BAB I

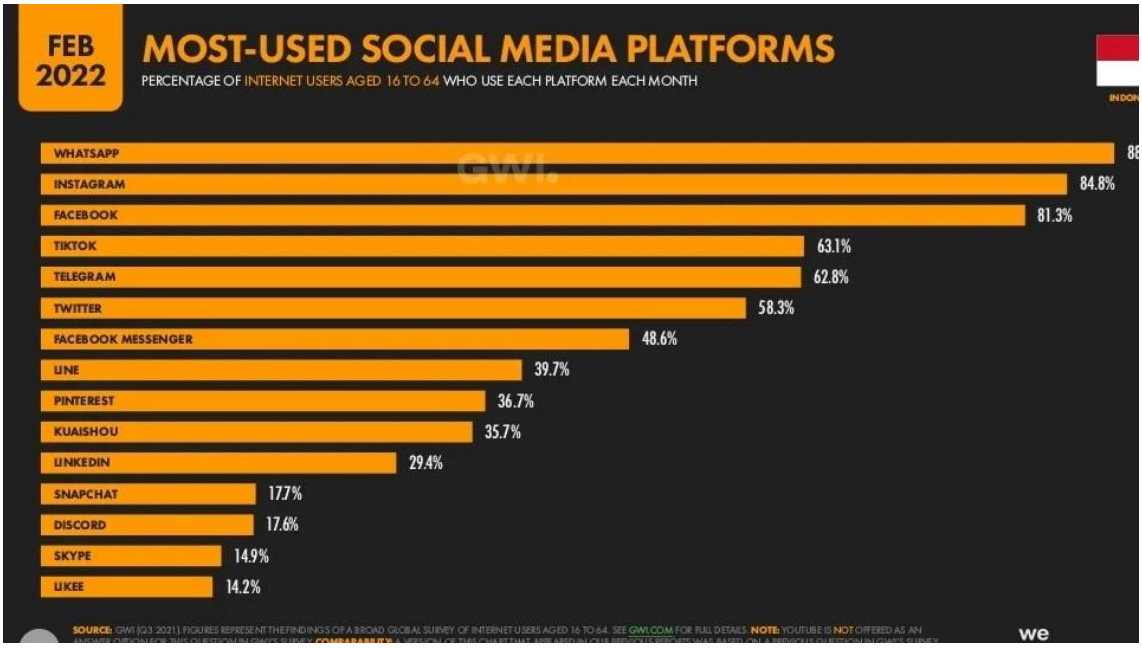
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, informasi sangat dibutuhkan oleh manusia. Mereka mencari informasi apa saja untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, terutama informasi-informasi terbaru ataupun informasi terkait bidang dan ketertarikan yang disukai. Ada berbagai macam media untuk mereka mendapatkan informasi, bisa melalui televisi, majalah, radio, dam surat kabar.

Seiring berjalannya waktu, dengan kemajuan teknologi maka munculah media baru yaitu internet dan situs media sosial seperti, Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain. Media baru dapat menghubungkan orang, kelompok ataupun perusahaan untuk saling menerima dan juga memberikan informasi yang bermanfaat. Media baru memiliki informasi yang didapatkan dan juga melakukan pilihan informasi yang diinginkan. Begitupun internet, dengan kehadiran internet membuat setiap orang dapat mencari berbagai informasi dimanapun dan kapanpun. Internet yaitu salah satu media baru menurut Ardnianto (2007:150) internet berasal dari ribuan jaringan komputer yang dapat menjangkau jutaan orang dari berbagai dunia. Maka, jelas kalau manfaat internet yaitu untuk mendapatkan berbagai informasi dan menyebarkan informasi. Salah satu perkembangan teknologi informasi yaitu media sosial (Castronovo & Huang, 2012). Media sosial merupakan media yang berbasis internet dan digunakan oleh setiap orang di dunia yang terhubung dan bisa diakses melalui smartphone ataupun komputer.

Informasi menjadi salah satu yang dibutuhkan, Lancaster (Rifai, 2016) menjelaskan bahwa terdapat dua pihak dalam siklus informasi, yaitu sumber informasi dan konsumen informasi. Sumber informasi ini digunakan untuk menyimpan dan mendistribusikan informasi, baik tercetak maupun lainnya. Sedangkan yang menggunakan informasi tersebut yaitu masyarakat yang memerlukan informasi sebagai keperluan dan juga kebutuhan. Dengan adanya media sosial sangat memudahkan proses penerimaan dan pemberian informasi. Di Indonesia tentu saja tidak lepas dari yang namanya perkembangan media sosial. Adapun data dari *We Are Social*, Instagram menjadi media sosial diurutan kedua tertinggi setelah Whatsapp.



Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia

(Sumber: https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/, diakses pada tanggal 11 November 2022)

Berdasarkan data dari *We Are Social*, Instagram adalah platform media sosial kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah WhatsApp. Instagram merupakan aplikasi yang digunakan sebagai salah satu media untuk berbagi foto dan video pada jejaring sosial, pengguna juga dapat menggunakan untuk mengambil foto maupun video dan juga memiliki fitur filter yang akan membuat foto menarik. Kevin Systom dan Mike Krieger adalah orang-orang yang merancang Instagram dan di rilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh perusahaan start up Burbn, Inc. (https://www.liputan6.com). Tetapi, di tahun 2012 Instagram resmi diakuisisi oleh Facebook. Istilah Instagram ini diambil dari kata "Instan" dan "Telegram", nama yang dibuat juga sesuai dengan tujuan dari Instagram ini, yaitu mampu mengirimkan sebuah foto maupun video dengan instan dan cepat. Maka dari itu, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi apapun dan mudah dengan adanya media sosial Instagram ini.

Instagram ini memiliki fungsi yaitu menjadi media promosi atau pun media untuk membagikan informasi mengenai beberapa hal. Contohnya seperti akun media sosial celebrities.id yang membagikan informasi seputar artis-artis, ada pun akun media sosial movreview yang membagikan informasi tentang perfilman Indonesia. Dengan penjelasan

berikut, Instagram sangat memudahkan pengguna untuk berbagi dengan para pengguna Instagram lainnya.

Adapun kutipan dari Terukuwayama yang merupakan *manager community of* Instagram, tentang keuntungan dari media sosial Instagram.

"Certainly a direct connection that is very beneficial for people from various backgrounds around the world. For example, sharing the same information and interests. In addition, this platform also allows users to know more quickly what is going on and see how people react to an image through the comments section." (https://www.esquire.co.id/)

Pada kutipan di atas, media sosial Instagram sangat memudahkan penggunanya untuk berbagi informasi dengan para pengguna lain dengan ketertarikan yang sama. Instagram juga menjadi salah satu alternatif media untuk mendapatkan suatu informasi yang diinginkan oleh para pengguna. Dengan mudahnya pengguna Instagram membagikan suatu informasi dengan para pengguna lainnya, maka munculah akun-akun yang berisi seputar infromasi dengan perkembangan minat masyarakat yang lebih spesifik seperti akun-akun @memorabiliakopi, @cupscoffeetrip dan @kopisurgawi yang kontennya berupa referensi-referensi coffeeshop di Bandung.

id	kode_provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten_kota	nama_kabupaten_kota	jumlah_cafe	satuan	tahun
20	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	0	UNIT	2014
46	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	0	UNIT	2015
73	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	14	UNIT	2016
100	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	14	UNIT	2017
127	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	41	UNIT	2018
154	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	41	UNIT	2019
181	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	50	UNIT	2020
208	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	99	UNIT	2021

Gambar 1.2 Jumlah Coffeeshop di Bandung setiap tahunnya

Sumber : Open Data Jabar

Seperti data diatas yang menunjukkan bahwa *Coffeeshop* di Bandung yang semakin bertambahnya tahun, semakin banyak orang-orang yang memiliki bisnis *Coffeeshop*. *Coffeeshop* banyak diminati oleh orang-orang karena sudah menjadi gaya hidup masyarakat terutama anak muda, asik dijadikan tempat nongkrong, *coffeeshop* juga memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi, musik-musik yang disajikan lebih kekinian, bisa sambil mengerjakan tugas maupun kerja (*Work From Home*), dan juga menu minuman kopi yang beragam (www.pergikuliner.com). Namun, terkadang masih banyak

masyarakat yang masih tidak mengetahui beberapa *Coffeeshop* yang belum dikunjungi ataupun yang baru buka. Maka dari itu, jika munculnya akun-akun instagram yang berisi referensi *Coffeeshop* yang ada di Bandung sangatlah memudahkan masyarakat untuk mencari *Coffeeshop* yang ingin dikunjungi ataupun baru.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, akun informasi yang diminati oleh masyarakat yaitu akun instagram yang menyajikan informasi yang jelas dan lengkap. Akun instagram @kopisurgawi adalah salah satu akun di media sosial instagram yang menyajikan informasi berupa referensi-referensi *Coffeeshop* di Bandung. Berbeda dengan akun-akun sejenisnya yang lain, akun ini memiliki tingkat interaksi yang lebih tinggi. Dengan kontennya yang lengkap berupa foto maupun video, followers dan likesnya pun lebih unggul, selain itu juga akun instagram @kopisurgawi sangat update dengan perkembangan *coffeeshop-coffeeshop* yang ada di Bandung. Akun instagram @kopisurgawi tidak hanya menampilkan foto dan video Coffeeshopnya saja, tetapi akun ini juga mencantumkan alamat lengkap *coffeeshop*.

Tabel 1. 1 Daftar Jumlah Pengikut Akun Instagram Informasi Referensi Coffeeshop di Bandung

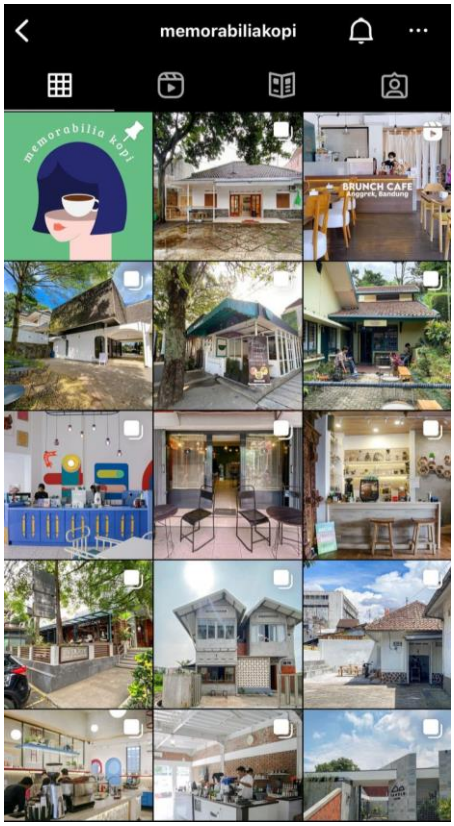
No.	Nama Akun	Jumlah *Followers*
1	@kopisurgawi	37,4 ribu *followers*
2	@memorabiliakopi	30,4 ribu *followers*
2	@cups.coffeetrip	5 ribu *followers*

Sumber : Data Olahan Peneliti (2022)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa akun instagram @kopisurgawi memiliki jumlah pengikut lebih unggul dari akun lainnya, yaitu sebanyak 37,4 ribu *followers*. Ini membuktikan bahwa banyak maysrakat yang mengetahui keberadaan akun instagram @kopisurgawi untuk mencari informasi referensi-referensi *Coffeeshop* melalui akun instagram ini. Setelah diamati kembali, akun instagram @kopisurgawi sangat menarik dan memiliki banyak *followers* karena akun ini rutin untuk membagikan informasi seputar *coffeeshop-coffeeshop* yang ada di Bandung, dengan adanya akun instagram yang berisi informasi seperti ini sangat memudahkan dan membantu masyarakat yang sedang mencari *Coffeeshop* yang diinginkan. Informasi mengenai *Coffeeshop* saat ini sangat penting karena banyak masyarakat yang membutuhkan informasi tempat bersantai seperti *Coffeeshop* untuk menghabisakan waktu kegiatannya, masyarakat membutuhkan informasi ini untuk

memenuhi kebutuhan informasi yang sesuai dengan apa yang mereka suka dan yang menarik untuk mereka, seperti *Coffeeshop*. Hal inilah yang membuat penulis ingin meneliti dan mengetahui seberapa efektif akun instagram @kopisurgawi dalam memenuhi kebutuhan informasi referensi *Coffeeshop* di Bandung. Maka dari itu, penulis akan membuat penelitian dengan judul "Efektivitas Akun Instagram @kopisurgawi Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*".

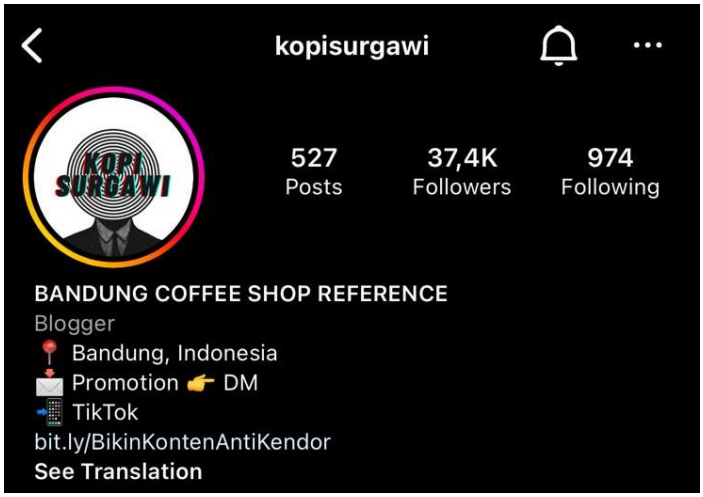
Gambar 1. 3 Perbandingan Akun Instagram @kopisurgawi dengan akun lainnya



Gambar 1. 4 Perbandingan Akun Instagram @kopisurgawi dengan akun lainnya (lanjutan)

Sumber: Instagram @kopisurgawi dan @memorabiliakopi

Gambar 1.3 dan 1.4 menunjukkan bahwa akun instagram @kopisurgawi lebih aktif menyajikan konten-konten tidak hanya foto, tetapi video juga. Hal ini yang membuat para masyarakat dapat melihat dengan jelas kondisi *Coffeeshop* yang ingin dikunjungi. Selain itu, @kopisurgawi tidak hanya memiliki satu platform, melainkan memiliki platform lain yaitu TikTok agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui akun @kopisurgawi. Inilah yang membuat *followers* akun instagram @kopisurgawi sebanyak 37,4 ribu *followers l*ebih banyak daripada akun-akun lainnya seperti @memorabiliakopi dan @cups.coffeetrip yang juga memiliki konten referensi-referensi *Coffeeshop* di Bandung.



Gambar 1. 5 Akun Instagram @kopisurgawi

Sumber: Instagram @kopisurgawi

Akun instagram @kopisurgawi aktif sejak 12 Januari 2020 ini termasuk salah satu akun yang memiliki banyak *followers* dengan menyajikan konten referensi-referensi *coffeeshop* di Bandung. Saat ini akun instagram @kopisurgawi memiliki 37,4 ribu *followers* dengan postingan sebanyak 527 postingan referensi *coffeeshop* di Bandung. Dengan adanya konten-konten yang disajikan akun instagram @kopisurgawi, serta informasi lengkap lokasi dan waktu yang dicantumkan di caption sangat membantu masyarakat.

Peneliti semakin tertarik memilih akun instagram @kopisurgawi untuk penelitian karena dapat dilihat bahwa terdapat kelebihan dari akun instagram @kopisurgawi dari akun lainnya yang sejenis. Dari ketiga akun yang menyajikan konten referensi *Coffeeshop*, akun instagram @kopisurgawi memiliki konten yang lebih menarik dan ditambah lagi informasi yang disampaikan dalam caption sangat jelas, seperti lokasi dan waktu dari *Coffeeshop*.

Adapun keunggulan dari akun instagram @kopisurgawi daripada akun-akun lainnya. Yaitu, akun instagram @kopisurgawi sering merepost story instagram promo-promo yang diadakan oleh *Coffeeshop* ataupun informasi waktu jam buka *Coffeeshop*. Akun instagram @kopisurgawi memilih media sosial instagram sebagai platform atau sarana mereka untuk menyalurkan informasi yang mereka miliki kepada masyarakat luas sebagai pemenuhan kebutuhan informasi followers nya. Seperti menurut (Martoyo, 2007) apabila ingin mencapai keefektifan yang perlu diperhatikan adalah sarana dan peralatan yang tepat untuk digunakan dan memiliki kemampuan juga untuk menggunakannya. Ketika maksimal menggunakan dan tepat maka akan menciptakan kepuasan dalam pencapaian tersebut.

Jadi, dengan seluruh penjelasan yang penulis sampaikan, penulis ingin meneliti dan mengetahui seberapa efektif akun instagram @kopisurgawi dalam memenuhi kebutuhan informasi referensi *coffeeshop* di Bandung. Maka, penulis akan membuat penelitian dengan judul "Efektifitas Akun Instagram @kopisurgawi Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*".

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang yang sudah dikemukakan, maka pada penelitian ini masalah yang diidentifikasi, yaitu: Seberapa efektif penggunaan akun instagram @kopisurgawi terhadap kebutuhan informasi *Followers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan diatas, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan akun instagram @kopisurgawi terhadap kebutuhan informasi *Followers*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, hasilnya nanti dapat berguna untuk penulis dan banyak pihak, seperti:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sangat diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan lebih luas khususnya mengenai media sosial. Dan juga, sangat diharapkan agar penelitian ini bisa menjadi sebuah rujukan bagi para peneliti selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu menjawab semua permasalahan yang diteliti, yaitu memahami seberapa efektif akun instagram @kopisurgawi dalam membagikan informasi terhadap kebutuhan informasi *Followers*. Kemudian dari penelitian ini juga bisa diketahui seberapa pentingnya peran Instagram dalam membagikan informasi kepada masyarakat.

1.5 Waktu Penelitian dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online melalui media sosial instagram @kopisurgawi. Penelitian dilakukan selama 11 bulan terhitungan dari Maret 2022 sampai Januari 2023.

Tabel 1. 2 Jadwal Pelaksaan Penelitian

No.	Aktivitas	2021-2022										2023
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Mencari informasi untuk awal penelitian											
2.	Menentukan Judul											
3.	Penyusunan prososal Bab 1-3											
4.	Desk Evaluation											
5.	Revisi dan Penyusunan Bab 4 dan 5											
6.	Sidang Skripsi											

Sumber : Data Olahan Peneliti (2022)

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian digunakan untuk memberikan gambaran hasil dari penelitian yang dilakukan, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencantumkan Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai Rangkuman Teori, Kajian Literatur, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelasan mengenai Jenis Penelitian, Metode Penelitian, Operasional Variabel dan Skala Pengukuran, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Data, Teknik Analisis Data, Uji Normalitas, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Korelasi, Uji T, Uji Koefisien Determinasi.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencantumkan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil ini berdasarkan metode dan analisis data yang sudah ditentukan pada bab 3. Dalam bab ini terdapat Karakteristik Responden, Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan menjelaskan beberapa saran yang berguna dan bermanfaat bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini. Saran ditujukan kepada teoritis dan praktis.