Kajian Opini Followers Terhadap Feeds Event Hit The Festival di Akun Instagram @Hitthefestival

A Study Of Public Opinion On The Hit The Festival Feeds In The Instagram

[1]Septian Chandra Saputra, [2]Maya Amalia Oesman Palapah
[1,2]Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: [1]chandra.sept11th@gmail.com

Abstract. The process of using Instagram, the @hitthefestival, by the event organizers as a medium of communication and information to its followers, indirectly affects the image enhancement of @hitthefestival in the eyes of its followers. The consistency and activity of the @hitthefestival account in uploading activities, before the event to the end of the event, attracts viewers to become followers because it provides a lot of information about the Hit The Festival event. It also shows the seriousness of the @hitthefestival in establishing relationships with followers and in providing interesting information for them. Therefore, using Instagram @Hitthefestival can create its own opinions in every follower, whether those who are active or passive. This study aims to determine the level of trust, attitude, perception of the followers of @hitthefestival Instagram feeds. The research method used is descriptive method, which is systematically describing the factual conditions or characteristics of certain population. Data collection techniques carried out were questionnaires and library studies. The study population was 84 viewers, who were selected using purposive sampling technique. The results showed that followers of the @hitthefestival Instagram had a high level of trust in the Hit The Festival event, and had very good feelings and perceptions of the account. The account is considered to have a special attraction for its followers, particularly in presenting information about the creative economy of Balikpapan, especially culinary and lifestyle. The @hitthefestival account feed is considered very helpful for the followers in getting information about the Hit The Festival event and in providing motivation to young people as creative economic actors

Keywords: Opinion, Instagram, Feeds, Followers, Creative Economy.

Abstrak. Proses penggunaan instagram @hitthefestival sebagai media komunikasi dan informasi kepada para followernya, secara tidak langsung mempengaruhi peningkatan citra @hitthefestival di mata followers. Konsistensi dan keaktifan dari akun @hitthefestival dalam mengupload kegiatan mulai dari event belum berlangsung sampai selesai menarik viewers untuk menjadi followernya memberikan banyak informasi mengenai event Hit The Festival. Hal ini juga memperlihatkan keseriusan @hitthefestival dalam menjalin hubungan dengan para followers, serta memberikan informasi yang menarik. Oleh karena itu, penggunaan instagram @hitthefestival dapat menciptakan opini tersendiri dari setiap follower, baik yang aktif ataupun yang pasif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepercayaan, sikap, presepsi followers terhadap feeds instagram @hitthefestival. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu dengan melukiskan secara sistematis kondisi atau karakteristik populasi tertentu secara faktual. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran angket, dan studi kepustakaan, adapun populasi penelitian adalah 84 orang viewers, yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa followers dari instagram @hitthefestival memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap event Hit The Festival, serta memiliki perasaan dan presepsi yang sangat baik terhadap akun tersebut. Akun tersebut dianggap memiliki daya tarik tersendiri bagi para followers nya, terutama dalam informasi mengenai ekonomi kreatif kota Balikpapan khususnya kuliner dan lifestyle. Feed akun @hitthefestival dinilai sangat membantu para followers dalam mendapatkan informasi seputar event Hit The Festival dan memotivasi anak muda sebagai pelaku ekonomi kreatif.

Kata Kunci : Opini, Instagram, Feeds, Followers, Ekonomi Kreatif.

A. Pendahuluan

Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari *entertainment*, melakukan bisnis, mencari info atau aktivitas lainnya. Salah satu media sosial yang ramai digunakan masyarakat Indonesia adalah Instagram. Sebagai media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan tak berbatas untuk dimanfaatkan sebagai berbagai sarana. Sosial media Instagram sebagai media promosi secara bebas diakui sangat membantu, pemilik akun bisa berinteraksi langsung dengan pengunjung halaman akun Instagram

Di kota Balikpapan *trend* ini dimanfaatkan oleh *Event Hit The Festival* sebuah e*vent bazzar* kuliner kreatif anak muda pertama yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata (Kemenpar) RI bagian pemasaran area III Kalimantan di kota Balikpapan sebagai wadah industri kreatif yang diperuntukkan bagi para pelaku usaha kuliner dan industry kreatif lokal sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif kota Balikpapan. Dengan tema "Promosi Wisata Kuliner Lokal dengan Semangat Wirausaha Kreatif", konten acara utama selain *bazzar* kuliner lokal kreatif yang diselenggarakan adalah '*The Next Hit'* sebuah program kompetisi bisnis untuk pelaku usaha kreatif lokal yang aktif menjalankan usahanya dari nol, dengan memberikan hadiah total dana pengembangan usaha sebesar 150 juta kepada sepuluh pemenang terpilih pelaku usaha kreatif muda kota Balikpapan.

Event Hit The Festival sangat memanfaatkan media sosial khususnya Instagram untuk melakukan kegiatan komunikasi dan informasi selama acara berlangsung publikasi yang dilakukan berupa suntingan foto-foto dan video mengenai *event Hit The Festival*. Akun Instagram @hitthefestival menjadi platform media komunikasi dan informasi kepada *followers*-nya untuk mendapatkan info lengkap mengenai *event Hit The Festival.* Dengan begitu *followers* akun @hitthefestival banyak berinteraksi lewat kolom komentar, *direct messages*, dan *likes* sebagai respon langsung dari suntingan mengenai *updates* atau informasi terbaru dari *event Hit The Festival*.

Untuk mengetahui opini dari *followers* akun @hitthefestival sendiri yang dihitung bukanlah jumlah totalnya atau mayoritas saja, melainkan mayoritas yang efektif. Mayoritas efektif yang dimaksud adalah opini dari *followers* yang aktif memberikan respon berupa *likes*, *komentar* dan hadir dalam *event Hit The Festival.* Opini *followers* akun @hitthefestival dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsirkan secara jelas, ataupun melalui pilihan-pilihan kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan konotatif. Opini terhadap suatu pemberitaan dapat pula berupa ekspresi sikap dengan melalui jawaban positif untuk informasi yang mendukung, jawaban netral dan negatif untuk jawaban yang tidak mendukung. Artinya apabila seseorang beropini positif tandanya orang tersebut mendukung, dan apabila seseorang beropini negatif artinya orang tersebut menolak (Abdullah, 2001:14).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui opini dari *followers* Instagram *event Hit The Festival* terhadap *feeds* akun @hitthefestival dalam kegiatan penelitian yang berjudul: "Opini *Followers* Terhadap *Feeds Event Hit The Festival* di Akun Instagram @hitthefestival (Studi Deskriptif Mengenai Opini *Followers*

Terhadap *Feeds Event Hit The Festival* di Akun Instagram @hitthefestival Sebagai Upaya Untuk Menggerakkan Ekonomi Kreatif)".

1. Bagaimana kepercayaan *(belief*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif?
2. Bagaimana sikap (afektif, kognitif, konatif *attitude*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif?
3. Bagaimana persepsi *(perception*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif?

C. Kajian Pustaka

Penelitian ini, mengemukakan beberapa kerangka pemikiran sebagai suatu pendapat yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya berdasarkan pendapat para ahli. Penelitian ini menggunakan teori Selective influence. Opini dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai pendapat. Pendapat adalah pandangan seseorang mengenai sesuatu. Jadi pendapat itu bersifat subjektif. Dengan demikian maka pendapat adalah evaluasi, penilaian dan bukan fakta. Karena bukan fakta, maka ia mudah berubah atau diubah tergantung pada situasi sosial yang berlaku.

Opini adalah ekspresi sikap bersifat aktualisasi. Jadi sikap masih berada dalam diri orang dan belum dimunculkan, sedangkan opini sudah lebih dari itu, dimunculkan dan jika dibuktikan akan bisa diindera oleh manusia (ekspresi). Seseorang yang sedang mengeluarkan sebuah opini bisa dilihat dari komunikasi verbal dan komunikasi non verbalnya. Lain dengan sikap. Diam adalah sikap. Tetapi diam tidak bisa diindera secara utuh dan masih ada dalam diri seseorang (Sunarjo, 2005 : 52).

Event Hit The Festival merupakan event baru yaitu bazzar kuliner kreatif lokal yang bertemakan untuk memajukan industri dan perekonomian kreatif di kota Balikpapan yang banyak diminati masyarakat Balikpapan. dengan berbagai konten acara yang menarik seperti program lomba bisnis 'The Next Hit' menyebabkan followers khususnya akun @hitthefestival ingin ambil peran sebagai pemain ekonomi dan industri kreatif. Selain itu event Hit The Festival juga dibungkus dengan rangkaian acara hiburan yang membuat followers dan pengunjung event Hit The Festival betah untuk belama lama menikmati suguhan wisata kuliner lokal kota Balikpapan dan tidak bosan untuk datang dihari berikutnya selama event berlangsung.

Adanya penilaian tersebut menunjukkan opini followers akun @hitthefestival yang aktif dan hadir di event Hit The Festival. Menurut Effendy, "Opini adalah respon yang diberikan seseorang yaitu komunikan kepada komunikator yang sebelumnya telah memberi stimulus berupa pernyataan" (Effendy, 1998:87). Opini followers dan pengunjung akun @hitthefestival merupakan hal yang sangat penting karena dari opini tersebut dapat menjadi saran yang positif bagi penyelenggara event Hit The Festival untuk mengetahui seberapa besar tingkat motivasi yang telah disebarkan penyelenggara event Hit The Festival kepada followers akun @hitthefestival dan pengunjung itu sendiri, sehingga mampu memperbaiki lagi hal-hal apa yang dapat mengakibatkan apabila followers akun @hitthefestival dan pengunjung merasa tidak puas terhadap suntingan akun @hitthefestival.

Opini dapat dinyatakan melalui

perilaku, sikap tindak, mimic muka atau bahasa tubuh (body language) atau bentuk simbol-simbol tertulis berupa pakaian yang dikenakan, makna sebuah warna. Untuk memahami seseorang dan public tersebut menurut R.P. Abelson (dalam Soemirat dan Ardianto, 2010 : 104) bukanlah perkara mudah karena berkaitan erat dengan :

1. Kepercayaan mengenai sesuatu (belief)
2. Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (attitude).
3. Persepsi (perception), yaitu suatu proses memberikan makna yang berakar dari berbagai faktor, yakni :
   - Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat-istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat.
   - Pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau pandangannya
   - Nilai-nilai yang diantut (moral, etika, dan keagaam yang diantut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat).
   - Berita-berita dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat (dalam Soemirat dan Ardianto, 2010 : 104).

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif, di mana metode ini hanyalah memaparkan suatu situasi atau peristiwa. Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian penulis, penelitian dengan metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif sebagai penelitian survey atau menurut Wood penelitian observasional (dalam Rakhmat, 2007:25).

Begitu pula metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian skripsi ini, untuk meneliti opini *followers* mengenai *feeds* Instagram *event*, penulis melakukan penyebaran angket serta observasi dengan mengamati dan berbincang dengan responden mengenai opini *followers* mengenai *feeds* Instagram *event* tersebut. Kemudian penulis berusaha memahami dan menggabungkan opini-opini yang muncul sebagai bentuk reaksi nyata terhadap *followers* mengenai *feeds* Instagram *event*. Selain itu observasi dalam penelitian ini tidak hanya dengan mengumpulkan data-data dari sumber media yang membahas mengenai opini *followers* mengenai *feeds* Instagram *event* tersebut, tetapi juga mencari teori komunikasi yang sesuai dengan peristiwa yang terjadi sebagai studi pustaka yang relevan bagi sebuah penelitian. Maka dari itu penulis akan meneliti opini *followers* mengenai *feeds* Instagram *event* tersebut.

E. Temuan Penelitian

Pada penelitian ini angket diberikan kepada 84 orang responden yang didominasi responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang atau 53,57%.dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 39 orang atau 46,43%. Dengan demikian rata-rata yang menjadi *followers* akun Instagram

event Hit The Festival adalah kaum perempuan.

Dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi *followers* akun Instagram *event* Hit The Festival adalah kaum perempuan hal tersebut dikarenakan kaum perempuan dalam ranah dunia konvergensi seperti penggunaan instagram sebagai individu yang banyak menyukai fitur instagram termasuk pada saat ini di mana instastory dan aplikasi boomerang lagi trand di mana fitur dari Instagram tersebut yang dikenal dengan kemampuannya membuat *video loop* yang memungkinkan pengguna dengan mudah mengambil gambar tepat di dalam aplikasi Instagramnya. Hal itu yang kebanyakan perempuan menjadi viewers dibandingkan laki-laki.

Hasil dari penelitian Opini *Followers* Terhadap *Feeds Event* Hit The Festival di Akun Instagram @hitthefestival menunjukkan dimensi kepercayaan *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival diperoleh skor sebesar 2335, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa apresiasi responden terhadap dimensi kepercayaan *followers* akun Instagram *event* Hit The Festival adalah tinggi. Namun dari 7 pertanyaan mengenai dimensi ini terdapat skor terendah yaitu 299 pada pertanyaan "**Saya Percaya Event Hit The Festival sebagai Upaya Untuk Menggerakan Ekonomi Kreatif Kota Balikpapan Melalui Feeds Instagram Akun @hitthefestival**" skor terendah tersebut dikarenakan tidak semua dari ataupun *followers* mempercayai bahwa konten akun Instagram @hitthefestival menginformasikan bentuk upaya menggerakkan ekonomi kreatif yang menajdi visi misi *event* Hit The Festival.

Sementara saran penulis untuk membentuk kepercayaan followers terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebaiknya pihak pengelola admin tersebut harus memberikan handstage yang lengkap jelas dalam menginformasikan visi misi mereka bahwa konten-konten di akun tersebut tidak hanya mengenai apa saja yang ada di *event* Hit The Festival melainkan juga bahwa menjadi sebuah wadah industry kreatif dan sebagai upaya menggerkkan ekonomi kreatif kota Balikpapan.

Mengenai tanggapan responden tentang sikap *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival diperoleh skor sebesar 3338, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden termasuk dalam kategori sangat tinggi (sangat baik). Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa apresiasi responden terhadap *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sangat baik.

Dan tanggapan responden tentang presepsi *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival diperoleh skor sebesar 1886 dari 6 pertanyaan dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden termasuk dalam kategori sangat tinggi (sangat baik). Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa apresiasi responden terhadap presepsi *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival adalah sangat baik.

F. Kesimpulan

1. Berdasarkan pemilihan responden mengenai kepercayaan *(belief*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya *event Hit The Festival* menggerakkan ekonomi kreatif diperoleh skor sebesar 2335, dan

dalam pengklasifikasian jumlah skor termasuk dalam kategori tinggi (baik). Berdasarkan pengklasifikasian ini, dapat diartikan bahwa apresiasi responden terhadap dimensi kepercayaan *(belief*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya *event Hit The Festival* mendapatkan kepercayaan yang tinggi artinya responden mempercayai setiap konten yang ada pada akun tersebut baik itu program 'The Next Hit' sebagai bentuk stumulus untuk memotivasi anak muda untuk berperan sebagai pelaku ekonomi kreatif dan segala informasi yang diposting mengenai *event* Hit The Festival.

2. Berdasarkan pemilihan responden mengenai sikap (afektif, kognitif, konatif *attitude*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif diperoleh skor sebesar 3338, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor termasuk dalam kategori sangat tinggi (sangat baik). Berdasarkan pengklasifikasian ini, dapat diartikan bahwa apresiasi responden terhadap sikap (afektif, kognitif, konatif *attitude*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif adalah sangat baik di mana responden mayoritasnya menajdi lebih mengetahui mengenai upaya menggerakkan ekonomi kreatif dengan memotivasi anak muda untuk berperan menjadi pelaku ekonomi kreatif, responden juga megetahui *event* Hit The Festival adalah *bazzar* kuliner local kreatif sebagai wadah pengusaha lokal kreatif, serta responden mengetahui, bahwa kota Balikpapan memiliki potensi industi kreatif sebagai potensi bidang pariwisata, dan mengetahui program kompetisi bisnis yang diselenggarakan *event* Hit The Festival sebagai bentuk dukungan kepada pelaku ekonomi kreatif dengan hadiah daya pengembangan usaha yang cukup besar.
3. Berdasarkan persepsi *(perception*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif diperoleh skor sebesar 1886, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden termasuk dalam kategori sangat tinggi (sangat baik). Berdasarkan pengklasifikasian ini, dapat diartikan bahwa apresiasi responden terhadap persepsi *(perception*) *followers* terhadap *feeds* Instagram akun @hitthefestival sebagai upaya menggerakkan ekonomi kreatif adalah sangat baik hal tersebut bisa terlihat dari mayoritas responden telah mempersepsikan bahwa akun dan *feeds* @hitthefestival tersebut sebagai pusat informasi mengenai *event* Hit The Festival yang positif dan menarik penuh dengan hiburan dan konten kreatif yang mendukung pelaku ekonomi kreatif, juga persepsi program konpetisi bisnis 'The Next Hit' yang memotivasi untuk berperan sebagai pelaku ekonomi kreatif.

Daftar Pustaka

Abdullah. 2001. Press Relation. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. 2010. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sunarjo, Djoenarsih S. 2005, Opini Publik. Yogyakarta : Liberty.

Morrisan, M. A. 2010. Manajemen Publik Relations. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Preston, W.C. Dennison. 2008. Media Konvergensi. Terjemahan. PT Rosda Karya, Bandung.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya