

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial oleh karena itu harus selalu membutuhkan interaksi sosial dengan yang lainnya. Orang yang hidup dalam masyarakat informasi saat ini menghadapi kesulitan tidak hanya dalam menggunakan teknologi komunikasi tetapi juga dalam bagaimana mereka bereaksi terhadap teknologi itu sendiri. Era kemajuan dan perkembangan yang pesat dapat membawa banyak hal yang mendukung aktivitas manusia ke dalam komunikasi. Didukung dengan pola pikir manusia yang berkembang menjadikan kehidupan semakin maju. Teknologi juga hadir untuk memudahkan segala aktivitas manusia untuk dikomunikasikan dan diinisiasi. Teknologi kini telah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan setiap orang. Teknologi ini tidak hanya sangat mudah tetapi juga berguna untuk menyebarkan informasi apapun.

Hasil dari kemajuan teknologi adalah internet. Internet telah membuka dunia baru dan cara hidup bagi orang-orang. Teknologi saat ini sangat diminati oleh semua kalangan, dari muda hingga tua. Orang suka mengirim pesan, berbagi informasi, berkomentar, dan menggunakan sarana teknologi untuk tujuan tertentu. Penggunaan teknologi dengan cepat menyebabkan perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan digital. Oleh karena itu, teknologi sangat diminati oleh masyarakat sebagai alat komunikasi utama.

Sebelum era internet, orang berkomunikasi menggunakan banyak indra. Seiring berjalannya waktu, orang mulai belajar bagaimana mengakses informasi melalui internet, bagaimana menyebarkan informasi tersebut, dan bagaimana menjalin hubungan dengan orang lain melalui alat komunikasi seperti telepon,

surat atau dengan melalui media massa seperti televisi, radio, dan surat. Di era teknologi informasi dan komunikasi, banyak orang tidak lagi menggunakan cara ini untuk berkomunikasi. Di zaman sekarang ini, teknologi memainkan peran besar dalam kehidupan manusia dan menggantikan peran banyak makhluk hidup lainnya dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, manusia sebagai makhluk sosial harus dapat saling bersaing dalam menggunakan teknologi untuk mengakses berbagai media baru. Siapa pun yang tidak paham teknologi akan cenderung kurang mendapat informasi dan akan dianggap kaku atau kurangnya informatif dan dianggap tidak adaptif.

Media baru tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi ke khalayak global, tetapi lebih daripada itu. Media komunikasi baru merupakan alat yang sangat berpengaruh bagi aktivitas komunikasi. Cara penggunaan internet telah berubah dan jangkauan internet menjadi lebih beragam sehingga Levinson (2009) menyebutnya sebagai “*new new media*” atau media yang lebih baru daripada media baru. Media bukan hanya sebagai alat penyebaran informasi semata tetapi juga sebagai alat media sosial untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi yang memudahkan interaksi antara pembaca dan penulis. Jejaring sosial ini merupakan perwujudan dari upaya pengguna untuk mengekspresikan diri di platform sosial dan meningkatkan aktivitas dengan orang lain di saluran media sosial. Di jejaring sosial, pengguna memiliki pendekatan langsung atau bertatap muka secara online. Mulailah dengan berbagai situs teratas seperti Skype, Facebook, dan lain-lain. Sekarang, jejaring sosial telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia sebagai tempat interaksi dan perdagangan. Secara skala, hampir 90% orang menggunakan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan teman dan kenalan dari jarak jauh dan dalam keadaan apapun. Jejaring sosial ini mendukung munculnya alat media sosial seperti Instagram.

Melansir dari Datareportal.com menyatakan bahwa jumlah penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 167 juta pengguna pada Januari 2023. Angka tersebut mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2023 setara dengan 60,4% dari total

populasi. Data yang dipublikasikan di alat perencanaan iklan platform media sosial teratas menunjukkan bahwa ada 153,7 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas yang menggunakan media sosial di Indonesia pada awal tahun 2023, yang setara dengan 79,5 persen dari total populasi berusia 18 tahun ke atas.

Dengan berbagai jejaring sosial yang tersebar di seluruh dunia oleh masing-masing penyedia layanan, penyedia internet, dan aplikasi, publik harus memutuskan jaringan mana yang tersedia untuk digunakan. Bahkan saat ini orang dapat memilih lebih dari satu situs sosial untuk berkomunikasi tergantung pada kebutuhan dan keperluan masing-masing individu. Komunikasi sebenarnya menjadi salah satu alasan utama orang menggunakan media sosial. Menurut kajian para ahli, saat ini hampir semua pengguna internet terjun ke dunia online untuk melakukan aktivitasnya. Menurut Nasrullah (2015) riset yang dipublikasikan oleh Crowdtap, Ipsos Media CT, dan *The Wall Street Journal* pada 2014 menunjukkan penggunaan media tradisional anjlok karena saat ini khalayak lebih memilih untuk mengakses internet dan media sosial. Media sosial hadir sebagai wadah untuk mempresentasikan atau memperkenalkan seseorang ataupun sebagai wadah berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan sesama pengguna untuk menciptakan hubungan sosial secara virtual. Dalam media sosial ada tiga bentuk yang merujuk pada makna sosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

Berbagai jenis kegiatan berdasarkan teknologi informasi saat ini, seperti *e-commerce*, *e-education*, *e-paper*, *e-government*, dan sebagainya. Hal tersebut membuktikan bahwa teknologi yang semakin pesat akan mempengaruhi berbagai hal di media, dalam hal ini di media massa. Dengan perkembangan lebih lanjut dari teknologi informasi dan komunikasi massa, orang semakin jatuh ke dalam krisis. Media massa bukan hanya sarana penyebaran informasi tetapi juga sarana untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap isu-isu yang sedang berkembang. Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43), ciri utama media baru adalah adanya koneksi, kemampuan untuk menjangkau setiap audiens dengan sebagai penerima dan pengirim pesan,

interaksi, kegunaan yang berbeda, dan sifat sebagai karakter yang jelas. dimana - apa atau tidak, tergantung lokasinya.

Data yang dipublikasikan alat periklanan Meta memperkirakan jumlah pengguna Instagram di seluruh dunia akan mencapai 1,32 miliar pada Januari 2023. Indonesia menempati urutan keempat dengan 89,15 juta pengguna Instagram. Instagram membatasi pengguna platformnya untuk orang berusia 13 tahun atau lebih, sehingga dapat membantu menemukan 31,2% audiens di Indonesia yang memenuhi kebutuhan jejaring sosial Instagram mereka.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto di mana pengikut pengguna yang telah mengunggah foto dapat saling melihat dan berkomentar. Nama Instagram adalah singkatan dari Insta dan gram, "Insta" berasal dari kata instant dan "Gram" berasal dari Telegram. Dapat diasumsikan bahwa Instagram berarti Anda dapat dengan cepat memberikan informasi atau berbagi foto dengan pengguna lain. Salah satu fitur unik Instagram di masa-masa awalnya adalah postingan seperti kamera Polaroid dan Kodak Instamatic. Instagram dapat diminta untuk secara cepat menampilkan informasi berupa foto atau gambar dan dengan cepat mengkomunikasikan informasi tersebut kepada pengguna dan pengikutnya melalui aplikasi Instagram. Tentunya aplikasi ini bisa diunduh dari *Play Store* untuk pengguna Android dan dari Apple Store untuk pengguna Apple. Tentunya dengan memerlukan koneksi internet terlebih dahulu.

Jangkauan iklan Instagram di Indonesia pada awal tahun 2023 setara dengan 41,9 persen basis pengguna internet lokal dengan berbagai usia. Pada awal tahun 2023, 51,6 persen audiens iklan Instagram di Indonesia adalah perempuan, sedangkan 48,4 persen adalah laki-laki. Sumber daya periklanan Meta hanya mempublikasikan data jenis kelamin audiens untuk pengguna wanita dan pria. Perubahan angka jangkauan pemirsa yang dipublikasikan di alat perencanaan iklan Meta tidak serta merta berkorelasi dengan perubahan keseluruhan dalam basis penggunaan aktif platformnya.

Mengingat banyaknya pengguna platform Instagram di Indonesia, tentunya hal ini membuka peluang untuk mengoptimalkan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi. Dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif Instagram dan rentang usianya dari remaja hingga dewasa. Untuk itu kaum muda memenuhi kebutuhannya melalui media Instagram. Kehadiran Instagram di tengah perusahaan memiliki keuntungan mendapatkan informasi atau berita lebih cepat dan tidak perlu menunggu sehari-hari.

Mengingat perkembangan teknologi yang sangat cepat dan dinamis dalam menghadapi kejadian yang sering terjadi di lingkungan, maka mahasiswa sangat perlu memanfaatkan jejaring sosial sebagai alat untuk mengumpulkan informasi yang detail. Dalam hal ini, generasi muda diharapkan mampu merespon dengan cepat informasi yang ada dan juga aktif berpartisipasi dalam validasinya. Karena Instagram adalah salah satu media sosial utama yang digunakan berbagai perusahaan untuk menyebarkan informasi. Oleh karena itu, dianggap lebih efisien untuk mengakses informasi secara cepat dan akurat. Melalui jejaring sosial Instagram, ada sejumlah fitur perpesanan pribadi yang mencari informasi lebih lanjut dengan mengajukan pertanyaan.

Adanya Instagram memudahkan kita untuk mendapatkan informasi atau berita terbaru tentang sesuatu yang terjadi di sekitar kita. Hampir setiap perusahaan, bahkan di dunia pendidikan, menggunakan jejaring sosial Instagram untuk menyebarkan informasi dan pesan kepada siswanya. Universitas Pasundan merupakan universitas yang aktif menggunakan jejaring sosial Instagram untuk menyebarkan informasi. Penyebaran informasi ini mencakup pengumuman kampus terbaru, kebijakan, berbagai proyek yang sedang berjalan, persyaratan ujian, dan lainnya.

Berikut beberapa akun Instagram informatif yang mencakup kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang diurut berdasarkan jumlah followers terbanyak, diantaranya :

Tabel 1. 1 Akun Instagram informatif di lingkungan FISIP Universitas Pasundan

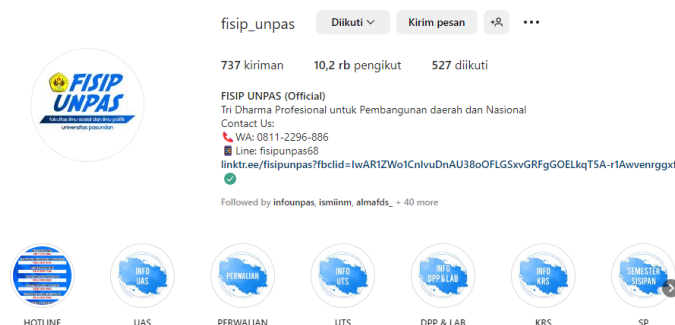
No.	Akun Instagram	Jumlah Followers
1	@fisip_unpas	10.200
2	@ilkomunpas	2.369
3	@hi_pasundan	1.155
4	@adbis.unpas	568
5	@kesos_unpas	456

Sumber : Instagram 8 Maret 2023

Berdasarkan tabel 1.1. Akun Instagram @fisip_unpas merupakan salah satu akun informatif yang banyak diakses oleh mahasiswa FISIP Unpas. Karena akun @fisip_unpas ini merupakan akun utama dari fakultas dan segala informasi dari berbagai jurusan terkumpul pada akun tersebut. Seperti informasi mengenai suatu proyek pada salah satu jurusan lalu dipublikasikan kembali oleh akun fisip unpas yang bertujuan agar informasi yang disebar merata, tidak hanya kepada satu jurusan saja, tetapi menyebar kepada mahasiswa Fisip Unpas. Akun @fisip_unpas ini bergabung di awal tahun 2017.

Bergabung sejak awal 2017 dengan awal postingan menginformasikan tentang pembekalan wisuda oleh alumni Universitas Pasundan yaitu Bapak Farhan. Akun ini pun terus berkembang dengan berbagai konten Instagram dengan mengunggah beberapa kegiatan sosialisasi ke berbagai sekolah di Jawa Barat, berbagai kegiatan yang dilakukan dosen maupun mahasiswa. Dan terhitung jumlah postingan hingga kini per 8 Maret 2023 berjumlah 737 postingan, 10.200 pengikut, dan 527 mengikuti.

Gambar 1.1 Profil Instagram FISIP Universitas Pasundan



Sumber : Instagram @fisip_unpas, diakses pada 8 Maret 2023

Jumlah pengikut dan mengikuti serta postingannya terus bertambah setiap minggunya sesuai dengan informasi yang akan disebarkan. Di dalam instagram @fisip_unpas seorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat serta tingkah laku komunikasi dengan mekanisme daya tarik. Sikap seorang komunikator yang mau berusaha menyesuaikan dirinya dengan seorang komunikan akan membangun sikap simpati komunikan pada komunikator. Banyaknya pengikut pada akun Instagram @fisip_unpas yang di dalamnya terdapat banyak mahasiswa aktif menjadikan akun tersebut sebagai akun utama sumber informasi dan menjadi suatu kebutuhan informasi bagi mahasiswa FISIP Unpas.

Secara singkat pemaparan yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa akun instagram @fisip_unpas merupakan akun yang banyak di pilih dan di ikuti pengguna Instagram (mahasiswa) sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mengenai perguruan tinggi Universitas Pasundan atau FISIP. Hal tersebut lahir dari berbagai kebutuhan mahasiswa terhadap suatu informasi, media hadir sebagai jawaban dari hal tersebut. Akun Instagram @fisip_unpas ini menjadi salah satu akun yang paling aktif dalam menyebarkan informasi setiap harinya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori new media untuk mengukur seberapa efektif penyampaian informasi melalui Instagram dalam akun @fisip_unpas. Teori new media ini secara singkatnya menjelaskan tentang suatu keefektifan dalam melakukan informasi karena teori new media ini adalah sebuah

internet yang dapat mempercepat, mempersingkat, dan menghemat dari segi biaya dan waktu. Oleh karena itu teori new media ini mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun sebagai hiburan. Sehingga mahasiswa FISIP Universitas Pasundan dapat mencari kebutuhannya melalui media sosial Instagram @fisip_unpas. Dengan adanya keterlibatan antara pengikut untuk mencari informasi yang benar atau valid melalui media sosial Instagram @fisip_unpas maka peneliti mengukur seberapa efektifkah penggunaan media sosial Instagram @fisip_unpas dalam memberikan kebutuhan informasi terhadap mahasiswa FISIP Unpas. Kemudian peneliti menuangkan dalam penelitian ini yang berjudul **“Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @fisip_unpas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa FISIP UNPAS”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

- 1) Seberapa besar tingkat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS?
- 2) Seberapa besar tingkat pengaruh *Context* (X1) pada media sosial Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS?
- 3) Seberapa besar tingkat pengaruh *Communication* (X2) pada media sosial Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS?
- 4) Seberapa besar tingkat pengaruh *Collaboration* (X3) pada media sosial Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS?
- 5) Seberapa besar tingkat pengaruh *Connection* (X4) pada media sosial Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk :

- 1) Mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh penggunaan Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS.
- 2) Mengetahui seberapa besar *Context* (X1) Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS.
- 3) Mengetahui seberapa tingkat *Communication* (X2) Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS.
- 4) Mengetahui seberapa tingkat *Collaboration* (X3) Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS.
- 5) Mengetahui seberapa tingkat *Connection* (X4) Instagram @fisip_unpas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UNPAS.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini yang membahas tentang keefektivitasan media sosial Instagram @fisip_unpas bagi mahasiswa FISIP Universitas Pasundan akan berguna dan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.3.2.1. Secara Teoritis

Sebagai media pembelajaran, menambah pengetahuan dan dapat mengembangkan kajian komunikasi khususnya dalam mengetahui keefektivitasan pengguna akun Instagram sebagai media informasi dan komunikasi *online*.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai salah satu syarat peneliti dalam meraih gelar sarjana strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan terhadap pihak pengurus atau admin Instagram @fisip_unpas agar meningkatkan segala cara dalam menyampaikan informasi.
- 3) Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang sedang menenili objek yang sama