

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Perkembangan zaman yang menimbulkan lahirnya globalisasi dan media baru yang dapat mencakup banyak aspek seperti teknologi informasi, komputer, internet dan media komunikasi. Media baru sendiri merupakan media yang lahir dari komunikasi dua arah yang terdiri dari manusia dengan komputer dan jaringan internet. Sebagai media komunikasinya, didalamnya terdapat media seperti website, blogspot, *social network*, forum online dan banyak lainnya.

Media baru hadir di kehidupan bermasyarakat dan menjadi media komunikasi yang paling sering dan paling tinggi digunakan oleh semua orang, tak lepas dari jenjang umur, status sosial, pekerjaan dan kalangan masyarakat lainnya. Media baru mempermudah masyarakat dalam memberikan dan memperoleh informasi, opini, gambar foto, video, data, artikel dan lainnya. Pada intinya yang dilakukan masyarakat baik individu maupun kelompok didalam media baru yaitu untuk berinteraksi dan berkomunikasi.

Dalam media baru terdapat yang namanya media sosial atau *social media* yang dimana terdapat berbagai manfaat positif namun juga dampak yang negatif. Media sosial adalah sebuah media tanpa batasan spesifik yang dapat membantu berkomunikasi secara sosial dalam internet tanpa batasan waktu, batasan wilayah dan batasan jarak bagi penggunanya. Pada dasarnya media

sosial hadir untuk mempermudah kehidupan bersosial manusia dan bagaimana mempermudah komunikasi dan interaksi manusia di dalamnya.

Dari berbagai jenis media sosial dan berbagai platform media sosial yang ada, dalam penelitian ini memfokuskan pada media sosial Instagram. Instagram merupakan aplikasi media visual berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk dapat berbagi foto, video, video singkat atau *stories* yang berlangsung selama 24 jam saja, membagikan tagar, *mention* pengguna dan masih banyak lagi. Instagram masih menjadi media sosial yang paling populer hingga saat ini karena berbagai fitur, kemudahan dan manfaat baik yang ditawarkan.

Dilansir dari Tagar.id menyatakan bahwa pengguna Instagram di Indonesia menempati peringkat ke-4 terbesar di dunia. Berdasarkan data per-Oktober 2019 jumlah pengguna Instagram di Indonesia adalah sebanyak 60 juta pengguna yang mana berada 3 peringkat dibawah pengguna Instagram Amerika Serikat yakni sebanyak 116 juta pengguna. Hampir seperempat penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial Instagram. Perusahaan analisis sosial media marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia NapoleonCat mencatat secara spesifik angka pengguna Instagram di Indonesia per-November 2019 yakni sebanyak 61.610.000 pengguna. NapoleonCat merinci jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang sebanyak 61.610.000 pengguna berdasarkan jenis kelamin. Mayoritas pengguna Instagram adalah wanita yakni 50,8 persen yang sebenarnya tidak berbeda jauh dengan pengguna Instagram laki-laki yakni sebesar 49,2 persen.

Media sosial Instagram memiliki berbagai fitur unggulan yaitu *stories* yang berlangsung selama 24 jam, fitur *reels* untuk postingan video dengan *tools* edit yang cukup lengkap, populer atau *explore* untuk menampilkan apa yang sedang ramai disukai dan fitur *Close Friends* pada *instastory* dimana pengguna bisa lebih bebas berposting dengan pengaturan *follower* yang dapat dipilih, jadi pengguna bisa mendapatkan keamanan dan kenyamanan lebih untuk berekspresi di *instastory*. Instagram memiliki salah satu fitur menarik yang berada di *instastory* yaitu fitur *Close Friend* yang pada dasarnya adalah lingkup teman dekat di akun pengguna. Pengguna dapat memilih siapa saja pengikutnya yang boleh dan bisa dimasukkan kedalam daftar teman dekat di *instastory* nya. Hanya pengguna yang dapat mengubah daftar tersebut, pengikut atau *follower* tidak dapat meminta atau memasukan sendiri.

Pengguna sosial media Instagram khususnya pengguna fitur *Close Friend Instastory* yakni mahasiswa yang memiliki rentang usia 19-24 tahun. Mereka mengunggah foto dan video yang mereka inginkan dengan tujuan ingin menunjukkan karakter dirinya yang lain di fitur *Close Friend* tersebut. Mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung aktif berekspresi dalam postingan *story* nya baik di publik maupun secara *Close Friend* (CF) untuk menunjukkan kesan, pesan dan maksud yang dimiliki mereka.

Kota Bandung dijuluki sebagai kota kembang juga merupakan kota industri kreatif. Bandung menjadi role model baik itu fashion, kuliner hingga tempat wisata, tidak hanya Jabar tetapi juga Indonesia. Banyak tempat wisata kreatif beserta kaum urban yang mendiami kota ini. Hal ini terbukti pada tahun 2015

lalu Kota Bandung tercatat sebagai salah satu jaringan kota kreatif atau *UNESCO Creative Cities Network* yang diumumkan oleh United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) atau Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan PBB.

Mahasiswa yang tinggal di kota yang kreatif akan memiliki kecenderungan untuk menjadi lebih aktif, kreatif dan produktif. Adanya sosial media Instagram dapat menjadi platform untuk menunjukkan karakter yang dimiliki mahasiswa. Dengan begitu mahasiswa Kota Bandung dapat mengekspresikan karakter publiknya juga karakter aslinya di Instagram.

Penggunaan Instagram yang juga sebagai sarana berkomunikasi memungkinkan bagi setiap penggunanya untuk saling bertukar informasi tanpa ada batasan jarak atau waktu selama mereka terhubung dengan jaringan internet. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan antara komunikator dengan maksud dan tujuan tertentu sehingga menimbulkan timbal balik kepada penerima pesan atau komunikan. Dengan adanya komunikasi manusia dapat saling bertukar informasi dan saling berhubungan satu sama lain.

Setelah penjabaran diatas mengenai media baru dan media sosial Instagram, telah diulas bahwa mahasiswa di Kota Bandung aktif dalam menggunakan fitur *instastory* dan fitur *Close Friend* yang juga memiliki karakteristiknya sendiri dalam mengekspresikan karakter yang dimilikinya. Berbagai fitur dan sistem keamanan yang baik yang dimiliki media sosial Instagram dapat membantu

mahasiswa di Kota Bandung dalam bereskrepsi dan mengekspresikan dirinya lebih dalam lagi dengan adanya fitur *Close Friend*.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti perilaku yang dilakukan pengguna fitur *Close Friend* di media sosial mengenai interaksi, kedekatan, identitas dan alasan yang dimiliki dalam bersosial media di Instagram. Berdasarkan konteks penelitian yang dijelaskan diatas, oleh karena itu peneliti tertarik mengambil judul **Perilaku Pengguna Fitur *Close Friend* Instagram Di Kota Bandung** untuk mengetahui *front stage*, *back stage* dan *impression management* mahasiswa perguruan tinggi swasta pengguna fitur *Close Friend* Instagram pada kehidupan bersosial media.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang dipaparkan diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada **Perilaku Pengguna Fitur *Close Friend* Media Sosial Instagram Di Kota Bandung**.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang dipaparkan diatas, maka masalah penelitian yang peneliti identifikasi adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana *front stage* pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung?

2. Bagaimana *back stage* pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung?
3. Bagaimana manajemen kesan yang diciptakan pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dilakukan dalam menjadi salah satu syarat ujian sidang skripsi program strata satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui *front stage* pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui *back stage* pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui manajemen kesan yang diciptakan pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang peneliti lakukan, adapun manfaat yang dapat diperoleh yaitu.

1. Manfaat Teoritis.

- A. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemahaman mengenai perilaku pengguna fitur *Close Friend* Instagram di Kota Bandung yang sesuai dengan judul penelitian.
  - B. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru mengenai kehidupan di sosial media khususnya Instagram dalam konteks keilmuan ilmu komunikasi.
  - C. Penelitian ini dapat membantu peneliti selanjutnya dalam penelitian terbarukan mengenai media baru khususnya fitur *Close Friend* media sosial Instagram.
  - D. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu dalam bidang komunikasi dan kepastakaan literatur bidang ilmu komunikasi.
2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai bahan pemikiran, referensi, rujukan, pertimbangan, pengambilan keputusan dan nilai informatif kepada masyarakat. Serta memberikan wawasan baru mengenai media baru fitur *Close Friend* media sosial Instagram dalam konteks perilakunya.