

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo. Pemilihan fokus penelitian ini mengenai tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang tunjungan berlandaskan fenomena masyarakat Surabaya dengan adanya publikasi dari media sosial Instagram @aslisuroboyo. Dipilihnya objek tingkat pengetahuan karena peneliti ingin mengetahui tahu atau tidak tahunya masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo yang dipilih karena sebagian besar event mlaku mlaku nang tunjungan pada tahun 2018 perhelatannya diadakan setiap bulannya di publikasikan (di posting) melalui akun Instagram @aslisuroboyo. Event mlaku mlaku nang tunjungan ini sendiri awalnya merupakan event yang di gelar untuk menghidupkan kembali salah satu ikon Surabaya yaitu jalan Tunjungan, event ini sendiri sebelumnya hanya diadakan setahun dua kali pada waktu memperingati hari jadi kota Surabaya dan hari pahlawan, namun pada tahun 2018 event ini sendiri diadakana setahun setiap bulan mulai bulan Februari 2018.

Pada serangkaian postingan Instagram @aslisuroboyo, membangun sebuah pengetahuan dan memunculkan tingkat pengetahuan pada masyarakat Surabaya dengan berbagai ragam informasi yang dimuat dalam postingan akun Instagram @aslisuroboyo. Event mlaku mlaku

jang tunjungan diadakan untuk menarik pengunjung untuk meramaikan event tersebut. Event ini diadakan untuk menghidupkan kembali lagi satu ikon Surabaya yaitu jalan Tunjungan, supaya jalan Tunjungan hanya sebatas lagu atau hanya jalan yang ramai dilalui oleh kendaraan. Dengan adanya event ini menjadi alasan mengapa peneliti ingin meneliti tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo.

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan melalui media massa. Penelitian ini menggunakan teori dari Lasswell (Mulyana, 2010:147) yang menjabarkan *Who Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (siapa mengatakan apa dengan saluran apa, kepada siapa dengan efek bagaimana). Penggunaan formula Lasswell dilakukan karena memiliki tujuan untuk mempengaruhi khalayak sarannya dalam melancarkan proses komunikasi dari pesan-pesan yang disampaikan, sehingga diharapkan memiliki beberapa efek tertentu yang kontribusinya dalam komunikasi massa (Ruslan, 2008:101).

Beberapa defenisi Lasswell, hal ini dapat diturunkan dalam lima unsur komunikasi, yaitu Pemerintahan Kota (PEMKOT) Surabaya (*who*), event mlaku mlaku nang tunjungan (*say what*), unsur saluran yang dipakai yaitu media sosial Instagram @aslisuroboyo (*media*), unsur penerimaan yang merupakan masyarakat Surabaya (*to whom*), dan Tingkat Pengetahuan (*with what effect*) (Mulyana, 2010:148). Dilanjutkan menurut Mulyana dalam bukunya (2010:148), penjelasan efek jelas berhubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak atau permisa, dan model Lasswell ini sering diterapkan dalam komunikasi massa karena dapat mengisyaratkan lebih dari satu saluran dapat membawa pesan.

Efek pesan dapat dibagi menjadi efek kognitif (penambahan pengetahuan dari tidak tahu menjadi tahu), efek afektif (komunikasi merasakan sesuatu dari informasi tersebut), dan efek konotatif (komunikasi memiliki niatan berperilaku). (Mulyana, 2010:71). Penelitian ini akan mengkaji mengenai efek kognitif, yaitu efek yang membuat bertambahnya pengetahuan sehingga khalayak menjadi tahu, melalui pesan yang diberikan oleh komunikator. Dari sinilah diharapkan melalui publikasi (postingan) yang diberikan oleh akun Instagram @aslisuroboyo dapat menimbulkan efek kognitif kepada masyarakat Surabaya dan melihat tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang tunjungan apakah tahu atau tidak tahu.

Event Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan ini sendiri awalnya adalah merupakan event tahunan yang diselenggarakan dua kali dalam setahun oleh Pemerintah Kota (PEMKOT) Surabaya untuk menghidupkan kembali salah satu ikon kota Surabaya yaitu Jalan Tunjungan. (wawancara 6 April 2018 Jefri Kepala Bidang Pelayanan Informasi Publik Humas Pemkot Surabaya):

“Awal terbentuknya acara ini sendiri merupakan keinginan dari Ibu Wali Kota Surabaya Ibu Tri Risma untuk menghidupkan lagi Jalan Tunjungan supaya jalan Tunjungan tidak sebatas lagu saja, yang sebelumnya jalan Tunjungan sepi cuma dilewati oleh kendaraan saja, kemudian Ibu Risma pelan-pelan mempercantik Jalan Tunjungan dengan melebarkan jalan untuk pejalan kaki. Kemudian dihias oleh lampu-lampu dan juga pajangan-pajangan lain. Dan kemudian diadakanlah acara yang lebih meriah yaitu Mlaku-Malku Nang Tunjungan”.



Gambar I.1. Poster Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan

Sumber : <http://surabaya.go.id/agenda/40949-mlaku-mlaku-nang-tunjungan>

Diakses 6 April 2018

Lebih lanjut Jefri menjelaskan mengenai apa saja yang ada dalam event mlaku mlaku nang tunjungan :

“Di dalam acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan sendiri memadukan kraft, kuliner, dan etertain. Misalnya orang tidak terlalu suka makan, tetapi meraka Sukanya melihat pernak-pernik sama mendengarkan live musik dan disisi lain bagi orang yang suka makan ya masuk”.

Selain itu Jefri mengatakan mengenai konsep acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan yang akan dilakukan pada tahun 2018 :

“untuk yang terakhir penyelenggaraan pada bulan Maret, ada masukan dari Ibu Wali Kota Surabaya bahwa penataan stannya juga ditata lagi. Jadi kalau dulu entertaint Cuma ada di main stag dan sisanya makanan dan kraft, kedepannya sudah dikonsept makanan, kraft, lalu ada penampilan seni kemudian kembali makanan, kraft, dan ada perform lagi. Jadi etertaint dekat dengan stannya”.

Berawal dari acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan yang merupakan acara tahunan oleh PEMKOT Surabaya pertama kali diadakannya pada tahun 2012 diselenggarakan dua kali dalam

setahun, namun pada tahun 2018 acara tersebut akan diadakan setiap bulannya. Seperti yang disampaikan oleh Jefri

“tahun ini (2018) acara tersebut akan diadakan setahun 12 kali”.

Hal yang juga disampaikan oleh Kepala Dinas Pariwisata Kota Surabaya, bahwa mulai bulan Februari 2018 kedepannya acara Mlaku-mlaku Nang Tunjungan diadakan setiap bulannya. Seperti yang disampaikan oleh Widodo Suryantoro kepala Dinas Pariwisata Kota Surabaya melalui website Bangga Surabaya (<https://humas.surabaya.go.id/2018/02/21/ada-yang-beda-di-acara-mlaku-mlaku-nang-tunjungan/> | diakses pada 6 April 2018)

“Kepala Dinas Pariwisata Kota Surabaya, Widodo Suryantoro menyampaikan, acara tahun ini sedikit berbeda dengan tahun sebelumnya. Jika, tahun kemarin acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan digelar dua kali dalam setahun, kali ini akan digelar setiap bulan.

“Tujuannya, untuk lebih menghidupkan kawasan tunjungan sebagai lokasi yang sarat akan sejarah, meningkatkan roda perekonomian pelaku UKM dan mendongkrak jumlah wisatawan asing,” kata Widodo saat menggelar jumpa pers di kantor bagian humas, Selasa (20/2/2018).”

Dalam media lain juga menjelaskan *event* Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan ini sendiri yang sebelumnya merupakan sebuah acara yang diadakan oleh Pemkot Surabaya untuk menghidupkan kembali salah satu ikon Surabaya yaitu Jalan Tunjungan merupakan acara yang diadakan setahun dua kali, namun pada tahun 2018 diadakan setiap bulan. Selain itu media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube juga mengposting bahwa pada tahun 2018 acara ini diadakan setiap tahunnya. Namun pada media sosial Facebook dan Youtube hanya menjelaskan jadwal acara pada tanggal tersebut saja. Seperti akun media sosial Facebook BanggaSurabaya menginformasikan bahwa acara mlaku-mlaku nang Tunjungan akan dilaksanakan kembali pada bulan Februari 2018, dan pada media sosial Youtube hanya menjelaskan acara mlaku-mlaku nang Tunjungan diadakan pada tanggal 29 Maret 2018. Sedangkan pada media sosial Instagram

khususnya akun @aslisuroboyo menjelaskan bahwa acara mlaku-mlaku nang Tunjungan akan dilaksanakan setiap bulannya pada tahun 2018 ini, bahkan akun tersebut juga menginformasikan jam berlangsungnya acara serta menginformasikan tempat parkir bagi pengunjung acara mlaku-mlaku nang Tunjungan. @aslisuroboyo juga memposting saat berlangsungnya acara tersebut dan juga memberikan jadwal acara tersebut setiap bulannya sebelum acara tersebut.

Sehingga penulis akan memfokuskan satu media sosial yaitu Instagram. Media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online foto-foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. Instagram app bisa digunakan melalui dan juga perangkat berbasis android dengan kecepatan 2.2 atau lebih melalui Google Play (Budiargo, 2015: 48).

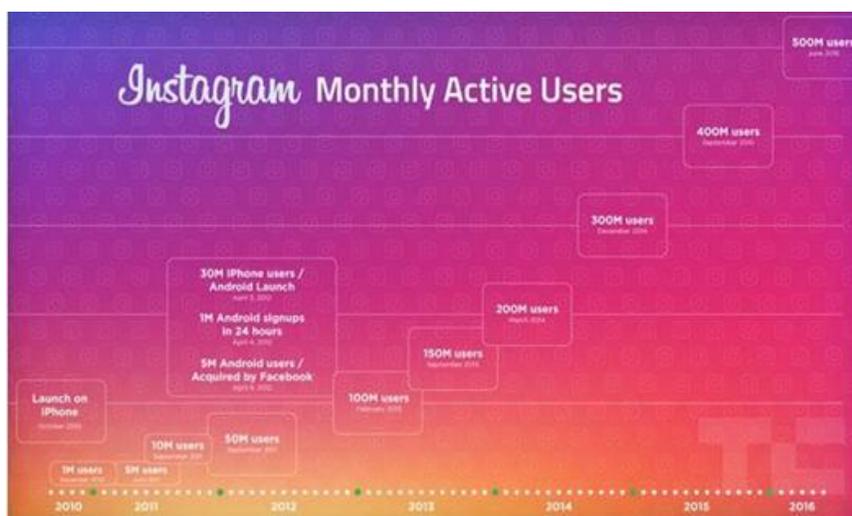


Gambar I.2. logo Instagram  
Sumber : [www.google.com/logoinstagram](http://www.google.com/logoinstagram)  
diakses 4 Oktober 2018

Dilansir oleh Techcrunch (22/06/16) Japan, Germany, France, dan Indonesia menjadi empat negara yang memiliki pengguna Instagram terbanyak di dunia. Platform ini telah memiliki lebih dari 500 juta pengguna, yang berarti dua kali lipat lebih besar dari dua tahun lalu. ([Selular.id](http://Selular.id) | diakses 4 oktober 2018)

“Japan, Germany, France, dan Indonesia menjadi empat negara yang memiliki pengguna Instagram terbanyak di dunia. Platform ini telah memiliki lebih dari 500 juta pengguna, yang berarti dua kali lipat lebih besar dari dua tahun lalu.

Hal yang penting untuk disoroti adalah jumlah pengguna aktif dari platform ini adalah 300 juta per harinya. Itu mengindikasikan bahwa Instagram telah menjadi candu bagi masyarakat luas. Dengan total jumlah pengguna tersebut, Instagram menjadi platform yang lebih besar dibandingkan dengan Twitter dan dua kali lebih besar dari Snapchat.”



Gambar I.3.

Table pengguna Instagram

Sumber : selular.id

diakses 4 oktober 2018

Pada tabel peningkatan pengguna media sosial Instagram diatas, memperlihatkan dalam setiap tahunnya terjadi peningkatan yang cukup besar, dan signifikan. Peningkatan tersebut memunculkan kesimpulan bahwa Instagram menjadi media yang digemari oleh masyarakat, baik lokal maupun dunia.

Salah satu akun media sosial Instagram yang menginformasikan acara mlaku mlaku nang tunjungan pada tahun 2018 akan diadakan setiap bulannya yaitu @aslisuroboyo, selain itu akun tersebut juga gencar memposting acara mlaku mlaku nang Tunjungan sebelum, sesaat, dan sesudah acara tersebut berlangsung.



Gambar I.4.

Postingan Instagram @aslisuroboyo pada 22 Februari 2018

Sumber : [www.instagram.com/@aslisuroboyo](https://www.instagram.com/@aslisuroboyo) | diakses 3 oktober 2018

Dalam postingan tersebut menjelaskan bahwa acara mlaku-mlaku nang Tunjungan kembali diadakan lagi pada tahun 2018, festival kuliner dan kerajinan-kerajinan ini akan dibuka langsung oleh ibu Risma selaku wali kota Surabaya pada tanggal 24 Februari 2018, dan dalam postingan tersebut juga dijelaskan bahwa menurut info dari Dinas Pariwisata Surabaya acara ini pada tahun 2018 akan diadakan setiap bulan untuk bisa membangunkan lagi jalan Tunjungan.

Postingan yang berbentuk video tersebut juga memperlihatkan 64.936 orang telah menonton dan 1.464 orang berkomentar di akun tersebut, dalam hal ini acara mlaku mlaku nang Tunjungan merupakan salah satu acara dari PEMKOT Surabaya yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat Surabaya dan sekitarnya, terlihat dari postingan video Instagram yang sudah tayang dan juga banyaknya komentar. Selain itu juga dijelaskan oleh Jefri mengenai target masyarakat yang datang saat wawancara :

“target yang disasar adalah warga Surabaya dari sisi geografisnya, selain itu juga ada dari sekitar seperti Gersik, Sidoarjo, sampai Lamongan karena ditempat mereka tidak ada acara seperti ini (mlaku-mlaku nang Tunjungan). Untuk dari sisi golongan masyarakat, mayoritas yang datang banayak dari keluarga disamping itu anak muda juga banayak yang datang”.



Gambar I.5.

Postingan tanggal 24 Februari 2018 @aslisuroboyo saat berlangsungnya acara

Sumer : [www.instagram.com/@aslisuroboyo](http://www.instagram.com/@aslisuroboyo) | diakses 3 Oktober 2018

Akun @aslisuroboyo sendiri terbentuk di media sosial pertama kali melalui jejaring sosial yaitu Twitter pada tanggal 3 November 2010, akun Asli Suroboyo kebanyakan sebagai sarana media iklan *booster* usaha atau produk yang ditawarkan oleh khalayak, berdasar jangkauan akun Asli Suroboyo yang besar di kota Surabaya, dengan harapan khalayak juga bisa dikenal dan lebih banyak yang membeli produknya (Official LINE @aslisuroboyo support, diakses 4 Oktober 2018). Seperti yang kita ketahui, akun media sosial terkenal di kalangan masyarakat Kota Surabaya sudah mulai populer sekitar delapan tahun terakhir, khususnya remaja Kota Surabaya yang gemar menggunakan media sosial Instagram.



Gambar I.6

Logo @aslisuroboyo

Sumber : [www.google.com/logoaslisuroboyo](http://www.google.com/logoaslisuroboyo) | diakses 4 Oktober 2018

Berdasarkan hasil dari grafik perhitungan jumlah peminat akun @aslisuroboyo di Instagram, ditemukan bahwa sebagian besar pengguna yang mengakses akun @aslisuroboyo adalah wanita sebanyak 51% dan pria sebanyak 49% dengan kisaran usia 18-34 tahun. Usia tersebut tergolong dalam kategori usia yang paling banyak mengikuti akun tersebut.



Gambar I.7.

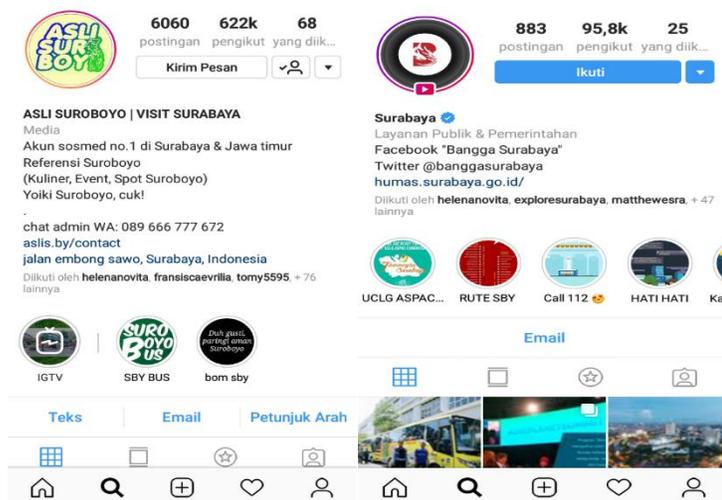
Grafik pengikut akun @aslisuroboyo

Sumeber : (Sumber: Official LINE @aslisuroboyo support | diakses 4 Oktober 2018)

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana Tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai acara mlaku mlaku nang Tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo untuk mendapatkan hasil penelitian tersebut peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti memilih subjek berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Peneliti memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yakni, usia 18-34 tahun yang berdomisili di Surabaya. Karena pada grafik pengikut (follower) akun @aslisuroboyo diatas, dari 622 ribu pengikun akun tersebut paling tinggi angkanya yaitu masyarakat usia 18-34 tahun .

Akun Instagram @aslisuroboyo pada saat ini memiliki 622 ribu pengikut, jumlah ini lebih banyak dari pada akun Instagram milik Humas Kota Surabaya dengan akun @surabaya yang memiliki 95,8 ribu pengikut. Akun Instagram @surabaya merupakan akun dari Humas Kota Surabaya juga memberikan informasi menarik di Surabaya. Konten akun ini meliputi

informasi perkembangan kota Surabaya, sebagian acara di Surabaya, dan juga tempat-tempat yang menarik di Surabaya.



Gambar I.8.

Profil akun Instagram @aslisuroboyo dan @surabaya

Sumber [www.instagram.com](http://www.instagram.com) | dikutip 4 Oktober 2018

Sebagai Subjek dalam penelitian adalah masyarakat Surabaya yang menggunakan Instagram dan mengetahui acara mlaku mlaku nang Tunjungan. Acara mlaku mlaku nang Tunjungan merupakan acara diadakan setahun dua kali, pada tahun 2018 acara ini diadakan setiap bulannya, dan Instagram @aslisuroboyo merupakan salah satu media yang gencar menginformasikan acara tersebut.

Penelitian mengenai acara atau event di Surabaya sendiri sebelumnya juga pernah diteliti oleh Melysa Vena Haryanto mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Melysa meneliti Pengetahuan Peserta Mengenai Event “5K Fun Run” Sheraton Surabaya Hotel And Towers. Sedangkan penulis sendiri meneliti Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan Diadakan Setiap

Bulannya Melalui Media Massa. Perbedaan dari penelitian Melysa yaitu dari segi event dan penggunaan media massa dalam penelitian penulis.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku-mlaku nang Tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berguna untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang Tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo.

## **I.4. Batasan Maslah**

1. Objek Penelitian : Tingkat pengetahuan.
2. Subjek Penelitian : Masyarakat Surabaya usia 18-34 tahun.
3. Fokus Penelitian: Tingkat pengetahuan mengenai acara mlaku mlaku nang Tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyo.
4. Lokasi Penelitian : Surabaya.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Akademis**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah referensi sebagai penelitian yang lainnya dalam bidang konsentrasi media, khususnya media sosial terlebihnya adalah sebagai media penyampai pesan program pemerintah Kota.

## b. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan kepada PEMKOT Surabaya sebagai penyelenggara acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan dalam menginformasikan melalui media massa. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang Tunjungan melalui media massa Instagram @aslisuroboyo.