

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah mempercepat kemajuan teknologi. Dewasa ini, hampir setiap lini dan sektor kehidupan, termasuk teknologi informasi berbasis internet, melihat pemanfaatan teknologi. Salah satu bentuk kemajuan teknologi komunikasi adalah dengan munculnya media sosial dimana seseorang dapat berbagi informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat telah menjadi *trend* dan memiliki nilai dalam kehidupan sosial dan budaya.

Hal ini terjadi karena selera manusia akan pengetahuan cukup besar dan mengharuskan informasi selalu up to date. Manusia menggunakan berbagai strategi dan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Masyarakat umum dapat menerima informasi ini melalui media cetak dan elektronik. Televisi, radio, surat kabar elektronik, *website*, dan media lain yang memanfaatkan instrumen teknis dalam proses penyampaian informasi merupakan contoh media elektronik yang sering digunakan untuk memperoleh informasi.

Saat ini media komunikasi massa yang paling cepat berkembang adalah media *online*. Media *online* memungkinkan akses informasi dari mana saja di dunia. Internet memiliki manfaat memungkinkan konsumen untuk mengakses berita dan informasi dari mana saja dan kapan saja melalui perangkat teknis seperti komputer, laptop, *tablet*, dan *smartphone*. Dengan menyaring kumpulan

data yang sangat besar, pengguna internet dapat menemukan informasi yang relevan. Pekerjaan dicari dan didorong, dengan penerima mencari atau mengirim informasi terkait daripada menerima apa yang dilaporkan (Immervoli & Scarpetta, 2012). Media *online*, sebagai salah satu media massa, menggunakan nilai-nilai jurnalistik dalam operasionalnya. Saat ini, pilihan lain untuk memenuhi tuntutan informasi khalayaknya adalah media internet.

Di dunia sekarang ini, pengguna media sosial memiliki akses ke berbagai teknologi yang mencakup fitur-fitur yang mudah dan menarik. Karena kemudahan yang ditawarkan teknologi, telah menjadi kebutuhan dasar yang hadir dalam segala aktivitas (Ngafifi, 2014). Skenario ini memunculkan interaksi yang lebih fleksibel dan lebih luas, dan identitas pengguna yang sebenarnya bukanlah masalah yang signifikan. Akibatnya, tidak ada kendala di dunia maya dalam hal jarak, waktu, atau dengan siapa mereka dapat terhubung. Mengakses platform media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, dan *Facebook* dari ponsel dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Kemudahan dan kecepatan akses media sosial telah memberikan fenomena yang signifikan dalam pertumbuhan informasi di seluruh kawasan Asia Pasifik, termasuk Indonesia. Sebagai salah satu negara di kawasan Asia Pasifik, Indonesia berkontribusi terhadap 4,3 miliar penduduk kawasan tersebut secara keseluruhan. Lebih dari separuh penduduk dunia, atau 56 persen atau 2,42 miliar orang, memiliki akses terhadap internet. Media sosial digunakan oleh sekitar 2,14 miliar orang (Ramadhan, 2020).

Sebagian orang memilih untuk menyampaikan sebuah pemikiran melalui sosial media yang dimiliki agar dapat dibagikan kepada masyarakat umum

tanpa harus berbicara di depan umum. Dalam pemanfaatan penggunaan media sosial, pengguna cenderung memiliki karakteristik yang berbeda. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki pengalaman, sikap, motif, dan tipe kepribadian yang berbeda dalam menggunakan media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti memilih media sosial *instagram* sebagai intensitas penggunaan karena *instagram* merupakan sebuah aplikasi yang banyak digunakan oleh kaum muda pada saat ini. Media sosial *instagram* menjadi sarana komunikasi dengan orang lain tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Dengan aplikasi *instagram*, seseorang akan dapat dengan mudah untuk menyampaikan informasi kepada *followers* melalui unggahan sendiri. Seseorang juga dapat memperoleh informasi dari unggahan akun Instagram orang lain. Dengan menyampaikan informasi, sesama pengguna *instagram* dapat menjalin ikatan. Dalam menjalani kehidupannya, masyarakat memiliki kebutuhan. Kebutuhan ini tentunya bermacam dan berbeda, informasi dibutuhkan sebagai pemenuhan kebutuhan, pembelajaran, hiburan dan pengambilan sebuah keputusan. Informasi juga dibutuhkan sebagai sebuah pembenaran dari kejadian, prediksi masa depan, dan menambah wawasan dan pengetahuan. Individu secara reflek akan mencari informasi yang berkaitan dengan kebutuhannya. Menurut Krech, Crytchfield, dan Ballachey (1962) individu memiliki sebuah permasalahan yang ingin diselesaikan dan dipecahkan, karena individu akan mencoba untuk mencari cara dan solusi agar masalah dapat terselesaikan.

Dalam berkomunikasi, terdapat sebuah pesan yang diberikan atau ditukar oleh pelaku komunikasi, dalam penyampaian pesan, terdapat kemungkinan yang

terjadi seperti komunikasi menerima dan memahami isi pesan yang disampaikan. Ketika pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik maka pesan tersebut bermanfaat dan mengubah perilaku komunikasi.

Di Indonesia, media sosial menjadi sebuah media utama bagi masyarakat, dan hal ini tentunya memberikan sebuah dampak terhadap pengikut media sosial tersebut. Secara sadar atau tidak, media sosial seperti Instagram pada umumnya dapat memengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan pengikutnya. Hal ini menjadi sebuah hal yang wajar, karena sebuah media sosial khususnya Instagram seakan memengaruhi pengikutnya untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru. Fenomena informasi media sosial seperti Instagram muncul seiring perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang sesuai tuntutan zaman. Konten Instagram merupakan sebuah perkembangan pemberian informasi yang cukup strategis yang membantu masyarakat untuk memperoleh informasi seperti lowongan pekerjaan.

Kemajuan teknologi menuntut seseorang untuk ikut serta berkembang dan banyak orang membutuhkan informasi mengenai lowongan pekerjaan, dengan adanya media sosial seperti Instagram, publik dan khalayak umum yang membutuhkan informasi terkait dengan lowongan pekerjaan dapat dengan mudah untuk melihat lowongan pekerjaan yang ada, dan hal ini terkait dengan fungsi dari teori terpapar media yang berpendapat bahwa seseorang dapat menemukan sebuah informasi melalui media sosial dengan cara melihat, mendengar, dan membaca serta seseorang dapat memenuhi kebutuhan dirinya akan sebuah informasi yang dibutuhkan.

Salah satu program studi dalam rumpun sosial dan humaniora (soshum) yang paling banyak diminati oleh para mahasiswa di berbagai universitas adalah program studi Ilmu Komunikasi. Jumlah peminat dari Prodi Ilmu Komunikasi telah melonjak 200 persen setiap tahun selama sepuluh tahun terakhir. Menurut Muhammad Sultan, Ketua Umum Asosiasi Program Studi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), peminat program studi Ilmu Komunikasi meningkat dalam sepuluh tahun terakhir. Hal ini terlihat dari keberadaan setiap kampus yang memiliki program studi Ilmu Komunikasi yang dapat terus beroperasi hingga saat ini, seiring dengan berkembangnya perguruan tinggi swasta di Indonesia (Hutapea, 2019).

Setiap tahun, jumlah lulusan universitas meningkat, khususnya program studi Ilmu Komunikasi. Karena banyak lulusan baru atau *fresh graduate* yang juga mencari pekerjaan, persaingan untuk mendapatkan pekerjaan pun tak terhindarkan. Akibat perubahan tersebut, banyak individu yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang pertukaran informasi guna mempercepat proses penerimaan informasi yang dibutuhkan. Di tengah kemajuan teknologi yang semakin pesat, keberadaan media sosial memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Banyak orang menggunakan aplikasi jejaring sosial *Instagram* untuk menyebarkan informasi tentang tempat kerja. Dibandingkan periode sebelumnya, di mana setiap orang masih perlu bersusah payah untuk menerima informasi yang tepat waktu tentang dunia kerja, kehadiran *Instagram* dianggap dapat memfasilitasi atau mempercepat penyebaran informasi tentang lowongan pekerjaan.

Lulusan berbagai program studi, salah satunya lulusan program studi Ilmu Komunikasi membutuhkan pengetahuan yang dapat membuat hidup mereka menjadi lebih mudah, khususnya dalam proses pencarian kerja. Berbagai variabel berkontribusi pada keterbatasan kemampuan dari pencari kerja untuk mengisi setiap posisi yang tersedia. Salah satunya adalah keterbatasan informasi lowongan kerja. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Triandra dan Imran (2017) dan Laya (2016), yang menyatakan bahwa permasalahan masih banyaknya pengangguran di setiap lokasi penelitian karena keterbatasan informasi lowongan kerja. Padahal sebenarnya, sangat banyak informasi lowongan kerja yang bisa didapatkan di mana saja. Orang-orang merasa lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang jenis pekerjaan yang tepat bagi mereka seiring kemajuan teknologi.

Seiring dengan perkembangan eksistensi media sosial, khususnya *Instagram*, setiap individu menggunakan *Instagram* untuk bersosialisasi di dunia maya, namun tidak hanya untuk bersosialisasi, *Instagram* kini menjadi salah satu media yang diandalkan dalam berbagai tujuan. Salah satu informasi yang paling dicari atau dibutuhkan oleh masyarakat umum adalah informasi lowongan kerja, yang dapat ditemukan di *Instagram*. Sebelum adanya teknologi informasi melalui internet, masyarakat lebih banyak memperoleh informasi dari media tradisional seperti surat kabar.

Bagi sebagian besar lulusan perguruan tinggi dan pencari kerja lainnya, posting pekerjaan di aplikasi *Instagram* memainkan peran penting. Kebutuhan informasi pekerjaan calon pencari kerja dapat dimodifikasi, misalnya pekerjaan

yang memungkinkan mereka untuk bekerja sesuai dengan jadwal mereka atau pekerjaan yang dapat dilakukan dari mana saja tanpa dibatasi oleh jam kerja.

Salah satu akun pencarian kerja di *Instagram* yang menyajikan berbagai informasi seputar lowongan kerja di berbagai wilayah di Indonesia, khususnya di Provinsi Riau adalah @brosiskerja. Akun Instagram @brosiskerja memiliki lebih dari 67 ribu pengikut dan 9 ribu unggahan lowongan kerja terhitung pada 29 Oktober 2021. Lebih lanjut, akun @brosiskerja secara rutin memberikan beragam informasi dan cukup aktif berkomunikasi dengan para pengikut untuk bertukar pengalaman. tentang persiapan kerja seperti sistem kontrak kerja, tes psikologi atau psikotes, wawancara, serta berbagai rekomendasi dan tips menarik lainnya. Berikut merupakan tabel perbandingan jumlah pengikut dan unggahan akun *Instagram* @brosiskerja dengan akun-akun lainnya yang membagikan informasi lowongan kerja di Provinsi Riau.

**Tabel 1. 1** Daftar Akun *Instagram* yang Membagikan Informasi Lowongan Kerja di Provinsi Riau pada 2021

<b>Akun <i>Instagram</i></b>	<b>Jumlah Pengikut</b>	<b>Jumlah Unggahan</b>
@brosiskerja	67,4 ribu	9.076
@lokerpku.update	90,2 ribu	4.014
@riauloker	133 ribu	8.493
@loker.pekanbaru	149 ribu	4.239
@lokerriau1.official	31,7 ribu	1.723
@officiallokerriau1	49,3 ribu	927

Dalam hal perbandingan jumlah pengikut dan unggahan dari berbagai akun informasi lowongan kerja di Provinsi Riau, @brosiskerja memiliki pengikut lebih sedikit dari pada akun lain, tetapi akun tersebut merupakan akun yang paling aktif, terbukti dengan jumlah unggahan yang paling banyak di antara akun lainnya, serta disajikan dengan cara yang sangat menarik dengan penataan unggahan yang tertata rapi. Persyaratan mendasar adalah akses terhadap informasi. Sehingga, apabila kebutuhan informasi pengguna tidak terpenuhi, mereka menghadapi permasalahan. Pengguna media sosial membutuhkan informasi untuk memperluas pengetahuan mereka, memperoleh kepuasan, meningkatkan kemampuan mereka, mengubah sikap mereka, dan menghilangkan ambiguitas (Perdana, Rizal, & Khadijah, 2012).

Karena evolusi media sosial, media sosial terus mengalami perkembangan menjadi media alternatif bagi orang untuk mendapatkan informasi berdasarkan kebutuhan mereka sendiri. Salah satunya adalah akun media sosial Instagram @brosiskerja yang menjadi akun penyedia informasi lowongan pekerjaan di Provinsi Riau yang paling aktif dalam memberikan informasi secara cepat dan akurat, menjadikan akun tersebut sebagai salah satu cara untuk memenuhi tuntutan informasi masyarakat Provinsi Riau. Sehingga, media sosial kini tidak hanya menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan pengguna akan hiburan, tetapi juga menjadi saluran untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan pengguna.

Masalah komunikasi yang ada dalam penelitian ini ialah sebagai pengguna *Instagram followers* merasa kurang mampu menjalani keterlibatan terus

menerus dengan sumber informasi lowongan kerja yang disediakan oleh akun *Instagram* @brosiskerja, serta akun tersebut terkadang masih belum mampu menyajikan informasi terkait lowongan pekerjaan secara lengkap sesuai dengan kebutuhan pengguna.

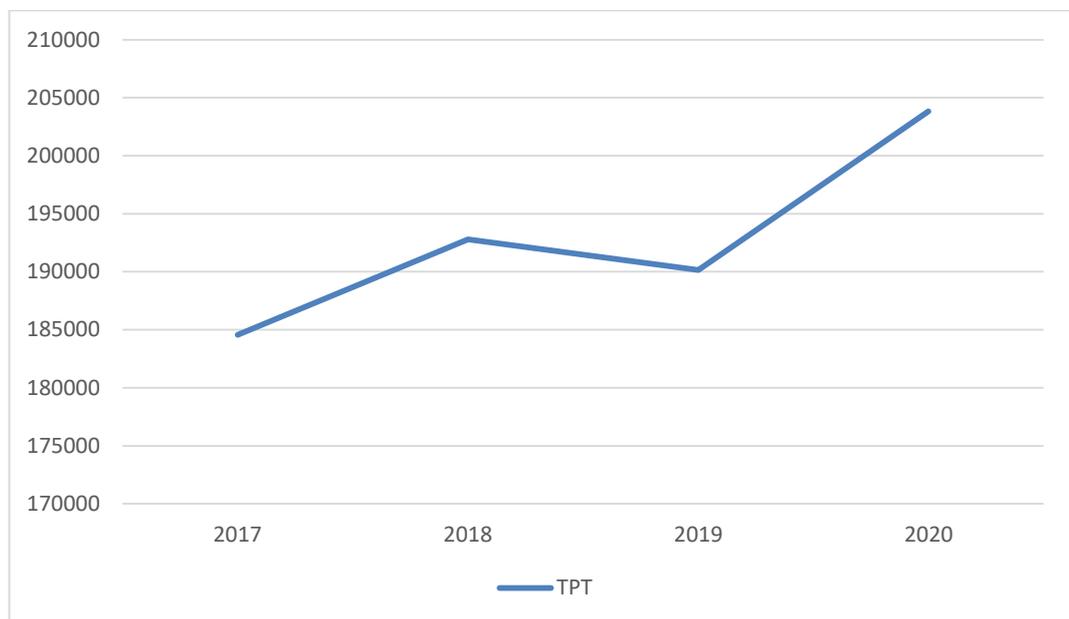
Hubungan antara individu dengan konten yang disajikan oleh suatu akun media sosial serta penonjolan pada akun tertentu dapat menyebabkan intensitas *followers* dalam mengakses informasi semakin kuat. Ketika dimana seseorang merasa dan menyadari adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimilikinya saat itu, merasa bahwa informasi yang dimilikinya tidak memadai untuk mencapai tujuan tertentu yang kemudian keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut muncul. Melalui teori Terpaan media dapat melihat bagaimana akun @brosiskerja dalam memenuhi kebutuhan informasi kepada *followers* lulusan Ilmu Komunikasi. Bagaimana perilaku *followers* dalam mengakses akun @brosiskerja, dimana *followers* diterpa oleh isi media atau bagaimana pesan dalam media menerpa audiens. *Followers Instagram* mengalami terpaan media yang berasal dari *Instagram* dan hal ini dapat memengaruhi efektivitas sebuah konten yang memberikan informasi lowongan kerja kepada *followers*.

Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan melalui interaksi dengan para lulusan program studi Ilmu Komunikasi yang menjadi pengikut dari akun *Instagram* @brosiskerja, dapat ditemukan tiga permasalahan utama, yaitu sebagai berikut:

- a. Keterbatasan informasi yang diberikan oleh @brosiskerja.

- b. Tingginya persaingan dan semakin banyak lulusan berbagai program studi, salah satunya program studi Ilmu Komunikasi.
- c. Kesenjangan antara informasi lowongan pekerjaan yang diberikan oleh @brosiskerja dengan keterampilan dan kemampuan lulusan program studi Ilmu Komunikasi.

Akun @brosiskerja bekerja secara spesifik terhadap sebuah lowongan pekerjaan di seluruh Indonesia, namun masyarakat Provinsi Riau yang merupakan *followers* akun @brosiskerja juga dapat secara spesifik mencari lowongan pekerjaan yang berada di Riau, akun @brosiskerja juga tidak hanya berfokus pada masyarakat tertentu namun juga dapat menjangkau berbagai provinsi yang berada di Indonesia.



**Gambar 1. 1 Jumlah Pengangguran (Ribuan Jiwa)**

Provinsi Riau 2017-2020

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

Penelitian ini perlu dilakukan salah satunya karena alasan tingkat pengangguran terbuka di Provinsi Riau meningkat pada setiap tahunnya dari 2017-2020 terlihat di Gambar 1.1. Menurut Ishak (2017) penyebab tingginya tingkat pengangguran adalah kurangnya keahlian mencari informasi yang dimiliki oleh para pencari kerja. Banyak jumlah sumber daya manusia yang tidak memiliki keterampilan menjadi salah satu penyebab makin bertambahnya angka pengangguran di Indonesia. Faktor kurangnya informasi, dimana pencari kerja tidak memiliki akses untuk mencari tau informasi tentang perusahaan yang memilli kekurangan tenaga pekerja.

Alasan Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini adalah karena semakin berkembangnya akun penyedia informasi lowongan pekerjaan yang membagikan berbagai informasi terkait lowongan pekerjaan beserta tips sukses menembus seleksi masuk kerja seperti psikotes dan wawancara, sehingga hal tersebut menjadi tren bagi para lulusan perguruan tinggi untuk mencari informasi lowongan pekerjaan melalui media sosial, Oleh sebab itu, Peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas *follower* akun *Instagram* @brosiskerja terhadap kebutuhan pemenuhan informasi lulusan program studi Ilmu Komunikasi. Peneliti semakin tertarik meneliti fenomena tersebut karena perkembangan akun penyedia informasi lowongan pekerjaan merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi modern yang terjadi secara luas.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Bedasarkan uraian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh Intensitas Followers Akun Instagram

@Brosiskerja Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Followers Lulusan Ilmu Komunikasi”, yang kemudian bisa diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh intensitas followers (X) terhadap kebutuhan informasi followers lulusan ilmu komunikasi ?
2. Seberapa besar pengaruh dimensi frekuensi ( $X_1$ ) terhadap kebutuhan informasi followers lulusan ilmu komunikasi ?
3. Seberapa besar pengaruh dimensi durasi ( $X_2$ ) terhadap kebutuhan informasi followers lulusan ilmu komunikasi?
4. Seberapa besar pengaruh dimensi atensi ( $X_3$ ) terhadap kebutuhan informasi followers lulusan ilmu komunikasi?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Bedasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas followers terhadap kebutuhan informasi.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi frekuensi terhadap kebutuhan informasi.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi durasi terhadap kebutuhan informasi.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi atensi terhadap kebutuhan informasi.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Meninjau dari latar belakang dan tujuan penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

#### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

1. Bagi program studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Pasundan, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan sumbangan pemikiran bagi studi / kajian Ilmu Komunikasi, tetapi juga dapat sebagai pertimbangan dari evaluasi belajar mengajar studi Ilmu Komunikasi.
2. Bagi kajian Ilmu Komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih maupun rujukan referensi bagu para penelitian kajian Ilmu Komunikasi.

#### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat dalam proses pembelajaran untuk memahami prosedur penelitian karya ilmiah, menambah wawasan mengenai Intensitas dan Kebutuhan Informasi pada Followers dengan, mengaplikasikan teori – teori, mengulik lebih dalam menganalisis realita, merelevansi antara teori yang disampaikan saat perkuliahaan dengan implementasinya dilapangan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang serupa

3. Bagi Masyarakat dan Pelaku Media

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan gambaran mengenai industri media terutama berhubungan antar media dan khalayaknya.