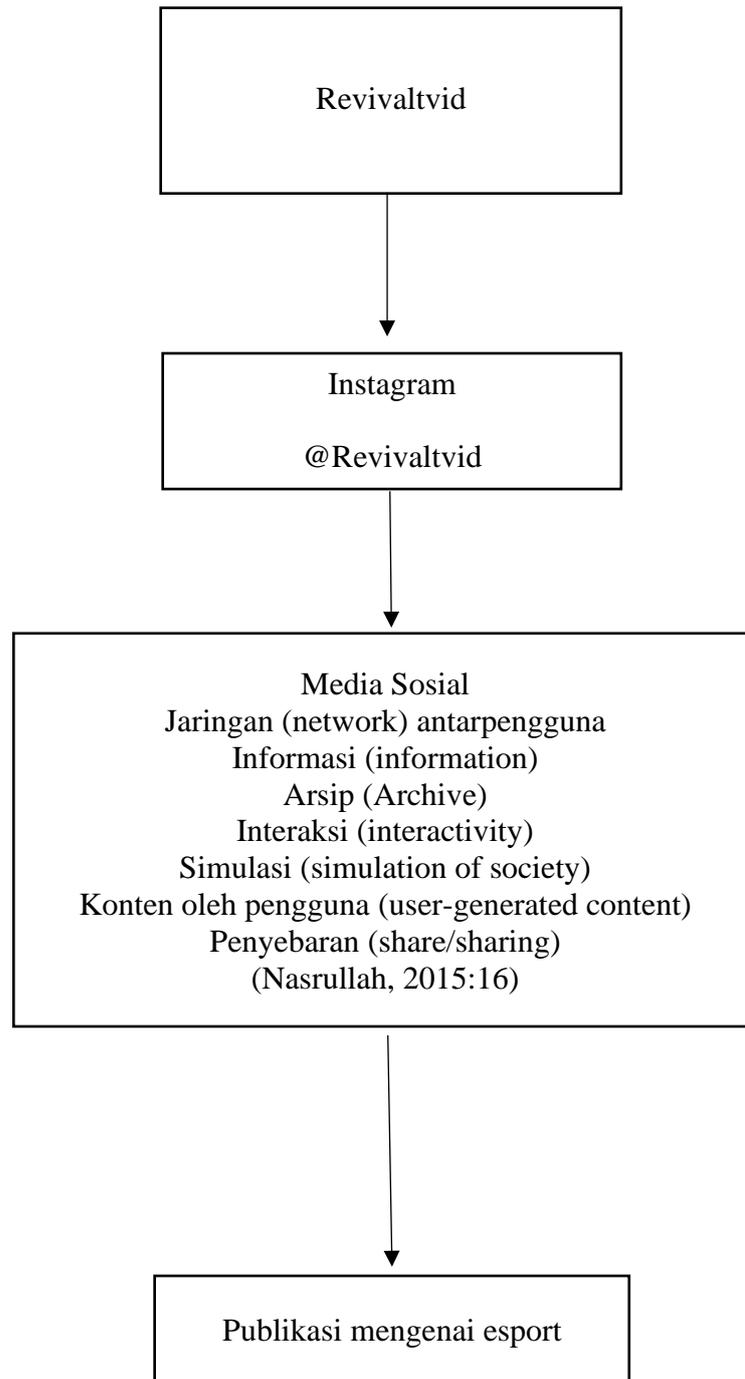
2. Media elektronik

Media elektronik terdiri dari radio dan juga televisi yang tentu nya memiliki jangkauan yang lebih luas daripada media cetak. Media elektronik bersifat audio dan visual yang mana publik bisa melihat dan mendengar informasi yang disampaikan. Tapi berhasil atau tidak nya tergantung pada program acara yang dibuat, dan hal tersebut dapat menjangkau publik sampai ke pelosok.

3. Media sosial

Berbeda dengan media cetak dan juga media elektronik, media sosial dapat menjangkau publik dengan luas hanya dengan menggunakan perangkat elektronik seperti ponsel, komputer, tablet dan lain sebagainya dengan menggunakan internet untuk mengaksesnya. Media sosial memudahkan para penggunanya dikarenakan tidak mengenal ruang dan waktu yang artinya dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini sangat menguntungkan dikarenakan hanya memakan biaya yang tidak banyak. Anshari & Hannah (2018:142-143).

2.7 Alur pemikiran



2.8 Definisi Konsep

1. Revivaltvid

Revivaltvid berasal dari komunikasi esport pada tahun 2009, Senz Houston adalah pendiri dari @revivaltvid. Awalnya Senz membuat Revivaltvid sebagai sebuah tim yang mengikuti turnamen *esport*, lalu setelah 3 tahun mendalami esport Sanz berkata sulit untuk membuat tim esport di Indonesia yang bergerak dalam jangka Panjang. Maka dari itu Sanz memutuskan untuk menjadikannya Revivaltvid untuk lebih fokus memberikan eksposur terhadap *esport*. Revivaltvid sebelumnya dinamai DTVI dengan memiliki 13.000 *subscriber* pada saat itu.

Saat ini Revivaltvid menjadi salah satu media dan media massa yang pertama kali dibuat untuk publikasi mengenai esport. Revivaltvid memiliki kantor yang beralamat di Jl. H. kelik No. 14, RT 03/ RW 08 Klp. Dua, Kec. Kebon jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah khusus ibukota Jakarta. 11550.

2. Instagram Revivaltvid

Revivaltvid aktif di media massa elektronik, seperti *website* yang dapat di akses di <https://Revivaltvid.id> dan juga aktif di beberapa media lain nya seperti Facebook dan Instagram. Revivaltvid sangat aktif mempublikasikan mengenai esport di Instagram dengan membuat konten-konten seputar berita esport, akun Instagram Revivaltvid dapat di cari dengan *username* @revivaltvid yang memiliki postingan aktif sebanyak 13.9000 dan juga *followers* aktif sebanyak 351.000 pengguna.

3. Media Sosial

1. Jaringan (*Network*) antarpengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*. (Castells, 2002 dalam Nasrullah, 2015)

Dalam hal ini pembuat konten dan juga penikmat konten dapat mengakses melalui perangkat teknologi yang dimiliki pengguna.

2. Informasi (*information*)

Media sosial menjadi salah satu alat untuk menyebarkan ataupun mencari sebuah informasi, dengan adanya media sosial semua orang bisa dengan mudah menyebarkan informasi atau bahkan mencari informasi yang memang ingin di ketahui, cukup mengetik *keyword* yang ingin di cari.

Dengan keyword atau kata kunci yang di ketik akan memunculkan informasi yang ingin diketahui atau yang sedang dicari, contoh nya saat menjadi informasi mengenai pertandingan M-series esport dengan mengetik nama tim seperti “RRQ HOSHI” maka akan muncul dan Revivaltvid biasa nya selalu memenuhi kata kunci yang dicari jika mengenai esport.

3. Arsip (*archive*)

Teknologi *online* telah membuka kemungkinan-kemungkinan baru dari penyimpanan gambar (bergerak atau diam), suara, juga teks yang secara meningkat dapat di akses secara massal dan dari mana pun, kondisi ini terjadi karena pengguna hanya memerlukan sedikit pengetahuan teknis untuk menggunakannya. (Gane & Beer, 2008)

4. Interaksi (*interactivity*)

Interaksi menjadi karakter dasar dari media sosial, karena dalam media sosial dapat terbentuk jaringan antarpengguna. Interaksi dalam media sosial merupakan salah satu yang membedakan media lama dan media baru. Menurut David Holmes (2005) dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya, sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

5. Simulasi (*simulation of society*)

Jean Baudrillard, *simulation and Simulacra* (1994) dalam Nasrullah (2015) mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khayalak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi itu disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

6. Konten Oleh Pengguna (*user-generated content*)

Konten oleh pengguna merupakan relasi simbios dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al., 2003: 221 dalam Nasrullah 2015).

7. Penyebaran (*share / sharing*)

Penyebaran merupakan ciri khas dari media sosial, penyebaran memiliki 2 jenis yaitu penyebaran melalui konten dan juga penyebaran melalui perangkat. Penyebaran melalui konten yaitu merupakan informasi yang disebarakan melalui media sosial dengan menggunakan konten dan sedangkan penyebaran melalui perangkat yaitu dengan cara memanfaatkan fitur yang terdapat di media sosial tersebut seperti menekan tombol *share* di akun media sosial dan menyebarkannya ke *platfrom* lainnya.

4. Publikasi Mengenai Esport

Aktivitas yang memberi pengetahuan kepada publik, dan atau sebagai pengolahan serta penyebaran tulisan yang dapat publik konsumsi termasuk informasi yang ada pada buku, sebuah karya non-fiksi, koran, dan sebagainya disebut dengan publikasi. Dalam hal ini Revivaltv sangat aktif dalam mempublikasikan hal-hal mengenai *esport* di Indonesia dengan melalui konten-konten yang di buat di media sosial Instagram @Revivaltv. Dalam pertandingan nasional dan juga internasional, Revivaltv sangat aktif dalam memublikasikan informasi terutama mengenai tim-tim yang berada di Indonesia, seperti contoh nya saat tim *esport* Indonesia akan memberikan perwakilan tim yang akan bertanding di SEA GAMES ke-32 Kamboja dan Revivaltv sudah mempublikasikan nya lewat akun Instagram @revivaltv dan juga mengikuti perjalanan pertandingan yang diselenggarakan.



Gambar 2.1 Publikasi informasi esport yang dilakukan oleh @revivaltv

2.9 Penelitian Terdahulu

Pembahasan penelitian pemanfaatan media sosial Instagram sebagai publikasi sebelumnya sudah banyak dibahas, salah satu penelitian yaitu mengenai “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI SUBBAGIAN PROTOKOL PEMERINTAH KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR” yang ditulis oleh Kaimala Zuarni Abidin dari program studi hubungan masyarakat Universitas Negeri Jakarta 2021.

Penelitian tersebut membahas mengenai bagaimana memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media publikasi dengan menerapkan etika dan aturan yang mengikat pengikutnya. Dan bagaimana subbagian protokol pemerintah kota administrasi Jakarta Timur melakukan produksi dan juga konsumsi konten pada akun Instagram @protokol_jaktim. Komunikasi yang dilakukan bersifat informatif hanya memberikan informasi kepada publik.

Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data primer, yaitu mewawancarai Rachviansyah selaku admin sosial media @protokol_jaktim sebagai *key informan*, Rima Wahyuningrum selaku admin @kominfotik.jt sebagai pemberi data untuk konten @protokol_jaktim dan sumber sekunder dengan cara mewawancarai Celina Sonia selaku pengikut akun Instagram @protokol_jaktim. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yaitu sumber dan teknik.

Pemanfaatan media sosial tersebut dilakukan dengan cara membuat story Instagram dan posting konten pada akun media sosial Instagram @protokol_jatim, konten yang dibagikan mulai dari kegiatan yang dilakukan oleh protokol, himbuan pemerintah, peringatan hari-hari besar, ucapan belasungkawa, hingga perayaan ulang tahun. Hasil penelitian mengatakan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur adalah untuk mengenalkan protokol Jakarta Timur kepada publik mengenai kegiatan yang dilakukan dan menunjukkan bagaimana pekerjaan protokol Jakarta Timur yang sebenarnya, serta meningkatkan citra positif kepada masyarakat.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) OLEH HUMAS SMAU CT FOUNDATION SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN” yang ditulis oleh Hasan Sazali studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tahun 2021. Penelitian tersebut membahas memanfaatkan media sosial sebagai media informasi dan publikasi untuk meningkatkan citra Lembaga pendidikan.

Metode penelitian yang dilakukan yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan Teknik pengumpulan data yang di dapat dari akun Instagram @smau.ctf, observasi dan melakukan wawancara dengan *key informan* yang bernama bapak Fahmi sebagai humas CT Foundation.

Humas SMAU CT Foundation menggunakan media sosial Instagram sebagai strategi meningkatkan citra Lembaga dan juga mengenalkan sekolah ke public. Terdapat hambatan di area sekolah dikarenakan tidak adanya fasilitas seperti plang nama sekolah. Maka dari itu Hasil Penelitian

menjelaskan bahwa dengan media sosial Humas SMAU CT lebih mudah untuk mengenalkan sekolah kepada publik melalui konten dan video yang dibuat kemudian di posting ke media sosial Instagram untuk membentuk kesadaran masyarakat terhadap kehadiran sekolah SMAU CT.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DIGITAL DI SMP BINA ANAK SHOLEH KABUPATEN TUBAN” yang ditulis oleh Titik Meila Fawzianti, studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri tahun 2022.

Pembahasan penelitian tersebut adalah mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi digital di SMP BINA ANAK SHOLEH dan implikasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi digital.

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian tersebut adalah metode kualitatif yang menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primernya adalah kepala sekolah, waka humas, admin sosial media sekolah tersebut, perwakilan guru, perwakilan siswa dan wali murid sedangkan data sekundernya berupa dokumentasi dari akun media sosial SMP BINA ANAK SHOLEH. Adapun Teknik penelitian yang dilakukan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk pengecekan keabsahan datanya menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian tersebut adalah pemanfaatan media sosial yang digunakan menjadi sarana komunikasi dan sarana penyebaran informasi yang dikelola dan dibagikan oleh tim media. Dan juga adanya implikasi yaitu dampak positif media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi dan sarana penyebaran informasi sehingga memudahkan orang-orang yang berkaitan dengan sekolah tersebut dan juga adanya dampak negatif yaitu adanya kendala yang memegang sosial media dikarenakan adanya beban ganda sebagai pengelola dan juga guru tetapi hal ini dapat diatasi dengan adanya evaluasi yang dilakukan.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan media sosial Instagram yang digunakan sebagai media publikasi, sesuai dengan fokus penelitian maka penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Yang arti nya peneliti terlibat langsung dalam penelitian sebagai pengamat, pewawancara dan juga dalam hal pengumpulan data (Sugiyono, 2016:9)

Menurut Bogdan dan Taylor *dalam* Zuchri (2021:30) menjelaskan bahwa metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. yang dapat diartikan sebagai suatu penelitian yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, maupun deskripsi tentang suatu fenomena.

Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami berdasarkan teori fenomena logis untuk meneliti masalah sosial dalam suatu kawasan dari segi latar dan cara pandang objek yang diteliti secara holistik (Zuchri 2021:32) yang mengutamakan kualitas data, serta disajikan secara naratif. Secara sederhana penelitian kualitatif bertujuan menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Winami 2018: 146).

Akhirnya dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan paradigma alamiah terhadap suatu objek untuk menemukan suatu fenomena yang disajikan secara naratif dengan peneliti sebagai instrumen kunci.

Dalam penelitian ini peneliti terlibat langsung dalam proses penelitian sebagai pengamat, pewawancara dan pengumpulan data.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu media yang memublikasikan mengenai esport di Indonesia yaitu Revivaltvid yang beralamat di Jl. H. Kelik No.14, RT.3/RW.8, Klp. Dua, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11550 dan juga akun media sosial Instagram dari Revivaltvid dengan username @revivaltvid. Penelitian ini dimulai pada 20 februari 2023 sampai dengan selesai. Alasan peneliti mengambil revivaltvid sebagai objek penelitian karena Revivaltvid salah satu media terbesar di Indonesia yang memublikasikan mengenai *esport*.

3.3 Jenis Sumber Data

Berdasarkan pada fokus penelitian maka sumber data dari penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari tempat penelitian atau orang yang berkepentingan seperti yang dikatakan Sugiyono (2016:225) bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini data

primer dalam penelitian ini adalah admin yang memegang akun media sosial Instagram Revivaltvid, orang yang membuat desain konten Revivaltvid, *copywriter* Revivaltvid, dan pengikut akun media sosial @revivaltvid.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak secara langsung dikumpulkan dari orang yang berkepentingan dengan data. Menurut Sugiyono (2016:225) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Melalui orang lain ataupun dokumen. Data ini dikumpulkan untuk memperkuat penemuan informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang akan menjadi informan dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti dalam proses penelitian. Informasi dalam sebuah penelitian ini meliputi *key informan* dan *informan* biasa, *key informan* merupakan narasumber utama yang dapat memberikan informasi secara detail kepada peneliti. Sedangkan *informan* biasanya adalah *informan* yang ditentukan dengan dasar pertimbangan untuk mengetahui dan berhubungan dengan permasalahan.

Tabel 3.1 Subjek Penelitian

No.	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1.	Cing Doto	Manager media sosial Revivaltvid	<i>Key informan</i>
2.	Ritchy	Desain dan Copywriter Revivaltvid	<i>Key Informan</i>
3.	Raisya	Pengikut media sosial Instagram Revivaltvid	<i>Informan</i>
4.	Aldian Prasetya	Pengikut media sosial Instagram Revivaltvid	<i>Informan</i>
5.	Billy	Editor Esport.id	<i>Triangulasi</i>

Berdasarkan tabel di atas, peneliti memilih manager media sosial Instagram @revivaltvid sebagai *key informan* karena beliau merupakan tokoh penting yaitu manager media sosial Revivaltvid yang mengatur jalannya media sosial milik Revivaltvid dan memegang peranan penting dalam mencari informasi yang aktual, informasi terbaru, memberikan informasi dan memublikasikan berita mengenai *esport* dengan demikian peneliti merasa bahwa manager media sosial Revivaltvid dapat membantu peneliti dalam memberikan data yang secara mendetail. *Key informan* selanjutnya adalah *Desain dan Copywriter* Revivaltvid yang mengelola pembuatan konten dan

penyebaran konten. Dua *key* informan yang peneliti pilih adalah individu-individu yang berkaitan dengan berjalannya akun media sosial Instagram @revivaltvid sebagai media publikasi informasi mengenai *esport*. Informan dalam penelitian ini adalah 2 (dua) orang diantaranya adalah dua pengikut akun Instagram @revivaltvid yang mencari informasi mengenai *esport* di Indonesia, dan merupakan salah satu pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Revivaltvid melalui akun media sosial Instagram. Sehingga informan atau pengikut akun media sosial Instagram @revivaltvid mampu memberikan keterangan dan informasi mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @revivaltvid dalam melakukan publikasi. Serta akun media sosial Instagram @Esports.id selaku triangulasi yang peneliti pilih dikarenakan akun Instagram @Esports.id adalah media yang mempublikasikan informasi mengenai *Esport* juga sehingga peneliti dapat melakukan triangulasi dengan @revivaltvid

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjaring informasi dari narasumber sesuai lingkup penelitian. Untuk mendapatkan data yang sah, baik dari sumber primer maupun sekunder diperlukan metode pengumpulan data yang tepat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, yaitu: observasi, wawancara, dokumentasi.

1. Observasi

Cartwright mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk tujuan tertentu. (Murdiyanto, 2020:54). Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan yang artinya penulis berlaku sebagai pengamat dan tidak terlibat langsung secara aktif dalam objek yang diteliti. Peneliti melihat dan mengamati bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Revivaltvid.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai sebagai orang yang dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Wawancara juga dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur, langsung dan tidak langsung. Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang tidak dapat diamati ataupun tidak dapat diperoleh dengan alat lain. Lincoln dan Guba (1985) juga mengatakan dalam Murdiyanto (2020:59) wawancara dinyatakan sebagai suatu percakapan dengan bertujuan untuk memperoleh konstruksi yang terjadi sekarang tentang orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan, kerisauan dan sebagainya. Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara

terstruktur. Proses *interview* atau wawancara penulis lakukan untuk mendapatkan data dari *key informan* dan *informan* tentang pemanfaatan media sosial Instagram sebagai publikasi. Adapun *key informan* dan *informan* yang penulis wawancara adalah: Manager media sosial Revivaltvid, *desain* dan *copywriter* Revivaltvid, dan pengikut akun Instagram revivaltvid.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, gambar dan karya-karya yang semuanya itu dapat memberikan informasi bagi proses penelitian. Menurut Gottschalk (1950) dalam Murdiyanto (2020:64) menjelaskan bahwa dokumentasi dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu bersifat tulisan, lisan, gambar atau arkeolog. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman. Lincoln dan Guba (1985) dalam Murdiyanto (2020:64) mengartikan rekaman sebagai setiap tulisan atau pernyataan yang dipersiapkan oleh atau untuk individual atau organisasi dengan tujuan membuktikan adanya suatu peristiwa. Adapun keberadaan dokumen disini digunakan peneliti untuk memperkuat data-data yang diperoleh. Dokumentasi di sini meliputi tentang profil revivaltvid, dokumen hasil wawancara, serta dokumen resmi yang dimiliki oleh Revivaltvid. Dokumen-dokumen tersebut penting, karena sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan penelitian di Revivaltvid.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif diuraikan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar peneliti dapat menyajikan temuannya. Langkah-langkah analisis data dapat dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman dalam Murdiyanto (2020:78) yang melalui 3 (tiga) tahap, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses pemilihan hal-hal yang pokok dan mencari data yang valid dengan demikian data yang telah di reduksi dapat memberikan gambaran data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka selanjutnya adalah menyajikan data. Menyajikan sekumpulan informasi tersusun dalam bentuk teks naratif, grafik jaringan dan bagan. Namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan di tahap awal dapat didukung dengan bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang

dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk mengetahui data yang diperoleh itu valid atau tidak, maka akan dilakukan terlebih dahulu pengecekan keabsahan data. Dalam penelitian metode analisis data yang digunakan yaitu triangulasi (keabsahan). Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terhadap triangulasi sumber, triangulasi metode pengumpulan data dan waktu (Sugiyono, 2016a).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi metode, yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti melakukan penelitian terkait pemanfaatan media sosial Instagram @revivaltvid sebagai publikasi untuk mendapatkan informasi dengan sejelas-jelasnya. Triangulasi yang dilakukan peneliti adalah berdasarkan sumber-sumber yang dapat dipercaya, untuk memperoleh kesimpulan yang menghasilkan data jenuh, peneliti tidak hanya melakukan pengumpulan data melalui pengurus media sosial Instagram @revivaltvid, peneliti mencari informasi untuk memastikan kesesuaian data yang diberikan dengan fakta di lapangan. Triangulasi dalam penelitian ini adalah akun Instagram @esports.id yang memublikasikan berita mengenai *esport* di Indonesia.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Peneliti memilih untuk melakukan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang sudah di peroleh melalui beberapa sumber yaitu dari Revivaltv dan juga data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan akun media sosial @esports.id mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam melakukan publikasi informasi mengenai Esport.

BAB 4 GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Revivaltv

Dibentuk sejak tahun 2009, Revivaltv adalah sebuah *esports agency*. Fokus dari Revivaltv adalah mengelola berbagai hal terkait *esports* termasuk dari *event*, konten video, hingga *talent agency*. Revivaltv memiliki tujuan membangun ekosistem *esports* di Indonesia. Revivaltv dibentuk atas inisiasi mereka yang juga memiliki *passion* dan mencintai game.

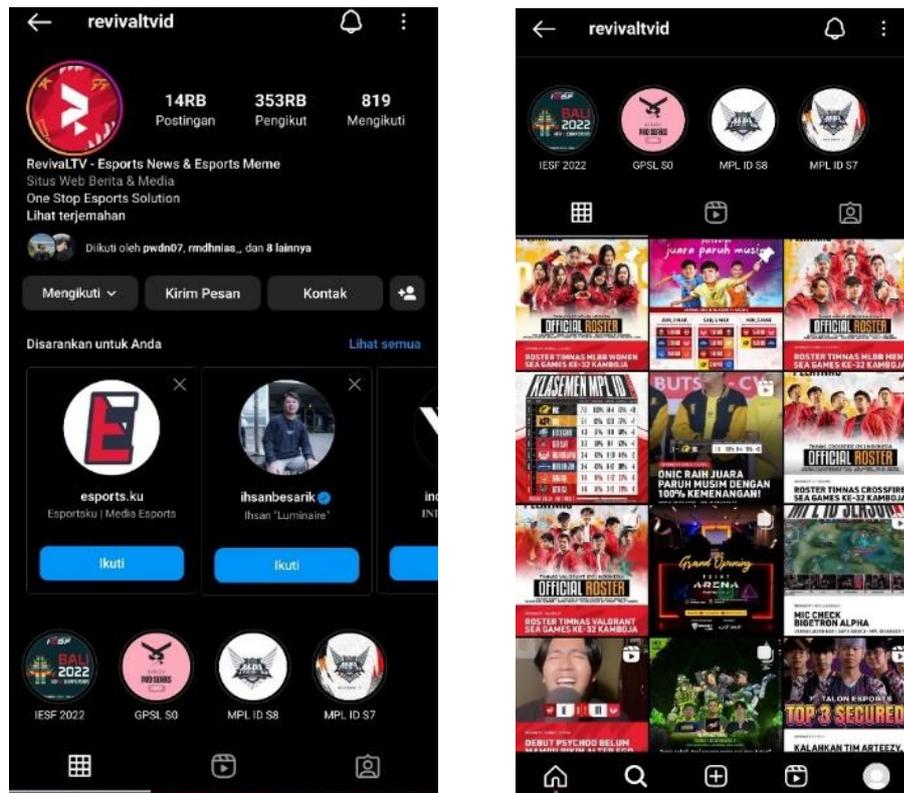
Revivaltv memang begitu dikenal dengan berbagai event *esport* yang pernah diselenggarakannya dan berbagai kontribusi lainnya kepada *esports* Indonesia. Revivaltv sendiri memiliki beberapa cabang layanan seperti Revival Project, Revival Talent Management, Revival Goods, dan Media Revivaltv. Berkembang pesatnya *esports* di Indonesia pada 2019 juga salah satu hasil kerja Revivaltv dalam kontribusinya mengembangkan ekosistem tersebut di Indonesia.

Bentuk kontribusi tersebut berupa *roadshow events*, *talkshowevent*, *music concert* yang digabungkan dengan acara *esports* dengan melibatkan media Revivaltv sebagai jalur informasi dan berita. Saat ini Media Revivaltv tidak hanya memberitakan event, tetapi juga menjadi sebuah media *online* yang aktif menghasilkan berita dan artikel terkait *games* dan *esports*.



Gambar 4.1 Logo Revivaltv

Revivaltv sangat aktif di media sosial untuk memublikasikan informasi mengenai *esport* Indonesia dan memiliki pengikut di media sosial Instagram yang terbilang banyak dan juga pengguna aktif, informasi yang disebarkan oleh Revivaltv berupa informasi mengenai *esport* yang aktual dan juga valid.



Gambar 4.2 Instagram dan postingan @revivaltvid

2. Visi dan Misi Revivaltvid

Revivaltvid adalah salah satu platform media informasi mengenai Esport yang memiliki nama yang besar maka dari itu ada visi dan juga misi yang dimiliki dan dijalankan oleh Revivaltvid, diantaranya:

a) Visi

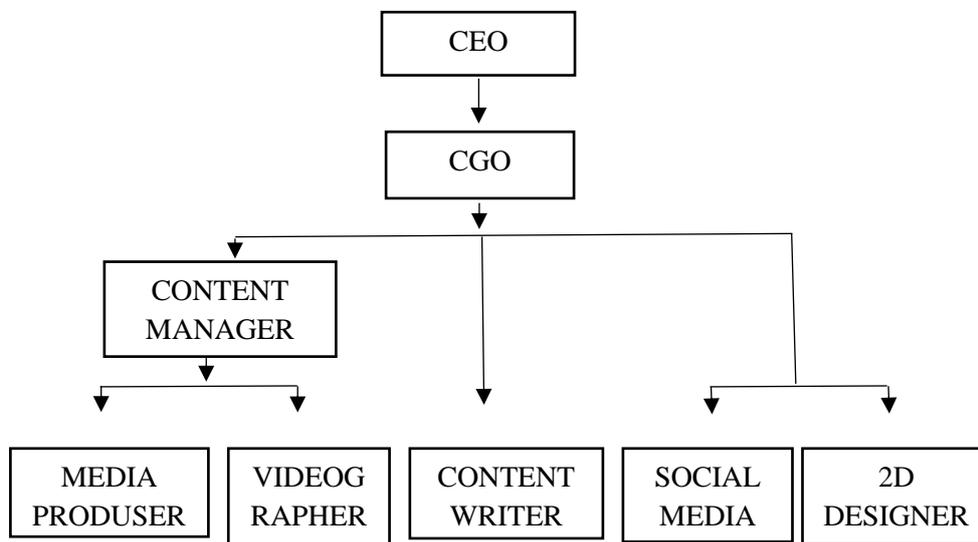
Memberdayakan dan memimpin industri E-sportainment di Indonesia dengan menyediakan produk yang handal berdampak bagi semua orang.

b) Misi

1. Mengembangkan pertumbuhan *Esports* dengan menyediakan wadah secara merata di seluruh Indonesia.
2. Memberikan produk dan *service* yang menghibur, mengedukasi, dan bermanfaat bagi seluruh elemen *esport* Indonesia.
3. Selalu berinovasi untuk mengembangkan *esport* Indonesia.
4. Membanggakan *esport* Indonesia di mata dunia.

3. Struktur Organisasi Revivaltvid

Dalam Revivaltvid terdapat struktur organisasi yang mengurus dan memiliki *jobdesk* masing-masing demi kelancaran Revivaltvid



Revivaltvid dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yaitu Ahmad Syahndy. Di bawah posisi CEO tersebut, *Chief Growth Officer* (CGO) Irliansyah Wijanarko memegang peran untuk memimpin bidang media dan bisnis. Adapun struktur dan posisi lain yang berada di dalam struktur Revivaltvid pertahun 2023 adalah sebagai berikut

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Revivaltvid Tahun 2023

Posisi / Jabatan	Nama
<i>Head of Media</i>	Adityo S. P
<i>Content Manager</i>	M. Rizal Arnas
<i>Media Producer</i>	Shabila Karimah
<i>Videography</i>	M. Tahzib Hadistian Chandra
<i>Content Writer</i>	Rafdi Muhammad
<i>Social Media Specialist</i>	Cing Doto
<i>2D Designer</i>	Ritchy

(Sumber: Revivaltvid)

4. Struktur Organisasi Divisi Media Sosial Revivaltv

Revivaltv memiliki divisi media sosial yang bertugas untuk *memublikasikan* berita seputar *esport* dalam Revivaltv divisi Media Sosial nya hanya terdiri 2 orang dengan tugas yang berbeda, diantaranya:

Tabel 4.2 Struktur Organisasi Divisi Media Sosial Revivaltv

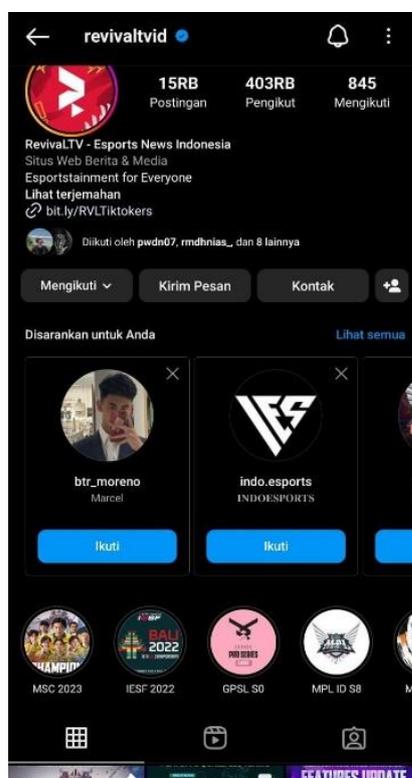
NAMA	JABATAN
Cing Doto	Manager sosial media
Ritchy	Desain & Copy writer

(Sumber: Revivaltv)

5. Media Sosial Revivaltv

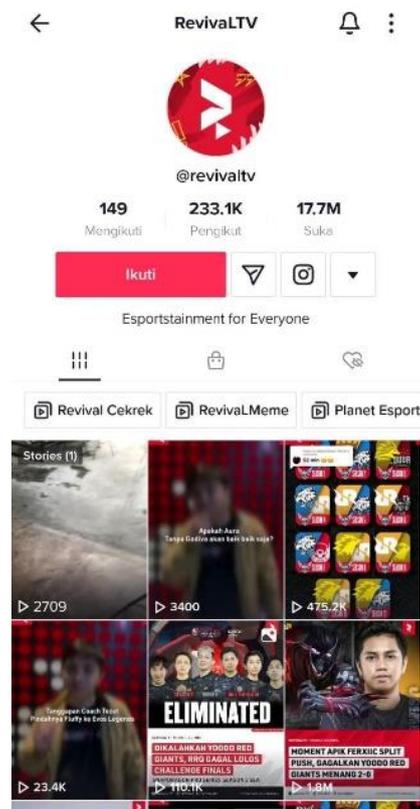
Revivaltv memiliki beberapa media sosial dan juga website tetapi yang di *pegang* oleh Cing Doto adalah media social nya di antara nya ada. Instagram, TikTok, dan juga YouTube.

Instagram Revivaltv menjadi akun yang paling utama untuk menyebarkan informasi dan akun yang paling aktif dalam membuat sebuah *konten*, akun Instagram Revivaltv saat ini pada tanggal 5 Juli 2023 tercatat memiliki 403ribu pengikut dan memiliki postingan sebanyak lebih dari 15ribu postingan dalam berbentuk foto dan juga video.



Gambar 4.3 Media Sosial Instagram @Revivaltv

Akun media social lain nya adalah TikTok, konten nya hampir mirip dengan konten yang berada di Instagram saat ini tercatat memiliki 233.1rb pengikut.



Gambar 4.4 Media Sosial TikTok @Revivalvid

Sosial media lainnya yaitu akun YouTube yang dimiliki Revivalvid berbeda *dengan* konten yang berada di akun Instagram maupun TikTok, di akun YouTube Revivalvid memuat konten lainnya seperti podcast yang dilakukan dengan para pemain *esport* dan juga siaran langsung ketika ada pertandingan nasional dan internasional contohnya seperti MPL, MSC, ataupun M4 di divisi *esport* Mobile Legend: Bang Bang dan juga cabang *esport* lainnya. Saat ini akun YouTube Revivalvid memiliki subscriber sebanyak 571rb dan postingannya sebanyak 3.3rb.



Gambar 4.5 Media Sosial YouTube Revivaltv

4.2 Karakteristik Media Sosial

1. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Media sosial saat ini sangat mempermudah masyarakat dalam mencari informasi yang dibutuhkan atau menyebarkan sebuah informasi yang diinginkan. Dalam karakteristik media sosial terdapat jaringan antar pengguna yang artinya media sosial dapat di akses dimana pun dan kapan pun hanya dengan menggunakan perantara perangkat teknologi dan juga jaringan yang dimiliki seperti menggunakan komputer, telepon genggam atau *tablet* dan juga memiliki akses internet yang akan digunakan untuk membuka media sosial. Hal itu terlihat saat peneliti mewawancarai media sosial manager Revivaltv yaitu Cing Doto pada 3 Juli 2023:

“Karena media sosial itu sekarang banyak digandrungi dalam segala jenis umur dari yang muda sampai yang tua. Media sosial juga sangat mudah untuk diakses melalui laptop atau handphone asalkan ada kuota atau wi-fi yang dapat mengakses ke media sosial dan mencari hal yang mereka inginkan dan juga saling tukar komentar dengan para user lainnya”

Cing Doto berpendapat bahwa media sosial sangat mudah sekali untuk di akses dari kalangan umur baik yang muda sampai yang tua dan juga media sosial mudah di akses dimana pun dan kapan pun melalui ponsel atau alat komunikasi lainnya. Dengan adanya ponsel dan

jaringan yang menghubungkan ke internet seperti wi-fi atau kuota maka para pengguna bisa langsung membuka media sosial miliknya masing-masing.

Ritchy selaku staff Media sosial Revivaltv id pun mengatakan hal yang serupa pada wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 30 Juli 2023

“Hampir semua generasi jaman sekarang pasti menggunakan internet dan media sosial dan juga Instagram salah satu media yang sering digunakan untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi”

Ritchy sependapat dengan Cing Doto bahwa menggunakan media sosial saat ini *sangat* memudahkan para pengguna nya karena bisa di akses tanpa memikirkan tempat dan juga waktu asal memiliki perangkat teknologi dan juga internet.

Revivaltv id menggunakan perangkat teknologi berupa komputer dan juga ponsel untuk menyebarkan informasi di media sosial atau melakukan siaran langsung ketika ada nya pertandingan esport yang sedang berlangsung hal ini sangat memudahkan Revivaltv id untuk memublikasikan sebuah informasi.





Gambar 4.6 Ruang kerja Revivaltv

Selain itu peneliti juga mewawancarai pengikut Instagram Revivaltv yaitu Aldian Prasetya, beliau mengatakan

“Sebenarnya sangat mudah ya sekarang untuk mencari informasi yang kita mau, entah itu informasi politik, ekonomi, loker bahkan esport seperti saya, saya menggunakan media sosial untuk mencari berita esport terupdate. Saya menggunakan akun Instagram dan juga wi-fi di rumah untuk mencari informasi mengenai pertandingan ataupun quote yang diberikan oleh para pemain”

Sama halnya dengan yang dinyatakan oleh Cing Doto, Aldian juga berkata bahwa ia sering membuka media sosial untuk mencari informasi di rumahnya menggunakan wi-fi untuk mengakses internet dan juga menggunakan ponsel pribadinya untuk membuka media sosial lalu mencari hal yang diinginkan,

Raisya salah satu pengikut Instagram Revivaltv juga menyatakan bahwa sangat mudah mengakses media sosial

“Mudah sekali kak mengakses media sosial kita lagi di rumah atau di luar rumah pun kita bisa buka Instagram, TikTok, YouTube asalkan ada kuota aja sih kadang bisa juga terjadi kendala kak kalau misalkan sinyal kita tidak memadai ya kita tidak bisa akses media sosial dong”

Pendapat Raisya pun sama dengan Aldian sebagai pengguna media sosial bahwa sangat mudah untuk mengakses media sosial dengan menggunakan perangkat teknologi dan juga internet tetapi jika internet tidak memadai maka akan cukup sulit membuka media sosial.

Sesuai dengan apa yang dikatakan dalam buku Nasrullah (2015:16) bahwa media sosial terbangun dalam struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet dengan menggunakan perangkat teknologi, seperti komputer, ponsel dan lain sebagainya. Dari hasil wawancara di atas membuktikan bahwa dengan adanya jaringan dan perangkat

teknologi dapat membuat struktur sosial, Revivaltv menggunakan perangkat teknologi dan juga internet untuk menjangkau khalayak di media sosial guna menyebarkan informasi yang sudah dibuat sedangkan untuk para pengikut nya menggunakan jaringan untuk mengakses informasi tanpa mengeluarkan biaya yang banyak dan dapat diakses dimana pun dan kapan pun. Dan dari pendapat di atas penulis menyimpulkan bahwa jaringan merupakan komponen yang penting dalam mengakses media sosial.

2. Informasi (*Information*)

Informasi adalah karakteristik media sosial yang kedua setelah jaringan antar pengguna, baik pemilik akun media sosial ataupun pengguna nya akan mencari informasi atau menyebarkan informasi kepada khalayak. Dengan adanya media sosial sangat mudah untuk mencari dan menyebarkan informasi.

Seperti yang diungkapkan oleh Cing Doto sebagai Manager media sosial Revivaltv mengenai informasi

“Kita menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi seputar esport karena perusahaan kita bergerak di bidang itu dan informasi yang kita sebarkan seperti breaking news, berita ter-update, quote pemain, highlight gameplay, momen lucu player, fakta menarik seputar esport dan juga tentu nya pada saat ada liga liga besar ya seperti MPL, atau liga dunia esport seperti kemarin MSC, m4 bahkan sea games. Kita membuat informasi seperti itu untuk disebar di media sosial”

Media sosial Instagram adalah salah satu media yang digunakan oleh Revivaltv untuk menyebarkan informasi yang di dapat oleh Revivaltv.

Cing Doto juga menjelaskan dari mana sumber informasi tersebut didapatkan *sehingga* bisa di publikasi kan kepada khalayak

“Untuk informasi yang kita dapat itu biasanya dari pemain atau tim nya secara langsung jadi kita yang mencari informasi kasarnya kita terjun ke lapangan langsung untuk mencari informasi dan validasi informasi tersebut karena kita kan tidak bisa ya menyebarkan informasi kalau tidak fakta, dan juga tentu nya harus ada jejak digital karena kalau kita sembarang sebar informasi tanpa tau fakta nya kita juga bisa dituntut oleh tim tim esport itu”

Dari jawaban Cing Doto, media sosial menjadi salah satu alat untuk menyebarkan informasi yang sangat praktis. Informasi yang disebar bisa berupa informasi apa saja, Revivaltv memilih untuk menyebarkan informasi mengenai *esport* yang dalam beberapa tahun ke belakang sedang di gandrungi oleh banyak orang di seluruh dunia. Informasi yang disebar oleh akun @revivaltv juga informasi terbaru dan juga informasi yang sudah dikonfirmasi kebenarannya, karena seperti yang dikatakan Cing Doto bahwa tidak boleh menyebarkan informasi palsu atau *hoax* karena akan banyak yang dirugikan jika salah menyebarkan informasi karena Revivaltv adalah salah satu media *esport* terbesar di Indonesia.

Banyak sekali instansi pemerintah, kesehatan bahkan dunia hiburan menggunakan media sosial karena salah satu fungsinya yaitu dapat menyebarkan informasi untuk kepentingan perusahaan dan untuk khalayak umum sesuai dengan tujuan pemilik akun masing-masing.

Ritchy mengemukakan pendapatnya soal informasi di media sosial dan informasi yang di sebarkan oleh akun media sosial @revivaltvid

“Semua informasi yang kita sebarkan di akun Instagram Revivaltvid itu semua berbau game dan juga esports di Indonesia dan beberapa kita posting mengenai esports di luar negeri juga”

Dari pernyataan Ritchy menjelaskan bahwa Revivaltvid berfokus pada penyebaran informasi mengenai Esport atau tim-tim Esport di media sosial itu menjadi salah satu bahan yang digunakan Revivaltvid untuk menyebarkan informasi.



Gambar 4.7 Penyebaran informasi esport akun Instagram

@Revivaltvid

Hal mengenai informasi di media sosial juga di setuju oleh 2 informan yang peneliti wawancarai yaitu Aldian Prasetya dan juga Raisya yang kedua nya memiliki ketertarikan di bidang *esport*. Aldian mengatakan bahwa

“Saya itu paling suka sama akun Instagram nya Revivaltvid karena akun itu benar-benar menyebarkan informasi yang akurat dan juga terkini, kaya kemarin soal bracket low di MPL Revivaltvid itu gercep banget untuk posting hasil pertandingannya, buat saya yang waktu itu tidak bisa menonton

live stream pertandingan nya jadi tau tim mana yang lolos dan tim mana yang tidak lolos lewat informasi yang disebarakan akun Instagram Revivaltvid

Menurut jawaban Aldian akun Revivaltvid sangat berguna sekali karena selalu mengeluarkan berita terbaru, hal ini diperkuat karena Aldian mengatakan bahwa ia jadi bisa mengetahui tim mana yang lolos babak selanjutnya. Dapat disimpulkan bahwa di media sosial kita bisa mencari informasi terbaru kapan pun dan dapat diakses dimana pun, hal ini tentu nya sangat memudahkan semua orang dalam mencari informasi yang di inginkan. Aldian juga menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai Esport dan portal berita Esport yang sering Aldian kunjungi adalah Revivaltvid

Hal serupa juga disetujui oleh Raisya mengenai informasi yang disampaikan

“Aku kan kerja ya kak jadi kadang ga bisa untuk nonton karena aku kerja tapi aku suka banget cari informasi nya itu di Instagram biasanya aku cari di emakmoba ada tuh di Instagram tapi aku lebih suka liat di Revivaltvid sih soalnya kaya lebih akurat aja kalau emakmoba kan kadang juga suka gibah tapi di Revivaltvid ini dia kalau ngepost tuh yang bener bener terupdate”

Sama hal nya dengan yang dikatakan oleh Raisya yang memiliki aktifitas pada siang hari, dengan ada nya media sosial Raisya dapat mengakses dan mencari informasi yang diinginkan pada jam sesuai aktifitas. Jawaban Raisya dan Aldian serupa, mereka mengatakan bahwa media sosial sangat memudahkan mereka dalam mencari informasi yang diinginkan kapan pun dan dimana pun. Dan juga akun Revivaltvid menjadi salah satu akun media sosial tempat Raisya dan Aldian mencari informasi mengenai *esport* dikarenakan Revivaltvid selalu mengeluarkan informasi terbaru dan juga terkonfirmasi.

Menurut Nasrullah (2015:19) informasi merupakan entitas yang penting dari media sosial dan media sosial adalah salah satu alat yang digunakan untuk mencari informasi yang diinginkan terlebih jika tertinggal siaran langsung pertandingan *esport*. Informasi yang dipublikasikan juga harus bersifat fakta dan memiliki bukti yang kuat agar tidak asal dalam menyebarkan informasi yang nantinya menjadi *hoax* dan bisa merugikan pihak lainnya.

Untuk para pengguna media sosial tentu nya hal ini sangat bermanfaat bagi mereka karena adanya akun Instagram yang khusus dalam memberikan informasi misalnya seperti Revivaltvid yang secara khusus hanya memberikan informasi mengenai *esport* Indonesia. Informasi yang diberikan juga bersifat umum yang arti nya semua orang bisa mengakses dan membacanya.

3. Arsip (*Archive*)

Dalam media sosial pengguna bisa melakukan penyimpanan gambar, suara dan juga teks yang dapat di akses secara masal hanya memerlukan pengetahuan teknis. Di dalam media sosial Instagram terdapat beberapa fitur seperti dalam bentuk postingan yang nanti nya dapat terlihat di profile dan feed Instagram pengguna. Ada juga

Instagram story yang bisa di gunakan untuk kebutuhan pengguna dan memiliki batas waktu 1x24 jam sebelum story nya hilang secara otomatis dari Instagram.

Selain itu terdapat juga fitur untuk menyimpan postingan orang lain secara pribadi dalam Instagram fitur ini disebut dengan arsip. Hal ini juga berlaku dalam menggunakan hashtag di media sosial yang dapat ditemukan di kolom pencarian dengan menggunakan kode # (tanda pagar)

Cing Doto menjelaskan bahwa penggunaan hashtag pun sangat penting dalam sebuah postingan

“Pasti ya yang kita posting di akun Revivaltvid itu sendiri sudah menjadi arsip yang pasti nya bisa di akses semua orang, selain postingan di akun Revivaltvid di setiap postingan pun kita pakaikan hashtag agar ketika keyword itu dicari postingan kita yang akan muncul. Contoh nya ketika Revivaltvid membuat sebuah berita tentang tim esport Onic kami memakai hashtag #goonic sesuai dengan hashtag tim masing-masing. Sebenarnya hal itu juga jadi mempermudah ya maksud nya ketika kamu mau cari berita tentang Onic misal nya pada tahun yang udah berlalu tahun 2020 kamu bisa cari pakai hashtag Onic nanti berita nya akan muncul, media sosial ini jadi arsip juga dan juga jejak digital ya tentu nya baik itu hal positif ataupun negatif”



Gambar 4.8 Penggunaan hashtag yang dilakukan @revivaltvid

Di dalam media sosial Instagram ada beberapa fitur salah satu nya adalah penggunaan hashtag yang dapat di cari di kolom pencarian

dengan menggunakan # Revivaltvid dalam memposting konten informasi nya selalu menggunakan hashtag, Cing Doto menjawab bahwa penggunaan hashtag sangat penting dalam memposting sebuah informasi karena dengan hashtag dapat mencari informasi beberapa hari ke belakang atau bahkan beberapa tahun yang lalu. Apapun yang di posting di media sosial menjadi sebuah arsip dan juga jejak digital.

Hashtag juga disetujui oleh Ritchy bahwa penggunaan hashtag dalam Instagram itu sangat penting

“Di setiap postingan di Instagram Revivaltvid kan ada hashtag nya ya itu kita gunakan untuk mempermudah orang untuk mencari informasi yang diinginkan juga”

Revivaltvid menggunakan hashtag untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan juga untuk membuat arsip dalam media sosial Revivaltvid dikarenakan jika kita menggunakan hashtag maka pada saat pengguna lain mencari informasi menggunakan hashtag postingan yang menggunakan hashtag yang sama akan muncul meskipun postingan tersebut sudah cukup lama.

Aldian Prasetya juga menyampaikan pendapat nya mengenai arsip di dalam media sosial

“Penggunaan hashtag itu menurut saya wajib ya apalagi untuk media media yang berfungsi menyebarluaskan informasi, terkadang saya juga suka mencari bahan informasi menggunakan hashtag di Instagram soalnya akurat banget langsung keluar semua saya pakai hashtag kucing semua keluar kucing saya pakai hashtag esports indonesia berbagai macam esports indonesia keluar di pencarian saya menggunakan hashtag itu. Instagram bisa jadi arsip yang tidak bakal hilang”

Menurut jawaban Aldian penggunaan hashtag sangat memudahkan penggunanya untuk mencari informasi *esport* hanya perlu mengetik #esport dalam pencarian lalu keluar banyak hal yang berkaitan dengan penggunaan hashtag tersebut dari bulan dan tahun yang berbeda dan menurut Aldian itu adalah salah satu kegunaan media sosial yaitu melakukan arsip secara otomatis.

Pendapat Aldian juga diperkuat oleh Raisya informan ke-2 pengikut Instagram @revivaltvid

“Menurut aku kita memposting di Instagram itu udah jadi arsip sih kak, karena postingan itu bakal tetap ada sampai bertahun-tahun kalau tidak kita hapus atau akun nya ilang jadi dengan kita posting itu sudah jadi arsip”

Jawaban Raisya dapat disimpulkan bahwa apapun yang diposting di media sosial baik itu foto, video, *reels*, *story* itu akan menjadi arsip yang tersimpan di akun media sosial tersebut, terkecuali ada beberapa hal yang terjadi seperti postingan nya di hapus kembali oleh pemilik akun atau akun pengguna nya hilang atau terblokir yang dengan otomatis postingan yang sudah bertahun-tahun pun akan ikut menghilang.

Raisya juga berpendapat hal yang serupa dengan Aldian mengenai penggunaan hashtag yang bisa menjadi arsip,

“Hashtag ya, kalau aku pakai hashtag banyak sih yang keluar dan dari berbagai tahun dan bulan juga tapi kaya berita yang udah lama gitu pasti dia ada di bawah tidak akan ada di atas kecuali kalau like nya banyak tapi kalau mau cari tau kita bisa scroll dengan menggunakan hashtag itu”

Penggunaan hashtag disetujui oleh Raisya bahwa hal tersebut sangatlah penting karena dengan penggunaan hashtag postingan yang sudah lama pun akan muncul meskipun postingan yang lama akan tertimpa dengan postingan baru dengan hashtag yang sama, terkecuali like dan komentar postingan tersebut banyak.

Jadi berdasarkan wawancara dengan para responden mengenai arsip di media sosial dapat menjelaskan bahwa sebuah postingan di akun Instagram bisa menjadi arsip pribadi ataupun arsip yang dapat di akses semua orang asalkan postingan tersebut tidak dihapus oleh pemilik akun atau oleh pihak Instagram dan akun Instagram nya tidak hilang karena apapun yang diposting itu akan bisa dilihat meskipun sudah lewat beberapa bulan ataupun beberapa tahun. Nasrullah (2015:22) berkata bahwa setiap informasi yang disebar di media sosial tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.

Begitu pun dengan penggunaan hashtag yang memudahkan pengguna menjadi informasi terkait yang ingin di cari. Maka dari itu penggunaan hashtag juga sangat diperhatikan oleh pihak yang menyebarkan informasi dan juga pihak yang mencari informasi terkait. Karena dengan menggunakan hashtag postingan yang sudah dua tahun yang lalu pun akan tetap bisa di akses dan dilihat oleh siapa pun dan kapan pun.

Hashtag juga dipergunakan untuk para pengguna yang menyukai hal yang sama, singkat nya jika menyukai *esport* dan mencari dengan hashtag semua hal yang berkaitan dengan *esport* akan muncul dalam pencarian hashtag tersebut.

Dengan ada nya arsip membuat Revivaltv lebih mudah dalam melakukan publikasi karena jangkauan nya yang lebih spesifik kepada para pengguna yang menyukai *esport* atau tim-tim *esport* di Indonesia ataupun luar negeri.

tetapi arsip dengan hashtag tentu nya memiliki beberapa hambatan, menggunakan hashtag tentu nya akan bermain dengan algoritma media sosial Instagram, seperti postingan dengan hashtag akan muncul paling atas jika memiliki banyak komentar dan juga *like* dalam postingan dan juga dengan cara melakukan posting secara konsisten hal ini dijelaskan dalam artikel yang di posting oleh redcomm.co.id tentang bagaimana cara bekerja dengan algoritma media sosial Instagram.



4. Interaksi (*Interaction*)

Interaksi pada media sosial merupakan salah satu yang memberikan media lama dan juga media baru. Media lama pengguna dan khalayak media nya bersifat pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan lainnya. Sedangkan media baru pengguna bisa berinteraksi baik antar pengguna ataupun dengan pembuat konten yang dapat dilakukan di kolom komentar yang tersedia.

Interaksi itu terjadi ketika memiliki ketertarikan yang sama seperti berita *esport* maka interaksi yang dilakukan di kolom komentar adalah para pengguna yang menyukai *esport*

Seperti yang diungkapkan oleh Cing Doto selaku media social manager Revivaltv pada 3 Juli 2023,

“Di setiap postingan yang kita buat itu sering kali antar pengguna itu berinteraksi saling mengobrol di kolom komentar, saya ambil contoh Revivaltv membuat postingan gameplay pemain di liga besar disitu yang suka bermain mobile legend saling tukar komentar mengenai gameplay pemain yang diposting oleh Revivaltv. Atau ketika Revivaltv membuat konten informasi mengenai emblem baru nanti tuh di kolom komentar saling bagi informasi lagi mereka misal si a pernah pake emblem begini dan si b pernah pake emblem begini mereka justru malah kaya ngobrol di kolom komentar padahal pada

dasarnya mereka tidak saling mengenal hanya saja ketertarikan mereka sama”.

Selain itu juga Cing Doto menjelaskan bahwa di setiap kolom komentar tidak selalu isinya yang positif,

“di kolom komentar itu ya yang paling banyak komentar positif tapi tidak selalu positif kadang juga ada yang negatif, komentar negatif ini muncul biasanya ketika saat ada liga besar dan tim kebanggaan mereka itu tidak sesuai dengan ekspektasi mereka contohnya hasil liga tersebut buruk dan tim kebanggaan mereka tidak lolos atau ada salah satu pemain di tim kebanggaan mereka gameplay nya menurun dan tidak bagus biasanya mereka memberikan komentar seperti kok albert main nya di season ini jelek banget itu seperti bentuk kekecewaan mereka terhadap tim kebanggaan mereka saja”.

Kolom komentar menjadi alat untuk berinteraksi antar-pengguna biasanya saling memberikan informasi atau sekedar berbincang. Kolom komentar pun tidak hanya ada komentar positif tetapi ada juga yang berinteraksi dengan komentar negatif karena perbedaan sudut pandang dari antar-pengguna.

Ritchy setuju dengan kolom komentar itu adalah tempat interaksi antar pengguna dan beliau berpendapat

“Setiap postingan kita pasti ramai komentar banyak orang berinteraksi di sana, semua nya positif tapi ada juga negatif nya. Karena ini media sosial ya semua orang bebas untuk berkomentar pendapat nya masing-masing atau sekedar memberikan kritik dan juga saran”

Ritcy menjelaskan bahwa di dalam kolom komentar setiap postingan Revivaltvid sangat ramai interaksi dan juga memberikan kritik dan saran yang di tuju pada tim yang di posting Revivaltvid ataupun kritik dan saran kepada Revivaltvid sendiri.

Pengikut akun Instagram @revivaltvid Aldian Prasetya merasa sangat senang dengan media sosial dengan adanya fitur kolom komentar,

“Saya justru senang karena ada kolom komentar, saya kan suka banget bermain mobile legend kadang di komentar itu banyak orang yang membagikan ilmu bermain mereka yang bisa bikin saya improve dalam gameplay saya, udah gitu saya kan orang nya introvert ya jadi tidak bisa mengobrol dengan orang justru dengan adanya Instagram saya bisa mengobrol meskipun saya tidak kenal dengan orang itu. Saya jadi bisa berinteraksi melalui sosial media dan kasar nya saya bisa melakukan pembicaraan yang saya suka tanpa merasa gelisah”

Kolom komentar pun menjadi hal yang sangat berguna bagi orang-orang yang sulit berbicara dan berinteraksi secara langsung dan tatap muka. Interaksi di kolom komentar pun dapat menambah pengetahuan antar-pengguna dengan cara bertukar pikiran dan juga pengalaman.

Raisya juga merasakan manfaat dari media sosial yang memiliki fitur kolom komentar menurut nya hal ini sangat amat berguna dalam menjalin interaksi dan mendapatkan teman baru yang menyukai hal yang sama,

“Aku salah satu orang yang sangat aktif dalam interaksi di media sosial, justru dari fitur itu kadang aku bisa dapat teman online teman virtual yang sama sama suka main game jadi nambah teman juga itu seru banget kak “

Selain melakukan interaksi, bahkan dalam kolom komentar setelah melakukan interaksi itu memiliki minat yang sama antar-pengguna dan membuat antar-pengguna jadi saling memiliki hubungan seperti pertemanan.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial atau media baru sangat berbeda dengan media lama karena di media baru media sosial bisa melakukan interaksi dengan antar pengguna dan bahkan bisa melakukan interaksi dengan pemilik akun di kolom komentar.

Hal tersebut di paparkan oleh David Holmes *dalam* Nasrullah (2015) di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media. Pemanfaatan melalui interaksi sangatlah efektif, karena dengan membuat sebuah konten yang informatif dan juga menarik akan memunculkan interaksi di fitur kolom komentar media sosial Instagram yang dapat membuat interaksi yang positif dan juga bisa terjadi hubungan yang baik antar pemilik akun dengan pengikut akun media sosial ataupun terjadi nya hubungan baik di antarpengguna.

Dapat terlihat bahwa media sosial memiliki manfaat yang sangat besar seperti yang dikatakan oleh Aldian dan juga Raisya yang beberapa kali melakukan interaksi di kolom komentar salah satu postingan di media sosial bahkan Raisya mengatakan bahwa ia dapat memiliki teman baru lewat interaksi yang dilakukannya itu.



**Gambar 4.9 Interaksi yang dilakukan oleh antarpengguna di postingan
@revivaltvid**

5. Simulasi (*Simulation Of Society*)

Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan dengan realitas yang nyata, tetapi interaksi yang ada terkadang berbeda sekali, contoh nya di media sosial identitas bisa berubah-ubah sesuai dengan keinginan pengguna saat membuat akun media sosial. Mulai dari nama, jenis kelamin, tanggal lahir bahkan foto profile yang digunakan.

Peneliti mewawancarai Cing Doto mengenai simulasi sosial yang terjadi di media sosial dan beliau berkata,

“Di media sosial itu kan bebas ya semua orang bisa bikin akun baru dan bebas melakukan apapun selagi tidak melanggar yang dilarang di media sosial terkait. Di akun Revivaltvid sekalipun ada beberapa mungkin banyak ya orang yang berkomentar entah negatif atau positif tapi kebanyakan yang menggunakan akun palsu itu berkomentar negatif jadi dia tidak berani tuh komen pakai akun dengan nama asli dia tapi itu udah hal yang biasa sih di media sosial mah”

Ritchy pun membuat pendapat soal simulasi yang terjadi di sosial media

“Banyak banget keuntungan di media sosial itu ya untuk semua orang dan semua kalangan, sama kaya yang dibidang Cing Doto kalau di media sosial itu kita bisa menjadi siapa aja tapi negatif nya dari sini ya mengubah identitas di media sosial bisa bikin kejahatan juga sih kaya penipuan dan lain sebagai nya tapi banyak juga hal positif nya”

Membuat akun palsu dengan identitas lain kerap dilakukan para pengguna bahkan ada beberapa pengguna yang memiliki banyak akun dengan identitas yang berbeda, atau kehidupan nyata para pengguna berbanding terbalik dengan kehidupan di dunia maya. Seperti yang dikatakan Aldian pada saat wawancara,

“Seperti yang saya bilang sebelum nya saya itu anak nya susah untuk adaptasi dan bersosialisasi, tapi di media sosial kaya Instagram twitter itu saya jadi kaya orang cerewet yang senang ngobrol dengan siapa pun jadi kaya bukan diri saya sendiri gitu tapi justru saya senang karena kalau di medsos kan kita hanya ngetik saja dan bisa berinteraksi sama orang lain. Makanya beberapa teman saya bilang saya versi nyata sama versi medsos itu beda banget”

Raisya yang peneliti wawancarai pun memiliki pendapat nya sendiri sesuai dengan pengalaman nya di media sosial,

“Jujur aku punya beberapa akun medsos, yang satu itu biasanya untuk aku misuh dan akun nya ku kunci ada juga akun lain nya aku pakai nama samaran biasanya aku pakai untuk julit atau ngebela sesuatu kak. Setiap akun media sosial yang aku punya tuh kaya beda beda karakter gitu dan nama nya juga samaran”

Sesuai dengan hasil wawancara dengan narasumber bahwa di dalam media sosial tidak semuanya bersifat nyata dalam antar-pengguna, ada beberapa pengguna yang menggunakan identitas samaran untuk berinteraksi dan hal ini pun berkaitan dengan yang dikatakan oleh Baudrillard *dalam* Nasrullah (2015) Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas. Maka dari itu banyak para pengguna yang menggunakan identitas yang berbeda dengan realitanya.

6. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Konten oleh pengguna menjadi salah satu karakteristik media sosial, media sosial memiliki fitur nya masing-masing, seperti contohnya di YouTube konten yang dihasilkan itu berupa video dan sekarang sudah ada konten reels dan juga live streaming. Sedangkan di Instagram terdapat *feed* yang bisa diposting dalam bentuk gambar ataupun video, lalu ada juga video *reels* yang bisa diposting dengan durasi video lebih dari 3 menit lalu ada fitur *story* yang bisa diposting di profile pengguna dan bertahan selama 24jam dan juga setelah lebih dari 24jam *story* tersebut akan masuk ke dalam arsip pemilik akun atau bisa di simpan di fitur Instagram *highlight*, ada juga fitur *live streaming* yang bisa dilakukan sendiri atau beberapa orang secara bersamaan seperti melakukan *video call* tetapi dalam bentuk *live streaming* yang bisa di tonton oleh banyak orang.

Setiap akun memiliki konten nya sendiri-sendiri, entah akun pribadi yang memposting kegiatan sehari-hari atau membangun *personal branding* di media sosial, entah akun itu untuk berjualan maka konten yang ditampilkan adalah produk-produk yang akan dipasarkan dan di jual, kalau akun nya adalah akun *public figur* mereka akan membuat konten *personal branding* mereka dan konten barang-barang yang di *endorse* sedangkan akun-akun media informasi tentu nya akan memposting informasi-informasi yang berkaitan dengan kepentingan pemilik akun atau komunitas.

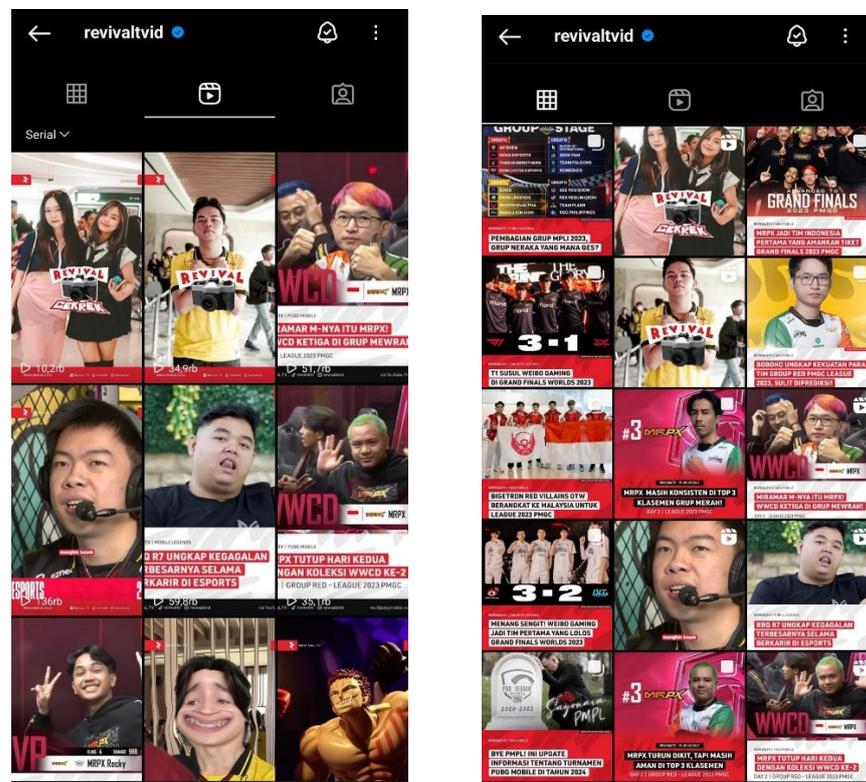
Cing Doto manager media sosial Revivaltvind mengatakan pada saat wawancara,

“Karena Revivaltvind itu bergerak di bidang esport jadi konten yang kita buat ya konten-konten yang berkaitan dengan esport tentang tim nya, pemain nya bahkan kadang kita bikin konten meme untuk sekedar hiburan di saat esport lagi panas. Kaya waktu itu kan Evos kalah sama RRQ terus fans nya agak cekcok di medsos salah satunya di akun revival yang ngepost hasil pertandingan biasanya kita bikin konten meme untuk meredakan suasana aja. Dan kalau untuk proses pembuatan kontennya kita tidak bisa kasih tau karena rahasia perusahaan ya, tapi kita biasanya cari informasi buat konten tuh di lapangan atau bahkan ke orang yang bersangkutannya secara langsung abis itu baru kita olah sampai jadi konten yang diposting di akun Revivaltvind”

Salah satu staff media sosial Revivaltvind pun mengatakan hal yang hampir serupa, Ritchy berkata

“Konten di Instagram Revivaltv id itu beragam, ada video dan juga foto yang di barengin sama caption dan juga penggunaan hashtag lalu Instagram Revivaltv id juga kan berfokus pada esports jadi apapun yang kita posting itu pasti mengenai esport”

Revivaltv id menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai esport dan konten yang dibuat tentu nya mengenai esport dalam bentuk foto yang nanti nya akan di posting dan dimunculkan di feed Instagram dengan foto yang menarik dan juga caption yang di tulis di setiap postingan dan juga ada dalam bentuk video yang akan di posting di *reels* Instagram yang memiliki durasi 3 menit biasa nya postingan video yang di posting atau di publikasikan oleh Revivaltv id di *reels* berupa video wawancara yang dilakukan bersama tim esport yang sedang bermain atau player nya.



Gambar 4.10 Konten oleh pengguna @revivaltv id berupa postingan dan juga Reels video

Dengan ada nya konten yang konsisten di posting justru memudahkan para pengguna nya untuk mencari informasi yang dibutuhkan, Aldian pun kerap menjawab pertanyaan seputar konten saat melakukan wawancara.

“Kalau ada akun kan berarti ada konten kecuali akun nya memang dipake untuk pribadi atau akun sambat, saya juga stalk akun orang itu biasanya tertarik sama konten yang di buat. Akun saya juga ada konten nya ya meskipun cuma foto foto ga jelas

tapi itu juga konten karena saya masukin caption yang cukup menarik untuk dibaca”

Raisya pun setuju dengan pernyataan Cing Doto dan Aldian, beliau mengatakan,

“Akun Instagram ku juga ada konten nya kak, konten nya adalah self-love ya meskipun sedikit pencitraan tapi kan di medsos mah orang ga tau asli nya kita gimana kecuali emang teman real. Aku juga suka buka dan liatin akun revival karena konten nya aku suka tentang esport dan terupdate aku juga kalau lagi cari konten informasi make up biasanya ke Tasya Farasya atau beauty vlogger lain nya”

Menurut Nasrullah (2015:31) konten oleh pengguna adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi pengguna lain. Dan dari pernyataan di atas bahwa konten oleh pengguna dapat mempengaruhi bagaimana pemanfaatan media sosial yang dilakukan sebagai publikasi, dikarenakan harus memilah informasi yang akan di posting dan disebarluaskan. Informasi yang diberikan oleh Revivaltv pun informasi yang terbaru dan juga terpercaya karena didapatkan langsung dari narasumber yang bersangkutan. Dan juga harus melakukan seleksi konten yang akan di publikasikan kepada khalayak.

7. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Praktik penyebaran ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lainnya. Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol *share* di YouTube yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.

Bisa dikatakan bahwa fitur penyebaran ini sangat amat berguna bagi para pengguna untuk menyebarkan sebuah postingan ke media sosial lain nya dengan menggunakan fitur *share* bisa dikirim ke pesan media sosial atau media internet lainnya.

Setelah melakukan wawancara, Cing Doto dari Revivaltv pun sangat setuju dengan salah satu fitur media sosial ini sangat berguna

“Sebenarnya enak ya ada fitur share ini, jadi kita bikin postingan lalu pengguna lain bisa share postingan yang kita post di media sosial. Terlebih untuk akun media sosial yang emang bergerak di bidang informasi seperti Revivaltv atau media sosial khusus orang berjualan, secara ga langsung kita memposting sesuatu kalau di share sama orang lain beberapa orang bakal cek akun Instagram milik kita atau bahkan sampai memfollow. Jadi sangat berguna banget fitur share yang ada di media sosial”

Menurut Cing Doto fitur penyebaran itu sangat berguna dan memudahkan para pemilik akun dengan tujuannya masing-masing. Ritchy pun memberikan komentar untuk fitur penyebaran atau *sharing* yang berada di media sosial Instagram

“Sharing yang ada di media sosial sangat efektif mengingat generasi jaman sekarang itu menggunakan Instagram untuk mencari dan mendapatkan informasi lalu mereka bisa menyebarkan postingan di Instagram ke teman nya atau ke kelompok nya yang menyukai hal yang sama”

Menurut Ritchy fitur *sharing* sangat efektif dalam penyebarluasan informasi karena postingan Revivaltv id bisa di sebarkan atau *Copy link* lalu di kirim ke grup komunitas yang menyukai hal yang sama.

Saat ini media sosial memang salah satu alat untuk mencari informasi yang cepat dan juga penyebaran informasinya sangat cepat karena dibantu oleh fitur *sharing* yang ada di media sosial.

Aldian turut merasakan pemanfaatan fitur *share* yang ada di media sosial terlebih di Instagram

“Kadang kalau kita liat sesuatu di Instagram kan suka kita kirim lagi ke grup keluarga biasanya hal-hal mengenai informasi umum kaya tentang lalu lintas, bencana dan lain sebagainya tinggal pencet tombol share terus kirim ke media yang kita tuju jadi gampang banget ga perlu kita salin link dulu karena kalau kita kirim ke WhatsApp misal nya itu udah sama link nya tertera jadi orang lain buka langsung ke postingan yang kita share”

Fitur penyebaran dalam media sosial terlihat sangat berguna dengan pendapat yang dilontarkan Aldian bahwa bisa langsung menyebarkan informasi ke grup yang berisikan anggota keluarga.

Raisya pun kerap merasakan hal yang sama bahwa fitur *share* sangat berguna untuk melakukan penyebaran informasi atau konten-konten hiburan

“Aku sering banget ngirim in konten lucu ke temen kadang lewat dm Instagram atau ke wa biasa nya, aku juga suka dapet informasi lain nya dari temen temen yang share ke aku begitu juga sebaliknya jadi lebih enak sih ga perlu kita screenshot dulu postingan nya baru kirim. Tinggal share aja”

Fitur penyebaran dalam media sosial sangat memudahkan para pengguna nya untuk berbagi informasi atau konten hiburan, sangat berguna untuk pemilik akun dan juga pengguna. Menurut Nasrullah (2015:33) penyebaran informasi dapat dilihat dari fasilitas media sosial yang menyediakan fitur tersebut untuk memperluas jangkauan penyebaran konten dan informasi. Tentu nya dengan adanya fitur penyebaran ini, informasi yang di publikasikan memiliki jangkauan yang lebih luas dengan memanfaatkan fitur penyebaran pada media sosial.

Seperti yang dikatakan Cing Doto dan juga Ritchy sebagai staff media sosial di Revivaltv id bahwa fitur penyebaran memudahkan mereka untuk menyebarkan konten yang Revivaltv id buat dibantu

oleh para pengikut nya yang menyebarkan ke kelompok nya, fitur ini juga sangat berguna untuk para penjual yang memiliki produk dan memasarkannya di media sosial.

4.3 Triangulasi Sumber (@Esports.id)

Esports.id adalah portal berita *esport* yang berdiri pada tahun 2018. Kemajuan teknologi dan perkembangan gaming kompetitif membuat kebutuhan informasi akan berita *esport* makin diminati, sehingga lahirlah Esport.id. Media sosial yang digunakan Esport.id untuk melakukan publikasi berita *esport* diantaranya, *Instagram, Twitter, TikTok, Facebook* dan *YouTube*.



Gambar 4.11 Logo Esport.id News Channel

Peneliti memiliki kesempatan untuk melakukan wawancara dengan salah satu staff dari Esports.id yaitu dengan Billy Rifki yang memiliki jabatan sebagai editor di Esports.id. wawancara dilakukan pada tanggal 28 Juli 2023. Berikut hasil wawancara:

1. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Media sosial mempermudah pengguna untuk mengakses media sosial dimana pun dan kapan pun, Billy berkata

“Media Sosial merupakan arus informasi yang cepat untuk menangkap awareness dari followers atau pengikut dan juga netizen umum. Alasan Esport.id menggunakan media sosial Instagram pun karena basis pengguna media sosial Instagram di Indonesia sangatlah besar juga sangat praktis dan efisien karena kita bisa mengakses nya dimana pun dan kapan pun”

Dari pendapat Billy di atas dapat disimpulkan bahwa di Indonesia ini memiliki basis pengguna media sosial yang sangat besar dan juga bahwa media sosial sangat berguna untuk arus informasi karena bisa di akses dimana pun dan kapan pun.

2. Informasi (*Information*)

Sudah diketahui banyak orang bahwa media sosial adalah alat untuk menyebarkan informasi ataupun mencari informasi sesuai dengan tujuan para pengguna itu sendiri. Dikarenakan Esport.id adalah salah satu portal berita tentang *esport* tentu nya

mereka akan menyebarkan informasi seputar *esport*. Billy memberikan keterangan mengenai Esports.id tentang informasi “*esport.id sebenarnya tidak sebatas hanya pada hasil pertandingan liga nasional maupun internasional. Kita lebih fokus untuk menggali sisi lain yang jarang terungkap di dunia kompetitif gaming. Informasi yang kita sebar pun sangat mudah untuk di akses netizen karena kita akan memublishnya di media sosial dalam bentuk audio, visual dan juga keduanya*”

Sama dengan informasi yang disebar oleh akun media sosial Instagram Revivaltvid bahwa sesekali akun portal berita *esport* mengeluarkan konten atau informasi lain nya untuk sebuah hiburan dan juga edukasi para player di luar sana.

3. Arsip (*Archive*)

Arsip di media sosial adalah ketika kita *memposting* sesuatu sudah tersimpan di media sosial tersebut terkecuali di hapus oleh pemilik akun, Billy menyampaikan pendapatnya mengenai arsip di media sosial

“*Untuk arsip postingan ya, esport.id menggunakan fitur highlight untuk menyimpan hasil story Instagram yang kita posting dan postingan tersebut cukup penting atau mengedukasi jadi para pengguna bisa melihat nya melalui highlight yang sudah kami susun. Esport.id juga memanfaatkan fitur hashtag untuk menjangkau audience yang lebih spesifik ya, kita pakai hashtag sesuai hashtag tim yang kita posting atau semisal kita menggunakan hashtag #MPLIndonesia ketiak sedang ada kejuaraan nasional esport Mobile Legend. Dan juga tentu nya hashtag yang kami gunakan pun untuk arsip postingan yang kami publish*”

Esports.id menurut pendapat Billy menggunakan beberapa fitur di Instagram untuk melakukan arsip, yang pertama adalah fitur *Highlight* yang terdapat di profile akun Esports.id. segala jenis postingan yang penting dan mengedukasi yang di posting melalui story akan di simpan di highlight. Dan juga pernyataan Esports.id mengenai *hashtag* serupa dengan Revivaltvid yang mengatakan bahwa penggunaan *hashtag* sangatlah penting untuk menjangkau *audience* dan juga melakukan arsip pada postingan.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Di dalam media sosial tentunya kita dapat melakukan interaksi antar pengguna yaitu dengan cara memanfaatkan kolom komentar yang tersedia di media sosial tersebut dan juga bisa dilakukan dengan cara saling mengirim pesan pribadi melalui media sosial. Interaksi yang dilakukan oleh para pengguna biasanya di picu oleh ketertarikan yang sama antar pengguna.

Billy dari Esports.id mengatakan bahwa dengan adanya kolom komentar seperti ini membuat konten yang di publikasikan oleh Esports.id jadi ramai.

“Konten esports.id selalu ramai baik itu di reels ataupun feed Instagram. Oleh karena itu kita menyebut followers kita dengan sebutan sobat esport. Seru melihat netizen saling berinteraksi di dalam kolom komentar dan sesekali pun admin dari esport.id membalas komentar netizen. Ada komentar yang memang bersifat positif tapi adapun komentar yang bersifat negatif. Tapi dari fitur komentar ini membuat keuntungan untuk esports.id itu sendiri karena kita dapat beragam komentar pujian, masukan, saran dan kritik kepada esports.id sehingga esport.id bisa menjadi lebih baik karena saran dan kritik dari sobat esport”

Pernyataan Billy bahwa kolom komentar membuat banyak keuntungan baik untuk pengguna ataupun pemilik akun. Dari pengguna mereka bisa berinteraksi di kolom komentar dan juga mendapat kan teman baru sedangkan untuk pemilik akun mereka mendapat kritik dan saran yang dapat membangun akun tersebut menjadi lebih baik.

5. Simulasi (*Simulation of Society*)

Pada media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan dengan realitas yang nyata, tetapi interaksi yang ada terkadang berbeda sekali, contohnya di media sosial identitas bisa berubah-ubah sesuai dengan keinginan pengguna saat membuat akun media sosial. Mulai dari nama, jenis kelamin, tanggal lahir bahkan foto profile yang digunakan.

Peneliti mewawancarai Billy mengenai Simulasi yang terjadi di media sosial

“Kalau simulasi seperti itu esports.id sering banget nemuin akun-akun bodong ya untuk berkomentar. Baik komentar itu positif ataupun negatif. Tapi dengan netizen bisa mengganti identitasnya diri mereka jadi lebih leluasa di media sosial. Esports.id pun yang berinteraksi dengan netizen mereka gatau di balik admin nya itu siapa dan kita juga gatau siapa mereka tapi bisa akrab berinteraksi di kolom komentar karena memiliki sesuatu kesukaan yang sama”

6. Konten Oleh Pengguna (*User-Generated Content*)

Pada media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan dengan realitas yang nyata, tetapi interaksi yang ada terkadang berbeda sekali, contohnya di media sosial identitas bisa berubah-ubah sesuai dengan keinginan pengguna saat membuat akun media sosial. Mulai dari nama, jenis kelamin, tanggal lahir bahkan foto profile yang digunakan.

Billy menjelaskan tentang konten yang di buat oleh Esports.id pada saat wawancara

“Pertama, jurnalis esports.id akan mencari informasi yang bisa di dapatkan melalui interview langsung kepada narasumber pilihan atau dengan mencari di website atau penelusuran internet. Informasi tersebut harus

melampirkan izin atau sumber asli informasi demi validasi berita”

Billy juga menambahkan soal konten yang di buat di Esports.id

“Setelah itu konten akan di sesuaikan dengan gaya tiap media, narasumber di hubungi atau tim melakukan riset secukupnya untuk mendapat informasi lalu di buatlah desain konten untuk di sampaikan kepada publik. Konten yang kami buat pun berbagai macam, ada informasi mengenai pertandingan, informasi mengenai tim atau playernya, give away, dan juga hiburan”

7. Penyebaran (*share/sharing*)

Praktik penyebaran ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lainnya. Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol *share* di *YouTube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.

Pada saat melakukan wawancara Billy dari Esports.id mengatakan bahwa fitur *share* ini sangat berguna dan sangat membantu.

“Fitur sharing sangat berguna untuk mengarahkan followers untuk langsung menuju website atau domain yang ingin di promosikan. Biasanya fitur ini esport.id gunakan untuk mengarahkan followers ke website berita esports.id untuk membaca lengkap informasi berita tertentu atau ke kanal media sosial lainnya”.

Berdasarkan pada triangulasi di atas, terdapat beberapa perbedaan dari Revivaltvid dengan @esports.id dalam melakukan publikasi, diantaranya:

1. Interaksi kepada khalayak, terdapat perbedaan dalam melakukan interaksi di setiap postingan, @esports.id selalu menanggapi setiap komentar dari pengguna lain dan menjuluki pengikutnya dengan sebutan sobat *esport* sedangkan @revivaltvid tidak melakukan interaksi dengan pengikutnya.
2. Perbedaan konten, terdapat perbedaan dalam konten yang disajikan, revivaltvid memposting setiap kontennya tidak menggunakan caption yang menarik hanya dengan caption yang singkat sedangkan esportid di dalam setiap postingannya membuat caption yang menarik untuk di baca lebih lanjut
3. Dalam fitur media sosial Instagram terdapat fitur penyebaran atau sharing, esportid memanfaatkan fitur tersebut di dalam story Instagram dengan mengaitkan postingan dengan link website

pribadi esport.id sedangkan revivaltv.id jarang menggunakan fitur tersebut.

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Ada beberapa karakteristik media sosial yang sekarang menjadi sangat bermanfaat untuk para pengguna nya, yang pertama adalah jaringan media sosial yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet. Revivaltvid memilih media sosial sebagai salah satu alat mereka untuk menyebarkan informasi dikarenakan media sosial bisa di akses dimana pun dan kapan pun asal memiliki perangkat teknologi dan juga internet. Revivaltvid pun menggunakan perangkat teknologi berupa komputer dan juga ponsel yang digunakan untuk menyebarkan informasi dengan menggunakan jaringan internet.

Selanjutnya adalah informasi, media sosial menjadi salah satu alat untuk menyebarkan informasi ataupun mencari sebuah informasi. Revivaltvid adalah portal berita yang menyebarkan informasi mengenai perkembangan dan pertandingan esport Indonesia baik pertandingan nasional maupun internasional dan dari sekian banyak media sosial yang ada Instagram adalah salah satu media yang digunakan oleh Revivaltvid dikarenakan pengguna nya yang banyak dan juga penyebaran informasi yang sangat cepat.

Selain itu, kehadiran media sosial merupakan akses terhadap penyimpanan atau arsip. Pengguna tidak lagi terhenti memproduksi informasi, tetapi informasi tersebut sudah tersimpan di media sosial. Mengingat media sosial merupakan akses terhadap penyimpanan tentu nya Revivaltvid memanfaatkan hal tersebut dengan cara setiap postingan informasi yang mereka publikasikan di beri hashtag sesuai dengan informasi yang disebar contoh nya seperti #MPLIndonesia #GoOnic #VIVARRQ dan lain sebagainya,

Di dalam media sosial juga antarpengguna bisa saling berinteraksi melalui pesan pribadi atau di kolom komentar sebuah postingan dengan antarpengguna ataupun dengan pemilik postingan. Dalam setiap postingan Revivaltvid banyak sekali yang menuliskan komentar atau bahkan saling mengobrol satu sama lain di dalam kolom komentar, tentu nya interaksi tersebut sangat bermacam-macam ada yang positif dan juga negatif tetapi dari fitur tersebut justru bisa mendapatkan ilmu baru atau bahkan teman baru dengan kesukaan yang sama.

Media sosial adalah tempat yang fana dan tidak nyata, tidak sedikit pengguna yang menggunakan identitas buatan untuk media sosial nya sendiri. Dari nama yang berbeda, umur yang berbeda, profesi dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan oleh para pengguna agar mereka lebih nyaman dalam melakukan interaksi dengan orang asing di media sosial.

Revivaltvid berkata bahwa banyak menemukan akun-akun yang mungkin berbeda dari kehidupan nyata nya atau bahkan akun kosong yang tidak ada identitas nya tapi justru dengan cara seperti itu para pengguna yang menggunakan identitas buatan bisa lebih percaya diri mengeluarkan pendapat atau bahkan memiliki teman baru.

Media sosial menjadi tempat yang sangat bermanfaat untuk menyebarkan informasi atau lain nya, selain itu tentu nya harus ada konten yang dibuat untuk di posting di akun media sosial Instagram. Akun media sosial Revivaltvid membuat konten berupa foto dan juga video untuk dibagikan dengan nuansa berwarna merah, Revivaltvid akan membuat konten dengan informasi valid yang sudah didapatkan lalu memposting nya di akun media sosial Revivaltvid dengan caption yang singkat dan juga penggunaan hashtag.

Ada fitur media sosial yang sangat berguna untuk melakukan publikasi yaitu penyebaran (Share/Sharing) yang bisa dilakukan oleh siapa pun hanya dengan menekan tombol share yang berada di postingan yang sedang dilihat dan ingin di share, pengguna bisa menyebarkan nya ke akun media sosial lain nya. Revivaltvid memanfaatkan fitur ini agar informasi yang diberikan oleh Revivaltvid dapat di sebarluaskan oleh para pengguna sehingga Revivaltvid dan pengguna lain nya mendapatkan keuntungan yang sama. Dalam fitur penyebaran atau sharing pemilik akun bisa mengaitkan link website pribadi atau akun media sosial lain nya pada saat memposting di media sosial Instagram

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang penulis sudah paparkan sebelumnya, penulis mencoba untuk menyampaikan beberapa saran dapat bermanfaat bagi pihak Revivaltvid, antara lain adalah:

1. Interaksi

Untuk lebih memaksimalkan dalam melakukan pemanfaatan dalam media sosial, diharapkan Revivaltvid lebih aktif dalam melakukan interaksi dengan pengguna lain nya agar para pengguna atau pembaca informasi dari Revivaltvid merasa bersahabat dengan Revivaltvid.

2. Konten Oleh Pengguna

Revivaltvid di harapkan untuk membuat caption yang sedikit panjang dan juga menarik dalam setiap postingannya agar para pengguna bisa membaca informasi kelanjutannya melalui caption yang dibuat dan juga perbanyak konten yang berisi video yang bisa menjelaskan informasi secara rinci.

3. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Diharapkan juga memanfaatkan fitur *Share* dengan maksimal, di dalam Instagram bisa menggunakan fitur tersebut untuk mengarah ke *website* pribadi milik Revivaltvid.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abidin, Z. K. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi subbagian protocol pemerintah kota administrasi. *Universitas Negeri Jakarta*.

Amaila, R., & Syahrul. (2022). Pemanfaatan publikasi di media sosial untuk Lembaga Pendidikan. *Universitas Muhammadiyah Jember*.

Anshari, & Mahfuzhah, H. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Universitas Nurul Jadid*.

Armeyanti, N. (2021). *Public Relation*. CV. Merdeka Group.

Caropeboka, M. R. (2017). *Konsep dan aplikasi ilmu komunikasi*. Penerbit Andi.

Dyatmika, T. (2020). *Ilmu Komunikasi*. Zahir Publisher.

Hasugian, G. G., Yani, H., & Lusiana, H. (2020). Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara. *Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Indonesia*.

Hidayah, A. (2022). Esport Indonesia peringkat 17 dunia, sumbang 30T. *CBCN Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221120065129-37-389569/esport-indonesia-peringkat-17-dunia-sumbang-rp-30-t-setahun>

Hootsuite. (2023). Indonesia Digital Report: 2023. *Hootsuite*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023>

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). Piala Presiden Esport 2023 Bukti Perkembangan Pesat Ekraf di Era Digital. *Kementerian Komunikasi Dan Informatika*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/52448/piala-presiden-2023-bukti-perkembangan-pesat-ekraf-di-era-digital/0/berita>

- Murdiyanto, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif (teori dan aplikasi disertai contoh proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren dan Etika*. Simbosas Rektama Media.
- Nasrullah, R. (2022). *Teori dan Riset Media Siber*. Prenada Media Group.
- Newzoo. (2023). Laporan Pasar Game Global Newzoo. *Newzoo*.
<https://newzoo.com/resources/trend-report/newzoo-global-market-report-2023-free-version>
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.
- Redaksi Esportnesia. (2021). Indonesia Esport Industri Outlook 2021. *Redaksi Esportnesia*. <https://esportsnesia.com/nasional/indonesia-esports-industry-outlook-2021/>
- Redcomm Indonesia. (2023). 8 Tips Bekerja Dengan Algoritma Instagram. *Redcomm Indonesia*. <https://redcomm.co.id/knowledges/8-tips-bekerja-dengan-algoritma-instagram>
- Sari, A. C., Hartina, R., & Awalia, R. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. Universitas Muslim Indonesia.
- Sendari, A. A. (2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. *Liputan 6*.
https://www.liputan6.com/teknologi/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya?page=2#google_vignette
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Titik, F. M. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi digital di SMP BINA ANAK SHOLEH Kabupaten Tuban. *Institute Agama Islam Negeri Kediri*.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D)*. Bumi Aksara.
- Zuchri, A. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Syakir Media Press Jurnal.

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Hasil wawancara *key informan* 1 (Manager Media Sosial Revivaltvid)

Nama : Cing Doto

Tanggal : 3 Juli 2023

Tempat : Kantor Revivaltvid

Wawancara: Revivaltvid itu terbentuk tahun berapa, perusahaan yang bergerak di bidang apa dan kenapa memilih bidang tersebut?

Cing Doto : Revivaltvid awal terbentuk itu sebagai komunitas di tahun 2009, pada saat itu hanya komunitas esport biasanya tetapi ketika kita melihat ada nya peluang di dalam esport kita merubah Revivaltvid menjadi media informasi yang menyebar luaskan informasi mengenai esport, memilih bidang ini dikarena melihat perkembangan esport yang mulai membesar di Indonesia dan Internasional.

Wawancara: Media sosial apa saja yang di gunakan oleh Revivaltvid?

Cing Doto : tentu nya banyak sekali media sosial yang kita gunakan tetapi yang sering kita gunakan adalah Instagram, Youtube, Tiktok dan juga kita memiliki website sendiri untuk informasi yang lebih detail.

Wawancara : Mengapa instagram dan media sosial menjadi salah satu pilihan Revivaltvid untuk menyebarkan informasi?

Cing Doto : karena media sosial itu sekarang banyak digandrungi dalam segala jenis umur dari yang muda sampai yang tua. Media sosial juga sangat mudah untuk diakses melalui laptop atau handphone asalkan ada kuota atau wifi yang dapat mengakses ke media sosial dan mencari hal yang mereka inginkan dan juga saling tukar komentar dengan para user lainnya

Wawancara: Informasi seperti apa yang di publikasikan oleh Revivaltvid?

Cing Doto : kita menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi seputar esport karena perusahaan kita bergerak di bidang itu dan informasi yang kita sebarakan seperti breaking news, berita ter-update, quote pemain, highlight gameplay, momen lucu player, fakta menarik seputar esport dan juga tentu nya pada saat ada liga liga besar ya seperti mpl, atau liga dunia esport seperti kemarin msc, m4 bahkan sea games. Kita membuat informasi seperti itu untuk disebarakan di media sosial. untuk informasi yang kita dapat itu biasanya dari pemain atau tim nya secara langsung jadi kita yang mencari informasi kasarnya kita terjun ke lapangan langsung untuk mencari informasi dan validasi informasi tersebut karena kita kan tidak bisa ya menyebarkan informasi kalau tidak fakta, dan juga tentu nya harus ada

jejak digital karena kalau kita sembarang sebar informasi tanpa tau fakta nya kita juga bisa dituntut oleh tim tim esport itu

Wawancara: Menurut Revivaltvid apakah media sosial instagram bisa menjadi arsip untuk setiap postingan yang di post?

Cing Doto : pasti ya yang kita posting di akun Revivaltvid itu sendiri sudah menjadi arsip yang pasti nya bisa di akses semua orang, selain postingan di akun Revivaltvid disetiap postingan pun kita pakaikan hastag agar ketika keyword itu dicari postingan kita yang akan muncul. Contoh nya ketika Revivaltvid membuat sebuah berita tentang tim esport onic kami memakai hastag #goonic sesuai dengan hastag tim masing-masing. Sebenarnya hal itu juga jadi mempermudah ya maksud nya ketika kamu mau cari berita tentang onic misal nya pada tahun yang udah berlalu tahun 2020 kamu bisa cari pakai hastag onic nanti berita nya akan muncul, media sosial ini jadi arsip juga dan juga jejak digital ya tentu nya baik itu hal positif ataupun negatif

Wawancara: Bagaimana interaksi antarpengguna di akun media sosial Revivaltvid?

Cing Doto : di setiap postingan yang kita buat itu sering kali antar pengguna itu berinteraksi saling ngobrol di kolom komentar, saya ambil contoh Revivaltvid membuat postingan gameplay pemain di liga besar disitu yang suka bermain mobile legend saling tukar komentar mengenai gameplay pemain yang diposting oleh Revivaltvid. Atau ketika Revivaltvid membuat konten informasi mengenai emblem baru nanti tuh di kolom komentar saling bagi informasi lagi mereka misal si a pernah pake emblem begini dan si b pernah pake emblem begini mereka justru malah kaya ngobrol di kolom komentar padahal pada dasarnya mereka tidak saling mengenal hanya saja ketertarikan mereka sama. dikolom komentar itu ya yang paling banyak komentar positif tapi tidak selalu positif kadang juga ada yang negatif, komentar negatif ini muncul biasa nya ketika saat ada liga besar dan tim kebanggaan mereka itu tidak sesuai dengan ekspektasi mereka contoh nya hasil liga tersebut buruk dan tim kebanggaan mereka tidak lolos atau ada salah satu pemain di tim kebanggaan mereka gameplay nya menurun dan tidak bagus biasanya mereka memberikan komentar seperti kok albert main nya di season ini jelek banget itu seperti bentuk kekecewaan mereka terhadap tim kebanggaan mereka saja

Wawancara: Menurut anda bagaimana dengan pengguna yang berbeda dengan realita dalam bentuk identitas di media sosial?

Cing Doto : di media sosial itu kan bebas ya semua orang bisa bikin akun baru dan bebas melakukan apapun selagi tidak melanggar yang dilarang di media sosial terkait. Di akun Revivaltvid sekalipun ada beberapa mungkin banyak ya orang yang berkomentar entah negatif atau positif tapi kebanyakan yang menggunakan akun palsu itu berkomentar negatif jadi dia tidak berani tuh komen pakai akun dengan nama asli dia tapi itu udah hal yang biasa sih di media sosial mah

Wawancara: Bagaimana Revivaltv id memilih konten informasi yang akan di publikasikan?

Cing Doto: karena Revivaltv id itu bergerak di bidang esport jadi konten yang kita buat ya konten-konten yang berkaitan dengan esport tentang tim nya, pemain nya bahkan kadang kita bikin konten meme untuk sekedar hiburan disaat esport lagi panas. Kaya waktu itu kan Evos kalah sama RRQ terus fans nya agak cekcok di media sosial salah satunya di akun revival yang ngepost hasil pertandingan biasanya kita bikin konten meme untuk meredakan suasana aja. Dan kalau untuk proses pembuatan kontennya kita tidak bisa kasih tau karena rahasia perusahaan ya, tapi kita biasanya cari informasi buat konten tuh di lapangan atau bahkan ke orang yang bersangkutan secara langsung abis itu baru kita olah sampai jadi konten yang diposting di akun Revivaltv id

Wawancara : ada banyak sekali fitur-fitur di media sosial instagram, salah satu nya adalah fitur *share*. Bagaimana Revivaltv id menggunakan fitur tersebut dan apakah terbantu dengan ada nya fitur *share* ?

Cing Doto : sebenarnya enak ya ada fitur share ini, jadi kita bikin postingan lalu pengguna lain bisa share postingan yang kita post di media sosial. Terlebih untuk akun media sosial yang emang bergerak di bidang informasi seperti Revivaltv id atau media sosial khusus orang berjualan, secara ga langsung kita memposting sesuatu kalau di share sama orang lain beberapa orang bakal cek akun instagram milik kita atau bahkan sampai memfollow. Jadi sangat berguna banget fitur share yang ada di media sosial

Lampiran 2.

Hasil wawancara *key informan 2* (desain dan copy writer Revivaltvid)

Nama : Ritchy

Tanggal : 30 Juli 2023

Tempat : Kantor Revivaltvid

Wawancara : Mengapa instagram dan media sosial menjadi salah satu pilihan Revivaltvid untuk menyebarkan informasi?

Ritchy : hampir semua generasi jaman sekarang pasti menggunakan internet dan media sosial dan juga instagram salah satu media yang sering digunakan untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi

Wawancara : Informasi seperti apa yang di publikasikan oleh Revivaltvid?

Ritchy : semua informasi yang kita sebar di akun instagram Revivaltvid itu semua berbau game dan juga esports di Indonesia dan beberapa kita posting mengenai esports di luar negeri juga jadi tidak monoton hanya esport di Indonesia tetapi kita memfokuskan perkembangan Esport Indonesia

Wawancara : Menurut Revivaltvid apakah media sosial instagram bisa menjadi arsip untuk setiap postingan yang di post?

Ritchy : postingan yang sudah kita post itu harus nya sudah menjadi arsip ya karena secara otomatis tersimpan di media sosial apalagi sekarang bisa di simpan di *highlight* kita bikin *story* yang sudah lama pun bisa terlihat kalau kita simpan di *highlight*. dan di setiap postingan di instagram Revivaltvid kan ada hashtag nya ya itu kita gunakan untuk mempermudah orang untuk mencari informasi yang di inginkan juga

Wawancara : Bagaimana interaksi antarpengguna di akun media sosial Revivaltvid?

Ritchy : setiap postingan kita pasti ramai komentar banyak orang berinteraksi di sana, semua nya positif tapi ada juga negatif nya. Karena ini media sosial ya semua orang bebas untuk berkomentar pendapat nya masing-masing atau sekedar memberikan kritik dan juga saran yang dapat membantu perusahaan jadi lebih berkembang itu salah satu keuntungan buat perusahaan juga

Wawancara : Menurut anda bagaimana dengan pengguna yang berbeda dengan realita dalam bentuk identitas di media sosial?

Ritchy : banyak banget keuntungan di media sosial itu ya untuk semua orang dan semua kalangan, sama kaya yang dibidang Cing Doto kalau di media sosial itu kita bisa menjadi siapa aja tapi negatif nya dari sini ya mengubah identitas

di media sosial bisa bikin kejahatan juga sih kaya penipuan dan lain sebagainya tapi banyak juga hal positifnya

Wawancara : Bagaimana Revivaltv memilih konten informasi yang akan di publikasikan?

Richy : konten di instagram Revivaltv itu beragam, ada video dan juga foto yang di barengin sama caption dan juga penggunaan hashtag lalu instagram Revivaltv juga kan berfokus pada esports jadi apapun yang kita posting itu pasti mengenai esport

Wawancara : ada banyak sekali fitur-fitur di media sosial instagram, salah satu nya adalah fitur *share*. Bagaimana Revivaltv menggunakan fitur tersebut dan apakah terbantu dengan adanya fitur *share* ?

Richy : sharing yang ada di media sosial sangat efektif mengingat generasi jaman sekarang itu menggunakan instagram untuk mencari dan mendapatkan informasi lalu mereka bisa menyebarkan postingan di instagram ke teman nya atau ke kelompok nya yang menyukai hal yang sama

Lampiran 3.

Hasil wawancara *informan 1* (pengikut akun media sosial Revivaltvid)

Nama : Aldian Prasetya

Tanggal : 15 Juli 2023

Tempat : Bogor

Wawancara : Menurut anda di jaman teknologi seperti saat ini apakah memudahkan anda dalam segala hal termasuk mencari sebuah informasi?

Aldian : sangat mudah ya sekarang untuk mencari informasi yang kita mau, entah itu informasi politik, ekonomi, loker bahkan esport seperti saya, saya menggunakan media sosial untuk mencari berita esport terupdate. Saya menggunakan akun instagram dan juga wifi dirumah untuk mencari informasi mengenai pertandingan ataupun quote yang diberikan oleh para pemain

Wawancara : Kenapa anda memilih akun Revivaltvid sebagai tempat untuk anda mencari informasi mengenai Esport?

Aldian : saya itu paling suka sama akun instagram nya Revivaltvid karena akun itu benar-benar menyebarkan informasi yang akurat dan juga terkini, kaya kemarin soal bracket low di mpl Revivaltvid itu gercep banget untuk posting hasil pertandingannya, buat saya yang waktu itu tidak bisa menonton live stream pertandingan nya jadi tau tim mana yang lolos dan tim mana yang tidak lolos lewat informasi yang disebarkan akun instagram Revivaltvid

Wawancara : Menurut anda apakah penggunaan Hashtag dalam postingan itu memudahkan para pengguna mencari sebuah informasi?

Aldian : penggunaan hastag itu menurut saya wajib ya apalagi untuk media media yang berfungsi menyebarkan informasi, terkadang saya juga suka mencari bahan informasi menggunakan hastag di instagram soalnya akurat banget langsung keluar semua saya pakai hastag kucing semua keluar kucing saya pakai hastag esport indonesia berbagai macam esport indonesia keluar di pencarian saya menggunakan hastag itu. Instagram bisa jadi arsip yang tidak bakal hilang

Wawancara : Apakah dengan ada nya fitur komentar dalam media sosial itu menguntungkan anda sebagai pengguna atau sebaliknya?

Aldian : saya justru senang karena ada kolom komentar, saya kan suka banget bermain mobile legend kadang di komentar itu banyak orang yang membagikan ilmu bermain mereka yang bisa bikin saya improve dalam gameplay saya, udah gitu saya kan orang nya introvert ya jadi tidak bisa mengobrol dengan orang justru dengan ada nya instagram saya bisa mengobrol meskipun saya tidak kenal dengan orang itu. Saya jadi bisa berinteraksi melalui sosial media dan kasar nya saya bisa melakukan pembicaraan yang saya suka tanpa merasa gelisah

Wawancara : Bagaimana pandangan anda mengenai pengguna yang berbeda dengan real-life nya di media sosial?

Aldian : seperti yang saya bilang sebelumnya saya itu anak nya susah untuk adaptasi dan bersosialisasi, tapi di media sosial kaya instagram twitter itu saya jadi kaya orang cerewet yang senang ngobrol dengan siapapun jadi kaya bukan diri saya sendiri gitu tapi justru saya senang karena kalau di medsos kan kita hanya ngetik saja dan bisa berinteraksi sama orang lain. Makanya beberapa teman saya bilang saya versi nyata sama versi medsos itu beda banget

Wawancara : Anda juga kan seorang pengguna apakah anda membuat konten untuk akun anda pribadi? Bagaimana isi konten anda?

Aldian : kalau ada akun kan berarti ada konten kecuali akun nya memang dipake untuk pribadi atau akun sambat, saya juga stalk akun orang itu biasanya tertarik sama konten yang di buat. Akun saya juga ada konten nya ya meskipun Cuma foto foto ga jelas tapi itu juga konten karena saya masukin caption yang cukup menarik untuk dibaca

Wawancara : Menurut anda bagaimana dengan fitur *share* di media sosial instagram?

Aldian : kadang kalau kita liat sesuatu di instagram kan suka kita kirim lagi ke grup keluarga biasanya hal-hal mengenai informasi umum kaya tentang lalu lintas, bencana dan lain sebagainya tinggal pencet tombol share terus kirim ke media yang kita tuju jadi gampang banget ga perlu kita salin link dulu karena kalau kita kirim ke whatsapp misal nya itu udah sama link nya tertera jadi orang lain buka langsung ke postingan yang kita share

Lampiran 4.

Hasil wawancara *informan 2* (Pengikut media sosial Revivaltvid)

Nama : Raisya

Tanggal : 31 Juli 2023

Tempat : Bogor

Wawancara : Menurut anda di jaman teknologi seperti saat ini apakah memudahkan anda dalam segala hal termasuk mencari sebuah informasi?

Raisya : mudah sekali kak mengakses media sosial kita lagi dirumah atau diluar rumah pun kita bisa buka instagram, tiktok, youtube asalkan ada kuota aja sih kadang bisa juga terjadi kendala kak kalau misalkan sinyal kita tidak memadai ya kita tidak bisa akses media sosial dong

Wawancara : Kenapa anda memilih akun Revivaltvid sebagai tempat untuk anda mencari informasi mengenai Esport?

Raisya : saya itu paling suka sama akun instagram nya Revivaltvid karena akun itu benar-benar menyebarkan informasi yang akurat dan juga terkini, kaya kemarin soal bracket low di mpl Revivaltvid itu gercep banget untuk posting hasil pertandingannya, buat saya yang waktu itu tidak bisa menonton live stream pertandingan nya jadi tau tim mana yang lolos dan tim mana yang tidak lolos lewat informasi yang disebarkan akun instagram Revivaltvid

Wawancara : Menurut anda apakah penggunaan Hashtag dalam postingan itu memudahkan para pengguna mencari sebuah informasi?

Raisya : hashtag ya, kalau aku pakai hastag banyak sih yang keluar dan dari bebagai tahun dan bulan juga tapi kaya berita yang udah lama gitu pasti dia ada di bawah tidak akan ada diatas kecuali kalau like nya banyak tapi kalau mau cari tau kita bisa scroll dengan menggunakan hashtag itu

Wawancara : Apakah dengan ada nya fitur komentar dalam media sosial itu menguntungkan anda sebagai pengguna atau sebaliknya?

Raisya : aku salah satu orang yang sangat aktif dalam interaksi di media sosial, justru dari fitur itu kadang aku bisa dapat teman online teman virtual yang sama sama suka main game jadi nambah teman juga itu seru banget kak

Wawancara : Bagaimana pandangan anda mengenai pengguna yang berbeda dengan real-life nya di media sosial?

Raisya : jujur aku punya beberapa akun medsos, yang satu itu biasanya untuk aku misuh dan akun nya ku kunci ada juga akun lain nya aku pakai nama samaran biasanya aku pakai untuk julit atau ngebela sesuatu kak. Setiap akun media sosial yang aku punya tuh kaya beda beda karakter gitu dan nama nya juga samaran

Wawancara : Anda juga kan seorang pengguna apakah anda membuat konten untuk akun anda pribadi? Bagaimana isi konten anda?

Raisya : akun instagram ku juga ada konten nya kak, konten nya adalah self love ya meskipun sedikit pencitraan tapi kan di medsos mah orang ga tau asli nya kita gimana kecuali emang teman real. Aku juga suka buka dan liatin akun revival karena konten nya aku suka tentang esport dan terupdate aku juga kalau lagi cari konten informasi make up biasanya ke tasya farasya atau beauty vlogger lain nya

Wawancara : Menurut anda bagaimana dengan fitur *share* di media sosial instagram?

Raisya : aku sering banget ngirim in konten lucu ke temen kadang lewat dm instagram atau ke wa biasa nya, aku juga suka dapet informasi lain nya dari temen temen yang share ke aku begitu juga sebalik nya jadi lebih enak sih ga perlu kita screenshoot dulu postingan nya baru kirim. Tinggal share aja

Lampiran 5.

Hasil wawancara triangulasi sumber (@Esports.id)

Nama : Billy Rifki
Tanggal : 28 Juli 2023
Tempat : Online (whatsapp)

Wawancara : **Jelaskan apa itu esports id, terbentuk tahun berapa, perusahaan yang bergerak di bidang apa dan kenapa bergerak di bidang tersebut?**

Billy : Esports.ID adalah portal berita esports yang berdiri tahun 2018. Kemajuan teknologi dan perkembangan gaming kompetitif membuat kebutuhan informasi akan berita tentang esports makin diminati, sehingga lahirlah Esports.id

Wawancara : **Media sosial apa saja yang digunakan oleh esports id?**

Billy : Esports.ID memiliki platform sosial media Instagram, Twitter, Tiktok, threads, facebook dan youtube

Wawancara : **Mengapa menggunakan media sosial sebagai alat publikasi? Dan mengapa menggunakan Instagram sebagai salah satu alat publikasi?**

Billy : Media sosial merupakan arus informasi yang cepat untuk menangkap awareness dari followers dan netizen umum. Alasan menggunakan instagram adalah basis pengguna media sosial Instagram di Indonesia yang besar

Wawancara : **Konten apa saja yang di buat di akun Instagram esports id? dan dalam bentuk apa saja**

Billy : Berita, interview, challenge, giveaway, tips & trick dan lain lain. Audia, visual dan keduanya

Wawancara : **Informasi apa saja yang ingin disampaikan esports id? Apakah hanya seputar Ketika ada pertandingan dunia atau ada hal lainnya?**

Billy : Esports.id tidak sebatas hanya pada hasil pertandingan. Kita lebih fokus untuk menggali sisi lain yang jarang terungkap di dunia kompetitif gaming

Wawancara : **Bagaiman esports id menggunakan dan memanfaatkan hastag dan juga keyword di media sosial?**

Billy : Hastag digunakan untuk menjangkau target audience yang lebih spesifik

Wawancara : **Bagaimana interaksi antarpengguna di kolom komentar apakah positif atau negative? Dan bagaimana menyikapinya?**

Billy : kombinasi keduanya, Esports.id selalu menempatkan diri sebagai teman atau sahabat untuk para pengikutnya. Oleh karena itu kita menyebut followers kita dengan sobat esports

Wawancara : Bagaimana proses pembuatan kontennya, jelaskan dari awal mencari informasi, sortir informasi, desain konten, copywriter dan lain sebagainya?

Billy : Topik dipilih terlebih dahulu untuk menentukan arah informasi yang ingin dibahas dan disampaikan. Narasumber juga disortir untuk memastikan validasi dan akurasi informasi. Design konten disesuaikan dengan gaya tiap media, narasumber dihubungi atau tim melakukan riset secukupnya untuk mendapatkan informasi lalu dibuatlah design konten untuk disampaikan pada publik.

Wawancara : Bagaimana esports id memanfaatkan fitur sharing dalam media sosial instagram? Dan menurut esports id apa kegunaan fitur tersebut dan apa manfaatnya?

Billy : Fitur sharing sangat berguna untuk mengarahkan followers untuk langsung menuju website atau domain yang ingin dipromosikan. Biasanya, fitur ini esports.id gunakan untuk mengarahkan followers ke website berita esports.id untuk membaca lengkap informasi berita tertentu atau ke kanal sosial media lainnya

Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara



Dokumentasi Wawancara *key* informan 1 Cing Doto (Manager Media Sosial Revivaltvid), pada 3 Juli 2023



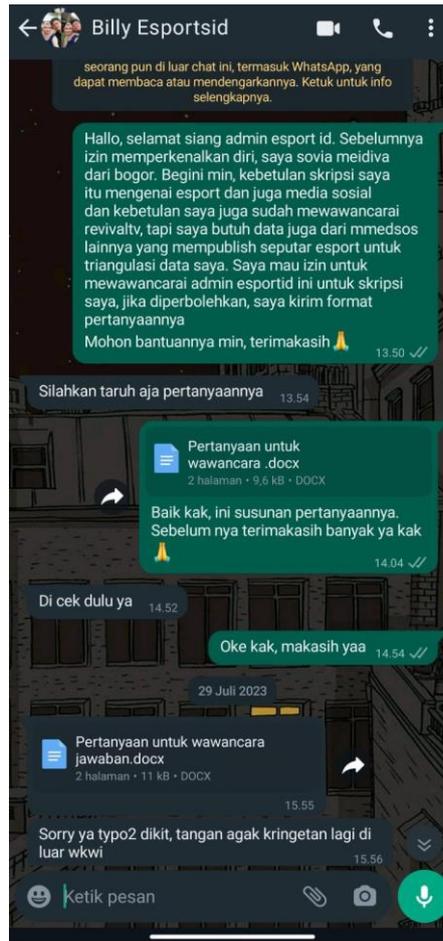
Dokumentasi wawancara *key* informan 2 Ricthy (Desain dan copy writer Revivaltvid), pada 30 Juli 2023



Dokumentasi wawancara informan 1 Aldian Prasetya (pengikut instagram Revivaltvid), pada 15 Juli 2023



Dokumentasi wawancara informan 2 Raisya (pengikut instagram Revivaltvid), pada 31 Juli 2023



Dokumentasi wawancara Triangulasi sumber Billy Rifki (Esport.id), pada 20 Juli 2023