

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepakbola adalah salah satu cabang olahraga yang banyak digemari oleh masyarakat baik di Indonesia maupun di dunia. Hal ini terbukti dengan banyaknya anak, remaja, dewasa, tua, dan muda yang memainkan permainan ini baik di lingkungan sekolah maupun masyarakat. Menurut Yiannis Michailidis yang dikutip dari (Gema dan Soenyoto 2016) sepakbola merupakan olahraga paling populer di dunia baik ditingkat amatir maupun tingkat profesional. Sepakbola apat dikategorikan sebagai olahraga rekreasi atau pengisi waktu luang, akan tetapi juga dapat menjadi olahraga yang menghasilkan prestasi.

Upaya untuk meningkatkan kualitas sepakbola di Indonesia akan lebih efektif dimulai dari sekolah sepakbola di daerahdaerah (Pujiyanti 2021). Upaya peningkatan kualitas atlet sepakbola indonesia merupakan salah satu peran dari sekolah sepakbola peran tersebut meliputi pelatihan dasar dan teknik dalam bermain sepakbola. Persaingan pada sekolah sepakbola yang berlomba untuk menciptakan pemain berbakat dengan fasilitas yang memadai mendorong berbagai inovasi untuk menarik sponsor yang bisa menunjang fasilitas dalam sekolah sepakbola (Varmus dan Kubina 2015).

Tidak hanya di dunia pendidikan formal, pada sekolah sepakbola tentunya teknologi menjadi salah satu sektor yang terdampak dari globalisasi. Sektor ini dapat dibilang sebagai pionir dari kemajuan yang ada. Karena segala jenis kemajuan yang terjadi, tentunya ditunjang dengan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Pembaruan teknologi informasi yang hadir secara

massal telah mengubah bentuk dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Tidak hanya itu, perubahan yang terjadi juga memperluas ruang gerak manusia dalam berkehidupan, yang sebelumnya hidup dalam masyarakat dunia nyata, bertambah dengan masyarakat dunia maya.

Media sosial yang ada sampai saat ini sangat beragam, ada yang berfungsi sebagai media percakapan secara virtual saja seperti *WhatsApp*, *Line*, dan lainnya. Selain itu, ada pula media sosial yang berfungsi membagikan isi pemikiran serta berdiskusi secara global seperti *Twitter*, kemudian yang berfungsi membagikan kehidupan pribadi sampai konten-konten dengan gambar seperti *Instagram*, adapula yang sifatnya video panjang seperti *YouTube*. Selain beberapa media sosial yang disebutkan diatas, masih banyak lagi media sosial lain yang ada dan dapat digunakan.

Menurut survey, pengguna internet di Indonesia sangat menggemari media sosial dilihat dari data hasil riset *We are Sosial Hootsuite* melalui databoks yang dirilis bulan Februari 2020, penggunaanya di Indonesia hingga 160 juta atau sebesar 59% dari total penduduk Indonesia. Rata-rata waktu yang digunakan untuk bermedia sosial adalah 3 jam 26 menit per hari (Databoks, 2020). Untuk aplikasi media sosial yang paling banyak diguakan dapat dilihat dari data hasil riset *We are Sosial Hootsuite* melalui databoks yang dirilis bulan Februari 2020 yaitu Youtube menduduki urutan pertama penggunaan media sosial sebanyak 88%, diikuti oleh WhatsApp 84%, Facebook 82%, Instagram 79%, dan Twitter 56% pengguna. Jika dilihat dari umur dan jenis kelamin, bahwa pengguna media sosial yang paling banyak digunakan oleh usia dari 16-64 tahun (Databoks, 2020). Walaupun instagram hanya ada diposisi ke empat, namun instagram merupakan

salah satu aplikasi yang paling disukai untuk memasarkan beraneka produk dikarenakan instagram berfokus pada penggunaan gambar dan video yang memiliki banyak fitur. Dengan menggunakan instagram tentunya produk yang diiklankan akan memiliki nilai lebih ketika diperlihatkan dalam akun instagram yang memiliki banyak *followers*. Para *influencer* memanfaatkan akun instagram mereka untuk memasarkan produk sendiri maupun produk orang lain.

Sehingga semakin banyak *followers* yang dimiliki, maka semakin banyak peluang para konsumen untuk membelinya. Selain itu, instagram juga memiliki label foto yang dapat digunakan sebagai kata kunci yang berhubungan dengan gambar tersebut. Semakin banyak *hashtag* yang dimasukan juga akan semakin mudah melakukan pencarian mengenai foto tersebut. *Like* atau tombol suka juga dapat memberikan pesan bahwa video atau foto yang diunggah dan disukai oleh banyak orang artinya foto atau video tersebut populer dan menarik. Sehingga seiring dengan berjalannya waktu seorang wirausaha menyadari bahwa instagram dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memasarkan produknya dan memperoleh peluang bisnis dari media sosial tersebut.

Strategi promosi sekolah sepakbola dengan menggunakan media sosial instagram merupakan hal yang menarik dan tidak membutuhkan biaya yang tinggi. Dengan adanya internet, semua dapat terjadi dalam waktu yang cepat. Media sosial Instagram menjadi salah satu media promosi yang membuat konsumen tertarik, ketertarikan konsumen untuk melihat sebuah produk akun di Instagram karena adanya konten yang menarik. Bidang kegiatan yang beredar di instagram yg ada salah satunya adalah bidang olahraga sepakbola khususnya SSB. Mereka akan selalu update tentang kegiatan-kegiatan latihan, mapun kegiatan saat

pertandingan. *Strategic Tool* untuk strategi bisnis, memberikan pengaruh dari pengguna kepada para pengikut (*follower*), membantu organisasi di dalam memasarkan produk, membantu organisasi untuk memahami konsumen, serta meningkatkan kepercayaan konsumen (Firmansyah, 2020).

Berdasarkan paparan di atas pengurus ESA Pratama U15 mencoba memberikan suatu penjelasan mengenai kegiatan yang di lakukan setiap harinya melalui instagram baik berupa foto maupun video, pada saat ingin mencari anggota baru untuk bergabung pada SSB tersebut dengan memberikan video ajakan atau promosi pada media sosial salah satunya instagram. Melalui optimalisasi media sosial instagram di anggap efektif dalam promosi club tersebut serta minat masyarakat atau menumbuhkan keyakinan orangtua yang ingin memasukan anaknya ke ESA Pratama U15.

Mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Pada konsep ini Regina Luttrell (dalam Luttrell, 2015: 42) dalam tahap *optimize* pada tahap ini organisasi harus mengetahui apa yang sedang dibicarakan publik terkait dengan topik yang di publikasikan tersebut *listen & learn*, dan *take part in authentic communications* harus di perhatikan dalam tahap ini. Kemudian, ketika suatu pesan sudah di share-oleh subjek maka *followers* akan membicarakan subjek baik dengan melibatkan subjek atau tidak, kegiatan ini yang harus diperhatikan oleh subjek. Karena subjek juga harus mendengarkan apa yang sedang dibicarakan *followers* tentang mereka.

Berdasarkan pendapat diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul: Strategi Optimalisasi Instagram Untuk Meningkatkan Minat Pemain

Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai Kabupaten Kerinci”

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini yaitu:

1. Optimalisasi Instragram sebagai media promosi yang di lakukan pengurus ESA Pratama U15
2. Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimanakah Strategi Optimalisasi Instragram Untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu: untuk mengetahui Strategi Optimalisasi Instragram Untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk bidang olahraga khususnya sepakbola dalam kajian instragram sebagai media informasi sebagai sarana berkomunikasi yang baik dan benar.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media informasi kegiatan-kegiatan khususnya ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai.