BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital, teknologi telah berkembang pesat dan membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam cara manusia berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Peningkatan internet dan perangkat digital lainnya telah memungkinkan interaksi yang lebih cepat, luas, dan efektif tanpa batasan waktu atau ruang. Perkembangan ini menyebabkan media sosial berkembang menjadi alat utama bagi individu dan organisasi untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan dengan audiens. Media sosial tidak lagi sekadar alat hiburan, sekarang dapat digunakan untuk membentuk opini publik, memperkuat identitas, dan mendukung bidang seperti politik, bisnis, dan pendidikan. Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern karena fiturnya yang terus berkembang, mengubah cara orang berinteraksi dan berpartisipasi dalam ruang digital.

Menurut Andreas Kaplan & Michael Haenlein dalam Hamzah (2015) media sosial adalah seperangkat aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna. Sedangkan menurut Putri (2019), media sosial dimanfaatkan secara strategis oleh berbagai institusi untuk mempromosikan diri dan membangun persepsi positif di mata publik, termasuk melalui platform populer seperti Instagram, Facebook, dan Twitter yang mendukung komunikasi langsung antara organisasi dan audiensnya.

Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi, tetapi juga digunakan untuk membangun citra secara strategis. Individu, organisasi, atau institusi dapat mengatur persepsi publik mereka dengan berbagai fitur interaktif. Citra diri dapat dibentuk dan disampaikan melalui berbagai sarana, salah satunya adalah media sosial. Kehadiran media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga mencerminkan bagaimana seseorang menampilkan dan membangun citra dirinya di hadapan publik. (Gogali & Tsabit, 2022)

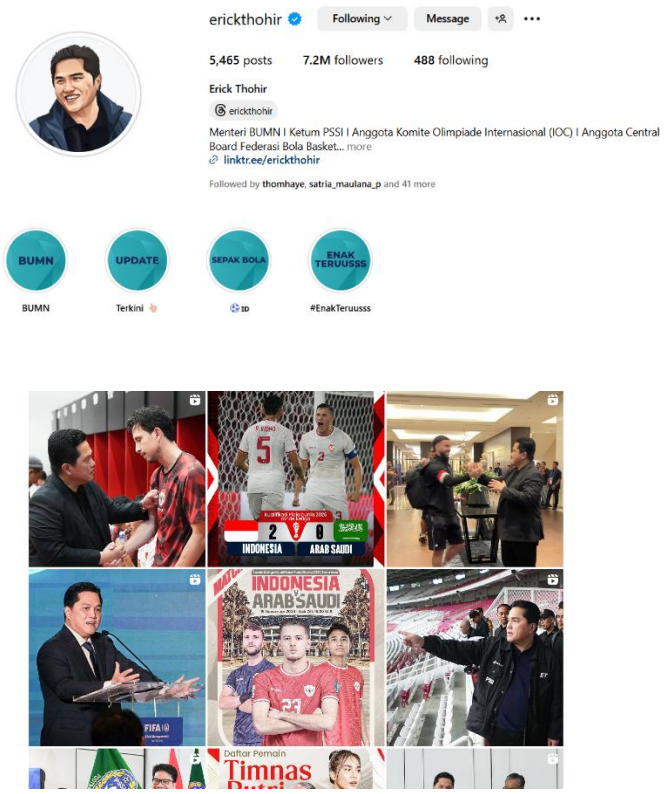
Dalam era digital, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang efektif bagi tokoh publik untuk berinteraksi langsung dengan audiens. Erick Thohir, yang dikenal sebagai Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN), memanfaatkan platform Instagram untuk berbagi informasi mengenai berbagai aktivitasnya di sektor pemerintahan dan pengembangan ekonomi nasional. Selain membagikan kegiatannya sebagai pejabat negara, Erick Thohir juga menggunakan akun pribadinya, @erickthohir, untuk menjalankan perannya sebagai Ketua Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI). Melalui akun tersebut, ia turut membangun citra positif bagi Tim Nasional Sepak Bola Indonesia (Timnas Indonesia) dengan membagikan informasi terkait pertandingan, program pengembangan sepak bola, dan pencapaian tim. Hingga tahun 2024, akun Instagramnya telah memiliki lebih dari 7,2 juta pengikut dengan total 5.465 unggahan. Konten yang ia bagikan mencakup berbagai aspek, mulai dari aktivitas sehari-hari, kegiatan di sektor BUMN, hingga promosi pertandingan dan dukungan untuk Timnas Indonesia. Dengan menggabungkan kedua peran tersebut, Erick Thohir membangun citra sebagai

sosok pemimpin yang tidak hanya fokus pada pengembangan ekonomi nasional, tetapi juga berkomitmen untuk memajukan dunia olahraga, khususnya sepak bola di Indonesia.

Media sosial menawarkan potensi yang sangat besar dalam membangun citra positif. Namun, tidak semua konten dapat secara efektif mendukung tujuan tersebut. Dalam konteks Timnas Indonesia, tantangan muncul dalam menciptakan narasi yang kuat, terutama ketika tim menghadapi hasil pertandingan yang kurang memuaskan atau kritik dari publik. Kondisi ini dapat memicu persepsi negatif yang berkembang di masyarakat, sehingga memengaruhi citra tim secara keseluruhan. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif menjadi hal yang sangat penting. Komunikasi yang baik memiliki peran utama dalam membentuk dan mengubah persepsi publik terhadap suatu entitas. (Nurdyansya & Amri, 2019).

Dampak dari citra negatif terhadap Timnas Indonesia dapat berimplikasi luas, mulai dari penurunan dukungan penggemar hingga dampak finansial bagi sponsor dan mitra bisnis. Citra tim nasional tidak hanya memengaruhi moral pemain tetapi juga dapat memengaruhi keputusan sponsor untuk berinvestasi dalam tim tersebut. Menurut Sondakh (2014) citra positif dapat meningkatkan loyalitas penggemar dan menarik sponsor baru. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana konten yang diposting oleh Erick Thohir dapat berkontribusi pada pembentukan citra positif Timnas Indonesia.

Gambar 1.1
Akun Instagram @erickthohir



Sumber: *https://www.instagram.com/erickthohir/*

Penelitian ini akan difokuskan pada analisis konten Instagram @erickthohir selama periode September hingga November 2024. Rentang waktu ini dipilih karena mencakup momen-momen penting bagi Timnas Indonesia, termasuk pertandingan kualifikasi dan persiapan menuju kompetisi internasional. Dengan menganalisis postingan selama tiga bulan terakhir, penulis berharap dapat mengidentifikasi tema-tema utama serta strategi komunikasi yang digunakan untuk membangun citra positif Timnas Indonesia.

Pentingnya penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap pemahaman tentang peran media sosial dalam membangun citra tim nasional. Dengan menganalisis konten yang dipublikasikan oleh Erick Thohir, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana tokoh publik

dapat memanfaatkan media sosial untuk memperkuat dukungan masyarakat terhadap Timnas Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi bagi pengurus olahraga dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif di era digital.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka penulis akan membahas lebih dalam pada peneltian dengan judul "Analisis Konten Instagram @Erickthohir Sebagai Ketua Pssi Dalam Membangun Citra Tim Nasional Sepak Bola Indonesia".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja unsur konten instagram @erickthohir dalam membangun citra Tim Nasional sepak bola Indonesia?
2. Bagaimana membangun citra Tim Nasional sepak bola menggunakan 4 elemen pembentukan citra yaitu, stimulus, kognisi, motivasi, sikap?

1.3 Fokus Masalah

Untuk menghindari kesalahpahaman atau penyimpangan dalam penelitian ini, peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan berfokus pada unsur-unsur dalam konten Instagram @erickthohir yang berkaitan dengan upaya membangun citra Tim Nasional Sepak Bola Indonesia.

2. Penelitian ini akan berfokus pada proses pembentukan citra Tim Nasional Sepak Bola Indonesia berdasarkan empat elemen pembentuk citra, yaitu stimulus, kognisi, motivasi, dan sikap.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana akun Instagram @erickthohir membangun citra Tim nasional sepak bola Indonesia melalui analisis kontennya.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembentukan citra Tim Nasional Sepak Bola Indonesia berdasarkan empat elemen pembentuk citra, yaitu stimulus, kognisi, motivasi, dan sikap.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah yang mendukung pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Penelitian ini dapat menambah referensi akademik dan memperluas wawasan pembaca terkait penelitian serupa, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi.
3. Penelitian ini memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi peneliti mengenai strategi pemanfaatan Instagram sebagai media untuk membangun citra positif, dalam hal ini terkait peran @erickthohir sebagai Ketua PSSI dalam membangun citra Tim Nasional Sepak Bola Indonesia.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian akademis yang membahas hubungan antara komunikasi digital dan

pengembangan citra olahraga, khususnya dalam konteks sepak bola nasional.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pembaca mengenai bagaimana akun Instagram @erickthohir memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif sebagai Ketua PSSI dalam mendukung perkembangan Tim Nasional Sepak Bola Indonesia.
3. Penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang telah diperoleh peneliti selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi.
4. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengurus PSSI atau organisasi olahraga lainnya dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk memperkuat citra tim nasional serta meningkatkan dukungan publik terhadap sepak bola Indonesia.