

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN KOMUNITAS  
STAND UP INDO MEDAN DALAM MENCIPTAKAN PELUANG SHOWFiqy Dhea Lentera<sup>1</sup>, Febry Ichwan Butsi<sup>2</sup><sup>1</sup> Alumni Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Islam Sumatera Utara<sup>2</sup> Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sumatera Utaraemail: [fiqysiantar112@gmail.com](mailto:fiqysiantar112@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini berjudul *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Kalangan Komunitas Stand Up Indo Medan Dalam Menciptakan Peluang Show*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa itu *Stand Up Comedy* dan sejarah komunitas *Stand Up Indo Medan*, pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram dalam menciptakan peluang show dan sebagai sarana promosi dan informasi. Teori yang digunakan di penelitian ini adalah komunikasi pemasaran dan promosi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang strategi promosi dan pemanfaatan media sosial dalam upaya menciptakan peluang show dan memperkenalkan komunitas *Stand Up Indo Medan* ke masyarakat. Teknik penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan menggunakan *Studi Lapangan*. Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram sangat berperan penting sebagai media promosi dan pusat informasi dalam upaya menciptakan peluang show bagi komunitas *Stand Up Indo Medan*.

**Kata Kunci :** *Instagram, Stand Up Indo Medan, Show, Promosi Diri.*

## I. PENDAHULUAN

Pada awalnya internet dimulai sebagai alat komunikasi non-komersial dan pertukaran data di antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang, berbagai jasa dan sebagai alternatif alat informasi pribadi dan antarpribadi. Internet memungkinkan hampir semua orang dibelahan dunia untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Perkembangan internet terus berlanjut hingga pada masa emasnya (saat ini), seluruh masyarakat dunia telah menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Pengguna internet kini mencakup berbagai kalangan seperti para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran, dan

televisi), penerbit buku, artis, guru dan dosen, pustakawan, penggemar komputer dan masyarakat luas. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting (Castells dalam McQuail, 2011)

Di Indonesia, Khrisna Sen dan David T. Hill mencatat perkembangan internet berawal pada tahun 1986 ketika Dewan Riset Nasional merekomendasikan pengembangan sains dan layanan teknologi informasi. Pada tahun 1989 badan pengkajian dan penerapan teknologi (BPPT) merancang jaringan informasi yang disebut IPTEKnet. Sejumlah perguruan tinggi seperti Institut Teknologi Bandung (ITB), Institusi Teknologi Surabaya (ITS), Universitas Gajah Mada (UGM) dan Universitas Indonesia (UI) menjadi tempat

eksperimen internet, mereka saling berkolaborasi dalam upaya mengembangkan jaringan antar Universitas. Dengan berkembangnya teknologi yang diiringi oleh internet, saat ini smartphone mampu menembus pasar dunia dengan pesat karena fitur-fitur yang memudahkan setiap orang untuk mengakses internet secara mobile dimana dan kapan saja tanpa harus menggunakan laptop ataupun komputer. Banyaknya pengguna smartphone saat ini, perusahaan-perusahaan berlomba-lomba membuat aplikasi yang baru dan menarik untuk digunakan di smartphone. Semakin menarik fitur sebuah aplikasi semakin banyak pula orang yang mengunduh aplikasi tersebut, Google, Facebook, Twitter dan Instagram merupakan aplikasi yang paling banyak diminati (LaQuey, 1997)

Media jejaring sosial pada saat ini sangat mempermudah penggunaannya dengan adanya smartphone yang dapat mengakses layanan-layanan di internet. Jika ditinjau lebih spesifik lagi, saat ini terdapat jenis-jenis jejaring sosial berbentuk sebuah aplikasi yang menggolongkan fitur-fitur yang dikhususkan, misalnya jejaring sosial mengirimkan pesan langsung atau lebih sering dikenal dengan sebutan chat, jejaring sosial yang memiliki fitur audio visual, jejaring sosial mengirimkan pesan langsung dan rekam suara, bahkan saat ini ada juga jejaring sosial yang menyajikan fitur layanan pengunggahan gambar atau foto yang ditujukan kepada pengguna-pengguna jejaring sosial yang juga memiliki aplikasi tersebut salah satunya adalah Instagram (Nasrullah, 2016)

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Popularitas Instagram naik bukan saja karena karakter yang terbatas, tetapi juga dengan mudahnya akses untuk masuk ke Instagram. Sekarang banyak account-account (sebutan bagi pengguna Instagram) dari media cetak dan media televisi yang mulai berbagi informasi dengan menggunakan Instagram, dan berbagai macam jenis account bermunculan sesuai dengan informasi yang diberikan, mulai dari politik, sosial, sampai pada entertainment. Mereka mengoptimalkan jejaring sosial agar informasi yang disampaikan cepat, dan mudah diakses oleh semua kalangan ([www.instagramblog.com](http://www.instagramblog.com))

Hingga Juli 2021, India memiliki total 190,11 juta pengguna Instagram atau 10,4% dari total populasi penduduknya. Hal tersebut menjadikan India sebagai pasar terbesar bagi platform media sosial seperti Instagram. Kelompok usia 18-24 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar dengan total 63 juta pengguna. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18 - 24 tahun yaitu 36,4%. Instagram berada di urutan ketiga sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp.

Sebagai komunitas yang banyak digemari oleh kaum milenial, 'Stand Up Indo Medan' juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

Mediapromosi yang digunakan adalah Instagram. Karena pada saat ini fungsi media sosial tersebut bukan hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, melainkan sudah menjadi platform yang banyak diminati oleh masyarakat serta mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis dan promosi. Hal inilah yang mendorong para member dari komunitas 'Stand Up Indo Medan' untuk memperkenalkan seni Stand Up Comedy kepada masyarakat luas melalui pemanfaatan media sosial dan sebagai upaya dalam menciptakan peluang show.

Salah satu account Instagram pembagi informasi adalah standupindo\_mdn. Berdasarkan informasi dari admin @standupindo\_mdn, merupakan salah satu dari jutaan account official yang ada di Indonesia, account yang membagi informasi terbaru seputar standup comedy dan kegiatan komunitas juga info perlombaan yang disajikan dalam bentuk konten melalui Instagram. Hal ini berawal dari minimnya informasi tentang Stand Up Comedy Indo khususnya di Kota Medan di kalangan komunitas Stand Up Indo Medan. Tercatat sejak 13 Oktober 2015 account @Standupindo\_mdn memulai postingan pertamanya yang berisi tentang rangkaian event akbar menuju akhir tahun. Saat ini account @standupindo\_mdn memiliki 17,8ribu followers aktif di Instagram.

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi dan informasi di kalangan komunitas Stand Up Indo Medan dalam menciptakan peluang show.

## 2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, karena peneliti ingin mendapatkan gambaran tentang strategi promosi dan pemanfaatan media sosial dalam upaya menciptakan peluang show dan memperkenalkan komunitas 'Stand Up Indo Medan' ke masyarakat. Penelitian dilakukan di 'GHETTO CAFÉ' yang terletak di Jalan Iskandar Muda (Kota Medan).

Tempat ini juga merupakan basecamp dari komunitas 'Stand Up Indo Medan' yang biasa digunakan oleh para komika untuk berkumpul, mengobrol, sharing materi dan sebagai tempat show untuk melakukan Open Mic. Subjek dalam penelitian ini adalah 3 orang komika senior yang merupakan founder dari komunitas Stand Up Indo Medan, dan juga admin utama komunitas sebagai pengelola akun dari (@standup\_indomedan).

Dalam pemilihan informan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yakni peneliti hanya memilih informan yang menurut peneliti bisa membantu memberikan informasi yang peneliti inginkan. Analisis data pada dasarnya merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian. Tujuan analisis data adalah untuk mendeskripsikan sebuah data sehingga lebih mudah dipahami, mudah dibaca dan bermanfaat untuk menemukan solusi dari permasalahan yang diteliti. Miles dan Huberman (1989) menyatakan bahwa data dalam metode kualitatif mampu menjelaskan tentang proses. Analisis data menurut Miles dan Huberman dilakukan dengan tiga langkah yakni: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*),

penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

### 3. HASIL PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti telah mendapatkan 3 orang narasumber yang diwawancarai terkait dengan pemanfaatan media sosial Instagram di kalangan komunitas Stand Up Indo Medan dalam menciptakan peluang show. Narasumber tersebut telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

#### 1. Narasumber Pertama

Babe Cabita, adalah seorang pelawak tunggal dan aktor berkebangsaan Indonesia. Ia dikenal sebagai juara Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV musim ketiga pada tahun 2013 dan aktor film bergenre komedi. Babe menjuarai kompetisi tersebut setelah berhasil mengalahkan Fico Fachriza di grand final. Ciri khas Babe adalah rambut keriting kribu, berkulit hitam manis serta berbadan gempal. Ciri khas pembawaan komedinya adalah materi yang santai, lugas, serta gaya act out-nya yang berani serta nyaris vulgar, dan mampu membuat penonton tertawa. Babe merupakan senior di komunitas Stand Up Indo Medan dan menjadi salah satu komika kelahiran Kota Medan yang berhasil berkiprah di ibukota.

#### 2. Narasumber Kedua

Ilham Abay adalah salah satu komika asal Kota Medan yang sedang naik daun. Setelah 7 tahun bergelut di dunia stand up comedy, akhirnya dia bisa membuat sebuah show tunggal dengan tema acara

‘Open Minded’. Show pun terbilang sukses, karena Ruangan dipadati dengan ratusan kaum Millennials yang ingin menonton show tunggal Ilham. Sekarang Ilham menjadi salah satu mentor bagi komika baru di komunitas Stand Up Indo Medan.

#### 3. Narasumber Ketiga

Rizky Teguh, adalah salah satu pelawak tunggal atau komika yang merupakan jebolan dari komunitas Stand Up Indo Medan yang aktif sejak 2014. Pria yang kemudian dikenal dengan nama panggung ‘Riztegh’ ini pertama kali dikenal secara nasional setelah mengikuti kompetisi SUCA di musim kedua (SUCA 2) yang diadakan oleh stasiun tv Indosiar pada tahun 2016. Saat ini merupakan admin dan pengelola akun Instagram dari komunitas [@standupindo\\_mdn](https://www.instagram.com/standupindo_mdn).

### Peran Instagram Dalam Menciptakan Peluang Show

Sebagai platform media sosial dengan pengguna aktif yang banyak dan mudah menjangkau target pasar, baik itu dalam memasarkan produk maupun jasa peran Instagram sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha dan pengguna media sosial. Komunitas ‘Stand Up Indo Medan’ yang merupakan perkumpulan para komika di kota medan juga menggunakan Instagram sebagai objek dalam menyampaikan informasi, serta menjadi wadah promosi bagi setiap event yang akan mereka laksanakan. Contoh dari pemanfaatan Instagram yang dilakukan oleh komunitas ‘Stand Up Indo Medan’ antara lain dengan

membuat flyer, banner dan Instagram stories yang berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini.



Gambar diatas merupakan beberapa contoh dari flyer yang dibuat oleh komunitas 'Stand Up Indo Medan' dengan akun @standupindo\_mdn. Flyer tersebut berisikan berbagai macam kegiatan atau event yang akan dilaksanakan.

Selain event show, komunitas ini juga membuat latihan improve comedy bagi setiap member dan juga yang baru ingin bergabung dengan komunitas 'Stand Up Indo Medan'.

Latihan ini dilaksanakan setiap minggu yaitu pada hari kamis, tujuannya antara lain agar komunitas ini tetap aktif dan kompak. Sekaligus juga mencari bibit baru dalam dunia Stand Up Comedy khususnya yang ada di kota medan. Komunitas 'Stand Up Indo Medan' cukup aktif dalam menggunakan platform Instagram. Selain memasang flyer dan iklan, akun @standupindo\_mdn juga sering memposting video parodi yang dibuat oleh para member. Hal tersebut bertujuan untuk menghibur para followers dan juga meningkatkan interaksi terhadap publik.

Kehadiran Instagram sangat membantu serta memudahkan para komika

dalam memperkenalkan komunitas ini lebih luas, dan juga dapat menciptakan peluang show. Tercatat sudah beberapa acara besar yang melibatkan para member dari 'Stand Up Indo Medan'. Antara lain perayaan ulang tahun Kota Medan, seminar nasional dan acara gathering perusahaan baik itu perusahaan milik negara ataupun swasta. Selain terlibat dalam acara besar maupun perayaan event akbar, para member juga sudah menjalin kerjasama dengan sponsor dan para promotor sebagai bintang iklan produk dan juga endorsement. Beberapa diantaranya sudah menjadi sponsor tetap dalam setiap event yang dilaksanakan oleh komunitas 'Stand Up Indo Medan', antara lain perusahaan radio ternama Visi Radio dan KOEKRAF yang merupakan Komisi Ekonomi Kreatif milik pemerintah Kota Medan.

Pada hasil penelitian telah disajikan data dan hasil wawancara penulis dan informan yang telah dihimpun oleh penulis. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram di kalangan komunitas Stand Up Indo Medan (@standupindo\_mdn) dari postingan yang mereka buat di media sosial Instagramnya yang cukup memikat banyak minat para penikmat seni Stand Up Comedy terkhusus warga kota Medan. Hal ini sesuai dengan pemanfaatan media teori yang dikembangkan oleh Rangkuti mengenai media promosi. Dan ini sesuai dengan kegunaan atau manfaat dari media sosial sendiri yang bila digunakan dengan baik dan efisien akan dapat menarik minat dari pengguna akun Instagram lain, serta dapat dijadikan media promosi. Dalam kasus ini adalah sebagai upaya dalam menciptakan peluang show.

Manfaat yang paling utama kita rasakan dalam menggunakan media Sosial adalah untuk Berkomunikasi. Komunikasi itu sendiri berarti adanya interaksi dengan seseorang atau lebih, baik secara langsung atau tidak langsung. Biasanya dulu untuk berkomunikasi dengan seseorang yang sangat jauh kita harus menggunakan Telepon dan Handphone. Komunikasi tersebut bisa kita lakukan jika hanya ada Nomor HP dan pulsa. Karena semakin berkembang dan majunya teknologi, untuk berkomunikasi saat ini tidak perlu menggunakan nomor HP dan Pulsa, hanya menggunakan Koneksi internet kita sudah bisa melakukannya. Seperti Facebook, Twitter, Instagram. Sudah semakin berkurang orang menggunakan Pulsa untuk berkomunikasi dan beralih menggunakan Paket Data / Internet.

Dari segi keuntungan, komunikasi dengan internet lebih menguntungkan, baik dari kecepatan dan biaya. Hal ini bisa dikatakan penggunaan media sosial Instagram yang sangat mudah digunakan bagi masyarakat untuk menemukan sebuah informasi yang diinginkan, akan tetapi bila suatu akun instagram yang memiliki intensitas dalam mengupload yang kurang maka konten dari akun Instagram tersebut hanya akan menjadi informasi yang lewat saja tanpa tau isi penyampaian dari konten tersebut.

Komunitas Stand Up Indo Medan menjadikan Instagram sebagai wadah bagi para komika yang ada di kota Medan untuk berekreasi dan menyalurkan bakatnya. Selain itu media sosial Instagram menjadi pusat informasi bagi para followers mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas ini. Dari awal terbentuknya komunitas ini terbilang

belum cukup aktif menggunakan Instagram, mungkin hanya aktif sekali dalam seminggu. Namun seiring berjalannya waktu, komunitas ini sudah mempunyai admin tetap yang mengakses akun @standupindo\_mdn yang terbilang cukup aktif dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media hiburan dan promosi. Terlihat dari banyak konten yang di posting hampir setiap harinya, baik itu berupa foto ataupun video lucu singkat.

Selain itu media sosial Instagram dari akun @standupindo\_mdn juga sering mengadakan event Stand Up Comedy secara online, yang dapat disaksikan secara gratis bagi para followers setia. Hal tersebut bertujuan agar komunitas ini semakin banyak diketahui oleh masyarakat luas, juga menjadi kesempatan dan panggung bagi para komika untuk menyampaikan materinya. Kehadiran Instagram sangat membantu serta memudahkan para komika dalam memperkenalkan komunitas ini lebih luas, dan juga dapat menciptakan peluang show. Tercatat sudah beberapa acara besar yang melibatkan para member dari Stand Up Indo Medan. Antara lain seminar nasional dan acara gathering perusahaan baik itu perusahaan milik negara ataupun swasta. Selain terlibat dalam acara besar maupun perayaan event akbar, para member juga sudah menjalin kerjasama dengan sponsor sebagai bintang iklan produk dan juga endorsement. Hal itu yang saat ini menjadi penghasilan tambahan bagi para komika. Beberapa produk juga sudah menjadi sponsor tetap dalam setiap event yang dilaksanakan oleh komunitas Stand Up Indo Medan.

#### 4. KESIMPULAN

Pada penelitian ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Kalangan Komunitas Stand Up Indo Medan Dalam Menciptakan Peluang Show. Bahwa peran media sosial Instagram (@standupindo\_mdn) menjadi salah satu akun promosi dan informasi dalam konteks hiburan. Serta menjadi wadah untuk para komika untuk berkreasi dan menciptakan peluang show. Dimana media sosial yang digunakan adalah Instagram, yaitu aplikasi pesan sharing dalam bentuk foto dan video. Instagram merupakan aplikasi platform yang memungkinkan untuk para masyarakat atau pengguna Instagram mencari berbagai informasi, bertukar informasi diri lewat akun sosial media untuk dikonsumsi secara publik tanpa ada pembatas dengan yang lain.

Hal ini sesuai dengan referensi rujukan yang menggambarkan tentang sebuah informasi yang ingin diketahui oleh seseorang. Referensi juga banyak digunakan untuk keperluan mencari informasi dan referensi, yang bisa diartikan sebagai acuan untuk mendapatkan informasi yang lebih baik. Karena belakangan ini media sosial adalah salah satu tempat paling banyak digunakan orang untuk mengekspresikan dirinya. Selain itu banyak juga hal positif yang bisa diambil melalui Instagram..

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. 2009. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran (1st ed). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 2012. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika.
- Holmes, David. 2012. Teori Komunikasi, Teknologi Informasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kismono, G. 2011. Pengantar Bisnis, Edisi Kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kotler, Phillip. 1997. Manajemen Pemasaran Analisis Media Promosi. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Killer, K. 2012. Marketing Management 14 th Edition. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. 2006. Marketing Communication. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Laquey, Tracy. 1997. Sahabat Internet Pedoman Bagi Pemula Untuk Jaringan Global, Bandung : ITB
- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetak Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. 2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nawawi, H. 2001. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pandji Nugroho. 2011. Potret Stand Up Comedy; Stand Up Comedy Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

- Prisgunanto, I. 2006. Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto. 2013. Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo
- Severin & Tankard. 2008. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa. Jakarta: Kencana.