

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan jenis media baru atau *new media* yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan satu sama lain dengan jaringan online. Media sosial yang saat ini sedang sangat diminati adalah Instagram. *Instagram* sangat diminati karena kebiasaan pengguna yang kebanyakan masyarakat di zaman milenial sekarang yang cenderung narsis. Fitur yang berada di *smartphone* seperti kamera yang semakin meningkat dari segi kualitas nya pun menjadi salah satu alat penunjang untuk berfoto lalu meng *-upload* di Instagram. Aplikasi jejaring sosial ‘Instagram’ mulai rilis perdana di Apple App Store.

Pada tahun 2010 Kevin dan Mike menciptakan aplikasi web bernama Burbn akan tetapi fitur-fitur aplikasi terlalu banyak sehingga pengguna kesulitan dalam pengoperasiannya. Lalu mereka membuat aplikasi baru bernama Instagram yang hanya menggunakan tiga fitur, yaitu foto, suka dan komentar. Untuk menggunakan media sosial ini tidak perlu repot. Seiring perkembangan zaman, Instagram menambahkan fitur InstagramStories dan siaran langsung. Maka dengan adanya penambahan fitur tersebut pengguna menjadi bertambah dan menjadi lebih intens dari sebelumnya yang hanya meng-upload foto atau video. George (2016:91)

Di era perkembangan teknologi ini, seseorang dapat mengakses informasi yang dibutuhkan dalam waktu yang cepat. Internet merupakan jaringan longgar

dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia artinya adalah internet menjadi salah satu wadah yang dapat digunakan untuk mencari informasi seluas-luasnya dan dapat menjangkau banyak orang. Berbagai informasi yang disajikan dapat dibaca dan dilihat sebagai pertimbangan dalam pemenuhan informasi. Hadirnya berbagai macam jaringan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter tentu menjadi sebuah kemudahan bagi seseorang untuk melihat informasi lain. Khususnya media sosial sekarang menjadi salah satu ajang pengguna untuk memposting berbagai kegiatan. Instagram juga mempermudah pengguna dengan bebas mengakses nama komunitas, orang yang memiliki kesukaan yang sama dengan mengakses kolom search (pencarian). Selain itu, adanya fitur komentar dan mengirimkan pesan membuat pengguna dapat saling bertukar informasi terkait yang diinginkan. Foto maupun video yang diunggah seseorang dapat juga menjadi referensi seseorang untuk memilih.

Instagram dinilai menjadi salah satu media sosial yang dapat menyebarkan informasi secara cepat tanpa harus bertatap muka. Selain itu, ketika orang-orang yang memiliki hobi yang sama, mereka dapat mencari dan mengaksesnya dengan mudah melalui smartphone. Fitur yang disediakan oleh Instagram dimanfaatkan dengan baik oleh pengguna untuk mengabadikan baik foto atau video. Melalui cuplikan video, foto, dan penjelasan yang diunggah oleh pengguna di Instagram tentu menjadi salah satu informasi bagi pengguna lain yang tentunya memiliki ketertarikan yang sama.

Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan

yang didapat individu dalam menggunakan media. Konsumsi media yang berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak yang disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media cetak maupun media elektronik. Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis dan khalayak yang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya.

Menurut Rakhmat (2007:65) “Pilihan mereka terhadap media juga ditentukan oleh informasi dan kepuasan yang telah mereka antisipasi sebelumnya, pilihan yang disengaja oleh para pengguna isi media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya” (Rakhmat, 2007: 65).

Dalam keaktifan khalayak di kehidupannya sehari-hari, terlihat mereka membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka yakni melalui penggunaan media seperti membaca surat kabar yang digemari, menonton acara televisi, mendengarkan musik termasuk menggunakan media jejaring sosial. Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis, dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut dengan motif. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif adalah suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu.

New Media (Media Baru) merupakan istilah yang digunakan untuk semua media komunikasi yang berlatar belakang teknologi komunikasi dan informasi. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam (McQuail, 2011:43).

Penelitian dilakukan di SMK Negeri 2 Cirebon jurusan Tata busana terkait bagaimana Pengaruh Konten Akun Selebgram Terhadap Pemenuhan Informasi Mengenai Fashion Di Kalangan Pelajar Smk Tata Busana. SMK Negeri 2 Kota Cirebon adalah salah satu sekolah kejuruan yang memiliki jurusan Tata busana yang berada di Cirebon yang menggunakan media sosial Instagram untuk kebutuhan pemenuhan informasi mengenai gaya berpakaian berhubungan dengan tata busana yang diminati pelajar tersebut. (www.smknegeri2cirebon.sch.id)

Dilihat dari perkembangan usia, remaja tingkat SMK merupakan remaja awal yang sedang berada di dalam krisis identitas atau sedang mencari jati dirinya, cenderung memiliki rasa keinginan yang tinggi, selalu ingin mencoba hal-hal yang baru, mudah terpengaruh dengan teman-teman atau bahkan dengan selebgram-selebgram. Tidak sedikit selebgram yang berpakaian nyentrik dan menjadi daya tarik untuk menjadi referensi bagi siswi-siswi.

Dengan gaya berhijab selebgram, mereka meniru apa yang menurut mereka bagus atau yang sedang menjadi tren. Terkadang tren berpakaian yang digunakan selebgram tidak sesuai dengan budaya Indonesia.

Berdasarkan uraian disana menarik untuk diteliti “Pengaruh Konten Akun Instagram Selebgram Terhadap Pemenuhan Informasi Mengenai Fashion Di

Kalangan Pelajar SMK Tata Busana”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitaian ini dirumuskan sebagai berikut: “Sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi mengenai fashion dikalangan pelajar SMK Tata Busana?” yang telah ditentukan maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap **pemenuhan informasi** fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?
2. Sejauhmana pengaruh konteks (*context*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon jurusan TataBusana?
3. Sejauhmana pengaruh komunikasi (*comunication*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informassi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?
4. Sejauhmana pengaruh kolaborasi/gabungan (*collaboration*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Buasana?
5. Sejauhmana pengaruh koneksi (*connection*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?
6. Sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan kebutuhan saat ini (*current need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?

7. Sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan setiap hari (*everyday need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?
8. Sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan kebutuhan mendalam (*exhaustic need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?
9. Sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan kebutuhan sekilas (*cathing up need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap **pemenuhan informasi** fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
2. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konteks (*context*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
3. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh komunikasi (*comunication*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informassi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
4. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh kolaborasi/gabungan

(collaboration) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana

5. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh koneksi (*connection*) pada konten akun selebgram terhadap pemenuhan informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
6. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan kebutuhan saat ini (*current need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
7. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan setiap hari (*everyday need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
8. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan kebutuhan mendalam (*exhaustic need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana
9. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konten akun selebgram terhadap pemenuhan kebutuhan sekilas (*cathing up need*) informasi fashion siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan khususnya pada kajian kebutuhan pemenuhan informasi. Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna dan membantu bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan penelitian ini tidak hanya pada aspek teoretis saja tetapi juga pada kegunaan praktisnya yang diharapkan dapat membantu memecahkan masalah pada objek yang diteliti, yaitu sebagai berikut :

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan dan pengalaman serta sebagai salah satu rujukan untuk penelitian lebih lanjut dari isi dan masalah penelitian yang sama serta dapat dijadikan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi yang selama ini diterima secara teori.

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi univeritas Komputer Indonesia Bandung secara umum dan khususnya yang diharapkan dapat memberikan informasi serta dijadikan literatur dan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya pada kajian yang sama.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi SMK Negeri 2 Kota Cirebon Jurusan Tata Busana

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan yang positif dan evaluasi untuk mengukur mengenai Pengaruhsiswi-siswi SMK Negeri 2 Cirebon Jurusan Tata Busana dalam mendapatkan informasi fashion dari akun selebgram.