

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI MINEWS.ID

^{1*}Erna Ernawati [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

E-mail: ernawati@inais.ac.id

Abstract

The aim of this study was to analyze how Minews.id, an online media portal, utilized Instagram as an information and promotion medium. This study used a qualitative approach by using data collection techniques through observation, interview, and literature review. The result showed that Instagram, as a popular social media platform, was not only used by individuals but also by several companies as a tool to share information related to their products or services with persuasive messages and attract the curiosity and interest of the public.

Keywords: Social media, information, instagram, promotion.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bagaimana Minews.id sebagai portal media online memanfaatkan Instagram sebagai sarana media informasi dan promosi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini dapat tergambar bahwa Instagram sebagai media sosial dewasa ini tidak hanya digunakan untuk personal, namun oleh beberapa perusahaan sebagai sarana membagikan informasi mengenai produk atau jasa dengan pesan yang persuasif, dan membuat khalayak penasaran dan tertarik.

Kata Kunci: Media sosial, informasi, instagram, promosi..

PENDAHULUAN

Informasi menjadi hal penting yang dibutuhkan masyarakat dewasa ini. Beragam informasi dapat dengan mudah diakses masyarakat untuk berbagai tujuan, diantaranya untuk hiburan, rujukan, mengetahui keadaan terkini di daerah sekitar. Abdul Kadir dalam Oktaviani dkk (2019) menyatakan bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. Informasi dalam penyampaiannya kepada masyarakat membutuhkan sarana atau media.

Sarana dalam menyampaikan informasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu tanpa media dan dengan media. Penyampaian informasi tanpa media dilakukan secara langsung atau *face to face*, sedangkan menyampaikan informasi dengan media dapat dibantu melalui televisi, radio, surat, jaringan internet, dan lain-lain. Dewasa ini perusahaan banyak memanfaatkan jaringan internet untuk berbagi informasi mengenai produk atau jasa yang mereka sediakan.

Minews.id merupakan salah satu portal berita *online* yang menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi informasi. Dewasa ini, masyarakat sangat antusias dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Media social merupakan saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya, dimana para pengguna dapat berkomunikasi, berinteraksi, bahkan dapat saling berkirim pesan sehingga dapat membangun jejaring. Sosial media merupakan fasilitas internet bagi masyarakat dunia maya yang didesain sehingga memudahkan pengguna berinteraksi secara interaktif dengan basis teknologi dan hal ini dapat mengubah pola perilaku masyarakat sendiri. Rahadi dan Zainal (2017), *Social media* dalam bahasa Indonesia terdiri dari dua kata, yaitu “*social*” dan “*media*”, yang merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Dapat disimpulkan, bahwa *social media* adalah kegiatan saling berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan waktu, serta

menggunakan teknologi informasi sebagai media berkomunikasi.

Menurut Juanda H (2017) *social media* merupakan salah satu *platform* yang paling banyak digunakan masyarakat saat ini. Media sosial memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dalam masyarakat yang sangat cepat dan *up to date*. Minews.id memanfaatkan *Instagram* sebagai salah satu media sosial, dikarenakan pengguna *Instagram* sudah sangat banyak di seluruh belahan dunia. Minews.id menggunakan kesempatan ini untuk meningkatkan eksistensi dirinya sebagai salah satu portal berita *online*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Minews.id sebagai portal media *online* memanfaatkan *Instagram* sebagai promosi dan pendistribusian informasi.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di PT Mata Milenial pada divisi Social media Minews.id, yang berlokasi Jl. Prof. DR. Soepomo No.58, RT.5/RW.1, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12870 Indonesia. Waktu pelaksanaan terhitung mulai tanggal 1 Februari sampai 1 April 2021. Data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan data sekunder diperoleh dari hasil studi pustaka dan website terkait dengan penelitian ini. Instrumen yang digunakan berupa daftar pertanyaan terstruktur.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi dilakukan secara langsung dengan mengamati dan mewawancarai pihak Minews.id sebagai nara sumber. Studi pustaka dilakukan untuk melakukan pencarian data berkaitan dengan permasalahan yang diangkat melalui buku, jurnal dan website. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif berdasarkan data yang diperoleh kemudian dikembangkan menjadi sebuah hipotesis dengan dibantu daftar pertanyaan sebagai panduan wawancara. dan langkah yang terakhir yaitu menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mata Milenial Indonesia (MMI) merupakan salah satu perusahaan yang

bergerak di bidang media. Minews.id merupakan portal media sebagai salah satu produk MMI. Konten berita yang diunggah oleh Minews.id mengunggah berita secara *online* melalui *website*. Menurut Romli (2020), *Website* atau site (situs) adalah halaman yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. Konten berita yang diunggah Minews.id terdiri dari teks dan gambar. Minews mengunggah berita-beritanya melalui *website* resmi, yaitu www.Minews.id.

Media sosial saat ini tidak hanya digunakan oleh perorangan untuk berbagai tujuan, tetapi oleh perusahaan. Menurut Puspitarini dan Nuraeni (2019), *social media* berguna untuk melakukan promosi. Berbagai perusahaan menggunakan *social media* untuk memperkenalkan bahkan memasarkan produk atau jasanya. Melalui *social media*, perusahaan membagikan informasi mengenai produk atau jasanya dengan isi pesan yang persuasif, sehingga membuat *audience* penasaran dan tertarik.

Instagram tidak hanya dijadikan sarana informasi, komunikasi, dan hiburan saja. *Instagram* dapat dijadikan salah satu media perusahaan untuk melakukan promosi. Keberadaan media sosial *Instagram* dapat menjadi solusi bagi perusahaan untuk meminimalkan biaya promosi. *Instagram* dapat digunakan kapan saja untuk melakukan promosi, walaupun ada fitur atau fasilitas promosi melalui *Instagram* yang berbayar, yaitu *Instagram Ads* yang berbayar, namun *Instagram* tetap bisa digunakan sebagai media perusahaan agar lebih dikenal luas oleh masyarakat dengan mudah, sehingga dapat meningkatkan brand awareness dan biaya promosi pun dapat berkurang.

Menurut Zakirah (2017) *Instagram* juga menjadi wadah untuk membentuk citra diri, hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak angka followers atau pengikut dan like atau yang menyukai di profil *Instagram*. Pemilik akun akan semakin terlihat bahwa si pengguna memiliki citra diri yang tinggi, juga dapat menjadi figur bagi remaja-remaja masa kini. Para pengguna *Instagram* merasa nyaman untuk menggunakan media social ini, karena *Instagram* memiliki beberapa kelebihan. Kelebihan *Instagram* adalah kemudahan dalam menggunakan fitur-fiturnya, tidak

berbayar namun tetap memerlukan jaringan internet, dan fitur-fitur yang selalu *update* menyesuaikan kebutuhan zaman. Fitur-fitur tersebut di antaranya, *Instagram* stories, live *Instagram*, IGTV, Video call, dan lain-lain.

Instagram Minews.id memiliki nama akun *Instagram* @matamilenialindonesia. Minews.id memanfaatkan *Instagram* untuk membagikan konten-konten yang sifatnya sebagai promosi juga sebagai hiburan followers-nya. Terdapat tiga jenis konten yang dibagikan oleh Minews.id:

1) Konten utama

Konten utama Minews.id merupakan konten yang berkaitan langsung dengan produk yang disediakan atau dipasarkan oleh Minews.id. Produk utama Minews.id adalah narasi berita yang disajikan melalui web utama Minews.id. Minews.id atau Mata Indonesia memiliki beberapa rubrik atau kategori yang memuat berita-berita terkini dengan gaya penulisan yang menarik, sedang viral dan paling banyak disukai oleh pembaca. kanal atau kategori tersebut 70% berisi informasi atau berita terkini.

2) Konten promosi MI TV

Minews.id membagikan konten yang mempromosikan program-program TV Streaming dari Mata Milenial TV, yang merupakan produk dari anak perusahaan PT Mata Milenial Indonesia.



Gambar 1. Postingan Promosi Program Mata Milenial TV

Sumber: *Instagram* @matamilenialindonesia (2022)

Gambar 1. menunjukkan salah satu postingan promosi program MI TV atau Mata Milenial TV. Pada postingan flyer tersebut, dicantumkan informasi lengkap mengenai program MI TV yang sedang dipromosikan. Informasi tersebut terdiri dari judul program atau acara, waktu penayangan, media untuk menonton, dan nama host atau pembawa acara.

3) Konten tambahan

Minews.id dalam mengelola media sosial *Instagram*, membuat konten-konten lain untuk menambah *engagement audience* di *Instagram*. Konten tersebut di antaranya:

a) Konten Hari Ucapan

Beberapa hari penting diperingati pada tanggal-tanggal tertentu, baik nasional maupun internasional. Minews.id berpartisipasi dengan cara ikut mengingatkan *audience* atau masyarakat lain dengan menggunakan media *Instagram*. Minews.id memposting postingan *feed Instagram* yang berupa desain berilustrasi sesuai dengan hari yang sedang diperingati.



Gambar 2. Postingan Hari Ucapan di *Instagram*

Sumber: *Instagram* @matamilenialindonesia (2022)

b) Konten Hiburan

Salah satu konten yang menarik *audience* adalah konten yang menghibur. Minews.id membuat konten yang mengandung unsur hiburan demi membangun interaksi dan kepuasan dari *audience* di *Instagram*. Minews.id memiliki dua jenis konten hiburan, yaitu MiStori Podcast dan Minews.id Jalan-jalan.

i) MiStory Podcast

Menurut Rusdi (2012), podcast merupakan produk *audio* dalam bentuk file diupload di internet, yang nantinya bisa di-*download*. Podcast bisa didengarkan melalui aplikasi khusus semacam radio. Minews.id memiliki podcast yang berbentuk video di *Instagram* TV @matamilenialindonesia. Podcast tersebut berisi cerita yang

bertemakan percintaan, persahabatan, dan keluarga. MiStory Podcast disajikan dengan ilustrasi pendukung yang disesuaikan pada tiap judulnya.

ii) Minews Jalan-jalan

Minews.id Jalan-jalan merupakan konten video yang berisi rekomendasi tempat nongkrong atau ngopi di daerah Jabodetabek. Pada video Minews.id Jalan-jalan, terdapat berbagai info mengenai coffee shop yang sedang direkomendasikan dalam video. Informasi tersebut meliputi lokasi, kisaran harga, jam operasional, dan suasana coffee shop. Maka dari itu, video Minews Jalan-jalan termasuk dalam kategori feature perjalanan.

SIMPULAN

Mata Milenial Indonesia (MMI) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media. Melalui media social, perusahaan membagikan informasi mengenai produk atau jasanya dengan isi pesan yang persuasif, sehingga membuat *audience* penasaran dan tertarik. *Instagram* sebagai salah satu media sosial, dijadikan media oleh perusahaan untuk melakukan promosi, karena dapat menjadi solusi bagi perusahaan untuk meminimalkan biaya promosi. *Instagram* Minews.id memiliki nama akun *Instagram* @matamilenialindonesia, dimana Minews.id memanfaatkan *Instagram* untuk membagikan konten-konten yang sifatnya sebagai promosi dan sebagai hiburan followers-nya. Terdapat tiga jenis konten yang dibagikan oleh Minews.id, yaitu 1) Konten utama Minews.id yaitu konten yang berkaitan langsung dengan produk yang disediakan atau dipasarkan oleh Minews.id, 2) Konten promosi MI TV yaitu konten yang mempromosikan program-program TV Streaming dari Mata Milenial TV, 3) Konten tambahan dimana Minesw.id dalam mengelola media sosial *Instagram*, membuat konten-konten lain untuk menambah *engagement audience* di *Instagram*.

DAFTAR PUSTAKA

- Juanda, H. 2017. Social media sebagai penyebarluasan informasi pemerintah Aceh. *Jurnal Perawi*. [diunduh 2022 Feb 27]; 1(1):1-22. <https://www.jurnal.araniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/1988/1469>
- Oktaviani dkk. 2019. Sistem informasi inventaris barang berbasis webpada smp negeri 1 buer. *Jurnal JINTEKS*. [diunduh 2022 Mar 25]; 1(2): 160-168. <http://www.jurnal.uts.ac.id/index.php/JINTEKS/article/view/422/330>
- Rahadi DR dan Zainal. 2017. Sosial media marketing dalam mewujudkan e-marketing. [diunduh 2022 Apr 11]; E-7 – E-78. <https://seminar.ilkom.unsri.ac.id/index.php/kntia/article/download/1179/559>
- Romli MSA. 2020. *Jurnaistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Kurniawan, I, Elwa MA, editor. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Rusdi F. 2019. Podcast sebagai industri kreatif. Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi (SNIT). [diunduh 2022 Mei 19]; 1(1): 91-94. <http://seminar.bsi.ac.id/snit/index.php/snit-2012/article/view/319>
- Zakirah DMA. 2017. Mahasiswa dan *Instagram* (study tentang *Instagram* sebagai sarana membentuk citra diri di kalangan mahasiswa universitas airangga). *Jurnal SI Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*. [diunduh 2022 Apr 12]. 1-21. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmntsb1ebd5f9d32full.pdf>