BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu membutuhkan informasi untuk menunjang kehidupannya. Kebutuhan akan informasi selalu berkaitan erat dengan kebutuhan dasar lainnya. Hal ini tidak terlepas dari tren kehadiran media sosial. Hal ini juga merupakan bukti bagaimana kemajuan teknologi, komunikasi dan informasi yang teah menciptakan kebutuhan baru, yaitu kebutuhan akan informasi (Case, 2002). Manusia selalu berusaha dengan berbagai cara dan media agar kebutuhan informasinya terpenuhi. Informasi didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diungkapkan dalam berbagai cara yang berkaitan dengan suatu peristiwa, realita, atau bahkan hanya sebuah ide, dimana ungkapan atau representasi tersebut dibuat dengan menggunakan symbol sesuai dengan makna yang sudah menjadi persetujuan bersama (Kebede, 2002). Setiap individu tentunya memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda maka dari itu mereka akan memilih dan memilah sumber informasi yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Individu akan mencari informasi ketika dirinya merasa pengetahuannya kurang dan oleh karena itu mereka membutuhkan informasi untuk meningkatkan pengetahuannya (Batley, 2007). Salah satu penyebab munculnya kebutuhan jinformasi disebabkan karena adanya kesenjangan pengetahuan yang dirasakan oleh individu, maka untuk menghilangkan kesenjangan itu seorang individu harus berusaha mencari informasi yang dibutuhkannya. Keingintahuan yang besar *(curiousity)* akan mendorong seseorang untuk mencari informasi yang dibutuhkannya. Seseorang akan mengalami kebutuhan informasi dimanapun dan kapanpun.

Selain itu, setiap orang dapat memenuhi kebutuhan informasinya kapan saja dan dimana saja. Kemajuan teknologi membuat semua orang mudah untuk mendapatkan informasi. Pengguna dapat mengakses informasi melalui internet maupun media cetak. Penelitian menunjukan bahwa pengguna terutama mahasiswa

Rita Citra Pertiwi, 2022
PENGARUH AKUN INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA FOLLOWERS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sering mengandalkan internet sebagai sumber informasi (Holliday, W. & Li, 2004). Penggunaan internet pada zaman sekarang sudah jauh lebih mudah dibandingkan dengan dulu, karena pada saat ini internet bisa diakses kapan saja melalui ponsel atau laptop.

Semua pengguna bisa dengan mudah mencari informasi melalui internet, hal ini menyebabkan keberadaan media konvensional seperti halnya televisi, koran, ataupun majalah di nomor duakan oleh masyarakat. Bahkan banyak media konvensional sudah berbasis internet, seperti berita online. Berdasarkan penelitian yang dillakukan oleh Hootsuite dan agensi marketing sosial *We Are Social* bertajuk "*Global Digital Reports* 2020" menyebutkan bahwa Indonesia termasuk kedalam negara yang menggunakan akses internet dengan waktu yang lama.

Penggunaan internet di Indonesia dengan angka 7 jam 59 menit per hari, yang sebenarnya lebih tinggi dari rata-rata global yang hanya 6 jam 43 menit per harinya. Selain tinggi pada penggunaan Internet namun Indonesia juga memiliki angka yang tinggi terhadap penggunaan media sosial dan melampaui penggunaan diatas rata-rata global yang mana hanya 2jam 24 menit per hari sedangkan Indonesia sampai 3 jam 26 menit perhari. Hal tersebut membuktikan bahwa banyak warga Indonesia yang menggunakan internet dan media sosial. Menurut Baruah (2012) dengan berkembang media sosial banyak memberikan keuntungan seperti hemat biaya dan lebih sedikit memakan waktu.

Setiap media sosial masing-masing memiliki peran penting dalam memberikan sumber informasi, tentunya sangat penting untuk mengetahui jenis dan karakteristik dari sosial media tersebut. Ketika sosial media memberikan informasi sesuai apa yang diinginkan pengguna makahal tersebut memberikan keuntungan karena kebutuhannya terpenuhi yaitu mendapatkan informasi (Agarwal et al., 2011).

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan. *Instagram*, sebagai *platform* media sosial berbasis foto dan *video*, menjadi *platform* yang efektif untuk penyebaran informasi. (Bambang, 2012, hlm. 10). Selain itu *Instagram* sering dikunjungi dalam kegiatan promosi salah satunya mempromosikan tentang lowongan pekerjaan. Menurut data dari Hootsuite (*We are Social*) menyebutkan

bahwa *Instagram* menempati urutan keempat sebagai *platform* media sosial yang paling aktif.

Di Indonesia pengguna *Instagram* mencapai 79% dari populasi, sebanyak 63 juta jiwa di Indonesia pada tahun 2020 sebagai pengguna *Instagram* dan diantaranya 50,8% berjenis kelamin perempuan sedangkan sisanya sebanyak 49,2% berjenis kelamin laki-laki. Dalam *platform* itu, terdapat beberapa akun yang berbagi informasi mengenai *parttime*. Salah satu akun istagram yang telah diketahui oleh banyak orang khususnya mahasiswa Bandung yaitu *@Parttimebandung*. Akun tersebut memberikan informasi mengenai lowongan pekerjaan yang sangat beragam, mulai dari lowongan pekerjaan pada barista, kasir, kurir, desain grafis, dan lain sebagainya.

Selain itu, disebutkan dalam (Portegijs W; Keuzenkamp S, 2008), salah satu motivasi pencarian lowongan kerja part-time, khususnya perempuan, adalah untuk menggabungkan kerja dengan pengasuhan keluarha karena model dual income dalam keluarga saat ini tidak begitu penting. Dalam (Kropf, 1998) juga disebutkan bahwa bekerja part-time menguntungkan bagi para orang tua dengan anak karena bisa menyeimbangkan momentum karir mereka dan menjaga profesionalitas serta mengembangkan keahlian yang dimiliki, sembari tetap menjaga tanggung jawab mengasuh keluarganya.

Akun *Instagram @Parttimebandung* tentu sangat membantu bagi pengguna *Instagram* mahasiswa Bandung yang sedang mencari pekerjaan *parttime*.

Bagi sebagian mahasiswa kuliah sambil kerja bukan lagi hal yang baru, menurut Cohen (dalam Ronen, 1981) *parttime* atau pekerjaan paruh waktu merupakan pilihan pekerjaan yang banyak diminati oleh mahasiswa. Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi mahasiswa kuliah sambil bekerja diantaranya karena faktor ekonomi atau hanya ingin mengisi waktu luang serta pekerjaan *parttime* memiliki jadwal kerja yang dilaksanakan minimal 20 jam, namun tidak lebih dari 40 jam dalam seminggu.

Sedangkan menurut Jacinta, yang mendasari seorang mahasiswa untuk bekerja diantaranya adalah kebutuhan finansial, kebutuhan sosial relasional, dan kebutuhan aktualisasi diri (Dudija N, 2011, hlm. 200). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kremers, 2021), ditemukan bahwa tidak ada efek negatif dalam melakukan pekerjaan

part time bagi pelajar terhadap waktu belajar yang dialokasikan oleh pelajar. Hal ini dapat menggambarkan bagaimana banyaknya pelajar tetap ingin mencari lowongan pekerjaan part time terlepas dari statusnya sebagai pelajar.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Context* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
2. Apakah terdapat pengaruh *Communication* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Collaboration* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap pengingkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
4. Apakah terdapat pengaruh *Connection* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian berdasarkan pada studi kasus diatas:

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *Context* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *Communication* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *Collaboration* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap pengingkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
4. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *Connection* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti yang akan dihasilkan dari penelitian ini ialah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai teori-teori Ilmu Komunikasi, terutama terkait dengan komunikasi dalam bidang Media Sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan bahan rujukan untuk mendukung penelitian-penelitian lain dengan pokok bahasan yang sama atau masih berkaitan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu cara untuk menambah suatu wawasan dan pengetahuan baru.

2. Bagi Universitas

   Penelitian ini diharapkan bisa menjadi literatur yang berguna bagi penelitian yang serupa serta diharapkan bisa meningkatkan prestasi akademik.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini memuat lima bab yang saling berkesinambungan. Setiap bab ditulis dalam beberapa sub-bab sebagai pengembangan uraian skripsi. Skripsi disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

1. **Bab 1 (Pendahuluan)**: memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, dan struktur organisasi skripsi.
2. **Bab 2 (Kajian Pustaka)**: memuat kajian menyeluruh terkait variabel yang diajukan dalampenelitian, bab ini juga memuat keterkaitan dengan penelitian terdahulu dan kerangka berpikir yang diterapkan dalam penelitian.
3. **Bab 3 (Metode Penelitian)**: memuat informasi terkait rancang desain penelitian, partisipan, populasi, sampel, instrumen penelitian, operasionalisasi variabel, pengujian instrumen penelitian, dan teknik analisis data dan pengujian hipotesis.
4. **Bab 4 (Temuan dan Pembahasan):** memuat hasil temuan peneliti berdasarkan hasil data yang diolah serta pembahasannya.

5. **Bab 5 (Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi)**: memuat tiga sub-bab penting terkait simpulan penelitian, implikasi penelitian, dan rekomendasi penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait