

BAB 1

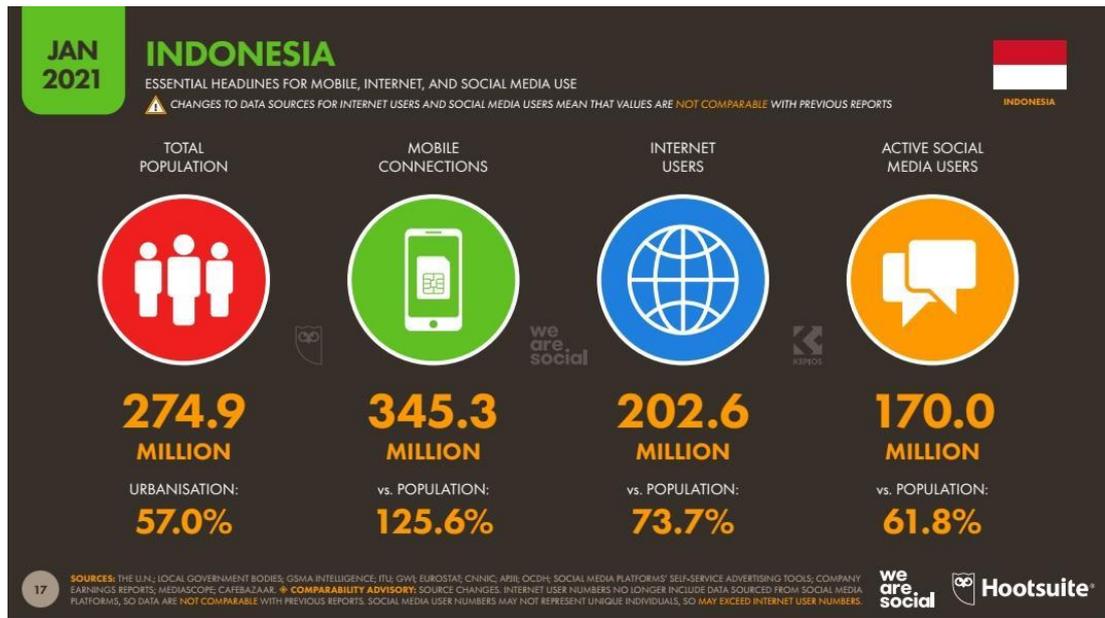
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini internet merupakan salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat Indonesia. Dengan hadirnya internet, masyarakat dapat mengakses informasi dan berita yang ingin ditelusuri tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Media sosial dan berbagai portal berita online memiliki peran yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Indonesia terkini. Penyebaran informasi melalui media sosial merupakan sarana tercepat di dunia. Romadhoni (2018) menjelaskan bahwa masyarakat dulunya mendapatkan informasi dari koran, majalah, televisi, dan radio. Kini mereka dapat mengakses informasi dari media sosial dengan mudah dan cepat tanpa batasan ruang dan waktu hingga membuat masyarakat Indonesia perlahan-lahan mulai meninggalkan media tradisional.

Menurut KATADATA (2021) Indonesia merupakan negara pengguna internet terbanyak urutan keempat di Asia dengan angka 93 juta jiwa. Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi yang tak bisa dihindari, masyarakat dapat mengakses informasi terbaru melalui komputer dan gawai yang terhubung dengan internet. Survei yang dilansir oleh *Katadata Insight Center* pada tahun 2020 mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia lebih memilih media sosial untuk menjadikan sarana informasi karena cenderung lebih mudah dan cepat diakses. Media sosial yang hadir di masyarakat sangat banyak, namun Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

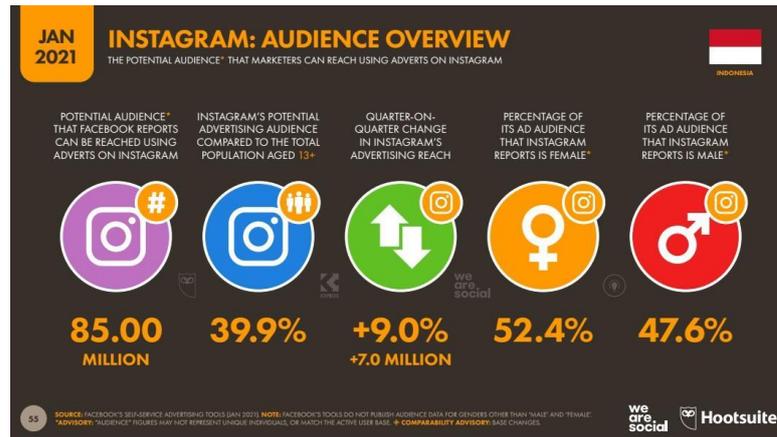


Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

(Diakses pada tanggal 27 Desember 2021 pukul 13:42 WIB)

Berdasarkan hasil data yang dilansir dari *We Are Social* pada tahun 2021, pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa atau sama dengan 73,7% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia dan untuk pengguna media sosial aktif di Indonesia menembus 170 juta jiwa, yaitu 61,8% dari jumlah populasi masyarakat Indonesia. Menurut *We Are Social* (2021) masyarakat Indonesia rata-rata bisa menghabiskan waktu mereka untuk menggunakan internet melalui berbagai jenis perangkat yang digunakan yaitu selama 8 jam 52 menit. Sehingga media sosial sangat berkaitan dalam memberikan dan menyebarkan informasi.

Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram di Indonesia



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

(Diakses pada tanggal 31 Desember 2021 pukul 18:47 WIB)

Pada gambar 1.2 *We Are Social* (2021) menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia berjumlah 85 juta jiwa. Persentase pengguna Instagram di Indonesia yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 52,4%, sedangkan pengguna Instagram yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 47,6%, artinya pengguna Instagram didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Menurut survey yang dilakukan oleh *We Are Social* (2021) *Most-Used Social Media Platform* menunjukkan bahwa Instagram berada dalam urutan ketiga dengan persentase 86,6%, artinya Instagram merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Instagram merupakan platform situs jejaring sosial yang dapat digunakan oleh seluruh orang di dunia. Instagram memberikan fitur untuk penggunanya seperti berbagi foto dan video, melakukan siaran langsung, dan juga berkomunikasi via *direct message*. Survey yang dilakukan oleh *We Are Social* (2021) membuktikan bahwa Instagram merupakan salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh individu dan perusahaan selama pandemi agar selalu terhubung dengan audiensnya. Saat ini masyarakat Indonesia banyak yang menjadi *influencer* dan memanfaatkan Instagram menjadi media sebagai penyampai informasi mereka kepada para pengikutnya.

Gambar 1.3 Akun Instagram @indozone.id



Sumber: <https://www.instagram.com/indozone.id/>

(Diakses pada tanggal 4 Januari 2022 pukul 15:22 WIB)

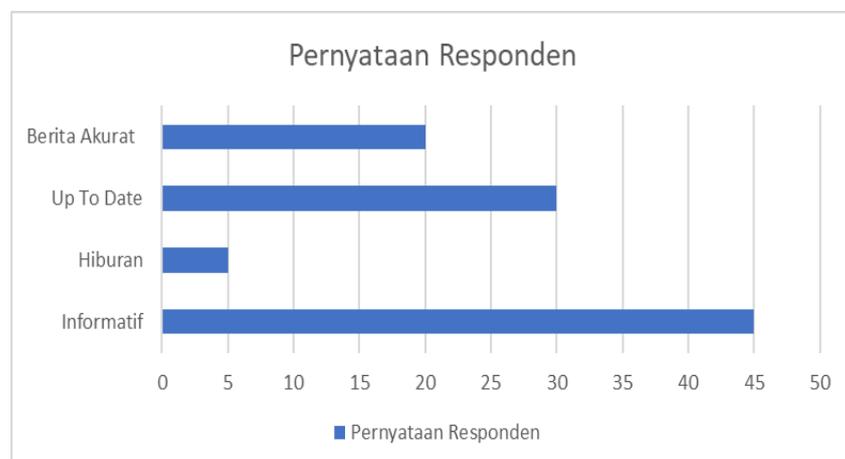
Per tanggal 4 Januari 2022 akun Instagram @indozone.id memiliki 4,4 juta pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 98,997 post. Indozone berdiri untuk pertama kalinya di media sosial Instagram pada tahun 2014 dengan menghadirkan informasi bagi generasi milenial dan gen Z. Karena banyaknya antusias masyarakat, Indozone menjadi sebuah perusahaan digital yang dinaungi oleh PT Indozone Media Indonesia pada 2018, lalu hingga kini Indozone mempunyai *engagement* tinggi yang dikenal oleh masyarakat melalui postingannya dengan *tagline* #KAMUHARUSTAU. Indozone.id memaksimalkan penyebaran informasinya melalui fitur yang dihadirkan oleh Instagram seperti *Feeds*, *Instagram Story*, *IGTV*, dan *Reels*. Hadirnya fitur-fitur tersebut membuat para penggunanya dengan mudah menyesuaikan kebutuhan informasi dalam mengakses akun Instagram @indozone.id. Bahkan berdasarkan data dari LINE TODAY (<https://today.line.me/id/v2/article/VGaMO2> diakses pada tanggal 8 Januari 2022 pukul 13.15 WIB), @indozone.id mendapatkan penghargaan sebagai media nomor 1 dari tahun 2017 sampai dengan 2019 dengan jumlah *likes* terbanyak dan terbesar di Indonesia.

Seperti yang kita ketahui bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat mudah diakses oleh penggunanya. Di dalam Instagram terdapat banyak

akun yang membuat konten mengenai informasi-informasi yang belum diketahui oleh banyak orang. Di Indonesia, terdapat beberapa akun Instagram yang kontennya berfokus pada *News and Media*, seperti @wowfakta, @indozone.id, @infia_fact, @kokbisa, @ruangguru, dan @zeniuseducation. Dari sekian banyak akun yang berfokus pada *News and Media* di Indonesia, salah satu akun yang memiliki keunikan tersendiri pada setiap kontennya adalah @indozone.id. Akun indozone memiliki keunikan tersendiri, karena @indozone.id selalu konsisten dalam membuat konten setiap harinya. Selain itu, konten yang dibuat pun bervariasi, berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, akun Instagram @indozone.id memposting sebanyak 30 berita yang bervariasi per harinya. Mulai dari berita mengenai hal-hal yang sedang terjadi saat ini di seluruh dunia, fakta unik, hiburan, hingga konten mistis.

Keunggulan akun Instagram @indozone.id semakin diperkuat oleh observasi awal yang dilakukan oleh peneliti melalui *forum group discussion*. Proses observasi awal tersebut dilakukan menggunakan media digital, dengan jumlah 30 responden yang merupakan generasi gen Z dengan rentang usia 20 hingga 27 tahun yang mengikuti akun Instagram @indozone.id. Gambar 1.4 menyediakan informasi mengenai hasil dari *forum group discussion* yang telah dilakukan, dimana dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan akun Instagram @indozone.id menyajikan berita yang informatif dan memuaskan bagi penggunanya.

Gambar 1.4 Hasil Observasi Awal



(Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan akun instagram @indozone.id sebagai sarana pencarian informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegunaan dan peran akun Instagram @indozone.id sebagai wadah untuk pengikutnya dalam mendapatkan kebutuhan dan pemenuhan informasi yang didapatkan melalui konten instagram yang diposting oleh akun @indozone.id.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang teori *uses and gratification* yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dalam mengikuti akun Instagram @indozone.id.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk para pengguna akun Instagram dalam mengikuti akun @indozone.id, serta memanfaatkan Instagram sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

1.5 Waktu dan Periode Pelaksanaan

Tabel 1.5 Waktu Dan Tahapan Penelitian

NO	Tahapan Penelitian	Okt 2021	Nov	Des	-	Jan 2022	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus
1	Menentukan fenomena dan judul penelitian												
2	Menyusun proposal skripsi												
3	Pendaftaran desk evaluation												
4	Perbaikan												
5	Pengumpulan data dari wawancara dengan informan kunci, informan ahli, dan pendukung												
6	Pengumpulan data dari observasi dan pengumpulan dokumentasi penelitian												
7	Analisis berdasarkan indikator yang telah dijabarkan pada unit analisis												
8	Menyusun dan menarik kesimpulan serta saran dari penelitian												
9	Sidang skripsi												