

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi seperti saat ini pencarian informasi dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan, seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini dipicu oleh peningkatan aktifitas, pengetahuan, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah informasi. Kebutuhan informasi karena interkoneksi dan ketergantungan global dalam era globalisasi. Seiring dengan perkembangan teknologi muncul media baru yaitu internet yang memungkinkan akses informasi lebih luas dan cepat mengikuti perkembangan zaman. Internet adalah suatu jaringan komputer global yang memungkinkan pertukaran informasi antar perangkat secara instan. Sejarah internet ini dimulai pada sebuah proyek bernama ARPANET di tahun 1960-an, yang dirancang untuk meningkatkan komunikasi antar peneliti dan lembaga militer, kemudian seiring berkembangnya teknologi ARPANET ini menjadi pondasi bagi pengembangan internet modern.

Internet telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern dalam aktifitas baik itu dunia kerja, dunia pendidikan, militer, kesehatan, maupun dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari, internet telah ada dan menjadi bagian didalamnya. Sejak ditemukan 67 tahun yang lalu, internet telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Hal ini sejalan dengan kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi, serta peningkatan kemampuan masyarakat

dalam mengakses teknologi. Masyarakat kini memiliki pemahaman yang lebih baik dalam menggunakan teknologi ini, didukung oleh peningkatan daya beli yang meningkat. Selain itu, terdapat perkembangan teknologi internet yang membuatnya lebih terjangkau. Semua faktor ini bersama-sama menciptakan lingkungan di mana internet menjadi lebih mudah diakses dan dimanfaatkan oleh masyarakat. (Nuriadin dan Harumike 2021).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh salah satu *website* bernama *We Are Social*, pada Januari 2024 pengguna layanan internet di Indonesia mencapai angka 185.3 juta pengguna aktif, artinya 66.5% dari jumlah penduduk di Indonesia.



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Gambar 1.1. Penggunaan perangkat dan layanan terhubung di Indonesia

Di zaman serba digital saat ini, orang-orang menggunakan internet sebagai sarana untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Internet memberikan banyak manfaat dalam kehidupan manusia yang cenderung modern seperti sekarang ini. Salah satu kegunaannya adalah sebagai *platform* yang luas bagi masyarakat untuk berbagi dan mendapatkan informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

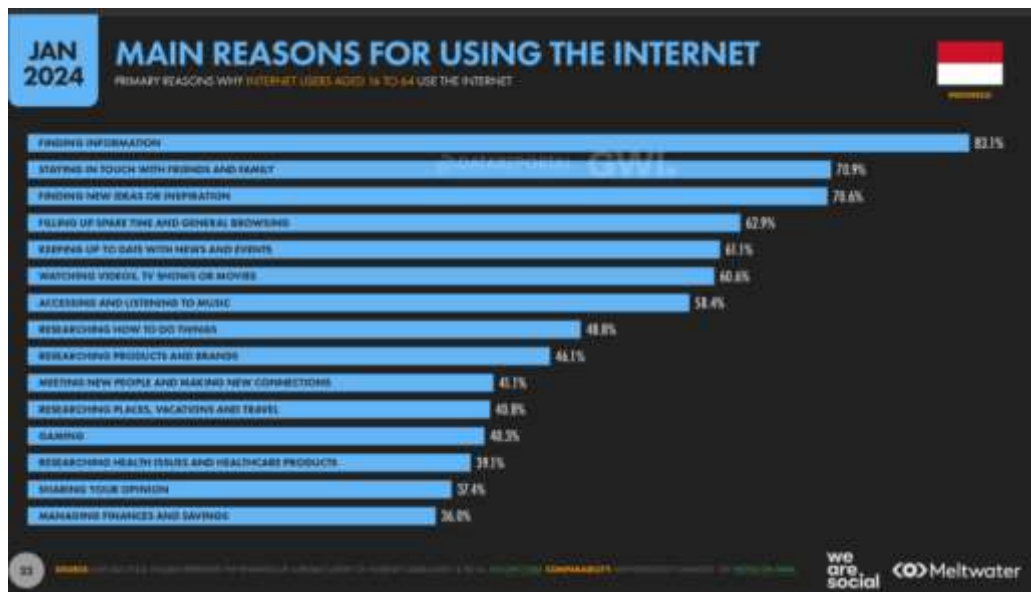
Saat ini, internet hampir seperti menjadi kebutuhan dasar bagi setiap orang. Kemudahan dalam mengakses informasi seperti ini yang terkadang tak selalu membawa dampak positif bagi para pengakses atau pengguna internet. Kemudahan ini juga akan berdampak pada maraknya pemberitaan tertentu yang belum jelas kebenarannya. Oleh sebab itu, perlu kesadaran para pengguna internet untuk lebih *aware* atau melek terhadap media-media (Nofha Rina 2020).

Penelusuran informasi dari hari ke hari terus berkembang sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan percepatan pembangunan. Pertumbuhan ini akan semakin signifikan jika diiringi oleh peningkatan aktivitas, pengetahuan, dan kesadaran masyarakat untuk mengembangkan dirinya. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi, terutama di berbagai bidang terus meningkat karena interkoneksi dan ketergantungan manusia di seluruh dunia dalam era globalisasi.

Di tengah arus globalisasi sekarang, kita dapat dengan mudah dan cepat mengakses sebuah informasi. Zaman dulu, kita lebih bergantung pada media konvensional seperti televisi, radio, atau koran. Namun, sekarang dengan teknologi komunikasi yang semakin maju, dan dengan munculnya media baru sebagai alat mencari informasi, cara kita untuk mendapatkan berita semakin berubah. (Kristinawati 2015) Ini mencerminkan perubahan besar dalam cara kita mengonsumsi informasi. Kita tidak lagi hanya mengandalkan sumber-sumber tradisional, melainkan lebih memanfaatkan kecanggihan teknologi, memberi kita kendali lebih besar atas informasi yang kita terima. Semuanya mencerminkan

pergeseran lanskap informasi dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang terus berlangsung.

Survei dari *We Are Social* kembali memberikan bukti bahwa 83,1% penggunaan internet di Indonesia lebih banyak digunakan sebagai sarana pencarian informasi.



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Gambar 1.2. Pencarian terbanyak di internet oleh masyarakat Indonesia

Perkembangan internet membawa cara baru untuk berkomunikasi di tengah masyarakat. Kemunculan Media Sosial mengubah cara masyarakat modern dalam berkomunikasi. Komunikasi menjadi tidak terbatas pada jarak, waktu, atau tempat, dan bisa terjadi di mana saja dan kapan saja tanpa perlu bertemu secara langsung, bahkan status sosial yang seringkali menjadi penghambat proses komunikasi dapat dihilangkan oleh media sosial. Dengan hadirnya Twitter, Facebook, Google+, Instagram dan sejenisnya, orang-orang tanpa harus bertemu, bisa saling berinteraksi. Jarak tak lagi menjadi masalah dalam proses berkomunikasi. Bahkan seseorang yang tidak pernah bertemu dengan temannya selama puluhan tahun pun

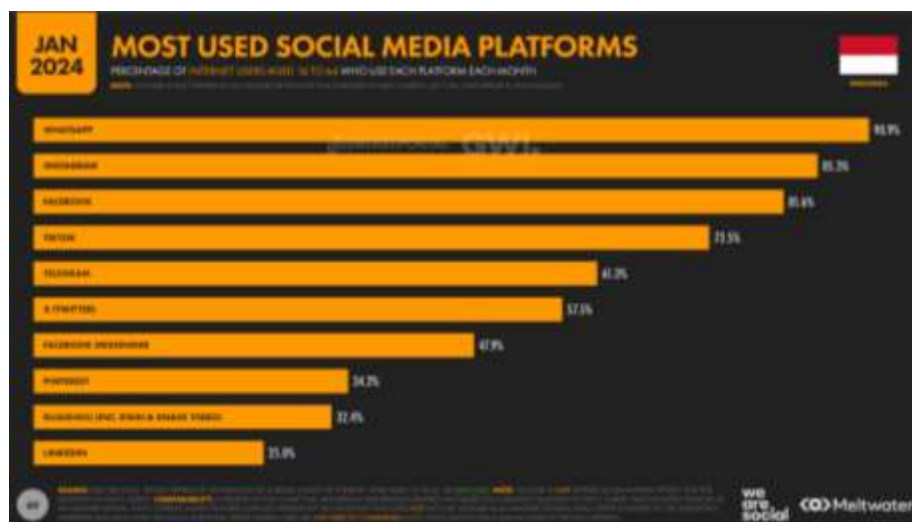
bisa saling menemukan dan menjalin komunikasi lagi. Dan karena kemudahan penggunaannya, hampir semua orang bisa mengakses dan memanfaatkan kecanggihan media sosial. (Dwi dan Watie 2011).

Media sosial adalah salah satu sarana utama para pengguna internet dalam mendapatkan informasi. Tercatat lebih dari 5 miliar manusia di bumi bergabung ke media sosial, menurut laporan terbaru dari *We Are Social* dan *Hootsuite* bulan Januari 2024. Jumlahnya naik dari laporan yang sama dua tahun lalu, di mana total pengguna media sosial di dunia mencapai 3,5 miliar, hal ini menjadi bukti bahwa masyarakat di era saat ini sangat bergantung kepada media sosial dalam pencarian informasi.

Definisi media sosial Menurut Evans (2008), adalah suatu demokratisasi informasi, yang mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Hal ini adalah pergeseran dari mekanisme siaran dari sebuah model ke banyak model, yang berakar dari percakapan antara penulis, orang dan rekan-rekan. Social media menggunakan “konsep orang banyak” agar dapat terhubung dengan informasi secara bersama-sama. Saat ini media sosial terus mengalami perkembangan sehingga jenisnya semakin beragam dan dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Para pengguna media sosial aktif saat ini pasti akan memilih berbagai jenis *platform* media sosial untuk bisa mencukupi keperluan berita mereka, Chris Heuer (Solis, 2010:263) berpendapat bahwa terdapat empat komponen dalam penggunaan media sosial yang disebut komponen 4C, yaitu (1) *Context*; (2) *Communication*; (3) *Collaboration*; dan (4) *Connection*. Konsep 4C ini membantu dalam membangun komunikasi yang lebih jelas, efektif, dan

kolaboratif dalam berbagai konteks. Salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat saat ini yaitu Instagram.

Instagram adalah sebuah *platform* media sosial yang sangat populer di era saat ini, Awalnya Instagram dirancang untuk membagikan foto dan video serta memungkinkan para penggunanya untuk memberikan filter digital pada fotonya, mengedit foto dan video. Namun saat ini Instagram dijadikan para pengguna sebagai wadah untuk saling berbagi informasi atau berita. Dengan Instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui *website*, hal ini menjadikan pencarian informasi menjadi lebih praktis karena semua berita yang diinginkan bisa didapatkan melalui satu *platform*. Melalui Instagram, para pengguna juga bisa mendapatkan berita yang sesuai dengan kebutuhan karena berita yang muncul pada *timeline* Instagram sesuai dengan akun Instagram yang diikuti.



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Gambar 1.1. Platform media sosial paling sering digunakan di Indonesia

Berdasarkan hasil observasi awal dan survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, Instagram menempati peringkat kedua sebagai *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, setelah Whatsapp. Instagram memudahkan

para penggunanya untuk mengakses berbagai informasi, seperti hiburan, kesehatan, berita, film, dan topik lainnya. Pengguna dapat dengan mudah memperoleh informasi tersebut dengan hanya mengikuti akun yang sesuai dengan kriteria informasi yang dibutuhkan, sehingga konten yang diinginkan akan muncul di beranda Instagram mereka.

Misalnya, jika pengguna ingin mengetahui informasi mengenai kota tertentu maka pengguna dapat mem-*follow* akun khusus yang menyajikan tentang informasi kota tersebut. Salah satunya adalah yang dilakukan oleh akun Instagram @infobandungkota. Akun @Infobandungkota menjadi salah satu *platform* digitalisasi berita di Instagram yang fokus menyebarkan informasi terkait Kota Bandung. Selain menyajikan berita seputar kota tersebut, akun ini juga membagikan beragam konten yang bervariatif.



Sumber : <https://www.instagram.com/infobandungkota/>

Gambar 1.4. Instagram @infobandungkota

Akun Instagram @infobandungkota ini dikelola oleh sebagian orang diluar pemerintah. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti kepada admin @infobandungkota, Kemunculan akun ini dimulai pada tahun 2013, awalnya akun

ini dibuat hanya untuk iseng dengan mengikuti tren pada saat itu ditambah dengan kemauan mereka untuk lebih memberikan berbagai informasi mengenai kota Bandung kepada setiap orang yang ingin mengetahui Kota Bandung, serta menjadi ruang berbicara masyarakatnya untuk turut berpartisipasi dalam membangun, mengenalkan, serta untuk kemudahan mendapatkan informasi baik untuk masyarakat diluar Bandung serta masyarakat di dalam kota.

Dengan semakin meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial dari tahun ke tahun, para *owner* memutuskan untuk menjadikan @Infobandungkota menjadi sebuah PT. Para *owner* sadar bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi informasi di masa depan, hal itu akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan informasi di media sosial khususnya Instagram. Instagram @infobandungkota menyuguhkan berbagai konten yang sangat beragam, seperti info tentang wisata, info kuliner, info lalu lintas, info kasus kriminal, info olahraga dan info lain yang berhubungan dengan Kota Bandung bahkan situasi nasional.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, akun Instagram @Infobandungkota berhasil memperoleh jumlah pengikut terbanyak dibandingkan dengan akun lain yang memiliki fokus serupa dalam menyajikan berita seputar Kota Bandung, hal ini menjadi bukti bahwa akun Instagram @infobandungkota cukup populer dikalangan masyarakat. Berikut perbandingan jumlah pengikut dengan akun Instagram sejenis yang memberikan informasi seputar Kota Bandung.

Tabel 1.1. Data *Followers* Akun Instagram Mengenai Informasi Kota Bandung

No	Nama Akun Instagram	Jumlah <i>Followers</i>
1	@infobandungkota	1,404,458 <i>Followers</i>
2	@infobandungraya	1,226,576 <i>Followers</i>
3	@infobdgcom	758,221 <i>Followers</i>
4	@beritakotabandung	229,001 <i>Followers</i>
5	@infobandung_	197,523 <i>Followers</i>

Sumber: <https://socialblade.com/> Diakses Tanggal 17 Maret 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 1.1. diatas, dapat dilihat bahwa akun Instagram @infobandungkota memiliki jumlah *followers* terbanyak dibandingkan dengan akun Instagram lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @infobandungkota lebih menarik perhatian masyarakat, khususnya yang mencari informasi seputar kota Bandung melalui media sosial Instagram. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan *followers*.

Fenomena yang menjadi latar belakang penelitian ini juga di dasari dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial, khususnya Instagram sebagai sumber informasi sehari-hari. Di tengah perkembangan teknologi dan tren digital, banyak orang mengandalkan *platform* seperti Instagram untuk mendapatkan berita, tips, dan informasi lainnya, termasuk informasi seputar Kota Bandung. Hal ini menciptakan fenomena dimana akun-akun seperti @Infobandungkota memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mereka.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai pembahasan ini karena berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, didapatkan bahwa informasi untuk saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok. Setiap individu atau masyarakat berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti pada saat pra-penelitian kepada wakil direktur PT.Ciptamaya Prakasa Indonesia yang membawahi perusahaan media @infobandungkota, beliau mengatakan terkadang informasi yang disampaikan walaupun itu adalah suatu peristiwa penting, tidak semua dapat diterima dan memenuhi kebutuhan informasi *followers*, sehingga tim haru lebih selektif dalam memilih berita.

Menurut (Guha,1978) kebutuhan informasi pengguna media sosial bisa dilihat dalam empat pendekatan yaitu; Pendekatan berbasis kebutuhan (*Catching-up Need Approach*); Pendekatan kebutuhan saat ini (*Current Need Approach*); Pendekatan harian (*Everyday need approach*); Pendekatan kebutuhan yang diperlukan (*Exhaust need approach*). Pada dasarnya tingkat kebutuhan informasi seseorang berbeda-beda, dan dengan adanya akun Instagram @infobandungkota diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi *followersnya* dengan konten bervariasi, mulai dari informasi terkini mengenai acara-acara, tempat-tempat menarik, informasi penting terkait keamanan dan kesehatan, hingga berita-berita yang informatif dan relevan.

Peneliti juga telah melakukan pengujian penyebaran kuesioner kepada *sample* sebanyak 30 orang responden serta melakukan uji validitas dan reliabilitas, dan didapatkan hasilnya seluruh pernyataan *valid* dan *reliabel*, yang

memungkinkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, namun ada beberapa responden yang memberikan saran dan kritik terhadap akun @infobandungkota seperti informasi yang kurang cepat tersampaikan dan beberapa saran untuk menyediakan konten yang lebih bervariasi seperti informasi seputar seni dan kebudayaan yang ada di Kota Bandung.

Dari hasil observasi awal dan pra-survei yang telah dilakukan peneliti, dengan penyebaran kuesioner kepada 30 responden *followers* Instagram @infobandungkota, maka didapatkan kesimpulan bahwa terdapat beberapa permasalahan diantaranya yaitu:

- 1) Kebutuhan informasi sekilas (*Catching-up Need Approach*) yang belum sepenuhnya terpenuhi, hal itu dibuktikan dengan banyaknya saran dari *followers* untuk menyediakan konten yang lebih bervariasi seperti informasi seputar seni dan kebudayaan yang ada di Kota Bandung, yang dimana itu termasuk dalam kategori kebutuhan informasi sekilas.
- 2) Kebutuhan informasi rutin (*Everyday Need Approach*). Hal ini juga ditandai dengan keluhan *followers* yang memberikan kritik bahwa akun Instagram @infobandungkota jarang atau tidak rutin membantu memposting ulang *mentions followers Instagram stories* yang kehilangan barang berharga.

Dari permasalahan diatas maka penelitian ini akan lebih spesifik mengamati mengenai penggunaan media sosial Instagram @infobandungkota dengan dimensi dimensi penggunaan didalamnya apakah berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*.

Terkait dari pemaparan latar belakang diatas maka peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Infobandungkota Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
- 2) Seberapa besar pengaruh dimensi *Context* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
- 3) Seberapa besar pengaruh dimensi *Communication* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
- 4) Seberapa besar pengaruh dimensi *Collaboration* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?
- 5) Seberapa besar pengaruh dimensi *Connection* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

- 2) Untuk mengetahui pengaruh dimensi *context* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh dimensi *communication* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh dimensi *collaboration* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh dimensi *connection* media sosial Instagram @infobandungkota terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan, dan juga dapat menjadi sebuah penelitian yang dapat dipercaya oleh semua pihak yang berhubungan dengan penelitian ini. Sesuai dengan topik pada penelitian ini, penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dalam pengembangan ilmu serta memperkaya kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi yang akan membuka wawasan baru bagi seluruh akademisi dan menjadi rujukan referensi bagi para peneliti kajian Ilmu Komunikasi.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan sekaligus referensi bagi mahasiswa terkait penelitian mengenai pemanfaatan penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Selain itu hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi rekomendasi untuk perusahaan atau praktisi media penyedia informasi dalam memaksimalkan penggunaan media sosialnya.