

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

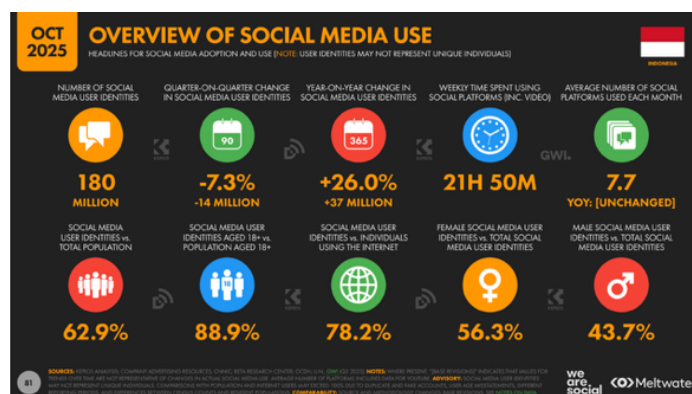
Informasi sangat penting untuk mengelola kehidupan sehari-hari karena membantu masyarakat memperoleh wawasan, memahami dunia luar, dan menjawab pertanyaan mereka tentang berbagai hal seperti kesehatan, pendidikan, pekerjaan, politik, ekonomi, masalah sosial, dan gaya hidup. Seiring perubahan masyarakat, kebutuhan akan informasi meningkat, yang mengakibatkan peningkatan penggunaan media dalam memperoleh informasi menggunakan jalan yang lebih cepat, mudah, dan akurat (Narudin, 2017).

Di era digital, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan besar dengan cara mengakses dan menerima informasi. Pada saat ini masyarakat dapat mengakses informasi dengan cepat, mudah, dan tanpa batasan spasial atau temporal. Media sosial, salah satu metode terpenting untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi.

Instagram, salah satu platform media sosial yang paling terkenal saat ini, membolehkan penggunanya tidak hanya menerima informasi tetapi juga berhubungan, berpartisipasi, serta berbagi data secara langsung. Pertumbuhan internet pada kesimpulannya membuat media sosial menjadi salah satu platform untuk penyebaran serta mengonsumsi informasi.

Berdasarkan laporan *We Are Social* dan Meltwater, pada tahun 2025, sekitar 62,9% masyarakat Indonesia menjadi pengguna media sosial. Selain itu, 88,9% populasi berusia 18 tahun ke atas aktif menggunakan media sosial, naik 26% setiap tahunnya. Menurut data ini, media sosial telah menjadi komponen penting dalam komunikasi dan pengumpulan data masyarakat.

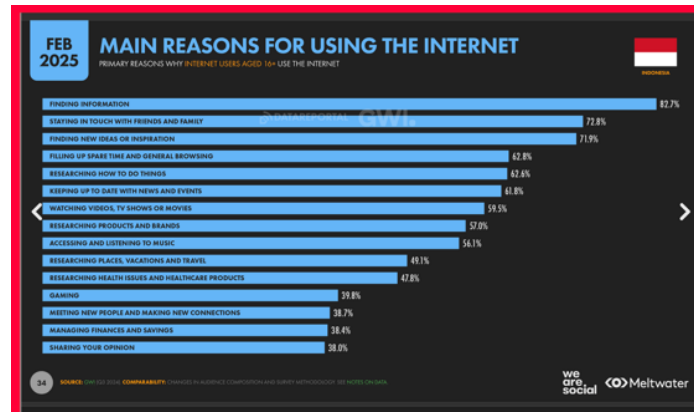
Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2025



Sumber: *We Are Social*

Hasil tersebut ditunjukkan dengan data *We Are Social* dan Meltwater periode Februari 2025 yang menunjukkan bahwa 82,7% pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi (*finding information*), lebih tinggi dibandingkan tujuan lain seperti hiburan maupun komunikasi. Selain itu, 61,8% pengguna internet menggunakan internet untuk mengikuti berita dan peristiwa terkini.

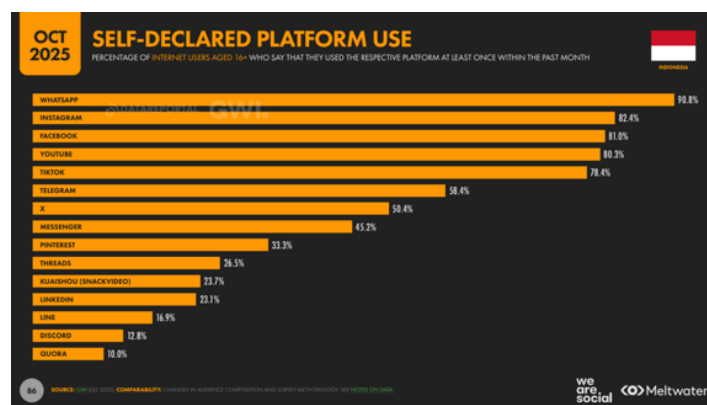
Gambar 1. 2 Data Alasan Penggunaan Internet di Indonesia



Sumber: *We Are Social*

Media sosial memiliki platform yang semakin beragam seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, X, dan masih banyak lagi. Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2025 berdasarkan *We Are Social* sebanyak 82,4% dari total populasi di Indonesia.

Gambar 1. 3 Data Penggunaan Platform Media Sosial

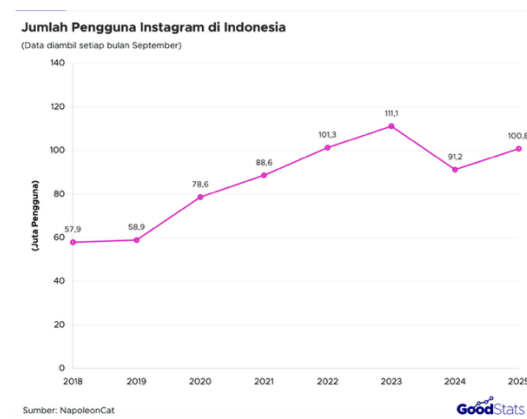


Sumber: *We Are Social*

Menurut data Goodstats, jumlah pengguna Instagram meningkat dari 57,9 juta pada tahun 2018 menjadi 101,3 juta pada tahun 2022 dan 111,1 juta pada tahun 2023. Meskipun sekitar 100,8 juta pengguna atau 54,5% dari total pengguna

internet di Indonesia dicatat pada tahun 2025, Instagram tetap menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Gambar 1. 4 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia



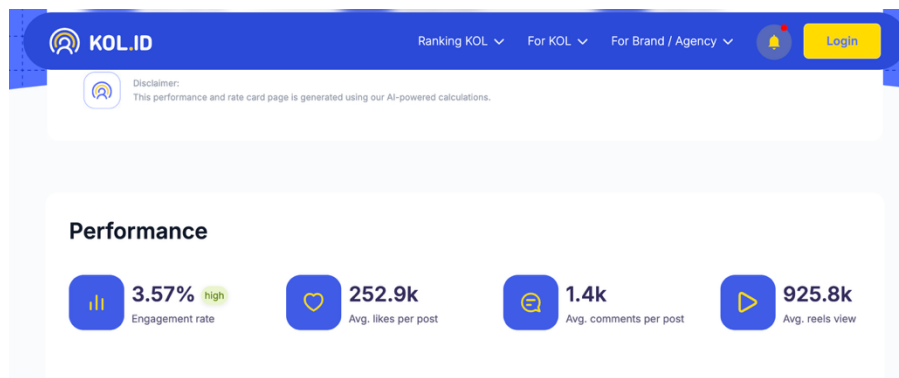
Sumber: *GoodStats*

Tingginya pemakaian Instagram menampilkan bahwa platform ini bukan hanya digunakan menjadi media hiburan dan komunikasi, tetapi juga tumbuh sebagai salah satu sarana masyarakat dalam mendapatkan informasi. Keadaan tersebut mendesak timbulnya bermacam akun media yang menggunakan Instagram selaku saluran penyebaran data. Akun-akun tersebut tidak hanya menyebarkan informasi, ada pula melaksanakan penyesuaian terhadap ciri media sosial, baik dalam bentuk penyajian visual, pemilihan topik, maupun gaya komunikasi kepada audiens. Adapun akun yang menggunakan Instagram sebagai media penyaluran informasi tersebut ialah akun Instagram @folkative.

Akun Instagram @folkative dibentuk oleh Kenneth William pada 2016 lalu dan berfokus pada penyebaran berbagai informasi mengenai berita, seni, budaya, hiburan, serta perkembangan industri kreatif. Dalam perkembangannya, @folkative

juga menyajikan informasi mengenai budaya populer, musik, film, tren, mode, politik, gaya hidup, isu sosial, serta berbagai fenomena yang sedang berkembang di masyarakat. Informasi tersebut dikemas melalui media sosial Instagram dalam bentuk konten visual hingga mampu dijangkau oleh pengguna secara cepat dan mudah.

Gambar 1. 5 Engagement Akun Instagram @folkative



Sumber: kol.id

Berdasarkan data kol.id, pada September 2026 akun @folkative memiliki sekitar 7,1 juta *followers* dengan tingkat *engagement* sebesar 3,57%, serta rata-rata 252,9 ribu *likes*, dan 1,4 ribu komentar per postingan. Data tercantum membuktikan bahwa akun tersebut mempunyai tingkat kredibilitas audiens yang tinggi dan berpotensi menjadi sumber informasi utama bagi pengikutnya.

Tabel 1. 1. Tabel Perbandingan Akun Media Digital

Platform Media Sosial	Folkative	Detikcom	Cretivox	Kompas.com
<i>Followers</i>	7,2 Jt	5,1 Jt	1,1 J	3,1 Jt
<i>Engagement Rate</i>	3,57%	0,01%	0,82%	0,06%
<i>Avg. Likes</i>	252rb	714	8,7rb	1,6rb
<i>Avg. Comment</i>	1,4rb	21	570	110
<i>Postingan</i>	13rb	78,2rb	15rb	59rb

Sumber: Socialblade

Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa @folkative memiliki tingkat *engagement* yang cukup tinggi dibandingkan akun media informasi lain yang mempunyai ciri khas penggunaan Instagram yang sama. Tingkat *engagement* tersebut menunjukkan adanya keterlibatan *followers* terhadap konten yang disajikan oleh @folkative. Kondisi ini semakin memperkuat relevansi @folkative sebagai objek penelitian untuk melihat motif penggunaan dan kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi melalui Instagram.

Salah satu karakteristik akun Instagram @folkative terlihat dari cara informasi dikemas secara sederhana, ringkas, dan visual. Konten umumnya menggunakan gambar atau video yang dilengkapi teks informatif dengan *headline* yang ditonjolkan pada visual, sehingga inti informasi dapat dipahami secara cepat. Selain itu, @folkative menggunakan bahasa Indonesia pada teks dalam visual, sementara *caption* menggunakan bahasa Inggris. Penggunaan kedua bahasa tersebut menjadi salah satu karakteristik penyajian informasi @folkative yang memungkinkan konten tetap mudah dipahami oleh audiens Indonesia sekaligus memiliki peluang menjangkau audiens yang lebih luas.

Karakteristik @folkative juga terlihat dari pemilihan topik yang mengikuti isu yang sedang berkembang dan ramai diperbincangkan, serta gaya komunikasi yang sederhana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Konsistensi visual turut membentuk identitas @folkative sebagai akun media informasi, sementara pengangkatan isu yang dapat memunculkan tanggapan memberikan ruang bagi *followers* untuk berinteraksi. Karakteristik tersebut menjadikan @folkative relevan sebagai objek penelitian sebab tidak sekadar menyajikan informasi, selain itu juga

memiliki pola pengemasan serta penyampaian informasi yang menyesuaikan karakteristik penggunaan Instagram sebagai media sosial.

Karakteristik tersebut menjadi salah satu alasan akun Instagram @folkative relevan untuk dijadikan objek penelitian. Pemilihan @folkative dalam penelitian ini bukan semata-mata didasarkan pada jumlah *followers* yang besar, tetapi juga pada karakteristiknya sebagai media informasi digital yang mengemas informasi secara visual, ringkas, aktual, mudah dipahami, dan dekat dengan karakteristik pengguna media sosial.

Besarnya jumlah *followers* dan tingginya interaksi pada akun @folkative tidak secara langsung menunjukkan bahwa seluruh *followers* memiliki alasan penggunaan dan tingkat kepuasan yang sama. Setiap individu dapat menggunakan media berdasarkan kebutuhan yang berbeda, seperti kebutuhan memperoleh informasi, memahami isu yang sedang berkembang, membangun identitas pribadi, berinteraksi dengan orang lain, maupun memperoleh hiburan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui motif yang mendasari *followers* dalam menggunakan akun Instagram @folkative dan apakah motif tersebut berkaitan dengan kepuasan yang didapat setelah menggunakan akun tersebut.

Dalam perspektif teori *Uses and Gratifications*, pengguna media dianggap sebagai individu yang dengan sengaja menentukan media berdasarkan motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan pengguna ditentukan oleh kesesuaian antara motif penggunaan media dengan gratifikasi yang diperoleh. Apabila motif terpenuhi, maka pengguna akan merasa

puas, dan sebaliknya jika tidak terpenuhi maka kepuasan tidak tercapai (McQuail, 2010).

Informasi, identitas pribadi, integrasi serta interaksi sosial, serta hiburan merupakan aspek independen yang membentuk motif penggunaan media dalam riset ini. Kebalikannya, kepuasan pengikut merupakan variabel terikat yang diukur lewat kepuasan dengan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Ikatan antara kedua variabel ini dianalisis buat mengenali pengaruh motif penggunaan terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan data lewat akun Instagram @folkative.

Riset terdahulu yang dilakukan oleh Aji serta Dwihantoto (2004) membuktikan bahwasanya motif pemakaian Instagram @ussfeed mempengaruhi terhadap kepuasan pengguna dalam mendapatkan informasi. Tidak hanya itu, riset Aziz et al. (2025) menampilkan bahwasanya akun @folkative mempunyai pengaruh terhadap minat baca Generasi Z lewat mutu kontennya yang informatif serta menarik. Tetapi, riset yang secara khusus menguji pengaruh motif pemakaian akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi masih belum banyak dicoba, sehingga ada kesenjangan penelitian yang butuh diteliti lebih lanjut.

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Angkatan 2022. Pemilihan populasi didasarkan karena Angkatan tersebut merupakan mahasiswa aktif yang telah menempuh berbagai mata kuliah komunikasi dan media digital sehingga dinilai memiliki pemahaman yang cukup mengenai pemakaian media sosial, terutama Instagram sebagai media informasi.

Selain itu, mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 termasuk dalam kategori Generasi Z yang merupakan pengguna aktif media sosial dan menjadi salah satu target audiens utama akun Instagram @folkative. Pemilihan satu Angkatan juga dilakukan untuk memperoleh karakteristik responden yang lebih homogen sehingga dapat meminimalisasi perbedaan karakteristik antara angkatan yang memengaruhi hasil penelitian.

Fenomena kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi melalui akun @folkative menjadi penting untuk dikaji karena akun ini merepresentasikan pola penggunaan informasi generasi digital yang lebih condong, lebih cepat, ringkas, serta berbasis media sosial. Namun, belum diketahui secara empiris apakah motif penggunaan *followers* benar-benar memengaruhi kepuasan mereka terhadap mendapatkan informasi.

Berdasarkan paparan di atas, riset ini dilakukan untuk memahami secara empiris pengaruh motif pengguna Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan Instagram Akun @folkative terhadap Kepuasan *Followers* dalam Memperoleh Informasi”.

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait teori penggunaan dan kepuasan dalam kondisi media sosial Instagram, serta dapat memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara motif penggunaan media dan kepuasan audiens dalam memperoleh informasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

- 1) Tingginya penggunaan media sosial Instagram di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat semakin tergantung pada media sosial salah satunya sebagai sumber informasi, namun belum diketahui tingkat kepuasan pengguna dalam memperoleh informasi dari akun tertentu.
- 2) Akun Instagram @folkative memiliki jumlah pengikut yang besar dan tingkat interaksi yang tinggi, namun belum diketahui apakah *followers* merasa puas dalam memperoleh informasi dari akun tersebut.
- 3) Setiap pengguna media sosial memiliki motif penggunaan yang berbeda-beda, seperti motif informasi, hiburan, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan dalam memperoleh informasi.
- 4) Belum diketahui motif dominan *followers* akun Instagram @folkative sebagai sumber informasi.
- 5) Belum diketahui apakah motif penggunaan Instagram akun @folkative berpengaruh terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- 1) Berapa besar pengaruh motif penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi?

- 2) Berapa besar pengaruh motif informasi penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi?
- 3) Berapa besar pengaruh motif identitas penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi?
- 4) Berapa besar pengaruh motif hiburan penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi?
- 5) Berapa besar pengaruh motif integrasi dan interaksi sosial penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi?

1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh motif penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi.
- 2) Untuk mengetahui besarnya pengaruh motif informasi penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi.
- 3) Untuk mengetahui besarnya pengaruh motif identitas penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi.
- 4) Untuk mengetahui besarnya pengaruh motif hiburan penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi.

- 5) Untuk mengetahui besarnya pengaruh motif integrasi dan interaksi sosial penggunaan Instagram akun @folkative terhadap kepuasan *followers* dalam memperoleh informasi.

1.4.2. Kegunaan Penelitian

1.4.2.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya terkait perilaku pengguna media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian teori *Uses and Gratifications* dengan menguji pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap kepuasan *followers* pada akun Instagram @folkative.

1.4.2.2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

- 1) Bagi Pengelola Akun @folkative

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola akun Instagram @folkative dalam memahami motif penggunaan *followers* serta Tingkat kepuasan mereka dalam memperoleh informasi. Dengan demikian, pengelola akun dapat meningkatkan kualitas konten sesuai dengan kebutuhan *followers*.

2) Bagi Pengguna Media Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pengguna media sosial mengenai pemanfaatan Instagram sebagai sumber informasi serta membantu pengguna dalam memilih media informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan moti penggunaan media sosial, kepuasan pengguna, dan komunikasi digital.