

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi telah berkembang dengan pesat termasuk juga dengan teknologi media massa. Pada awalnya media massa hanya berupa media konvensional dan media cetak tetapi saat ini dengan adanya perkembangan teknologi berupa internet memunculkan era baru pada media massa yaitu new media. Hal ini membuat informasi semakin beragam dan mudah untuk diakses oleh masyarakat. Media massa berbasis internet pada saat ini sudah sangat mudah untuk diakses dimanapun dan kapan pun saat kita membutuhkan informasi. Dewasa ini media online menjadi salah satu media massa yang sering kali digunakan sebagai tempat untuk mencari informasi. Banyaknya media online yang menyediakan berbagai macam informasi membuat masyarakat memilih media mana yang paling sesuai dengan kebutuhannya. (dalam Rossza:2020)

Digitalisasi sebagai bagian dari kemajuan teknologi, memberikan kesempatan bagi lahirnya internet, yang didefinisikan dalam bahasa Inggris sebagai *international connection networking*. Konsep ini sendiri dapat dimengerti sebagai jaringan internasional yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya. Istilah lain yang kita sering dengar adalah globalisasi yang memiliki makna lintas negara (internasional). Internet menjadi bagian integral dari globalisasi yang diakibatkan perkembangan pesat dari teknologi informasi (Arifin, 2014: 104).

Salah satu contoh media baru adalah media internet, media ini menggunakan teknologi komunikasi yang sangat cepat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, Media sosial ialah situs atau layanan daring yang memungkinkan penggunaannya untuk mengonsumsi serta

mengikuti atau berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, video dan foto. (Hidayatullah, 2020:1)

Media sosial merupakan suatu perihal yang banyak disukai oleh masyarakat di Indonesia. Karena dengan menggunakan media sosial, kini masyarakat dapat dengan mudah untuk saling berbagi informasi, berkomunikasi, mencari hiburan dan kegiatan lainnya. Salah satu platform dari media sosial yang paling aktif dipakai ialah Instagram.

Menurut Atmoko (2012:28) Instagram sendiri merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption karena itu Instagram dikategorikan sebagai media sosial. Instagram dijadikan sebagai objek penelitian pada penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan diantaranya sejak diluncurkan pada tahun 2010 pertumbuhan media sosial Instagram dapat dikatakan berjalan dengan cepat dan pesat. Berkembangnya penggunaan Instagram dikalangan masyarakat menjadikan Instagram semakin meningkat kualitasnya, sehingga tidak hanya membagikan hasil postingan berupa gambar dan video, kini masyarakat dapat menggunakan Instagram untuk mengespresikan diri melalui fitur yang disediakan mulai dari live story, IGTV, dengan menggunakan efek-efek yang disediakan dalam platform tersebut. (Djafar:2020)

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Sebagai contoh pada tahun 2002 Friendster merajai media sosial karena hanya Friendster yang mendominasi media sosial pada era tersebut. Kini, telah banyak bermunculan media sosial dengan keunikan dan karakteristik masing-masing seperti Facebook, Twitter, MySpace, Instagram.

Berdasarkan data dari We Are Social yang dirilis pada tanggal 21 Juni 2022 pada artikel goodstats.id, memaparkan platform media sosial yang paling banyak digunakan di tanah air.

Gambar 1. 1
Platform Sosial Media Paling Banyak Digunakan, 2022



Sumber: *goodstats.id*

Dari data tersebut menunjukkan peringkat pertama adalah WhatsApp, ada Instagram di posisi kedua diikuti Facebook pada posisi ketiga. Kemudian ada TikTok, Telegram, Twitter, Messenger, Line, dan Pinterest pada posisi terakhir.

Berdasarkan data dari We Are Social tujuan orang Indonesia menggunakan internet adalah untuk mencari informasi. Dimana salah satu platform yang bermanfaat untuk menyebarkan informasi adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial berbentuk aplikasi yang merupakan sarana untuk membagikan informasi berupa gambar dan video melalui jejaring sosial. Instagram berasal dari kata “Insta” atau “Instant” seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “Foto Instan”. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption. Atmoko (dalam Sutrisno dan Mayangsari:2021).

1. Gambar

Menurut Delun (dalam Sutrisno dan Mayangsari:2021) gambar adalah lukisan atau karya seni yang dibuat secara manual oleh manusia atau dibuat secara digital oleh komputer.

2. Foto

Menurut Delun (dalam Sutrisno dan Mayangsari;2021) foto adalah gambar dari suatu objek, orang, pemandangan, atau apapun yang diambil dengan kamera baik kamera digital maupun analog, atau mesin fotokopi.

3. Video

Menurut Arsyad (dalam Sutrisno dan Mayangsari:2021) menyatakan bahwa video merupakan kumpulan gambar dalam *frame* dimana *frame* dengan *frame* lainnya diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup.

4. Caption

Menurut Hasanah (dalam Sutrisno dan Mayangsari:2021) caption merupakan kumpulan kalimat yang mendukung atau menjelaskan gambar, foto atau video yang diunggah ke media sosial khususnya pada media sosial Instagram, berisikan kalimat yang sesuai dengan keinginan penggugah, berfungsi untuk menggambarkan perasaan atau keinginan bahkan maksud dari gambar, foto atau video yang diunggah.

Saat ini, media sosial Instagram tidak hanya digunakan oleh individu saja melainkan sampai kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan bahkan hingga bidang pendidikan. Salah satu dari banyak dari banyaknya penggunaan akun Instagram dalam perguruan tinggi yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media publikasinya adalah Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) dengan nama akun @unikom_official. Akun instagram tersebut berisikan mengenai informasi yang disertai gambar dan video seputar perguruan tinggi Universitas Komputer Indonesia sebagai cara untuk mengikuti perkembangan teknologi digitalisasi yang bertujuan sebagai media publikasi, media informasi, media promosi,

dan branding perguruan tinggi. Akun Instagram @unikom_official dibuat pada Mei 2016 dan sampai saat ini memiliki 22.924 Pengikut dan 2.545 postingan foto dan video. Dengan adanya akun Instagram tersebut, masyarakat terutama mahasiswa Universitas Komputer Indonesia mendapatkan banyak informasi penting yang diposting pada akun @unikom_official.

Gambar 1. 2
Salah satu postingan Instagram @unikom_official



Sumber: Instagram @unikom_official

Salah satu konten Instagram @unikom_official dapat dilihat pada gambar 1.2. Dari postingan tersebut, akun Instagram @unikom_official selalu *update* dalam memberikan informasi seputar Universitas Komputer Indonesia. Konten Instagram @unikom_official berisikan promosi, informasi, kegiatan yang dilakukan oleh Universitas Komputer Indonesia. Menurut Simarmata (dalam Mahmudah dan Rahayu:2020) konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-

laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.

Pada Instagram milik @unikom_official beberapa informasi yang disampaikan adalah berupa informasi pendaftaran mahasiswa baru, beasiswa, informasi mengenai acara yang diselenggarakan oleh pihak kampus seperti mentoring, kunjungan pelajar, dan webinar yang bisa diikuti oleh orang diluar dari mahasiswa Unikom.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah mengenai **“Sejauhmana Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @Unikom_Official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Unikom?”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan dibahas dengan indikator-indikator terpilih, sehingga variabel penelitian tampak semakin konkret adanya, diantaranya sebagai berikut:

1. Sejauhmana pengaruh *context* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*?
2. Sejauhmana pengaruh *communication* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*?
3. Sejauhmana pengaruh *collaboration* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*?
4. Sejauhmana pengaruh *connection* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*?
5. Sejauhmana pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Current Need Approach Followers*?

6. Sejauhmana pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Everyday Need Approach Followers?*
7. Sejauhmana pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Exhaustic Need Approach Followers?*
8. Sejauhmana pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Catching-Up Need Approach Followers?*

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan Pengaruh Penggunaan akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Unikom.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Merujuk dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh *context* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *communication* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *collaboration* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *connection* Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.
5. Untuk mengetahui pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Current Need Approach Followers*.

6. Untuk mengetahui pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Everyday Need Approach Followers*.
7. Untuk mengetahui pengaruh akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Exhaustic Need Approach Followers*.
8. Untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan *Catching-Up Need Approach Followers*

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan yang dapat digunakan. Adapun penelitian ini dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu yaitu baik ilmu komunikasi secara umum, terutama mengenai komunikasi massa. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian secara praktis ini, diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan dan kegunaan secara praktis penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana peneliti dalam mengaplikasikan Ilmu Komunikasi yang telah didapatkan serta memberikan pengalaman dan pengetahuan bagi peneliti khususnya mengenai kajian tentang komunikasi massa.

2. Kegunaan Bagi Akademik

Kegunaan penelitian ini berguna bagi Universitas Komputer Indonesia dan peneliti perguruan tinggi lainnya secara umum sebagai referensi dan juga literatur terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

3. Kegunaan Bagi Institusi

Penelitian ini berguna bagi Universitas Komputer Indonesia sebagai evaluasi dan referensi dalam komunikasi massa, khususnya mengenai Pengaruh Penggunaan akun Instagram @unikom_official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Unikom.