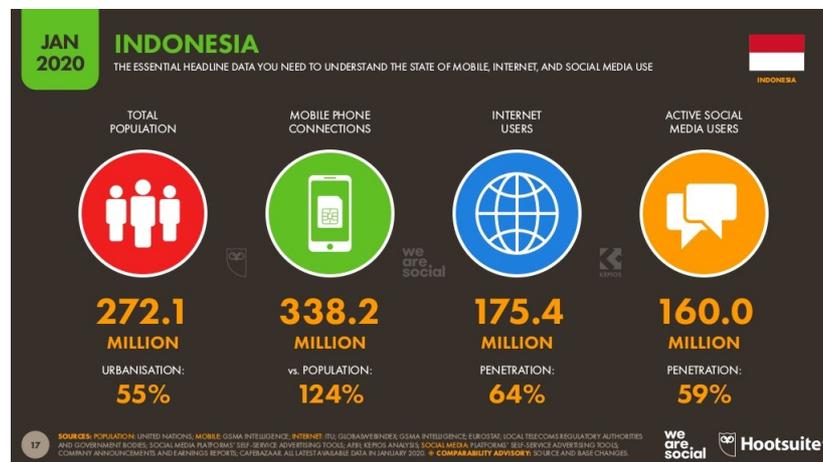


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan penggunaan internet kian menjamur. Dengan adanya konvergensi dari media sebelumnya, membuat media itu sendiri mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan yang sangat mendasar dapat dilihat dari interaktivitasnya, sehingga hal tersebut dikenal dengan media baru (*new media*). Van Dijk (2020) menyebutkan bahwa media baru merupakan gabungan antara media *online* dan *offline*, sehingga di dalam media tersebut akan berisikan teks, audio, dan visual. Secara ringkas, inti dari revolusi media yang menjadikan ciri khas media baru adalah adanya kode digital, integrasi, dan interaktivitas. Media baru seringkali dilambangkan dengan Internet dan dikarenakan ketersediaannya yang luas membuat media baru digunakan sebagai alat komunikasi pribadi.



Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber: datareportal.com, diakses pada 2 September 2020 pada pukul 21.55 WIB

Per Januari 2020, lebih dari setengah populasi Indonesia menggunakan Internet. Internet merupakan sumber daya yang luar biasa untuk berbagai hal, dengan Internet pula memungkinkan beberapa individu untuk saling terhubung satu sama lain. Internet mengubah cara seseorang berkomunikasi,

berbisnis, dan menerima bahkan mengirim informasi. Internet pula mengubah cara seseorang dalam mendapatkan informasi, sebab Internet merupakan suatu metode yang bagus dalam hal mengirim maupun menerima pesan dalam skala yang besar dengan waktu yang singkat, sehingga hal tersebut pula yang mengakibatkan perubahan kebiasaan membaca individu dalam mengharapkan informasi maupun hiburan (Verma & Malviya, 2014). Selain itu, sebagian besar Internet juga digunakan untuk bermain dengan media sosial, sebab berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *WeAreSocial & HootSuite* dimana pengguna media sosial di Indonesia terhitung sejak bulan Januari 2021 mencapai 160 juta (lihat gambar 1.1.). Wood (2009) menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana untuk berhubungan dan berinteraksi secara aktif yang melibatkan orang lain. Di kata lain, Nunes (dalam Wood, 2009: 307) menyebutkan “*the computer increasingly serves as an environment for its users, not as an implement ... [but] a space of interconnections*”, yang artinya komputer semakin berfungsi sebagai lingkungan bagi para penggunanya, bukan hanya sebagai alat, melainkan ruang interkoneksi. Berdasarkan hasil penelitian Carpenter *et al.* (2020) menyatakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk pertukaran ide dan memiliki fungsi utama mengunggah foto adalah Instagram.

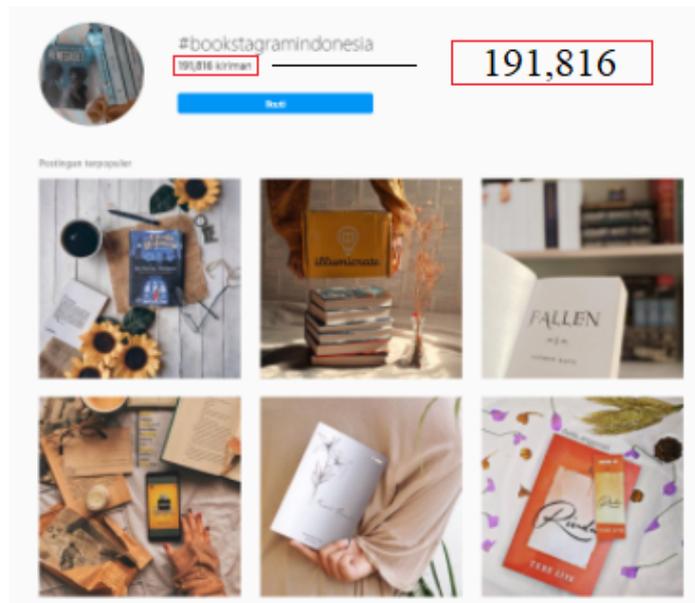
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Instagram Indonesia Januari - Agustus 2020

Bulan	Total Pengguna Instagram
Januari	62.230.000
Februari	62.470.000
Maret	64.020.000
April	65.780.000
Mei	69.270.000
Juni	73.760.000
Juli	73.790.000
Agustus	77.190.000

Menurut Mahendra (2017) Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto, di mana proses dalam pengambilan foto, penerapan filter digital, dan pengunggahan dilakukan oleh pengguna akun, dengan tujuan sebagai sarana untuk menyalurkan hobi dalam berfoto, baik itu memublikasikan kegiatan, tempat, barang, maupun foto dirinya sendiri. Melalui laman yang tersedia foto maupun video, pengguna lainnya dapat menyukai dan mengomentari postingan tersebut, bahkan dapat mengikuti dan menandai pengguna lainnya. Saat hendak mengunggah sebuah foto atau video, pengguna akun dapat menyertakan "*caption*" dan sebuah tagar atau *hashtag* (#) pula.

Konten - konten yang dapat disajikan pada Instagram antara lain foto, video, infografis, *stories*, kontes, konten *influencer*, dan *user generated content*. Bagi yang sudah familiar dengan internet dan *smartphone*, aplikasi Instagram sudah tidak asing lagi didengar. Dilansir dari cnbcindonesia.com, diketahui bahwa Indonesia menjadi negara pemakai Instagram terbesar di Asia Pasifik. Dan tercatat pada bulan Agustus 2020, pengguna aktif instagram diketahui mencapai lebih dari 70.000.000 *users* (lihat Tabel 1.1). Dengan adanya perkembangan Internet, tidak sedikit yang memanfaatkan media sosial ini untuk menyalurkan hobinya dalam dunia fotografi. Dan pengguna aktif utama Instagram berasal dari kalangan generasi muda, hal itu yang dapat membantu memberikan informasi mengenai isu dan konten terbaru kepada orang yang lebih tua. Hal tersebut pula dapat mengurangi kesenjangan antara orang yang lebih tua dan lebih muda dan meminimalisir konflik komunikasi (Smith & Anderson, dalam Jurnal Kim & Kim, 2018). Dengan semakin bertambahnya pengguna Instagram di Indonesia, hal tersebut menghadirkan istilah - istilah baru di dalam Instagram, dan muncul pula istilah mengenai akun baru yang berfokus kepada pengunggahan foto - foto yang berhubungan dengan buku, yang dikenal dengan *Bookstagram*. *Hashtag Bookstagram* (#Bookstagram) sangat populer di seluruh dunia, pengikut dari *hashtag* ini mencapai 48.4 M *posts* atau 48.468.491 kiriman (<https://www.instagram.com/explore/tags/bookstagram/?hl=id>, diakses pada 7 September 2020, pada pukul 16.59 WIB).

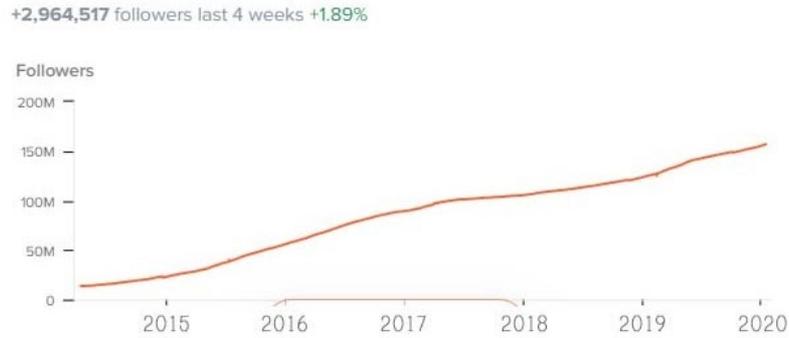
Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan selama tiga bulan (Juni s.d September 2020) melalui aplikasi Instagram diketahui bahwa *sharing* foto buku dengan menggunakan #bookstagramindonesia mendapatkan respon yang sangat baik dari para pengguna, sebab dapat dilihat bahwa antusias yang diberikan sangat tinggi dilihat dari jumlah unggahannya yang mencapai 191.816 kiriman (lihat **Gambar 1.2**).



Gambar 1.2 Jumlah Kiriman #Bookstagramindonesia per September 2020

Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/bookstagramindonesia/?hl=id>, diakses pada 7 September 2020, pada pukul 17.02 WIB

Bookstagram merupakan istilah yang ditujukan kepada pegiat di dalam Instagram yang khusus mengunggah konten mengenai buku bacaan (Budiman, 2021). *Bookstagram* sendiri merupakan istilah yang banyak diketahui oleh kelompok pencinta buku yang mendedikasikan seluruh *feeds* atau halaman profil akun Instagramnya dipenuhi dengan foto - foto yang berkaitan dengan buku. Penggunaan Instagram dijadikan sebagai wadah untuk mengunggah foto yang berhubungan dengan buku. Terdapat akun Instagram @bookstagramindonesia yang merupakan sebuah akun penghubung *Bookstagrammer* Indonesia yang menunjukkan adanya peningkatan tiap tahunnya dari segi pengikutnya, seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.3 Peningkatan *Followers* tiap Tahun

Sumber: app.hypeauditor.com, diakses pada 9 September 2020, pada pukul 19.08 WIB

Dengan adanya kenaikan pengikut dari akun *Bookstagram* Indonesia tiap tahunnya, dapat dinyatakan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang tertarik dengan akun tersebut. Marak pengunggahan foto - foto yang berhubungan dengan buku di dalam Instagram, mereka yang melakukan hal tersebut dikenal dengan sebutan *Bookstagrammer*. *Bookstagrammer* Indonesia mengunggah sebuah foto atau video untuk saling berbagi informasi terkait hal - hal yang berhubungan dengan buku. Proses kegiatan ini dilakukan secara individu. Konten - konten yang dibagikan juga tidak jauh dari buku dan foto - foto yang diunggah menerapkan proses pengambilan dan pengeditan gambar dengan baik. Meskipun tidak semua orang mengetahui *Bookstagram* ini, akan tetapi terdapat beberapa nama yang cukup dikenal di dalam Instagram. Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap akun *personal Bookstagram* Indonesia, berikut top 5 dari akun *Bookstagrammer* Indonesia.

Tabel 1.2 Top 5 Akun Personal *Bookstagrammer* Indonesia

No	Akun Instagram	Jumlah Pengikut
1.	@br.enda	37,4 Ribu
2.	@twinklingchapters	20,3 Ribu
3.	@sintiawithbooks	17,5 Ribu
4.	@hanabookreview	15,3 Ribu
5.	@madhatterisreading	10,8 Ribu

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Melalui fenomena pengunggahan foto mengenai buku yang ada di Instagram, berbagai macam judul buku dapat ditemukan, baik itu buku yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Dalam berbagi foto mengenai buku tersebut, terdapat informasi mengenai buku, perpustakaan menarik, ulasan berbagai judul buku, bahkan *quotes* yang ditampilkan pada setiap unggahannya. Dilansir dari *fixindonesia.pikiran-rakyat.com*, *Bookstagram* dinyatakan sebagai budaya baru untuk memikat minat baca. Sebab berdasarkan data yang didapatkan dari *kominfo.go.id*, pada tahun 2012 silam, UNESCO menyatakan minat baca Indonesia tergolong sangat rendah dan memprihatinkan. Indeks membaca Indonesia hanya 0,001% yang setara dengan di antara 1000 individu, hanya 1 orang saja yang tergolong rajin membaca. Melalui penelitian *The World's Most Literate Nations* (WMLN) yang telah dilakukan pada 2016, dapat diketahui bahwa Indonesia menduduki peringkat ke - 60 dari 61 negara mengenai minat membaca, posisi itu tepat di bawah Thailand (59) dan Botswana (61) (*www.theguardian.com*). Menurut Obaidullah & Rahman (2018) kemajuan teknologi menciptakan hambatan terhadap perkembangan intelektual seseorang. Dengan rendahnya membaca buku, membuat seseorang tersebut kehilangan kesempatan untuk menjadi seseorang yang berpengetahuan luas.

Berdasarkan pemaparan di atas, diketahui bahwa terdapat istilah baru di Instagram dimana konten yang disajikan berhubungan dengan buku yang disebut dengan *Bookstagram*. Sebelum membuat akun *Bookstagram* terdapat suatu alasan yang menjadi motif bagi para pencinta buku untuk tergerak menggunakan Instagram dalam berbagi konten mengenai buku meskipun minat membaca Indonesia rendah. Motif - motif ini didapatkan dari pengalaman kehidupan sehari - hari individu, seperti halnya motif menurut Alfred Schutz. Schutz (dalam Ritzer, 2005) membagi motif menjadi *because motives* dan *in-order-to-motives*. Di mana kedua motif ini sangat berkaitan, sebab seseorang melakukan suatu aksi dikarenakan adanya motif tertentu untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, dan hal itu hanya dapat dipahami melalui pengalaman dirinya sendiri. Selain itu pula, penelitian ini berusaha untuk memaknai tindakan yang telah dilakukan oleh para pencinta buku yang menjadi *Bookstagrammer* Indonesia. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk

mengetahui apa saja dan bagaimana **Studi Fenomenologi Motif *Bookstagrammer* Indonesia.**

1.2. Fokus Penelitian

Dengan adanya keterbatasan dari peneliti dalam segi lingkup jangkauan dan dampak dari pandemi pada saat penelitian ini dilakukan, peneliti akan memberikan batasan masalah agar nantinya penelitian ini dapat berfokus pada permasalahannya. Maka dari itu, penelitian ini memfokuskan pada *Bookstagrammer* Indonesia yang *sharing* buku di Instagram berdasarkan pengalamannya menggunakan motif Alfred Schutz. Sehingga, dapat diketahui motif (*because motives* dan *in-order-to-motive*) dan makna berdasarkan pengalaman *Bookstagrammer* Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan fokus penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain.

1. Apa saja motif (*because motives* dan *in-order-to-motives*) *Bookstagrammer* Indonesia mengunggah foto mengenai buku di Instagram?
2. Bagaimana *Bookstagrammer* Indonesia memaknai tindakan (*sharing* buku) tersebut?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain.

1. Mengetahui motif (*because motives* dan *in-order-to-motives*) *Bookstagrammer* Indonesia mengunggah foto mengenai buku di Instagram.
2. Mengetahui *Bookstagrammer* Indonesia memaknai tindakan (*sharing* buku) tersebut.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dampak yang baik kepada beberapa pihak yang berkepentingan. Sehingga, peneliti membagi manfaat ke dalam dua aspek, yaitu:

1.5.1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah serta mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi terkait dengan motif dan media.
- b. Penelitian ini pula diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dan menjadi bahan referensi dalam pengajaran.

1.5.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan secara mendalam mengenai fenomena *sharing* buku khususnya yang dilakukan oleh *Bookstagrammer* Indonesia.
- b. Bagi *Bookstagrammer*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan evaluasi serta meningkatkan jumlah *Bookstagrammer* di Indonesia.
- c. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik kepada masyarakat untuk dijadikan sebagai metode baru dalam meningkatkan minat baca atau aspek lainnya.

1.6. Sistematika Penelitian

Penggambaran sistematika dan tujuan dalam penelitian yang terdiri dari lima bab adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, terdapat latar belakang mengenai permasalahan dan kasus yang sedang diteliti, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian, serta waktu dan periode penelitian untuk melihat kerangka penelitian dan proses selama penelitian berlangsung.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, terdapat beberapa bagian yaitu kajian teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran untuk melihat proses pengambilan hasil penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam hal ini, terdapat paradigma penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, unit analisis penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data untuk melihat cara kerja metode kualitatif yang akan digunakan selama penelitian berlangsung.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam hal ini, terdapat kriteria dari informan serta pembahasan ataupun hasil dari pengumpulan data yang telah dikumpulkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam hal ini, terdapat kesimpulan dari pembahasan serta saran - saran yang ditujukan kepada penulis, *Bookstagrammer*, dan masyarakat luas (pihak lain).

1.7. Waktu dan Periode Penelitian

Dalam penelitian yang sedang dilakukan, waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Waktu dan Periode Penelitian

No	Keterangan	Bulan											
		Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	
1	Mencari dan menentukan fenomena penelitian												
2	Mencari dan mengumpulkan referensi												

	serta penelitian terdahulu											
3	Penyusunan Bab I, II, dan III											
4	Pendaftaran DE (<i>Desk Evaluation</i>)											
5	Revisi proposal skripsi dan penyusunan Bab IV dan V											
6	Pendaftaran sidang skripsi											
7	Pelaksanaan sidang skripsi											

Sumber: *Olahan Peneliti, 2020*