

## 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan jumlah pengguna media sosial yang tinggi membuat aktivitas pemasaran yang mulanya dilakukan secara langsung atau tatap muka akhirnya beralih menjadi daring atau *online* lewat media sosial. Kini, media sosial *Instagram* bahkan juga menyediakan fitur khusus untuk komunitas maupun individu untuk berbisnis. Fiturnya beragam seperti *Instagram Business* hingga *Instagram Insight*. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* mengerti dan turut mendukung dengan menyediakan kebutuhan pemasaran untuk penggunanya di *platform* miliknya. Dalam aktivitas pemasaran lewat media sosial, tidak hanya pengguna yang menjual barang/jasa saja yang menggunakan media sosial, sekarang pengguna pun dapat menjadikan konten media sosialnya sebagai “produk” yang dijual. Akun tersebut biasanya memiliki konten dengan jenis topik yang spesifik, seperti konten musik, konten komedi/lucu, konten kuliner/makanan, konten masak, dan lain-lain. Konten yang di-posting ada 2 format, yaitu horizontal dan vertikal. Sedangkan jenis *followers* media sosial akun *Instagram* *Indomusikgram* adalah *audience* yang memiliki kebutuhan beragam, mulai dari kebutuhan *entertainment* karena konten yang disediakan *Indomusikgram* bersifat menghibur hingga kebutuhan mendapatkan informasi karena akun *Indomusikghram* juga menyajikan konten-konten yang memuat pengetahuan dan informasi. Dengan menggunakan *Instagram* sebagai salah satu *platform* media sosial yang digemari, perusahaan/*brand* banyak yang memanfaatkannya untuk membagikan konten yang diharapkan dapat menarik perhatian *audience* sesuai target salah satunya dengan menggunakan konten berbentuk vertikal *video*. Perusahaan/*brand* membutuhkan konten yang menarik agar dapat menarik perhatian *audience* sesuai target mereka, hal ini dapat dicapai jika perusahaan/*brand* sebelumnya sudah memiliki perencanaan dalam media sosial hingga kemudian masuk ke dalam tahapan pembuatan konten. Berdasarkan hal-hal di atas, Penulis tertarik untuk membahas penerapan format vertikal *video* dalam sosial media *Instagram* *indomusikgram*. Hal ini didasari oleh tujuan dari vertikal *video* itu sendiri yaitu *visual communication*.

Penulis akan meneliti penggunaan *vertikal video* dalam konten di PT. Bakat Kreasi

Musik Dan Visual. Penulis juga sebagai pihak yang melakukan kegiatan kerja magang di PT. Bakat Kreasi Musik Dan Visual, telah terlibat dalam proses pembuatan konten pembelajaran tersebut.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Bagaimana format vertikal *video* dapat mempengaruhi *engagement* dari sosial media *Instagram* Indomusikgram?

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menjabarkan bagaimana format vertikal *video* dapat mempengaruhi *engagement* media sosial *Instagram* Indomusikgram.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

Dibawah ini akan menjelaskan tentang format vertikal *video*, media sosial, tipe konten, dan *platform Instagram* sebagai media pemasaran.

### **2.1 Vertical Video**

Menurut Hakim Muhammad Irsyad (2019:1), *vertical video* adalah rasio video baru yang *compatible* dengan pengguna ponsel pintar/*smartphone*. *Vertical video* jadi opsi utama dalam berbagi cerita lewat media sosial. Bermula dari aplikasi bernama Snapchat yang menyediakan berbagai fitur *filter* dan kesempatan berbagi cerita antar penggunanya hingga dapat saling berbalas video sebagai bentuk komunikasinya. Snapchat hadir dengan memanfaatkan *vertical video* di dalam aplikasinya dan menonjolkan beragam *filter* kamera yang dapat mengubah proyeksi wajah penggunanya dengan sentuhan animasi pada area kepala penggunanya.

Menurut Dave Neal dan Miriam Ross (2018:152) video vertikal dianggap sebagai video yang tidak elegan dan amatir dan harus dihindari. Namun seiring perkembangan zaman, jumlah perusahaan yang menggunakan pembingkai vertikal untuk membuat konten pemasaran melalui telepon seluler semakin meningkat, tidak sedikit perusahaan yang menggunakan jasa *professional production house* dalam pembuatan konten video vertikal.