

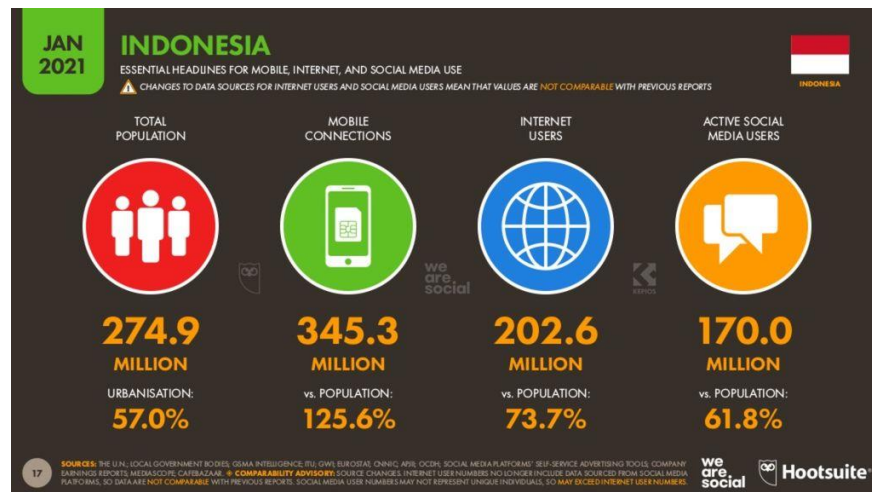
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi seperti sekarang, kehidupan manusia tidak lah terlepas dari yang namanya kemajuan teknologi. Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, kehadiran teknologi mempengaruhi pola perilaku masyarakat serta lingkungan disekitarnya juga. Salah satunya contohnya adalah internet. Internet merupakan kemajuan teknologi yang dapat menyebarkan informasi di seluruh dunia. Teknologi informasi berbasis internet yang berkembang secara pesat dapat membantu masyarakat saling terhubung tanpa batas antara satu dengan yang lainnya.

Saat ini internet menjadi salah satu bagian terpenting untuk mempermudah saat melakukan berbagai aktifitas yang dilakukan setiap individu atau masyarakat. Internet memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi dan juga dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial yang lain. Perkembangan internet di Indonesia tergolong cepat, sekarang internet telah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari bagi masyarakat di Indonesia ini.



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia

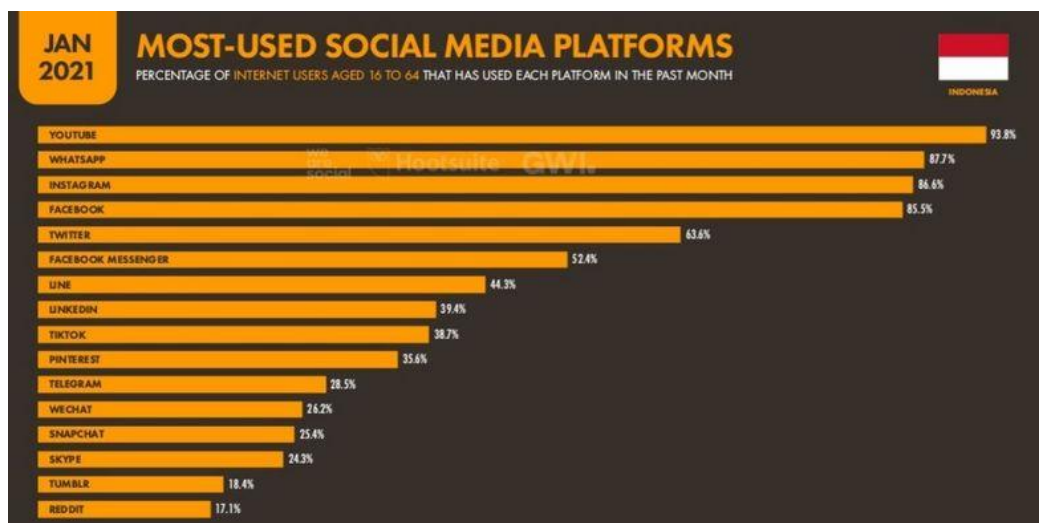
Sumber : We Are Social (2021)

Dilansir Hootsuite & We Are Social, Indonesia memiliki jumlah penduduk 274,9 juta jiwa. Dengan 202,6 juta pengguna Internet, itu berarti 73,7% masyarakat Indonesia telah berselancar di dunia maya. Jumlah perangkat mobile seluler yang

terkoneksi ada 345,3 juta perangkat yang sekaligus terhubung serta 170 juta pengguna aktif bermedia sosial.

Seiring adanya internet, maka mulai bermunculan media-media sosial diantaranya Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Line, Whats App dan lainnya. Menurut Rohmah (2020), Media sosial merupakan sebuah media daring yang mampu membuat penggunanya bisa dengan gampang berpartisipasi, mengembangkan & membuat isi blog, jejaring sosial, wiki, lembaga dan forum virtual. Blog, jejaring sosial, serta wiki ialah bentuk media sosial yang paling umum dipakai oleh orang-orang di seluruh dunia. Melalui perangkat ponsel pintar, kita sebagai pengguna dapat terhubung satu dengan yang lainnya.

Media sosial membantu kita untuk berkomunikasi secara real time atau langsung pada waktu itu dan dapat dilakukan dimana saja. Media sosial menjadi tempat untuk para pemakainya bisa berhubungan, berkomunikasi, dengan berbagai kegiatan yang lain. Masyarakat Indonesia juga sudah ramai mengakses internet dengan menggunakan beragam media sosial sebagai berikut adalah Youtube, Instagram, Line, Facebook, Twitter, dan sebagainya.



Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial Paling Banyak

Sumber : We Are Social 2021

Dari hasil survey yang sudah dilakukan telah mencatat platform jejaring sosial paling banyak digunakan di Indonesia. Bahwa Instagram menduduki posisi ketiga sebagai media sosial paling banyak digunakan di Indonesia dengan presentase 86,6%. Platform media sosial Instagram memiliki kegunaan untuk berbagai maupun

membagikan foto serta video, juga mengedit atau menggunakan filter digital ke foto dan video mereka.

Menurut Evans (dalam Arifin, 2015) media sosial memakai konsep “banyak orang” untuk memungkinkan informasi terhubung bersama. Media sosial adalah media berbasis internet yang menghubungkan orang-orang di seluruh dunia satu sama lainnya yang bisa diakses melalui komputer atau pun smartphone. Menurut Zahra & Rani (2018) Instagram adalah platform media sosial yang sekarang sangat diminati dikalangan masyarakat. Karena platform ini dirasakan memberikan manfaat yang berguna dalam menyampaikan informasi diantara banyaknya media sosial yang jadi pilihan masyarakat modern sekarang ini.

Instagram merupakan platform aplikasi untuk berbagi foto serta video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, merekam video, mencoba filter digital, dan kegiatan-kegiatan jejaring yang lain. Namun, Rina & Fauziyyah (2020) mengatakan kini Instagram tidak hanya untuk berbagi foto dan video, sekarang Instagram dapat digunakan sebagai tempat untuk berbagi berita. Dengan Instagram, masyarakat dapat menerima informasi berita tergantung pada apa yang mereka ikuti, lalu ditampilkan di timeline Instagram. Jadi masyarakat sekarang tidak harus membuka portal website berita jika ingin mendapatkan informasi, karena semua berita tersebut bisa dilihat melalui hanya cukup membuka satu platform saja yaitu instagram.

Maraknya instagram yang dapat masuk pada semua kalangan masyarakat ini dikarenakan memiliki variasi fitur yang beragam dan termasuk komplit. Selain membagikan foto dan video, fitur yang ditawarkan oleh instagram yaitu ada fitur Live, fitur Explore, fitur Direct message, dan lain sebagainya. Instagram membuat penggunanya dapat memperluas dan menambah jaringan komunikasi sebagai wadah budaya populer pada masyarakat untuk bertukar informasi mulai dari aktifitas, hobi, kesukaan dan bahkan lokasi mereka saat itu juga. Para penggunanya dapat langsung berinteraksi, berbagi konten, dan membuat konten tanpa batas ruang atau waktu. Terjadinya perubahan pola kebiasaan pada kehidupan sehari-hari masyarakat pada saat ini yang membuat Instagram menarik untuk diteliti. Dimana pada saat ini masyarakat cenderung mencari informasi melalui media sosial Instagram. Kini Instagram berevolusi menjadi media baru untuk menghasilkan sesuatu dan mendapatkan sesuatu dengan secara cepat sekaligus

mudah. Hal ini dapat dirasakan oleh mahasiswa dalam aktivitas sehari-hari untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Sebagai mahasiswa terlebih khusus mahasiswa tingkat menengah dan akhir dinilai sangat membutuhkan informasi dengan cepat dan tepat, memperoleh informasi tentang berbagai hal seperti magang, desk evaluation (DE), skripsi, tugas akhir dan lain-lain terkait informasi akademik supaya mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis tidak melewatkan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan mengenai jadwal atau langkah atau alur administrasi akademik. Pada masa pembatasan sosial saat ini yang dikarenakan pandemi virus covid-19 membuat semua universitas, tidak terkecuali Telkom University menerapkan metode pembelajaran daring. Dengan maksud mengurangi kemungkinan terjadinya kontak antara orang yang terinfeksi terinfeksi dan orang lain yang tidak terinfeksi virus sehingga bisa meminimalkan penularan penyakit, hal membuat mahasiswa tidak dapat datang langsung ke kampus untuk mendapatkan informasi perihal akademik.

Telkom University memiliki 7 fakultas yang berbeda, diantaranya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Rekayasa Industri, Fakultas Industri Kreatif, Fakultas Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Terapan, Fakultas Teknik Elektro dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Setiap fakultas memiliki aturan dan kebijakannya tersendiri terkait kebijakan akademiknya sendiri-sendiri begitu pula memilih media menyampaikan informasi akademik.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa media informasi terkait kebutuhan informasi akademik di tiap-tiap fakultas Telkom University yang memiliki media sosial Instagram hanya 5 fakultas. Atas dasar tersebut, peneliti menentukan akun instagram yang memberikan informasi akademik tentang fakultasnya secara lengkap dengan jumlah followers terbanyak. Berikut data akun instagram yang menginformasikan layanan akademik secara lengkap beserta jumlah followers-nya pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Followers dari Setiap Akun Layanan Akademik Tiap Fakultas

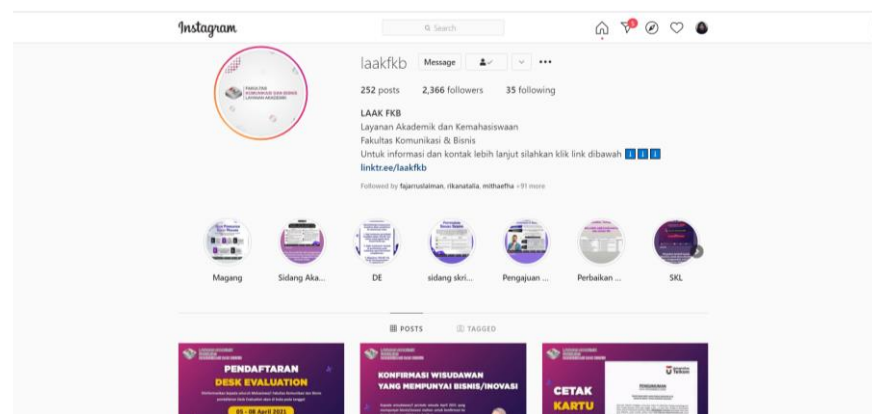
No	Nama Akun Instagram	Jumlah Followers
1	@LAAKFBK	2.366 followers
2	@LAA.FIK	1.930 followers

3	@FRIHEITS	1.861 followers
4	@KEMAHASISWAANFIT	1.373 followers
5	@LAA.FEB	1.163 followers

Sumber: Data Olahan Peneliti 2021

Dari tabel 1.1 diatas terlihat bahwa akun Instagram @LAAKFKB memiliki followers tertinggi dibandingkan dengan akun lainnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa akun @LAAKFKB lebih menarik perhatian para audiens untuk mencari informasi seputar informasi akademik. Oleh sebab itu peneliti memilih akun @LAAKFKB untuk diteliti keefektivitasannya dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik.

Akun Instagram dengan username @LAAKFKB adalah akun media sosial Instagram resmi layanan akademik dan kemahasiswaan Telkom University Fakultas Komunikasi & Bisnis. Akun Instagram ini merupakan sarana untuk menyebarkan informasi akademik berupa pengumuman jadwal pendaftaran proposal, pengumuman disertasi dan sesi akademik, pengumuman dosen pembimbing, pengumuman daftar alumni, pengumuman magang, dan hal-hal akademik lainnya



Gambar 1.3 Akun Instagram @LAAKFKB

Sumber : <https://www.instagram.com/laakfkb> diakses pada 6 April 2021

Informasi tentang akademik hanya diberikan pada Instagram @LAAKFKB membuat informasi yang di upload di Instagram harus semaksimal mungkin agar dapat dimengerti oleh followers-nya. Berikut ini adalah salah satu contoh informasi yang disampaikan melalui @LAAKFKB yang berupa gambar seperti berikut.



Gambar 1.4 Salah Satu Contoh Informasi @LAAKFKB

Sumber : <https://www.instagram.com/laakfkb> diakses pada 6 April 2021

Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University yang terdiri dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis dan Public Relations. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Administrasi bisnis dan Digital Public Relation yang tergabung pada Fakultas Komunikasi dan Bisnis di Telkom University pastinya butuh panduan untuk jadi informasi yang membantu dalam menyelesaikan studi akademiknya. Instagram @LAAKFKB ini merupakan sarana media dalam menyampaikan informasi akademik yang digunakan Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Akun Instagram @LAAKFKB menjadi media sosial berbasis internet untuk para mahasiswa memperoleh informasi akademik yang mudah, cepat dan nyaman.

Menurut Martoyo (2007), menjelaskan efektivitas adalah “suatu keadaan atau kondisi dimana tujuan dari pilihan yang ingin dicapai melalui sarana atau perlengkapan yang dipakai dibarengi dengan adanya keterampilan yang sesuai guna tercapainya hasil yang memuaskan”. Instagram merupakan perangkat atau sarana yang dipakai oleh akun @LAAKFKB untuk menyebarluaskan informasi tersebut guna memenuhi kebutuhan mahasiswa. Menurut Tubbs & Moss (2005), komunikasi yang efektif mengarah pada pemahaman, kesenangan, sikap yang berpengaruh, hubungan sosial yang baik, dan tindakan. Komunikasi efektif dalam menciptakan pemahaman. Pemahaman adalah pemahaman yang cermat tentang pesan yang dimaksudkan oleh komunikator. Dalam hal ini komunikator (penerima pesan) adalah follower dari akun Instagram @LAAKFKB. Pesan yang disampaikan berlaku ketika pengikut menerima dan memahami pesan tersebut. Pesan akun Instagram @LAAKFKB harus jelas dan ringkas agar siswa dapat dengan mudah memahaminya. Misalnya, posting-an

informasi pendaftaran DE. Posting-an ini bertujuan untuk menginformasikan kepada mahasiswa Fakultas komunikasi dan bisnis saat pendaftaran DE dilakukan dan syarat apa saja yang berlaku.

Menurut Wilson (2000) perilaku pencarian informasi sebagai sesuatu yang melibatkan alasan pribadi untuk mencari informasi, jenis informasi yang dicari serta sumber dengan informasi yang dibutuhkan sedang dicari. Kebutuhan terhadap informasi itu sendiri terdiri dari empat pendekatan menurut Guha (dalam Puspitadewi, Erwina, & Kurniasih, 2016), yaitu: pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir (Current need approach), pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat (Everyday need approach), pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap (Exhaustic need approach), dan pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan (Catching-up need approach).

Pada fenomena yang ini peneliti melihat mahasiswa aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis dimana terdiri dari tiga program studi, mahasiswa tingkat menengah dan tingkat akhir yang sudah mulai mengambil mata kuliah DE atau kerja praktek membutuhkan informasi mulai dari informasi tentang pendaftaran DE, informasi tentang magang, informasi tentang sidang skripsi, dan juga informasi tentang jadwal ujian serta pembayaran BPP mahasiswa yang terkait informasi bidang akademik dan kemahasiswaan lainnya yang perlu diperhatikan di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. Pada tahun ajaran 2022/2023 mahasiswa aktif yang dimaksud tingkat menengah dan tingkat akhir adalah angkatan 2019 dan 2020 yang lebih banyak bersinggungan dengan media sosial Instagram @LAAKFKB yang mengikuti akun dari Instagram @LAAKFKB.

Dengan berbagai penjelasan diatas, mulai dari berkembangnya penggunaan internet, penggunaan media sosial, timbulnya media sosial Instagram sebagai sarana yang sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi dan pentingnya informasi akademik bagi mahasiswa, terutama mahasiswa aktif dalam mendapatkan informasi akademik. Penulis tertarik untuk meneliti efektifitas dari akun media sosial

Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University yang di rangkum dalam judul **“Pengaruh Efektivitas Media Sosial Instagram @LAAKFKB Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Terhadap Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, terdapat inti permasalahan yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini yaitu:

1. Seberapa efektif akun instagram @LAAKFKB dalam pemenuhan kebutuhan akademi informasi akademik mahasiswa Fakultas Bomunikasi dan Bisnis?
2. Seberapa besar pengaruh dari efektivitas akun Instagram @LAAKFKB terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diharapkan penelitian ini dapat memiliki tujuan yaitu

1. Untuk mencari tahu efektivitas akun instagram @LAAKFKB dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis.
2. Untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh dari efektivitas akun Instagram @LAAKFKB terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Komunikasi dan Bisnis.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Akadeis

1. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai rujukan pada penelitian-penelitian selanjutnya mengenai kebutuhan informasi dan media sosial.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan mengenai media sosial khususnya Instagram memiliki peran selain untuk berkomunikasi, media sosial juga berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi.

3. Penelitian ini diharap dapat menjadi referensi untuk memperoleh ilmu pengetahuan tentang media sosial.

1.4.2 Aspek Praktis

1. Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat membantu mengetahui tentang informasi akademik seperti apa yang dibutuhkan oleh mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis di Telkom University. Sehingga kebutuhan informasi akan akademik dapat terpenuhi secara maksimal.
2. Dari penelitian ini kita mengetahui seberapa besar peran media sosial Instagram dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Bandung, Jawa Barat dengan cara menggunakan alat bantu kuesioner online berupa link yang diberikan kepada Mahasiswa Aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University yang terdiri dari tiga program studi yaitu Ilmu Komunikasi, Administrasi Bisnis dan Public Relations Angkatan 2019 dan 2020 yang mengikuti akun Instagram @laakfkb. Periode pelaksanaan penelitian ini yaitu pada bulan Desember 2021 hingga Desember 2022.

Tabel 1.2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Feb - Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1	BAB I, II & BAB III								
2	Desk Evaluation								
3	Penyebaran Kuisisioner Penelitian								
4	Menyusun BAB IV & BAB V								

5	Sidang Skirpsi									
---	-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti 2022