

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era media yang canggih dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi masa kini, dimana media komunikasi yang semakin bervariasi. Dengan adanya perkembangan zaman, kebutuhan manusia terhadap informasi akan lebih meningkat hal ini didukung oleh perkembangan teknologi. Dengan adanya kemajuan dibidang teknologi komunikasi akan memudahkan seluruh masyarakat untuk mengetahui informasi yang tidak terbatas, jarak, ruang, dan waktu. Dengan munculnya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Sebuah aspek yang terbilang baru di dunia internet adalah media sosial. Media sosial adalah suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan. (B.K Lewis, 2010)

Secara umum definisi, media sosial adalah *platform digital* yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video dan merupakan *platform digital* yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya. Media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Media sosial adalah sebuah istilah yang mengemukakan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih *hypernym* dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan. (Michael Cross, 2013)

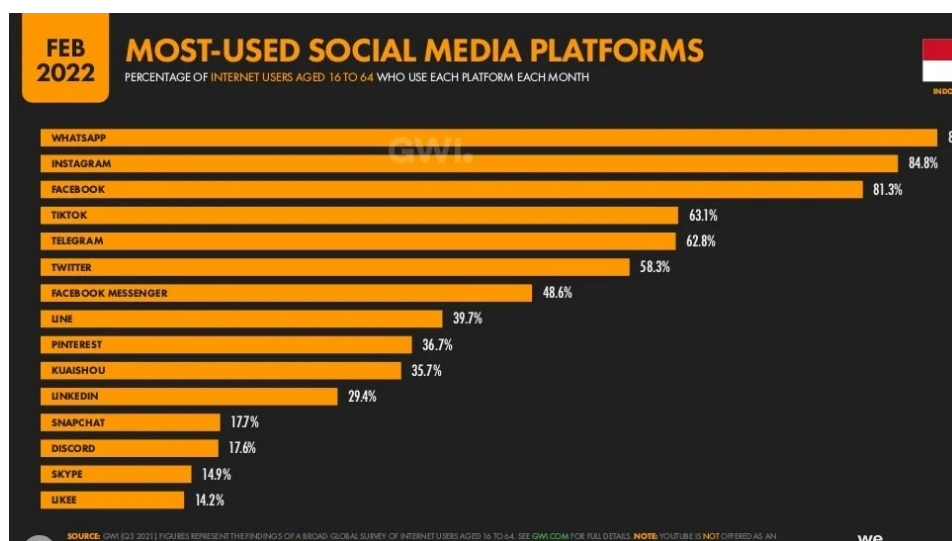
Media sosial yang dibantu oleh sebuah teknologi komunikasi salah satunya yaitu *smartphone*. Pada saat ini perkembangan media sosial bisa dimanfaatkan lebih jauh, tidak hanya untuk memberikan informasi saja, melainkan sebagai sarana pengganti kehidupan di dunia maya seperti mengirim pesan, berkomentar, mengirim foto, mempromosikan sebuah produk dan sebagai ruang untuk saling bertukar pendapat. Adapun salah satu media sosial yang saat ini banyak diminati oleh kalangan terutama anak muda dan dapat diakses melalui *smartphone* adalah intagram.

Secara umum definisi, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri. Sedangkan menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hamper sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan

inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus. (Atmoko, 2012).

Berikut ini adalah *presentase* pengguna internet yang menggunakan platform media sosial pada tahun 2022 :

Gambar 1.1
Presentase pengguna platform media sosial

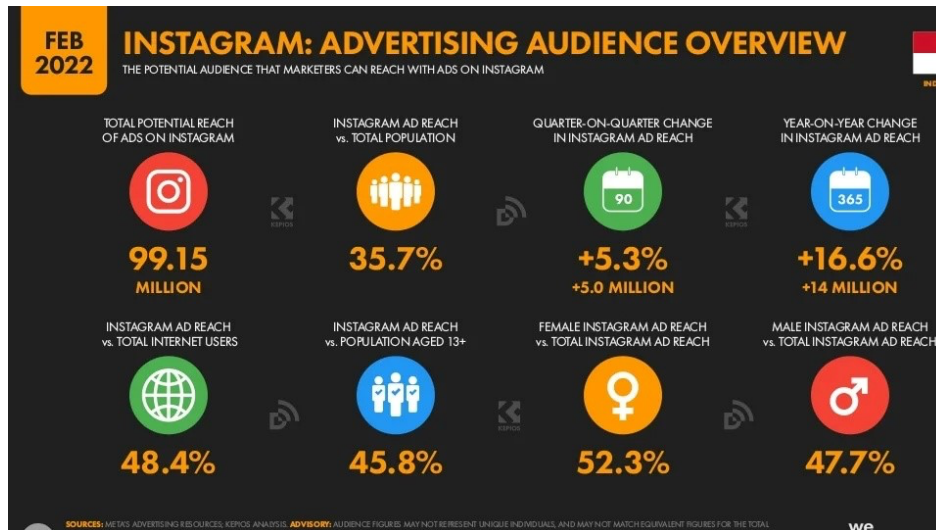


Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan bahwa Instagram menjadi platform teratas kedua setelah WhatsApp yang sering digunakan, pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 84,8% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 86,6% (turun).

Berikut ringkasan pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022 :

Gambar 1.2
Ringkasan pengguna instagram



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Berdasarkan data diatas, jumlah pengguna Instagram pada tahun 2022, yaitu: 99.15 juta jiwa (tahun 2021: 85 juta jiwa). Presentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan 52,3% dan presentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki 47,7%.

Menurut Barry (2011), *followers* atau pengikut adalah orang yang memiliki pemimpin yang telah dipilih atas kemauan sendiri. Pengikut sendiri memiliki dua pilihan : memperlakukan pemimpin sebagai seorang pemimpin dan pelatih sehingga kita berkembang menjadi pemimpin, atau pindah berkerja untuk seseorang yang telah dipilih pengikut sebagai pemimpin.

Secara umum definisi, Minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari dan apa yang dilihat serta digemari. Minat juga dapat berubah-ubah

tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan *mode* yang sedang *trend*, bukan bawaan sejak lahir.

Menurut Tampubolon (1991:41) mengatakan bahwa minat merupakan suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Sedangkan menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya adalah penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek (Mohamad Surya, 2003: 100)

Minat beli atau *purchase* adalah kecenderungan sikap konsumen yang tertarik lalu mengambil Tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan hingga dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu.

Secara umum definisi, minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. Konsumen yang memiliki minat beli terhadap suatu produk yang diikuti dengan realisasi berupa perilaku membeli.

Dengan adanya kemajuan Globalisasi telah menunjukkan dampak yang besar bagi perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan kegiatan sehari hari.

Seiring waktu, maka inovasi Teknologi terus mengalami kemajuan. Persaingan semakin ketat karena kemudahan dalam mendapatkan suatu informasi produk bagi pelanggan, sehingga masyarakat selektif dalam memilih produk. Tidak dipungkiri, manusia di era ini membutuhkan alat penunjang interaksi yang dapat memberikan kemudahan tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Dengan kehadiran *smartphone*, gaya hidup masyarakat sekarang sudah mulai berubah, kita menjadi terbiasa dan selalu membutuhkan ponsel pintar atau *Smartphone* dan sulit apabila tidak memegang handphone karena banyak kebutuhan yang mampu ditawarkan hanya melalui sebuah ponsel pintar (Abednego Pasaribu Habeahan, 2019).

WildStore adalah toko yang menjual berbagai macam produk *Apple*, dan juga dapat melayani *service* yang dapat dipercaya dan dapat bertanggung jawab dengan harga yang sangat terjangkau dan kualitas yang baik. Wildan Febriadi merupakan pendiri sekaligus *CEO* pada WildStore

Wildstore sendiri bergerak dalam bidang produk dan jasa, yakni menjual produk dan memberikan pelayanan *service Hp, specialist Apple*. Wildstore berdiri sejak 2016 yang mengalami banyak lika-liku sebelum seperti sekarang yang dapat membuka Toko Sendiri, Wildan pertama kali merintis dari yang awalnya hanya dapat melayani disebuah rumah dengan satu ruangan di Sumur Pecung, Kota Serang. Pada saat awal berdirinya Wildstore belum memiliki karyawan hanya melayani seorang diri.

Di awal 2021 WildStore akhirnya memiliki karyawan yang berawal dari seorang teman baiknya. Hingga akhirnya di awal 2022 WildStore dapat sukses

membuka *Store* barunya dengan memiliki beberapa karyawan yang membuat Wildan sendiri tidak perlu turun tangan lagi. WildStore sangat aktif dalam menggunakan media sosial, dimana tempat untuk mengembangkan dan mempromosikan sebuah produk yang dijual oleh WildStore itu sendiri, salah satu media sosial yang sangat berpengaruh besar terhadap WildStore adalah Instagram, dimana Instagram sudah menjadi salah satu platform sosial media yang sangat digemari dikalangan remaja saat ini. Followers yang dimiliki oleh WildStore di akun instagramnya adalah 9.967 followers.

Berdasarkan uraian diatas, Rumusan Permasalahan dengan judul **“Sejauhmana Pengaruh Media Sosial Instagarm @Wildstore Terhadap Minat Beli Followers”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, agar rumusan masalah menjadi lebih fokus dan agar penelitian lebih terarah dan sesuai harapan maka peneliti merumuskan identifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Sejauhmana Pengaruh **Context (isi pesan)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*?
2. Sejauhmana Pengaruh **Communication (komunikasi)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*?
3. Sejauhmana Pengaruh **Collaboration (kerja sama)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*?
4. Sejauhmana Pengaruh **Connection (hubungan)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*?
5. Sejauhmana Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore terhadap **Ketertarikan** *Followers*?
6. Sejauhmana Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore terhadap **Keinginan** *Followers*?
7. Sejauhmana Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore terhadap **keyakinan** *Followers*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menjelaskan fenomena yang terjadi dengan menggunakan metode dan teknik tentang

“Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli Followers”

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh **Context (isi pesan)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh **Communication (komunikasi)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh **Collaboration (kerja sama)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh **Connection (hubungan)** Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli *Followers*.
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore terhadap **Ketertarikan** *Followers*.
6. Untuk Mengetahui Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore terhadap **Keinginan** *Followers*.
7. Untuk Mengetahui Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore terhadap **keyakinan** *Followers*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi. Penelitian ini pun diharapkan dapat berguna bagi

penelitian-penelitian relevan selanjutnya, yakni sebagai studi perbandingan yang berkaitan mengenai tentang *Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli Followers*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam kajian mengenai *Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli Followers*.

b. Kegunaan untuk Akademik/Program Studi

Kegunaan penelitian ini yaitu bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, program studi ilmu komunikasi secara khusus mengenai tinjauan *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Followers* sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya terutama yang melakukan penelitian dengan kajian yang sama.

c. Kegunaan untuk Konsumen

Kegunaan penelitian ini yaitu untuk menjadi referensi konsumen terutama bagi para Remaja terhadap *Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli Followers*.

d. Kegunaan untuk WildStore

Kegunaan penelitian ini yaitu dapat digunakan sebagai evaluasi oleh pemilik WildStore untuk mengetahui *Pengaruh Media Sosial Instagram @Wildstore Terhadap Minat Beli Followers* yang lebih baik.