

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menggunakan media sosial sangatlah memungkinkan para pengguna untuk saling berbagi informasi yang dapat mereka bagikan. Berbicara mengenai media sosial yang ada di dalam penelitian ini peneliti ingin memfokuskan kepada salah satu media sosial yang mayoritas atau paling banyak digunakan oleh kaum millennial di era saat ini yaitu instagram.

Instagram berasal dari kata “*instan-telegram*”. Jadi jika dilihat dari perpaduan dua kata “*insta*” dan “*gram*”, instagram merupakan kemudahan dalam mengambil dan melihat foto yang kemudian dapat diunggah dan dibagikan pada orang lain (Atmoko, 2012). Menurut Atmoko pengertian instagram itu sendiri adalah:

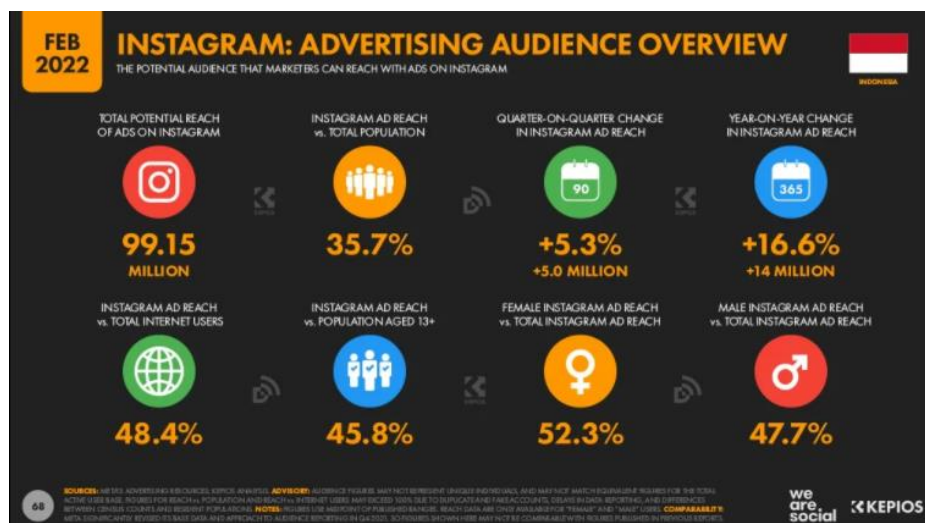
“Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri” (Atmoko, 2012, h.).

Adanya ruang dibawah konten yang diunggah di instagram untuk menuliskan keterangan atau lebih dikenal dengan *caption* dan terdapat kolom *likes* dan komentar. Jejaring sosial Instagram ini diresmikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tanggal 6 Oktober 2010.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang memiliki perkembangan sangat pesat di bandingkan dengan media sosial lainnya. Tidak hanya

penggunanya, akan tetapi instagram juga memiliki perkembangan yang sangat pesat pada fitur - fitur yang ada di dalamnya sehingga instagram menjadi salah satu sosial media yang paling banyak digunakan di indonesia. Instagram sendiri adalah media sosial yang berisikan fotografi dan video. Seiring dengan terus berkembangnya instagram dari tahun ke tahun, banyak perusahaan dari berbagai bidang mulai menyadari bahwa media sosial instagram sangat berpengaruh dalam hal memasarkan dan memperkenalkan perusahaan mereka lebih mudah dan luas (Handika, Maradona, & Dharma, 2018).

Gambar 1. 1 Data pengguna Instagram Pada Tahun 2022



(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (19 Maret 2022))

Berdasarkan gambar diatas menurut data terbaru dari *We Are Social* dan *Kepios* tahun 2022 Indonesia memiliki 99.15 juta pengguna aktif instagram dari total popularitas sekitar 35.7%. Pengguna instagram di Indonesia mayoritas adalah wanita yaitu sekitar 52.3% dan pengguna instagram pria yaitu sekitar 47.7%. Mudahna dalam menggunakan aplikasi Instagram ini membuat pengguna menjadikan Instagram dalam memenuhi kebutuhannya. Lalu instagram sendiri

sangatlah berbeda dengan media sosial lainnya dan menjadi trend baru dikalangan masyarakat, khususnya kaum mahasiswa millennial di era saat ini.

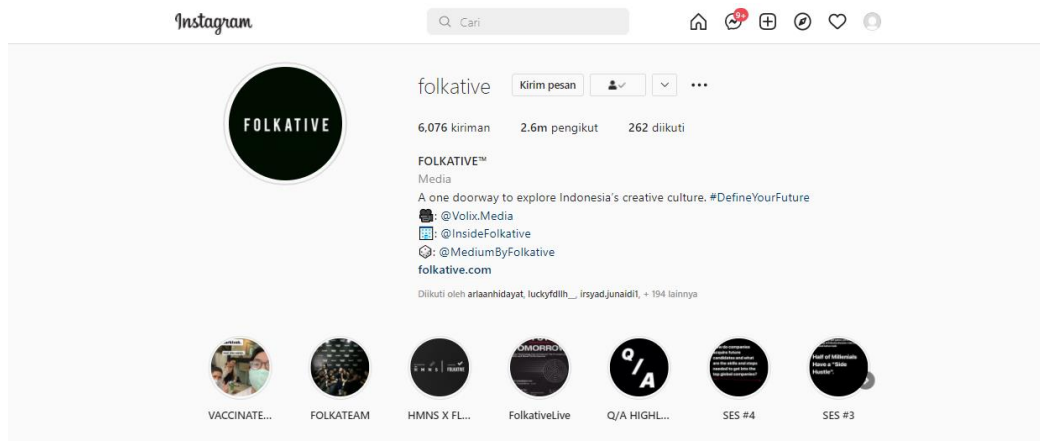
Akun Folkative didirikan oleh CEO yang bernama Kenneth William di tahun 2016 dan memulai axis nya di tahun 2018. Akun Folkative ini dimiliki oleh perorangan tetapi sahamnya dimiliki oleh beberapa orang. Tujuan dari Folkative ini yakni menjadikan portal berita yang ditujukan untuk millennial, yang mengemas berita menjadi kekinian. Karena pemilihan berita yang masuk ke Folkative dikurasi supaya cocok untuk kaum milenial (Wawancara dengan Informan Ahli, 15 Agustus 2022).

Pengemasan konten yang dilakukan oleh Folkative yakni dikemas secara *simple*. Lebih ke ingin membuat orang tahu atau penasaran (*kepo*). Pengemasan visual juga dikemas se-*simple* mungkin dan secepat mungkin, walaupun konten video harus dibuat depannya atau awalnya dikarenakan 5-10 detik pertama, karena itu yang menentukan orang akan melihat atau tidak. Dengan begitu, apabila konten video memiliki durasi yang panjang harus mencari highlight yang seru (Wawancara dengan Informan Ahli, 15 Agustus 2022).

Folkative adalah *online media platform* yang ikut berpartisipasi dalam menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi. Akun instagram Folkative memfokuskan diri menjadi salah satu akun instagram untuk memberikan informasi kepada anak muda khususnya millennial yang tentunya juga hampir semua kalangan anak muda millennial menggunakan media sosial instagram. Folkative sangat jeli melihat celah untuk memilih basis audiens pembacanya. Penyampaian informasi yang di terapkan oleh akun

Instagram Folkative yaitu pesan yang pada saat berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya khususnya yaitu *followers*-nya sendiri menjadi sangat mudah dan dapat diterima oleh semua orang apalagi oleh para kaum muda pada era saat ini.

Gambar 1. 2 Profil Akun Instagram Folkative



(Sumber: Instagram @folkative (19 Maret 2022))

Folkative dibentuk pada tahun 2016 dan tidak ada sumber yang mengatakan siapapun pendirinya. Folkative memiliki sejumlah karakteristik yang membuatnya berbeda dari media berita pada umumnya. Dengan begitu, respon baik dengan adanya akun Instagram Folkative ini dibuktikan dengan jumlah pengikut (*followers*) sebanyak 2,6 juta followers dan memiliki jumlah postingan sebanyak 6.077 *post* (per tanggal 19 Maret 2022).

Gambar 1. 3 Postingan Foto Instagram Folkative



(Sumber: Postingan foto dari akun instagram @folkative (19 Maret 2022))

Akun ini membagikan foto maupun video dilengkapi dengan *caption* yang mendeskripsikan lebih detail lagi dari *posting*-an yang diunggah. Informasi yang akan disampaikan oleh akun instagram Folkative ini memiliki ciri khas menggunakan gaya komunikasi yang *relate*, *up to date*, baik dan mudah sekali diterima langsung oleh pengguna instagram lainnya sehingga informasi dan interaksi pada akun Instagram Folkative berjalan dengan baik. Akun Instagram Folkative membagikan juga informasi *creative culture* dan menyasar pada kalangan kaum millenials, konten-konten budaya pop indonesia, *arts*, *culture*, seputar *news*, serta *brand* yang sedang banyak sekali di gandrungi oleh kaum millenials.

Manusia dikehidupannya sehari-hari, mereka pasti membutuhkan sebuah media untuk saling bertukar informasi antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dikenal dengan istilah komunikasi. Dengan cara berkomunikasi seseorang bisa menyampaikan sebuah berita, memberikan sebuah gagasan atau ide, saling

bertukar informasi, maupun bersosialisasi dengan orang lain juga menjadi salah satu berkomunikasi.

Komunikasi dan Informasi merupakan hal yang sangat tidak mungkin di pisahkan karena hal tersebut sangatlah erat pada kehidupan manusia. Informasi ialah kebutuhan kehidupan sehari-hari yang diperlukan oleh manusia dan tentunya menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan informasi yang sudah terpenuhi maka manusia akan lebih banyak menerima pengetahuan yang baru mengenai hal apapun yang terjadi di sekitarnya.

Informasi sendiri ialah hal dasar yang akan bisa digunakan seseorang dalam mengetahui segala sesuatu dalam hal segala aspek kehidupan untuk membuat dirinya mengembangkan potensi dirinya. Informasi pada era saat ini sangatlah mudah untuk didapat dan diperoleh melalui media sosial.

Seiring berkembangnya zaman munculah berbagai media baru yang kemudian menjadi jembatan baru arus informasi dengan kebutuhan manusia sehingga penyampaiannya menjadi lebih cepat, mendalam, ringkas, aktual dan tepat. Akses internet dapat membantu dalam penyampaian informasi yang saat ini dapat dilakukan memanfaatkan media baru.

Kehidupan individu tidak akan pernah lepas dari interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Pada sebuah interaksi individu akan menerima stimulus dari luar dirinya. Dengan begitu stimulus itu pun akan menimbulkan persepsi. Persepsi merupakan hasil dari kerja otak dalam yang sangat memahami suatu hal yang terjadi langsung di sekitar individu tersebut. Persepsi ini selalu diawali oleh proses penginderaan, yaitu suatu proses penerimaan stimulus oleh indra yang

kemudian individu tersebut akan langsung menimbulkan perhatian yang akan diteruskan langsung ke otak. Kemudian individu tersebut akan menyadari tentang suatu hal yang dinamakan dengan persepsi. Setiap orang di dunia ini pastinya memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menilai suatu objek permasalahan yang sama.

Komunikasi salah satu proses penting dalam menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan yang melalui media tertentu dan dapat menghasilkan umpan balik sesuai dengan apa yang diinginkan. Komunikasi bisa diibaratkan seperti bernafas dan sangat penting sekali bagi setiap manusia karena setiap hari pastinya kita tidak terlepas dari yang namanya komunikasi. Dalam komunikasi sendiri terdapat dua macam yakni komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Kedua macam jenis komunikasi tersebut tentunya memiliki media atau perantaranya sendiri. Media sudah menjadi sarana prasarana dalam hal menyampaikan pesan dan informasi. Hal ini merujuk kepada media sosial.

Media sosial merupakan salah satu sarana untuk berekspresi banyak yang memanfaatkannya untuk mencari informasi bahkan untuk momen-momen yang penting dan dibagikan ke media sosial agar banyak khalayak ramai yang melihatnya. Perkembangan yang mutakhir pada media sosial menjadi teknologi web baru berbasis *internet*, yang sangat memudahkan sekali bagi semua orang untuk dapat berkomunikasi dengan lainnya, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sampai akhirnya mereka dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Media sosial menjadi salah satu jalan alternatif yang cukup menjanjikan, serta tentu didukung juga dengan meningkatnya perkembangan kreatifitas serta inovasi manusia dalam

menggunakan media sosial, apalagi dalam media sosial instagram yang banyak digunakan oleh kaum millennial khususnya mahasiswa dan media sosial populer yang dijadikan sebagai media informasi.

Akun Instagram Folkative ini menjadi salah satu *online media platform* yang menarik untuk dibahas, mengingat saat ini merupakan era digital yang sudah pasti banyaknya pengguna media sosial khususnya Instagram yang menjadikan akun Folkative ini sebagai media penyampaian informasi untuk kaum millennial. Hal lain yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti akun Instagram Folkative ini yaitu, Folkative memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak dibandingkan akun sejenis lainnya yang peneliti ketahui. Diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Daftar Akun Instagram

No	Nama Akun	Pengikut	Postingan
1.	@folkative	3,3 M	6.848
2.	@ussfeeds	1,1M	6.306
3.	@cretivox	482k	1.975
4.	@volix.media	460k	4.136
5.	@kuyentertainment	303k	4.394

(Sumber: Olahan peneliti, 21 Agustus 2022)

Mahasiswa yang sesuai dengan kategori kaum millennial ini bukan merupakan pengecualian dalam pemanfaatan teknologi internet dan media sosial. Mahasiswa menggunakan internet dan media sosial sebagai alat untuk mengakses informasi dan berkomunikasi, bahkan lebih daripada itu. Oleh karena itu, berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti tertarik untuk mendalami mengenai persepsi-persepsi yang ada di kalangan mahasiswa atau kaum millenials ini

khususnya yaitu mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pasundan mengenai akun instagram Folkative. Dengan begitu peneliti tertarik melaksanakan penelitian ini dengan mengambil judul, **“Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative sebagai Media Informasi”**.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu hal yang menjadi perhatian utama dalam suatu penelitian. Berdasarkan konteks penelitian yang diteliti, fokus dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis **“Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative sebagai Media Informasi”**.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian berdasarkan fokus penelitian di atas, maka peneliti menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sensasi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi?
2. Bagaimana atensi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi?
3. Bagaimana interpretasi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi. Sedangkan tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sensasi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi.
2. Untuk mengetahui atensi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi.
3. Untuk mengetahui interpretasi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berdaya guna sebagai berikut:

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dalam menambah kepustakaan ilmu komunikasi, serta meningkatkan informasi dan memperluas pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan mengenai materi yang diteliti.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu

komunikasi, mengenai aplikasi teori-teori dalam komunikasi yang peneliti peroleh selama kuliah khususnya dalam penggunaan media sosial dalam mencapai tujuan dari penggunaanya.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Hasil dari penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi diharapkan bagi perguruan tinggi dapat menjadi dokumen dan dapat dijadikan acuan bagi aktivis akademis.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta menjadi bagian dan bahan untuk evaluasi bagi Folkative dalam penggunaan media sosial sebagai media informasi.