

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menghadirkan perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi, termasuk di kalangan generasi muda. Generasi z, yang merupakan kelompok usia produktif dan aktif menggunakan teknologi digital sejak usia dini, sangat bergantung pada media sosial sebagai sumber utama informasi (Lim, 2024). Salah satu *platform* yang sangat populer di kalangan mereka adalah Instagram, yang tidak hanya berfungsi sebagai media sosial untuk berbagi foto dan video, melainkan juga sebagai sarana penyebaran berita dan informasi actual secara *real-time*. Instagram dengan fitur visual yang menarik menyediakan sarana efektif untuk komunikasi dan pembaruan berita yang cepat dan mudah diakses (Santoso, 2025)

Media baru adalah konsep yang menggambarkan kemampuan media untuk mengakses konten apa pun di mana saja dengan bantuan perangkat digital, sehingga setiap orang—baik sebagai penerima maupun pengguna—memiliki kesempatan untuk merespons berita secara aktif, interaktif, dan kreatif, yang pada gilirannya mengarah pada pembentukan komunitas atau “masyarakat baru” melalui media sosial. Hampir setiap hari kita menyaksikan perubahan dalam media baik itu media cetak, elektronik dan telekomunikasi. Kebutuhan manusia akan informasi sangat meningkat pesat sehingga tercipta sebuah media baru.

Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat, terutama generasi muda. Berdasarkan data We Are Social dan hootsuite (2025), Indonesia menempati peringkat ketiga dunia dalam tingkat penetrasi pengguna media sosial, dengan lebih dari 200 juta pengguna aktif, dan instagram menjadi salah satu *platform* yang paling populer di kalangan generasi Z. fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam penyebaran informasi dan pengaruhnya terhadap pola komunikasi dan perilaku publik. Salah satu keuntungan menggunakan internet di smartphone untuk menyebarkan informasi adalah melalui *platform* media sosial. Media sosial dulunya tidak dapat diakses oleh banyak orang, tetapi dengan hadirnya *platform* interaksi dan alat kolaborasi yang mendukung berbagai bentuk komunikasi, media sosial kini dapat digunakan secara luas oleh masyarakat (Nugraha, 2015).

Komunikasi media yang memanfaatkan media baru seperti internet dan media sosial semakin menggantikan peran media tradisional dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu, penggunaan media sosial yang meluas di kalangan Generasi Z telah membuat media sosial dianggap sebagai hal yang tak terpisahkan dalam masyarakat. Semakin banyak media sosial yang bermunculan, dan media-media ini memberikan pengaruh yang sangat berbeda-beda pada setiap audiens, sejalan dengan tujuan komunikasi massa untuk menciptakan dampak yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah menyebabkan perubahan sikap seseorang terhadap konten di media sosial.

Dalam konteks akademik, mahasiswa sebagai bagian generasi Z sangat bergantung pada media sosial dalam mendapatkan informasi, berinteraksi sosial, serta ,mengekspresikan identitas diri. Penelitian Wahyuni dan Oktaviani (2022) mengungkapkan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram sebagai sumber utama untuk mendapatkan berita terbaru dan tren terkini, dengan tingkat akses harian yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga sebagai *platform* edukatif dan informative yang harus diperhatikan efektivitasnya dalam menyebarkan berita.

Penelitian terdahulu oleh (Saraswati, H. N., I. P., & Shabrina, 2022) menyoroti efektivitas media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*, di mana ditemukan pengaruh signifikan dari akun Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggunaannya. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji efektivitas penyebaran informasi berita melalui akun Instagram dalam konteks mahasiswa ilmu komunikasi generasi Z di Indonesia, khususnya di Kota Bandung.

Perkembangan media sosial semakin menggeser peran media tradisional dalam penyebaran informasi. Karena media sosial dapat diakses kapan saja dan di mana saja serta memiliki sumber informasi yang tak terbatas, media baru ini semakin mendominasi. Misalnya, surat kabar yang menyebarkan informasi secara tradisional kini semakin bersaing dengan penyebaran website akun berita, dan selanjutnya website akun berita yang mulai tergantikan posisinya oleh akun akun media sosial seperti akun Instagram dari perusahaan berita yang menyebarkan berita dan informasi melalui instagram.

Selain itu, menurut (Ma'ruf, 2025), Instagram memberikan kontribusi pada pembentukan gaya hidup dan budaya konsumtif mahasiswa, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana akun Instagram dapat beroperasi secara efektif sebagai media penyebaran informasi yang kredibel dan bermanfaat. Penggunaan Instagram yang semakin kompleks menuntut pemeriksaan efektivitasnya agar konten yang disebarluaskan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga dapat diterima dan dipahami secara mendalam oleh audiens sasaran.

Menurut hasil penelitian (Nugraha Santoso, 2024) efektivitas media sosial sangat dipengaruhi oleh kualitas pesan, kejelasan informasi, desain visual, dan tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi. Salah satu akun media sosial yang aktif menyajikan konten berita informatif di Instagram adalah **@cretivox**, yang menyajikan isu-isu terkini dengan gaya visual yang menarik dan bahasa yang mudah dipahami. Akun ini memiliki segmentasi audiens muda, termasuk mahasiswa, sehingga potensial menjadi media penyebar informasi yang efektif. Faktor-faktor itu sangat relevan untuk dievaluasi pada akun Instagram **@Cretivox** yang fokus menyajikan informasi dan persepsi kepada mahasiswa. Hal ini penting mengingat tingkat informasi dan persepsi publik terhadap suatu berita sangat dipengaruhi oleh cara pesan disampaikan.

Akun Instagram **@cretivox** merupakan salah satu media digital independen yang aktif dalam menyediakan konten informative dan hiburan bagi audiens, khususnya Gen Z. dengan pendekatan yang mengutamakan interaksi, kreativitas, serta konten yang menarik bagi generasi muda, **@cretivox** berupaya menjadi sumber berita yang efektif di lingkungan digital (Cretivox, 2025). Namun

demikian, efektivitas penyebaran informasi melalui akun tersebut masih perlu dianalisis secara mendalam agar dapat diukur sejauh mana pengaruhnya terhadap pengetahuan dan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Bandung. Oleh karena itu, penting untuk mengukur sejauh mana efektivitas akun **@cretivox** dalam menyampaikan informasi berita, khususnya kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi yang diharapkan memiliki kemampuan kritis dalam menerima dan mengolah informasi.

Data statistik menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa generasi Z di Bandung menghabiskan waktu rata-rata 3-4 jam per hari di Instagram, yang menempatkan *platform* ini sebagai medium kritikal dalam jagat digital mereka (Sari, 2025). Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan kontrol kualitas informasi dan resiko penyebaran berita palsu (hoax). Oleh karena itu, efektivitas akun resmi seperti **@cretivox** sangat diperlukan sebagai sumber berita terpercaya untuk mengatasi masalah tersebut di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UNPAS.

Selain itu, banyak studi sebelumnya yang hanya meneliti pengaruh umum media sosial terhadap perilaku mahasiswa atau masyarakat luas tanpa mengkaji secara mendalam efektivitas penyebaran berita melalui satu akun tertentu, khususnya dalam konteks komunikasi ilmiah ilmu komunikasi. Ini merupakan sebuah kekosongan yang akan diisi oleh penelitian ini dengan fokus mendetail pada akun **@cretivox**.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai subjek yang memiliki pemahaman lebih terhadap fenomena media sosial memiliki peran penting dalam

mengevaluasi sejauh mana media digital mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur efektivitas akun Instagram @cretivox dalam menyampaikan berita, dengan melihat aspek-aspek seperti tingkay perhatian, ketertarikan, pemahaman, hingga tindakan sharing yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai respon terhadap konten yang diberikan.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan bagian dari Gen Z yang diharapkan memiliki kompetensi dalam memahami dan menganalisis pesan-pesan media. Dengan latar belakang keilmuan yang mendukung, mereka menjadi kelompok yang relevan untuk dijadikan objek penelitian terkait efektivitas komunikasi melalui media sosial. Kota Bandung, sebagai salah satu kota pendidikan dengan jumlah mahasiswa yang tinggi dan budaya digital yang aktif, juga menjadi lokasi yang tepat untuk melihat bagaimana mahasiswa Gen Z Ilmu Komunikasi UNPAS merespon konten berita dari akun seperti @cretivox (Kusuma, R., & Rahmawati, 2025)

**Gambar 1.1.** Logo Cretivox

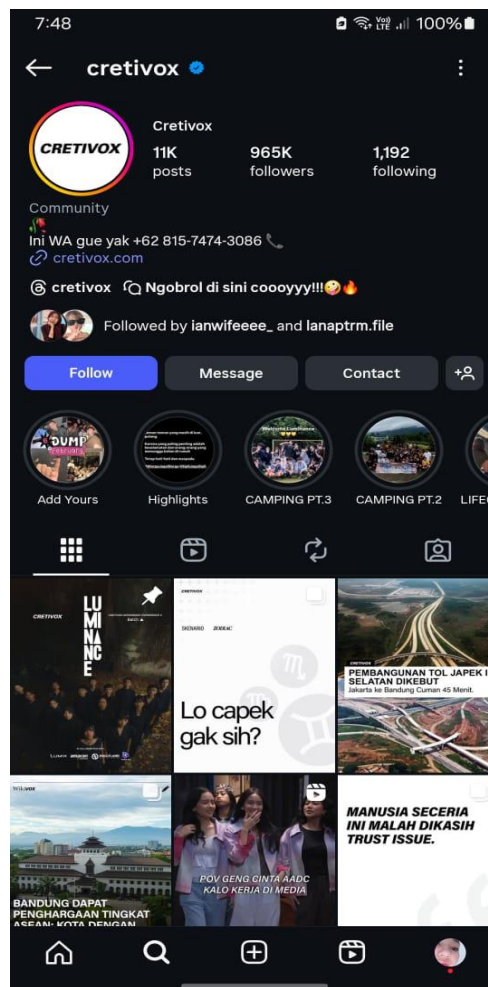


**Gambar 1.1.** Logo Cretivox 1

Secara geografis, Kota Bandung sebagai pusat akademik dan budaya menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai populasi yang strategis untuk studi ini. Akurasi dan kecepatan penyebaran informasi sangat krusial di era disinformasi saat ini, dan media sosial bisa menjadi alat efektif jika dikelola dengan tepat (Wahyudi, 2025). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas akun Instagram @cretivox sekaligus rekomendasi untuk meningkatkan fungsi media sosial dalam menjalankan peran edukatif dan informative di kalangan generasi Z.

UNPAS Bandung sebagai salah satu tempat sarana pendidikan dan pusat budaya, interaksi antara media sosial dan generasi Z menjadi sangat relevan untuk dikaji. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang efektivitas media sosial dalam konteks penyebaran informasi berita, penelitian ini berupaya untuk menghasilkan temuan yang valid dan reliable terkait efektivitas penyebaran berita melalui Instagram. Peran media sosial dipandang sangat strategis dalam menghadapi tantangan literasi digital dan penyebaran informasi yang semakin cepat dan massif di era digital saat ini.

Dengan memahami efektivitas akun Instagram @cretivox, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana *platform* digital dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan berita dengan tepat sasaran, terutama di kalangan mahasiswa yang menjadi bagian generasi Z serta memiliki pengaruh besar dalam dinamika komunikasi modern di Indonesia.



**Gambar 1.2.** Profil Instagram @cretivox 1

Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas efektivitas akun Instagram @cretivox dalam konteks penyebaran berita, terutama di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melihat sejauh mana akun @cretivox dapat dianggap efektif dalam menyampaikan informasi berita kepada mahasiswa Gen Z, khususnya di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk memberikan gambaran objektif dan sistematis mengenai bagaimana akun

Instagram @cretivox dalam memengaruhi pemahaman dan penerimaan berita di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi generasi Z di Kota Bandung. Data kuantitatif memungkinkan analisis yang lebih terukur dan dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih besar dibandingkan metode kualitatif sebelumnya.

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang media sosial dan komunikasi massa digita di Indonesia. Dengan memahami variabel-variabel yang memengaruhi efektivitas penyebaran berita, penelitian dapat memperkuat teori komunikasi massa dan perilaku digital di kalangan muda.

Pada tingkat praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola akun Instagram resmi, terutama yang berbasis di lingkungan akademik, untuk menyusun strategi komunikasi digital yang lebih efektif dan terpercaya. Ini penting untuk meningkatkan kualitas penyebaran informasi yang berdampak pada literasi digital dan kritis mahasiswa.

Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif akun Instagram @cretivox dalam menyebarkan informasi berita kepada mahasiswa generasi Z Ilmu Komunikasi UNPAS, dengan variabel yang diukur meliputi kualitas pesan, kejelasan informasi, desain visual, dan tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi.

Dengan latar belakang ini, penelitian diharapkan mampu mengisi kekosongan literatur dan memberikan arahan yang jelas tentang peran media sosial, khususnya Instagram, sebagai media strategis untuk penyebaran berita yang efektif dan diterima dengan baik dalam komunitas akademik generasi muda.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini meliputi beberapa hal yaitu:

- 1) Pihak mana yang menciptakan dan menghasilkan pesan atau informasi?
- 2) Bagaimana proses perubahan pesan yang disampaikan oleh @cretivox menjadi sinyal?
- 3) Media apa yang digunakan @cretivox untuk mengiratkan sinyal dari pemancar ke penerima?
- 4) Bagaimana proses penerimaan sinyal yang telah diterima sehingga diubah kembali menjadi pesan?
- 5) Siapa pihak yang menjadi sasaran audiens dari pesan yang disebarluaskan oleh @cretivox?
- 6) Apa saja hal-hal yang dapat menjadi gangguan dalam proses komunikasi sehingga pesan tidak dengan benar?

## 1.3. Identifikasi Masalah

Seiring perkembangan pesat teknologi digital, media sosial khususnya Instagram, telah menjadi *platform* utama bagi generasi Z dalam mengakses dan menyebarkan informasi. Namun, fenomena ini menimbulkan sejumlah permasalahan yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini. Pertama, meskipun Instagram mampu menyajikan berita dengan cepat dan menarik, masih ada tantangan terkait kredibilitas dan keakuratan informasi yang disebarluaskan, khususnya melalui akun-akun seperti @cretivox yang menasar audiens generasi Z di Kota Bandung (Hidayatullah, A., & Winduwati, 2023).

Kedua, generasi Z dikenal sebagai pengguna media sosial yang selektif dalam memilih dan menilai sumber informasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana akun @cretivox mampu menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan mempengaruhi persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai bagian dari generasi Z yang cerdas bermedia (Kusuma, R., & Rahmawati, 2025).

Ketiga, belum ada data empiris yang jelas menunjukkan efektivitas akun Instagram @cretivox dalam menyebarkan informasi berita di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UNPAS Bandung, yang merupakan pasar potensial sekaligus kritis terhadap konten media sosial (Nugraha Santoso, 2024).

Serta, di tengah isu penyebaran hoaks dan informasi yang belum terverifikasi secara menyeluruh di media sosial, perlu dipahami bagaimana durasi perhatian, pemahaman, dan interaksi mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram terhadap konten berita yang disajikan (Putri .D., 2024)

- 1) Seberapa efektif akun Instagram @cretivox dalam menarik perhatian mahasiswa Ilmu Komunikasi generasi z di Kota Bandung terhadap berita yang akan disebarkan?
- 2) Bagaimana pengaruh akun instagram @cretivox dalam pemahaman dan persepsi mahasiswa terhadap informasi berita yang mereka terima?
- 3) Apa saja faktor yang memengaruhi tingkat kepercayaan dan keterlibatan mahasiswa terhadap konten berita di Instagram @cretivox
- 4) Bagaimana peran akun Instagram @cretivox dalam membantu mahasiswa menyeleksi dan menyebarkan informasi yang akurat dan relevan di era digital ini?

#### **1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berikut Tujuan dan Kegunaan dari Penelitian yang dilakukan oleh penulis

##### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis efektivitas akun Instagram @cretivox dalam penyebaran informasi berita di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi generasi z di Kota Bandung. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui tingkat perhatian mahasiswa Ilmu Komunikasi generasi Z terhadap berita yang disebarakan melalui akun Instagram @cretivox.
- 2) Menganalisis pengaruh penyajian konten berita akun instagram @cretivox terhadap pemahaman mahasiswa sebagai audiens utama.
- 3) Mengukur tingkat keterlibatan (*engagement*) mahasiswa dalam bentuk like, komentar, dan berbagi konten berita di akun Instagram @cretivox.
- 4) Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap informasi berita yang disebarakan oleh akun Instagram @cretivox.
- 5) Memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan efektivitas penyebaran berita melalui akun Instagram @cretivox khususnya bagi audiens generasi z di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menitikberatkan pada data statistic dan falta empiris untuk mengetahui sejauh mana akun Instagram @cretivox dapat memenuhi kebutuhan informasi generasi Z dalam konteks komunikasi digital yang dinamis (Rosadita, 2024)

### 1.4.2. Kegunaan Penelitian

Studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan. Mengingat judul studinya, studi ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yang secara keseluruhan berkontribusi pada kemajuan ilmu komunikasi.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

#### 1) Manfaat Teoritis

- (1) Memberikan kontribusi kepada perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang media sosial dan penyebaran informasi di kalangan generasi Z melalui *platform* Instagram (Azisah, 2024)
- (2) Menjadi referensi dan sumber kajian bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami efektivitas media sosial dalam penyebaran berita atau informasi secara kuantitatif di era digital (Erlangga, 2022).

#### 2) Manfaat Praktis

- (1) Bagi pengelola akun Instagram @cretivox, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi dan dasar dalam merancang strategi penyebaran berita yang lebih efektif dan efisien agar dapat ,enjangkau dan memengaruhi audiens generasi Z dengan lebih baik
- (2) Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan civitas academia, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang perilaku pengguna media sosial akan pentingnya selektivitas dan kredibilitas informasi di media berbasis digital.

(3) Bagi praktisi komunikasi dan pemasaran digital, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi massa yang efektif di era digital.

Dengan begitu, penelitian ini tidak hanya memperkaya ilmu pengetahuan tetapi juga memberikan nilai praktis yang dapat mewakili berbagai pihak yang berkepentingan dalam dunia media sosial dan komunikasi digital.