

BAB I

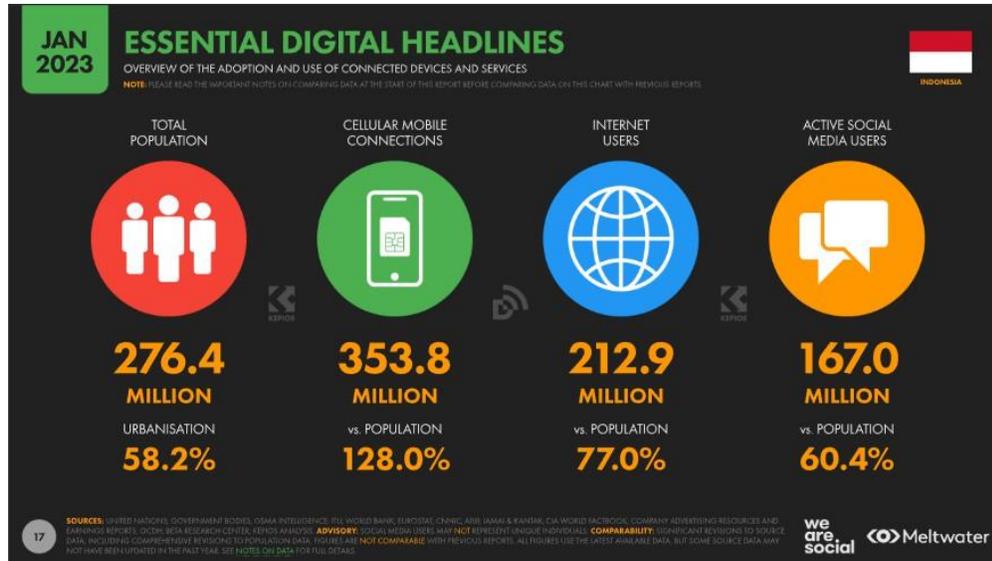
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada abad ke-21 ini masyarakat berada pada lingkup media dan menjadi hal baru dalam sejarah manusia (Croteau, dkk., 2019, hlm. 29). Masyarakat sudah disuguhkan dengan perkembangan pada media teknologi informasi, dengan keberadaan media baru, kita dapat menerima dan membagikan berbagai informasi secara cepat dan mudah dengan internet (West & Turner, 2010, hlm. 405). Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, membuat masyarakat dengan mudahnya mengakses berbagai macam informasi dari internet. Dengan internet juga, masyarakat bisa menjangkau berbagai informasi yang salah satunya melalui media sosial.

Masyarakat menggunakan media sosial sebagai akses utama ketika menggunakan internet (Ginting & Nasionalita, 2021, hlm. 7133). Pengguna dapat menggunakan media sosial, membuat akun pribadi, terhubung dengan pengguna lain dan saling mengirim pesan (Sharabati, dkk., 2022, hlm. 1). Dengan kemudahan yang diberikan oleh media sosial membuat masyarakat dapat membuat akun dan langsung terhubung dengan pengguna lain, hal ini mempermudah masyarakat untuk bisa menerima dan membagikan informasi sehingga saat ini masyarakat banyak yang tertarik dan bergabung ke internet dan menggunakan media sosial.

Pada bulan Januari tahun 2023, *We Are Social* melakukan survey terhadap 276,4 juta penduduk Indonesia, hasilnya menyebutkan bahwa sebanyak 212,9 juta atau setara 77% penduduk telah terhubung ke jaringan internet, kemudian diperoleh 167 juta pengguna media sosial aktif. Penggunaan internet di Indonesia bertambah sebesar 5,2% pengguna dibandingkan dengan tahun lalu dan setara dengan bertambah 10 juta pengguna yang baru. Berdasarkan hasil survey yang *We Are Social* lakukan di atas dapat diketahui mayoritas masyarakat Indonesia sudah terhubung ke jaringan internet dan dari jumlah tersebut aktif menggunakan media sosial. Artinya, bahwa setiap tahunnya media sosial mengalami peningkatan dalam penggunaannya. Internet dan media sosial memang memberikan banyak kemudahan untuk para masyarakat sehingga masyarakat terhubung dan aktif menggunakan media sosial.



Gambar 1.1 Orang yang Menggunakan Media Sosial dan Internet di Tahun 2023

(Sumber: *We Are Social* 2023)

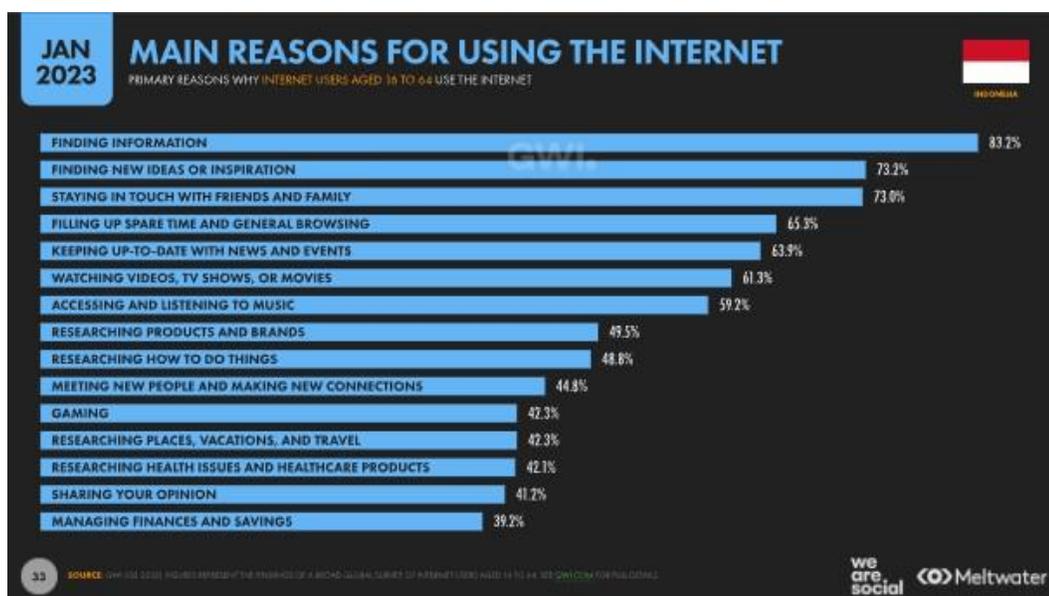
Popularitas media sosial lebih meningkat di kalangan masyarakat setiap tahunnya, salah satunya Instagram. Di dunia, media sosial yang memiliki pengguna terbesar salah satunya yaitu Instagram (Nisa & Sari, 2022, hlm. 135). Instagram, salah satu aplikasi berbagi foto dan video paling populer, memungkinkan penggunanya dalam melakukan komunikasi lalu terhubung bersama keluarga, kerabat, teman sekelas, juga lainnya. Instagram didirikan pada tahun 2010 dan hingga sekarang mempunyai pengguna aktif sebanyak 100 juta pengguna dan pada setiap harinya ada sekitar 40 juta foto yang dibagikan oleh pengguna di media sosial Instagram (Muhammad, 2018, hlm. 204).

Dalam survey *We Are Social* 2023, disebutkan bahwa sebanyak 86,5% dari total jumlah penduduk Indonesia menggunakan Instagram dan menjadikan Instagram sebagai media sosial kedua setelah *WhatsApp* dengan penggunaan terbanyak di Indonesia. Dengan hadirnya Instagram dapat membantu dan memudahkan penggunanya dalam menerima dan membagikan informasi-informasi seperti hiburan ataupun berita (Faisal, dkk., 2021, hlm. 2). Kepopuleran media sosial Instagram di masyarakat dapat terlihat dari data di atas yang menyebutkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia menggunakan Instagram.

Setelah dua tahun diluncurkan, jumlah pengguna Instagram mencapai tiga ratus juta (Huang & Su, 2018, hlm. 3). Semakin banyaknya pengguna Instagram, membuat Instagram semakin berkembang dan meningkatkan kualitasnya. Selain membagikan gambar dan

video, pengguna sekarang dapat mengekspresikan diri melalui fitur-fitur seperti *live story*, IGTV, dan filter yang tersedia (Djafar & Putri, 2020, hlm. 1769). Karena kepopulerannya ini membuat media sosial Instagram semakin memperbarui fiturnya yang membuat penggunanya dapat lebih nyaman dan tertarik untuk tetap aktif dalam media sosial Instagram ini. Fitur-fitur terbaru Instagram juga semakin memudahkan pengguna untuk menyebarkan dan menerima informasi dengan cepat.

Dengan hadirnya media sosial Instagram dapat memudahkan penggunanya dalam menerima dan membagikan informasi-informasi seperti hiburan ataupun berita (Faisal, dkk., 2021, hlm. 2). Media sosial yang dapat mengirimkan berbagai informasi dengan berupa gambar, video, dan fitur lainnya salah satunya adalah Instagram (Helen & Rusdi, 2018, hlm. 356; Atmoko, 2012:10). Instagram juga dinilai menarik karena menyajikan juga berbagai informasi, berita dan hal-hal lain yang berkembang, baik isu lokal, nasional maupun internasional (Bahri & Zueni, 2021, hlm. 22). Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi dari Instagram, oleh karena itu Instagram kini semakin populer karena dapat memberikan kemudahan informasi bagi penggunanya.



Gambar 1.2 Tujuan Utama Orang Memakai Internet

(Sumber: *We Are Social* 2023)

Sebanyak 83,2% orang menggunakan internet untuk menemukan informasi, hal ini menjadikan pencarian informasi menjadi alasan teratas orang menggunakan internet (*We Are Social*, 2023). Selain mencari informasi, dengan menggunakan media sosial, pengguna

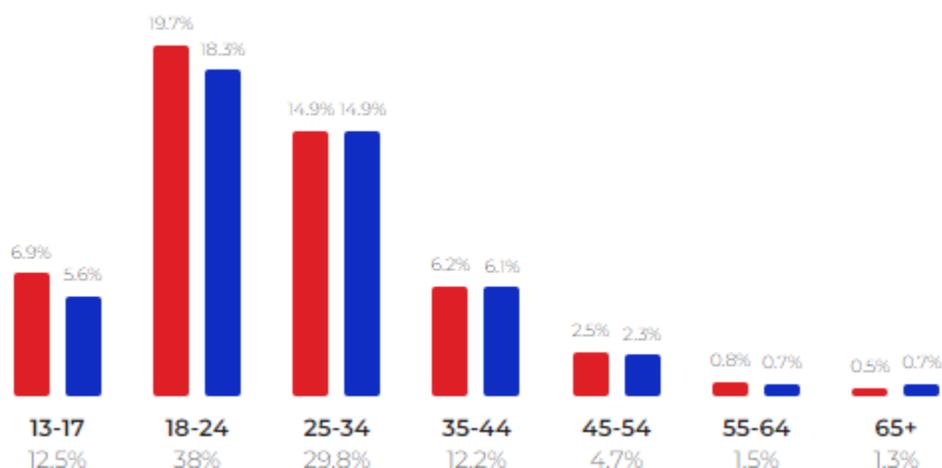
dapat membagikan berbagai informasi melalui unggahan berupa gambar, video, dan juga *caption*, yang dapat diakses atau diketahui oleh orang lain (Putri, 2020, hlm. 131). Dapat diketahui dari survey di atas bahwa mayoritas masyarakat memakai internet untuk mencari berbagai informasi, karenanya penggunaan Instagram banyak ditemukan untuk memudahkan para penggunanya untuk menerima dan membagikan berbagai informasi baik itu di dalam gambar, video, maupun *caption* yang dibagikan para pengguna di dalam media sosial Instagram.

Pengguna bisa menentukan media mana yang ingin digunakan dan menentukan hasil yang diharapkan dari penggunaan media tersebut (Griffin, 2012, hlm. 358). Penggunaan media sosial untuk tujuan informasi mengacu pada pencarian informasi yang bermanfaat dan mendidik. Semakin banyak informasi yang diterima pengguna dari sumber media tertentu, semakin positif sikap mereka terhadap sumber media tersebut (Pelletier, dkk., 2020, hlm. 273). Media sosial dapat dilihat sebagai platform untuk mempresentasikan berbagai jenis informasi dan ide kepada publik, yang dapat mengakibatkan tanggapan serta umpan balik positif, dan mungkin juga menawarkan solusi untuk berbagai masalah yang ada. Hal ini diatur oleh Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang memperkuat peran pemerintah dalam memberikan perlindungan terhadap potensi penyalahgunaan informasi dan transaksi elektronik (Purwantoro, dkk., 2021, hlm. 62).

Kebutuhan informasi didasarkan pada kebutuhan manusia untuk memahami dan menemukan jawaban atas rasa ingin tahunya dan penjelasan atas pertanyaannya. Kebutuhan informasi merupakan sesuatu yang sudah menetap dan sudah menjadi bagian dari kehidupan seseorang (Solichah, dkk., 2022, hlm. 237). Karena kebutuhan informasi tidak bisa lepas dari masyarakat, maka masyarakat pun semakin aktif menggunakan media sosial untuk dapat memenuhi kebutuhannya tersebut. Pengguna akan memilih media sosial mana yang paling bisa mereka andalkan. Ketika seseorang membutuhkan informasi, maka orang itu akan mencari jawaban atas pertanyaannya agar rasa ingin tahunya bisa terpenuhi, kejadian ini disebut dengan *problematic situation*. *Problematic situation*, merupakan hal yang dapat menyebabkan munculnya kebutuhan akan informasi. Hal ini membuat seseorang akan mencari sumber-sumber untuk dapat memenuhi informasinya (Rahmah & Rahmah, 2019, hlm. 563). Pemenuhan kebutuhan ini muncul sebagai alasan untuk mencari

media, atau motivasi seseorang untuk menggunakan media sosial (Ferris, dkk., 2021, hlm. 3). Pengguna bisa menentukan media sosial mana yang paling bisa mereka manfaatkan (Helen & Rusdi, 2018, hlm. 357). Salah satu contoh akun Instagram yang memberikan berbagai macam informasi adalah akun Instagram @thisgazette.

Akun Instagram @thisgazette merupakan akun informatif yang memusatkan sasaran pada generasi Z. Nama thisgaZette sendiri dapat diartikan sebagai "This Gen Z" yang bermakna akun ini berisikan konten seputar informasi-informasi yang dibutuhkan oleh generasi Z dengan gaya tampilan yang disukai oleh generasi Z. Sehingga pengguna dapat memperoleh informasi dengan tampilan yang menyenangkan dan tidak membosankan. Diusia genZ ini mereka sedang aktif-aktifnya menggunakan media sosial.



Gambar 1.3 Usia Pengguna Media Sosial Instagram

(Sumber: NapoleonCat.com 2022)

Dari gambar di atas bisa diketahui, penggunaan media sosial Instagram terbanyak adalah remaja atau gen Z. Generasi Z, juga dikenal sebagai Gen Z, mengacu pada orang-orang yang lahir diantara pertengahan 90-an hingga awal tahun 2010-an (Hoque & Hossain, 2023, hlm. 93). Gen Z menggunakan media sosial lebih dari generasi lain untuk keperluan edukasi, interaksi, hiburan, dan pemanfaatan waktu luang. Dalam hal akses dan keterlibatan dengan media dan teknologi, generasi Z secara alami melihat berbagai media dalam kehidupan sehari-hari. Mereka terbiasa memiliki akses terhadap dunia informasi yang tidak dimiliki oleh generasi lain (Silveira, dkk., 2022, hlm. 3).

Dalam sehari generasi Z memeriksa Instagram minimal lima kali sehari, generasi Z sering disebut '*digital natives*', yaitu generasi pertama yang dibesarkan dengan lingkungan komunikasi berbasis digital (Djafavora & Bowes, 2020, hlm. 1). Untuk itu, akun Instagram @thisgazette sudah tepat dalam memilih sasaran penggunanya, karena @thisgazette sudah mengetahui bahwa yang paling banyak mengakses media sosial khususnya Instagram untuk mencari berbagai informasi adalah generasi Z. Alasan utamanya adalah bahwa pengguna, terutama remaja, lebih memilih dan menyukai visual daripada teks. Mereka menginginkan gambar-gambar yang bagus untuk menggambarkan diri mereka sendiri (Muhammad, 2018, hlm. 204). Untuk itu dari secara tampilan, akun Instagram @thisgazette sudah mengikuti selera gen Z yang menyukai visual. Ketika memberikan informasi, akun Instagram @thisgazette pun tetap menonjolkan dari segi visual yang menarik sehingga gen Z akan lebih tertarik dan membaca informasi yang telah disediakan oleh akun Instagram @thisgazette ini. Cara penggunaan media oleh generasi Z basisnya berbeda dengan generasi sebelumnya. Daripada membaca majalah, mereka lebih memilih membaca secara online. Perpindahan ini sudah membuat dua jalan pemasaran utama: reklame di luar ruangan contohnya papan iklan dan reklame secara *online* seperti *google advertising* (Haenlein, dkk., 2020, hlm. 6).

Bagi generasi Z, Instagram menjadi salah satu media sosial yang penting. Komunikasi dengan visual telah menjadi jalan komunikasi yang sangat disukai oleh para muda saat ini (Huang & Su, 2018, hlm. 2). Semakin efektif platform media sosial memenuhi kebutuhan pengguna akan interaksi sosial, informasi, hiburan, dan kenyamanan, semakin tinggi kelekatan platform tersebut, sehingga meningkatkan keterlibatan pengguna dan penggunaan yang lebih lama (Hoque & Hossain, 2023, hlm. 95). Untuk itu akun Instagram @thisgazette memberikan sasaran generasi Z sebagai target utama dari *audiens* nya dengan memberikan konten seputar informasi-informasi dengan gaya tampilan yang disukai dengan generasi Z dengan memberikan visual yang menarik bagi generasi Z.

Alasan peneliti tertarik meneliti penelitian ini adalah berdasarkan latar belakang di atas peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh media sosial Instagram @thisgazette terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut, yang mana akun Instagram @thisgazette merupakan akun yang dikelola sendiri oleh peneliti sehingga hasil penelitian dan rekomendasi dapat langsung diterapkan oleh peneliti dan melihat apakah

ada perkembangan dari akun Instagram @thisgazette, hal ini juga memperkuat alasan tertarik meneliti ini.

Dalam penelitian ini, menggunakan teori *uses and gratifications*. Pada tahun 1974, Herbert Blumer dan Elihu Katz pertama kali memperkenalkan teori *Uses and gratifications* di sebuah karya mereka dengan judul "*The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*". Dalam karya tersebut menegaskan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk memilih dengan selektif dan mengonsumsi media yang sesuai dengan kebutuhan individu mereka (Hasny, dkk., 2021, hlm. 114). Teori ini menjelaskan bahwa pengguna sebagai orang yang aktif yang bisa menentukan sendiri media mana yang dipilih yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Dijelaskan juga bahwa teori *uses and gratifications* menjadi audiens yang aktif memilih media dan konten tertentu agar bisa membuahkan suatu kepuasan tertentu (Littlejohn, dkk., 2017, hlm. 174). Pada penelitian ini dapat digambarkan bahwa pengikut akun @thisgazette sebagai pengguna aktif yang memakai Instagram menjadi media yang menemukan informasi guna pemenuhan kebutuhan informasi. Digunakannya teori *uses and gratifications* dalam penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui pengaruh media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Apakah akun Instagram @thisgazette sudah dapat memenuhi informasi para pengikutnya atau belum. Oleh karena itu, diharapkan dapat mengetahui hal tersebut sehingga dapat menggunakan Instagram dengan lebih positif sebagai pemenuhan akan kebutuhan informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *Context* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut?
2. Apakah terdapat pengaruh *Communication* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut?
3. Apakah terdapat pengaruh *Collaboration* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut?
4. Apakah terdapat pengaruh *Connection* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut?

5. Apakah terdapat pengaruh *Context*, *Communication*, *Collaboration* dan *Connection* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Context* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Communication* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Collaboration* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Connection* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Context*, *Communication*, *Collaboration* dan *Connection* dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Harapannya, dapat memperkaya tambahan informasi terkait dengan teori-teori Ilmu Komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi melalui Media Sosial. Selain itu, diharapkan di masa mendatang ketika terdapat penelitian yang serupa dapat menjadi bahan atau referensi yang mendukung penelitian tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Manfaat yang diharapkan untuk peneliti, yaitu mampu memberikan pengetahuan, wawasan, juga praktek secara baru dan langsung yang berguna bagi peneliti.

2. Bagi Universitas

Manfaat yang diharapkan untuk universitas, penelitian ini diharapkan bisa menjadi literatur juga dapat memperkaya pengetahuan atau penelitian serupa dengan penelitian terkait.

3. Bagi Pengguna Media Sosial Instagram

Manfaat yang diharapkan untuk pengguna media sosial Instagram, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan gambaran dan referensi mengenai akun Instagram dengan konten yang informatif seperti Instagram @thisgazette bagi para pengguna Media Sosial Instagram.

1.5 Struktur Organisasi

Dalam penelitian ini, terdapat lima bab yang saling terhubung satu dengan yang lain. Pada tiap bagiannya disusun atas beberapa sub-bab guna memperjelas secara rinci topik penelitian. Untuk memberikan sistematika yang jelas, penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Bab 1 (Pendahuluan): di dalam bab 1, berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian.
2. Bab 2 (Kajian Pustaka): di dalam bab 2, berisi penjelasan variabel pada penelitian, penelitian sebelumnya yang sudah ada, hipotesis penelitian dan kerangka berpikir yang di dalam nya terdapat latar belakang penelitian, asumsi teori penelitian, juga variabel penelitian.
3. Bab 3 (Metode Penelitian): di dalam bab 3, membahas desain penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, instrumen penelitian, operasionalisasi variabel yang digunakan, pengujian instrumen penelitian, teknik analisis data dan pengujian hipotesis penelitian.
4. Bab 4 (Temuan dan Pembahasan): di dalam bab 4, menjelaskan hasil dari temuan penelitian yaitu olahan dari hasil data dan sertai pembahasan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut.
5. Bab 5 (Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi): di dalam bab 5, terdapat kesimpulan dari penelitian, implikasi penelitian dan juga rekomendasi penelitian.