BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada abad 21, pertumbuhan komunikasi digambarkan mengalami perkembangan yang revolusioner. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti radio, televisi, telepon seluler, jaringan komputer dan internet dengan industrialisasi bidang usaha yang besar
[1]. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial. Nama instagram berasal dari kata *insta* yang artinya instan, dan *gram* yang berasal dari kata telegram, dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan bahwa instagram adalah aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto, dan video.

Instagram menjadi media sosial dan banyak sekali peluang untuk berbisnis para penggunanya. Bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran melalui pengikut instagram, foto-foto produk, dan memiliki banyak *follower* instagram memudahkan untuk konsumen melihat produk yang dijual. Instagram banyak dimanfaatkan untuk sarana pemasaran oleh individu maupun perusahaan karena memiliki fitur-fitur yang menarik guna memasarkan produknya. Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung hampir 2 tahun makin mendorong dimanfaatkannya teknologi informasi berbasis internet untuk kegiatan bisnis. Hal tersebut juga dimanfaatkan oleh salah satu majalah Panginyongan di Purwokerto untuk berbagi kegiatan mereka yaitu
ANCAS.

Majalah ANCAS merupakan media yang dibuat sebagai upaya untuk turut nguri-uri (melestarikan) budaya Banyumasan. Majalah ANCAS diterbitkan oleh Yayasan Carablaka Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah sejak tanggal 1 April 2010. Ide diterbitkannya majalah berbahasa Banyumasan ini terinspirasi dari sosok dan ucapan Bupati Banyumas Mardjoko, karena melihat *kodrah* atau *sesorah* (sambutan) Pak Mardjoko yang sering dibawakan dalam bahasa Banyumasan.

Edisi perdana Majalah ANCAS yang diterbitkan oleh Yayasan Sendang Mas ini dicetak sebanyak 5.000 eksemplar dengan harga Rp10.000 per eksemplarnya dan pada tahun 2021 sampai sekarang dipatok dengan harga Rp20.000 per eksemplarnya. Majalah ANCAS didistribusikan ke seluruh wilayah bekas Keresidenan Banyumas dan warga Banyumas di berbagai daerah. Masih cukup banyak kekurangan untuk memperkenalkan majalah ANCAS karena masih banyaknya warga yang belum menjadi masyarakat yang gemar membaca. Hadirnya majalah ini diharapkan dapat menjadi sumber bahan ajar bagi sekolah-sekolah yang mengajarkan dialek Banyumasan. Majalah ANCAS menyajikan berbagai artikel dan berita dalam bahasa Banyumasan, sehingga dapat dijadikan bahan ajar bagi sekolah-sekolah.

Adanya fasilitas media jejaring sosial berupa instagram dimanfaatkan oleh redaksi Majalah ANCAS, sebagai bagian dari upaya mengatasi permasalahan dibidang pemasaran. Instagram ANCAS memuat informasi tentang slogan yaitu Kalawerta Panginyongan, terdapat informasi tentang alamat ANCAS, nomor telepon, e-mail. Promosi terhadap majalah ANCAS yang kurang, mengakibatkan sedikit masyarakat Purwokerto yang memahami tentang majalah panginyongan ini. Perlunya pembaruan dalam hal promosi Instagram agar dapat merubah citra (*image*) yang timbul oleh Majalah ANCAS. ANCAS memiliki kekurangan dalam menerapkan strategi promosi dan masih belum konsisten dalam upload postingan dalam media sosialnya.

Bertitik tolak dari hal tersebut, maka diperlukan strategi yang inovatif dalam memanfaatkan media jejaring sosial Instagram sehingga Majalah ANCAS semakin dikenal dan dapat membangkitkan semangat warga Banyumas yang tinggal di wilayah bekas Karesidenan Banyumas dan seluruh warga Banyumas di luar daerah dalam melesatarikan budaya Banyumas. Hal ini mengingat media instagram dapat diakses kapan pun dan dimanapun berada. Penulis berharap dengan pemanfaatan Instagram yang inovatif dapat mendorong keberlangsungan Majalah ANCAS untuk mewujudkan tujuannya.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimanakah perancangan konten instagram Majalah ANCAS sebagai media promosi?

1.2.2 Bagaimanakah perancangan media pendukung promosi Majalah ANCAS?

1.3 Tujuan Masalah

1.3.1 Untuk mengetahui cara perancangan konten instagram Majalah ANCAS sebagai media promosi.

1.3.2 Untuk mengetahui cara perancangan media pendukung promosi Majalah ANCAS.

1.4 Batasan Masalah

1.4.1 Perancangan ini membuat strategi pemasaran Majalah ANCAS lebih efektif.

1.4.2 Perancangan ini difokuskan untuk meningkatkan target *market* dan target *audience* melalui media pemanfaatan media Instagram.

1.4.3 Perancangan ini terdiri dalam pembuatan media promosi yang terdiri dari media utama dan media pendukung.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1.5.1 Bagi Institusi

Bagi institusi, dengan upaya penulis merancang promosi Majalah ANCAS ini, penulis agar menjadi mahasiswa yang mengerti apa yang disampaikan oleh dosen sehingga mampu menyusun perancangan sehingga menjadi mahasiswa yang berkompeten di kampus.

1.5.2 Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, dengan adanya proposal ini penulis dapat menjadi referensi atau inspirasi bisnis usaha dengan konsep yang berbeda, bisa tersampaikan perancangan promosinya sehingga berdampak menjadi mengenal ANCAS.

1.5.3 Bagi Keilmuan

Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini berguna sebagai bahan informasi terutama bagi mahasiswa Institut Telkom Purwokerto umumnya dan khususnya bagi mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual.