

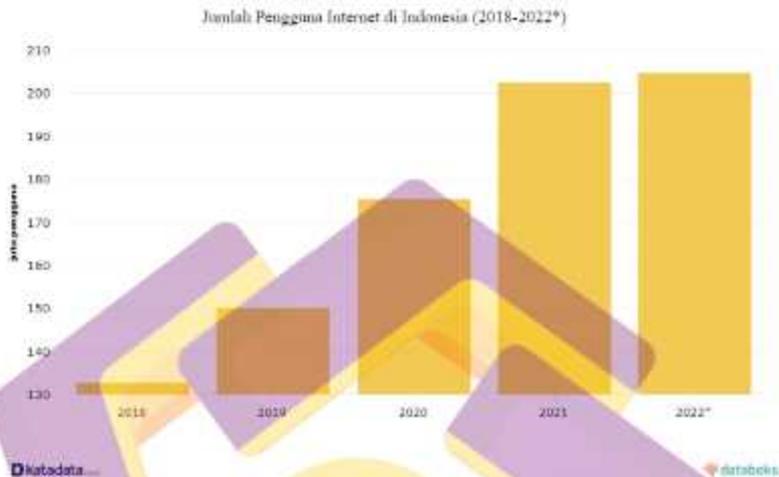
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan komunikasi tidak akan terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Seperti sejarah yang telah menggambarkan perjalanan manusia dalam menemukan cara dalam menyampaikan informasi, dimulai dari manusia purba yang menuangkan pada dinding goa - goa, hingga bahasa menjadi alat tukar informasi. Keadaan saat ini cukup jelas, bagaimana masyarakat berinteraksi yaitu bergantung pada alat komunikasi dan informasi yang digunakannya. Salah satu contoh yang sangat lazim ditemukan adalah *smartphone* yang terkoneksi oleh internet. "*Communication always in your hand*" interaksi komunikasi saat ini hanya dalam genggaman, dengan tersambunginya dengan jaringan internet kini masyarakat selalu dapat berkomunikasi kapanpun, dengan siapapun, dan dimanapun (Kristiyono, 2015) internet berperan memudahkan aktivitas manusia.

Dunia yang saat ini sedang dilanda *virus Covid-19* membuat pemanfaatan internet semakin tinggi dan krusial. Hal ini dikarenakan keterlibatan internet di berbagai kegiatan seperti bekerja, pendidikan, medis dan lain-lain, di mana internet menjadi kebutuhan pokok untuk keberlangsungan kegiatan masyarakat, kenegaraan, bisnis, dan institusi (Komalasari, 2020). Masifnya penggunaan internet dapat dilihat dari hasil survei *We Are Social 2022* dalam (katadata.co.id), Indonesia adalah salah satu negara yang populasinya sangat tinggi dalam penggunaan internet yaitu, 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Dibandingkan tahun sebelumnya 2021, tercatat pengguna internet sebanyak 202,6 atau jumlah pengguna naik tipis 1,03% di awal tahun 2022 ini. Jika melihat dari tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%.

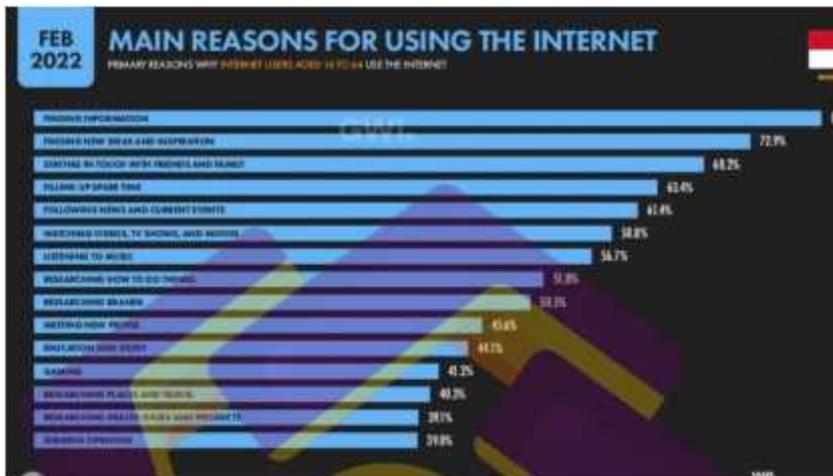


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-luta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Seiring dengan perkembangan zaman, bidang teknologi informasi dan komunikasi yang tidak akan terlepas dengan internet telah memberi dampak pada munculnya media sosial saat ini. Menurut Kotler & Keller, pengertian dari media sosial itu sendiri adalah suatu media yang dipergunakan oleh masyarakat guna saling tukar menukar informasi baik berupa gambar, video, suara ataupun teks (Purbohastuti, 2017). Dengan keunggulannya yang memberikan ruang terbuka untuk melakukan interaksi, bekerjasama, dengan waktu yang sangat cepat, media sosial ini menjadi media favorit bagi banyak kalangan, bukan hanya perorangan saja, namun juga bisa untuk mewakili sebuah lembaga, perusahaan, komunitas, organisasi dan lainnya. Dalam penelitian mengenai kesehatan masyarakat di era media sosial oleh Abrams, media sosial dijelaskan menjadi salah satu alat pembentuk kehidupan yang modern, dengan akses informasi yang mudah dari fitur-fitur yang ada. Media sosial ini dapat menampilkan sebuah konten yang menarik dan memiliki ketertarikan untuk dibaca oleh banyak pengguna (K. Y.S. Putri, Abdullah, Safitri, Sugiyanta, & Ramadan, 2020). Oleh karena itu, media sosial banyak digunakan sebagai wadah penyebaran informasi dan juga banyaknya media sosial yang tumbuh membuat masyarakat bisa memilih platform mana yang cocok untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Masih dalam riset *We Are Social 2022* (Riyanto, 2022), pengguna internet di Indonesia memiliki beberapa alasan utama dalam penggunaannya,



Gambar 1.2 Alasan Pengguna Internet Indonesia 2022

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2022/>

Pada Februari 2022, alasan pengguna internet Indonesia paling tinggi adalah untuk menemukan informasi yaitu sebanyak 80,1%, kemudian disusul sebanyak 72,9% menggunakan internet untuk menemukan ide-ide baru dan inspirasi. Selain itu, menurut data *We Are Social* (Riyanto, 2022) pengguna media sosial aktif terdapat 191,4 juta dengan total pengguna Internet: 204,7 juta. Dapat dilihat, bahwa media sosial menjadi tempat berselancar favorit dari berbagai kalangan, karena media sosial itu sendiri memiliki berbagai platform diantaranya terdapat Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan lain sebagainya yang dapat pengguna pilih platform apa yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini dapat menjelaskan bahwa penggunaan internet terbesar adalah pada media sosial dengan alasan tertinggi yaitu untuk menemukan informasi.

Kemudian, salah satu media sosial terpopuler di Indonesia dan sering digunakan oleh masyarakat modern, lembaga, perusahaan dan organisasi adalah Instagram. Pada tahun 2022 dari banyaknya media sosial, Instagram terdapat di peringkat ke-2 yaitu sebanyak 84,8% dengan keunggulan yang dapat menyebarkan foto dan video dengan kualitas yang baik dan memiliki berbagai fitur untuk dapat berinteraksi dengan para pengguna lain. Produksi informasi yang saat ini tidak sulit, membuat setiap pengguna mampu membuat, mengolah dan menyebarkan suatu informasi yang menarik untuk dikonsumsi oleh khalayak di media sosial, bahkan tidak hanya menerima namun khalayak atau pengguna dapat langsung memberikan respon atau *feedback* berupa komentar, *like*, *share* dan *save* yang telah disediakan oleh Instagram. Pemanfaatan media sosial Instagram tentu sejalan dengan survei *We Are*

Indonesia (Riyanto, 2022) yang menerangkan bahwa alasan tertinggi penggunaan internet adalah banyaknya pengguna yang membutuhkan informasi.

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta merupakan salah satu prodi dengan usia yang baru menginjak enam tahun. Namun sejak 2017, prodi ilmu komunikasi AMIKOM memperlihatkan perkembangan yang signifikan terlihat dari jumlah mahasiswa. Banyaknya mahasiswa inilah yang menyebabkan prodi ilmu komunikasi memperhatikan bagaimana cara penyebaran informasi yang lebih meluas dan efektif kepada mahasiswa, terlebih seluruh kegiatan perkuliahan harus daring karena Virus Covid-19 sejak Maret 2020 seperti yang dilansir dalam portal media *Kompas* (Kasih, 2020), keadaan ini menjadi salah satu faktor penyebaran informasi semakin sulit. Berdasarkan pra-survey penulis (8/6/2022), untuk memenuhi tujuan dalam penyebaran informasi tersebut, prodi ilmu komunikasi menggunakan media sosial Instagram dalam usaha penyebarannya. "Cara cepat memberikan informasi secara masif kepada mahasiswa. Mahasiswa kita kan banyak ya, itu kami melihatnya paling cepat ya ke Instagram." (Kartika, 2022) pernyataan Ibu Kartika selaku Koordinator Instagram Prodi Ilmu Komunikasi.

Sejak 2017, prodi ilmu komunikasi sudah mulai melakukan penyebaran informasi. Namun konten informasi Instagram @ilmukomunikasiamikom ini belum terstruktur. Berikut gambaran konten informasi @ilmukomunikasiamikom yang belum terstruktur,



Gambar 1.3 Instagram Prodi Ilmu Komunikasi pada tahun 2017

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

Tentu hal ini menunjukkan sebuah perkembangan yang melesat dalam upaya penyebaran informasi dari prodi ilmu komunikasi kepada mahasiswa. Instagram @ilmukomunikasiamikom yang merupakan akun resmi Prodi Ilmu Komunikasi AMIKOM Yogyakarta ini memiliki informasi seputar perkuliahan, magang/kerja dan informasi-informasi terkini yang sedang *trend*. Dapat dilihat melalui *screenshot profile* Instagram @ilmukomunikasiamikom per tanggal 5 Juni 2022, jumlah followers @ilmukomunikasiamikom sebanyak 2.836 pengikut.



Gambar 1.4 Instagram @ilmukomunikasiamikom

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

“Target utama kami adalah mahasiswa aktif, utamanya mahasiswa aktif, jadi ketika ada informasi magang, tentang krs, tentang yudisium dan mata kuliah itu yang menjadi salah satu *channel* utama prodi, tapi kalau masa penerimaan mahasiswa baru, konten kami geser menarget anak SMA dan SMK yang lagi mencari kuliah. Presentase target banyak mahasiswa aktif ya” (Kartika, 2022) pernyataan yang diberikan oleh koordinator Instagram resmi prodi ilmu komunikasi inilah yang menjadi acuan, mengapa penelitian ini dilakukan. Yaitu untuk mengetahui Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @ilmukomunikasiamikom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi AMIKOM Yogyakarta yang menjadi target utama dari prodi ilmu komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah akun media sosial Instagram @ilmukomunikasiamikom memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi AMIKOM Yogyakarta? “.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui “apakah akun media sosial Instagram @ilmukomunikasiamikom memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi AMIKOM Yogyakarta? “.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi pada bidang ilmu pengetahuan, terutama pada komunikasi dan media sosial. Dalam penelitian ini, menggunakan pengembangan teori *Uses and Gratification* dan media sosial untuk memperkuat data penelitian. Serta diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang tersebut.

1.4.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan, bahan penelitian, pengetahuan, sumber bacaan dan juga menambah literatur ilmiah yang kemudian dapat dikembangkan oleh kalangan akademis, khususnya lingkungan Universitas AMIKOM Yogyakarta pada prodi ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian mengenai komunikasi dan media sosial ini.

1.4.3 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi kepada peneliti. Di mana peneliti sendiri memiliki ketertarikan pada bidang media sosial dalam upaya mengembangkan suatu akun berbasis informasi. Kemudian, besar harapannya agar penelitian ini dapat bermanfaat

untuk kepentingan serta menjawab segala pertanyaan yang diresahkan oleh dari Prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta terkait pengembangan media sosial Instagram @ilmukomunikasiamikom. Selain itu, penelitian yang dikembangkan di perguruan tinggi ini bisa dimanfaatkan untuk kepentingan suatu industri kreatif untuk mengembangkan produk-produk yang dimilikinya.

1.5 Sistematika Bab

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang permasalahan yang diambil, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu kerangka pemikiran, variabel penelitian, operasional variabel, serta hipotesis penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Berisi uraian tentang desain penelitian, objek penelitian, populasi dan teknik sampling, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil analisis dari uji data serta bukti yang diperoleh dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori, konsep, dan hipotesis.

BAB V

PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran yang diperoleh setelah dilaksanakan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA