

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
UNGGUL SPORTS CENTER (USC) SEBAGAI SARANA PROMOSI TEMPAT
OLAHRAGA DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Penyusunan Skripsi**



**Disusun Oleh :
MARIA HELINA
2016230047**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2023**

RINGKASAN

Manfaat media sosial adalah sebagai tempat untuk bersosialisasi, memperluas lingkaran pertemanan, menunjang bisnis yang sedang dibangun, memperoleh ilmu baru, bergabung dengan grup yang bermanfaat, sebagai sarana dokumentasi, integrasi dan administrasi, sarana perencanaan, manajemen dan strategi, sarana hiburan. sedangkan Instagram adalah program berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menambahkan filter digital ke dalamnya, dan mempublikasikannya di platform jejaring sosial lainnya, termasuk Instagram. Instagram memiliki beberapa fitur seperti *home page*, *explore*, pengikut, kamera dan mengunggah foto, *geotagging*, *tag*, tanda suka, *nametag*, *pin feed*, *highlight*, *instastory*, *live streaming*, *insight*, DM dan *hashtag*.

Riset berikut masuk pada penelitian yang memakai metode kualitatif dengan mewawancarai Kepala Marketing *Unggul Sports Center (USC)* yang dilakukan di *Unggul Sports Center (USC)*, fokus penelitian pada media sosial instagram *Unggul Sports Center (USC)* dan sarana promosi. Sumber datanya terdapat dua yaitu, data primer dan data sekunder. mengumpulkan data yang diambil dengan memakai teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sementara analisa data yaitu, mengumpulkan data, menganalisa data dan keabsahan data.

Unggul Sports Center (USC) memakai media sosial instagram untuk sarana promosi pada memperkenalkan tempat olahraga di Kota Malang. Media sosial instagram memiliki fitur-fitur yang dijadikan untuk sarana promosi di media sosial. Fitur-fitur instagram meliputi, *home page*, *explore*, pengikut, kamera dan mengunggah foto, *geotagging*, *tag*, tanda suka, *nametag*, *pin feed*, *highlight*, *instastory*, *live streaming*, *insight*, DM dan *hashtag*. Saran ini ditunjukkan untuk mahasiswa Unitri dan untuk peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Instagram, *Unggul Sports Center (USC)*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Novianto & Eko, (2019:401) mengklaim bahwa internet adalah kemajuan teknologi dan informasi yang telah menjadi sangat populer dalam budaya modern. Internet adalah jaringan global komputer yang saling terhubung yang memungkinkan individu atau organisasi berinteraksi secara efektif dan efisien satu sama lain. Dunia pemasaran, termasuk promosi dan periklanan, telah berubah akibat banyaknya kemudahan yang diberikan oleh media sosial. Berbagai inisiatif hubungan masyarakat sering digunakan oleh para pebisnis karena sifat internet yang dinamis dan mudah beradaptasi.

Menurut Data Indonesia.id, media sosial di internet memungkinkan masyarakat saling berkomunikasi dan mencari informasi. Jejaring sosial kini dianggap sudah menjadi kebutuhan pokok bagi semua orang. Masyarakat umum menggunakan berbagai platform media sosial, antara lain Facebook, Twitter, Telegram, Instagram, WhatsApp, dan lain-lain. Di Indonesia, sudah terdapat 212 juta pengguna internet per Januari 2023. Artinya, tingkat penggunaan internet di Indonesia sekitar 77%. Pengguna internet meningkat sebesar 3,85% pada Januari 2023 dibandingkan bulan yang sama tahun sebelumnya. Indonesia memiliki 205 juta pengguna internet pada Januari 2022, menurut statistik. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan 7 jam 45 menit setiap hari untuk online. Selain itu, 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon seluler. Pada awal tahun 2023, terdapat 63,5 juta orang di tanah air yang belum online. Dengan 730 juta orang yang belum online, India menempati posisi teratas.

Menurut Cindie dan Desi (2020:32), media sosial merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan untuk bekerja sama, bertukar informasi, dan menampilkan diri serta berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya. Pengguna media sosial mempunyai keleluasaan untuk terhubung dan berbagi informasi. Jejaring sosial sangat ramah pengguna dan mudah dipahami oleh pengguna pemula. Memanfaatkan media sosial tidak memerlukan biaya yang besar bahkan gratis. Menurut informasi dari katadata.co.id, 96 juta orang menggunakan media sosial di Indonesia pada tahun 2017. Lebih dari 25,3 juta orang diperkirakan akan menggunakan media sosial pada tahun 2022, meningkat lebih dari 30%. Media sosial akan berkembang menjadi platform untuk berbagi keinginan atau aktivitas masyarakat pada tahun 2021.

Menurut Databoks.katadata.co.id, masyarakat kerap memanfaatkan media sosial untuk mencari pekerjaan, berjualan, bersosialisasi, bahkan berkencan. Daftar berikut mencakup berbagai platform media sosial yang digunakan di Indonesia, dengan WhatsApp menjadi yang

paling populer. Selain obrolan, WhatsApp kini menawarkan panggilan video, catatan suara, gambar, dan cerita. Di Indonesia, 88,7% penduduknya menggunakan WhatsApp, naik dari 87,7% pada tahun sebelumnya (meningkat). Jejaring sosial terpopuler kedua adalah Instagram. Instagram menawarkan fasilitas untuk berbagi gambar atau video secara online. Selain fitur lainnya, Instagram menawarkan instastories, IGTV, reels, pesan langsung, panggilan video, dan banyak lagi. Di Indonesia, 84,8% penduduknya menggunakan Instagram, turun dari 86,6% pada tahun sebelumnya. Masyarakat Indonesia sering memanfaatkan Facebook, sebuah platform jejaring sosial yang memungkinkan untuk berbagi gambar, video, siaran langsung, pertemanan, dan pasar. Di Indonesia, 81,3% penduduknya adalah pengguna Facebook, turun dari 85,5% pada tahun sebelumnya. Salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia adalah tiktok. Situs jejaring sosial ini menggunakan kerangka kerja yang memungkinkan pengguna membuat dan mendistribusikan video musik artistik. Di Indonesia, pengguna TikTok mencapai 63,1% dari populasi, naik dari 38,7% pada tahun sebelumnya (meningkat dengan cepat).

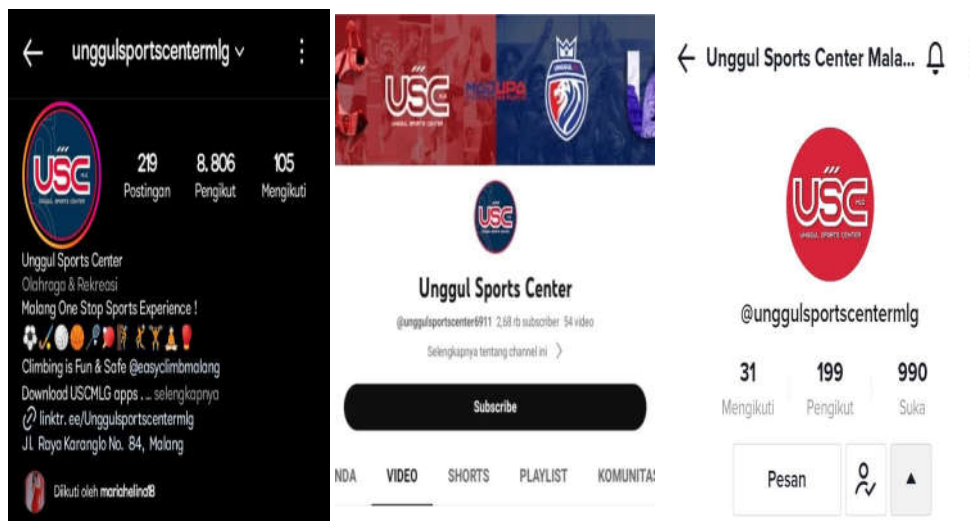
Manfaat media sosial sudah menjadi bagian yang cukup penting bagi kehidupan sehari-hari. Ada berbagai macam manfaat media sosial seperti berikut, media sosial untuk bersosialisasi, memperluas lingkaran pertemanan, menunjang bisnis yang sedang dibangun, memperoleh ilmu baru, bergabung dengan grup yang bermanfaat, sebagai sarana dokumentasi, integrasi dan administrasi, sarana perencanaan, manajemen dan strategi, sarana hiburan. Media sosial adalah sejenis komunikasi pemasaran yang menggunakan media elektronik (online) untuk menarik pelanggan atau bisnis dalam berbagai cara (gambar, tulisan, dll.) untuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan pengenalan merek, dan meningkatkan penjualan. Ada media yang memiliki dampak signifikan terhadap media sosial, seperti Instagram.

Instagram adalah program berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menambahkan filter digital ke dalamnya, dan mempublikasikannya di berbagai platform jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri, menurut Reinhart, Endang, dan Sarwo (2019: 279). Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang saat ini cukup populer dan hampir semua kalangan masyarakat menggunakannya.

Menurut Dinda dan Reni (2019:71), Instagram saat ini dimanfaatkan lebih dari sekedar memenuhi kebutuhan hiburan. Selain menjadi platform media sosial dengan peminat yang tinggi, Instagram juga menawarkan prospek yang sangat baik untuk operasional bisnis. Untuk meningkatkan pasarnya, bisnis harus menggunakan saluran pemasaran yang efisien.

Menurut Wardinal (2020:3), pemanfaatan Instagram untuk bisnis dapat memudahkan para pengusaha dalam mengiklankan dan mempromosikan barangnya melalui media online.

Karena Instagram merupakan platform media sosial, para pengusaha online dapat memanfaatkannya untuk memasarkan barangnya dan menghubungi konsumen. Saat ini *Unggul Sports Center (USC)* mempromosikan tempat olahraga dengan menggunakan media sosial instagram. Instagram *Unggul Sports Center* itu sendiri mempunyai jumlah followers sebanyak 8.806 dengan postingan terbaru tentang event recap @ratjoecc 10th anniversary dan launching official jersey pada tanggal 6 maret 2023. *Unggul Sports Center (USC)* juga memiliki media sosial tiktok dengan nama akun @unggulsportscentermlg dengan jumlah pengikut 199 dengan postingan terbaru pada tanggal 14 Februari 2023. *Unggul Sports Center (USC)* juga memiliki media sosial youtube dengan subscriber 2,68 rb dengan postingan terbaru 3 minggu yang lalu. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari ketiga media sosial yang dimiliki oleh usc itu sendiri yang sangat berpengaruh besar dalam promosi tempat olahraga *Unggul Sports Center (USC)* adalah media sosial instagram karena selain followers nya banyak usc juga lebih aktif update postingan yang berkaitan dengan kegiatan di *Unggul Sports Center (USC)* itu sendiri.



Gambar 1. Media Sosial instagram, Youtube, Tiktok

Sumber Data : *Screenshot* Instagram USC, *Screenshot* Youtube USC dan *Screenshot* Tiktok USC. Tanggal akses 7 Juni 2023 Jam 16:14

Menurut unggulsportscenter.com menyatakan bahwa *Unggul Sports Center (USC)* merupakan tempat olahraga yang berada di Kota Malang, *Unggul Sports Center (USC)* menyediakan fasilitas indoor dan outdoor seperti lapangan futsal, lapangan badminton, lapangan basket, lapangan volley, lapangan pingpong, sports studio, gym, *mini soccer*, *wall climbing* dan volley pantai. Adapun fasilitas penunjang di *Unggul Sports Center (USC)* seperti *shower* air panas, sauna, parkir gratis, mushola, USC kantin, USC store dan USC kids

playground. Unggul Sports Center (USC) berlokasi di Jl. Raya Karanglo, no. 84, Kec. Singosari, Malang, Jawa Timur 65153, Email:unggulsportscenter@gmail.com. nomor telephone : 082131987170.

Kapanlagi.com menyatakan bahwa *Unggul Sports Center (USC)* yang dimana tempat olahraga ini sudah memasuki tingkat internasional dengan memiliki fasilitas lengkap, suasana yang adem dan tenang, lokasi yang strategis. *Unggul Sports Center (USC)* juga pernah dikunjungi oleh artis ternama di Indonesia seperti, Rafi Ahmad, Momo Geisha dan pernah juga dikunjungi oleh salah satu pemain legenda sepak bola Brazil yaitu Ronaldinho.

Ayu & Sugeng (2020:181) mengklaim bahwa salah satu tindakan pemasaran utama adalah promosi. Tren pemasaran berubah dari pemasaran tradisional menjadi pemasaran digital (dikenal juga dengan sebutan penandaan digital) sebagai akibat dari kemampuan menggunakan berbagai jenis media sosial sebagai rekomendasi promosi seiring dengan semakin canggih dan canggihnya teknologi. Dengan 8.806 pengikut di Instagram, *Unggul Sports Center (USC)* merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan pemasaran digital untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan pelanggan tentang barang dan jasa yang mereka tawarkan melalui media digital. Promosi yang dilakukan *usc* seperti postingan kegiatan *event*, *QnA*(pertanyaan berkaitan dengan *Unggul Sports Center*), *athlete*, *sports studio*, *testimoni*, *sundaysports* (kegiatan zumba diadakan setiap hari minggu), *zumba party*.

Alasan peneliti mengambil judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram *Unggul Sports Center (USC)* Sebagai Sarana Promosi Tempat Olahraga Di Kota Malang” karena *Unggul Sports Center (USC)* merupakan tempat olahraga yang memiliki tempat dan alat olahraga yang sudah memiliki fasilitas lengkap dan berlevel internasional. Dengan kehadiran *Unggul Sports Center (USC)* ini menjadi *one stop sports center* yang slogannya “Malang juga punya” jadi, tidak hanya diluar Jawa Timur atau luar Jawa saja yang punya tapi juga di Malang punya fasilitas berlevel internasional. Media sosial instagram *Unggul Sports Center (USC)* menjadi media promosi yang sangat berperan penting dan berpengaruh besar sesuai target milenial dengan jumlah *follower* sebanyak 8.806 sehingga dalam mempromosikan melalui postingan yang aktif dalam mengupdate suatu kegiatan seperti *event* dan olahraga lainnya. Pemanfaatan media sosial instagram ini menjadikan *Unggul Sports Center (USC)* sebagai tempat olahraga yang dikenali banyak orang.

Jadi *Unggul Sports Center (USC)* ini merupakan tempat olahraga yang menjadi tempat favorit bagi pecinta olahraga. *Unggul Sports Center (USC)* juga membuat orang yang ingin meningkatkan bakat nya dalam berolahraga yang dimana dapat dilihat dari alat dan fasilitas yang dipakai sangat memadai. Maka riste berikut mempunyai tujuan untuk mengetahui tentang

“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM *UNGGUL SPORTS CENTER* (USC) SEBAGAI SARANA PROMOSI TEMPAT OLAHRAGA DI KOTA MALANG”. Dari riset berikut bisa dilihat dan diketahui bahwa media sosial instagram sangat berpengaruh besar dalam mempromosikan tempat olahraga di Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari menguraikan latar belakang diatas maka dirumuskan permasalahan risetnya ialah:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram *Unggul Sports Center* (USC) sebagai tempat olahraga di Kota Malang?
2. Bagaimana media sosial instagram sebagai sarana promosi tempat olahraga di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Memiliki tujuan yang bisa tercapai diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram *Unggul Sports Center* (USC) sebagai tempat olahraga di Kota Malang?
2. Untuk mengetahui bagaimana media sosial instagram sebagai sarana promosi tempat olahraga di Kota Malang?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Kedua deskripsi ini memiliki keuntungan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Berikan pemahaman tentang tempat olahraga *Unggul Sports Center* (USC) dalam mempromosikan tempat olahraga di Kota Malang.
2. Dapat mengembangkan potensi dan melatih bakat bagi peminat olahraga.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Berikan penjelasan terkait pemanfaatan fasilitas yang sudah disediakan oleh *Unggul Sports Center* (USC) di Kota Malang.
2. Harapannya bisa berikan pengetahuan dalam bidang keolahragaan untuk peminat olahraga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, Sugeng. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Sayuran Oleh Oleh Sayurkita.Mlg Saat Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Indonesia Sosial Sains Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Vol.1 No.3 Hal 180-187.
- Cindie, Desy. 2020. *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophil-Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. Jurnal Inovasi Ilmu Komunikasi Universitas Bima Darma Palembang. Vol. 14 No. 1 Hal 32-41.
- Dinda, Reni 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. Vol. 3 No.1 Hal 71-80.
- <https://unggulsportscenter.com>. Diakses 16 maret 2023.
- <https://dataindonesia.id/digital/datail/pengguna-internet-di-indonesia.sentuh-212-juta-pada-2023>. Diakses 16 maret 2023.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>. Diakses 16 maret 2023.
- <https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/11-potret-detail-stadion-mini-soccer-milik-momo-geisha-berstandar-fifa-harga-sewa-per-jam-sampai-jutaan.html>. Diakses 16 maret 2023.
- Novianto, Eko 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Batik Tusta (Studi Kasus Akun Instagram @Batiktusta)*. Jurnal Prologia Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Vol. 3 No.2 Hal. 401-407.
- Reinhart, Endang, Sarwo. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express*. Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Vol. 7 No. 1 Hal 279-292.
- Wardinal, Rifaldi. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Makanan Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @Burgerberkahbersama)*. Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari. Vol. 1. No.1 Hal 1-8.