

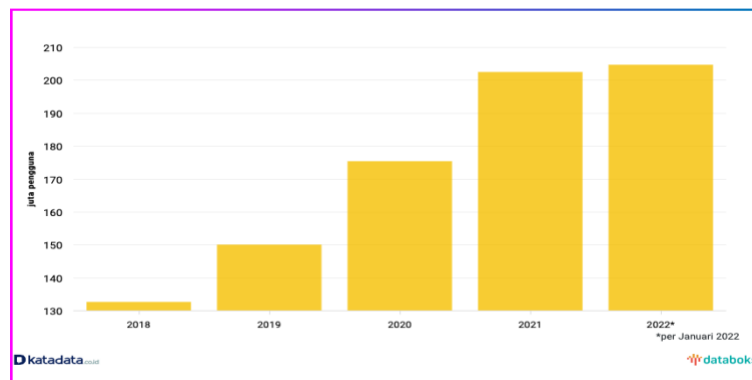
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sehubungan dengan berkembangnya IPTEK yang diikuti perkembangan digital 4.0 tentunya membawa pengaruh yang besar dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang pesat tersebut memberikan banyak kemudahan bagi manusia, khususnya pada keseharian aktivitas manusia yang menjadi lebih mudah dan efektif dari sebelumnya. Dengan pertumbuhan teknologi yang semakin canggih menimbulkan banyak inovasi baru yang salah satunya adalah internet. Hadirnya internet telah membawa banyak perubahan khususnya dalam mencari dan menyebarkan informasi. Melalui internet manusia bisa mendapatkan berbagai informasi yang dapat menghibur, memberikan edukasi, membantu proses komunikasi dan sebagai media pencarian informasi.

Dengan begitu, informasi yang didapatkan seolah tidak terbatas dan dapat memudahkan seseorang untuk mencari apa saja, kapan saja dan dimana saja. Berbeda dengan zaman dahulu yang membutuhkan waktu untuk mendapatkan sebuah informasi ataupun bertukar berita. Hal tersebut merupakan gambaran nyata dari hasil perkembangan teknologi yang memberikan efisiensi terhadap kebutuhan ruang dan waktu. Dari keunggulan yang dimiliki internet dalam membantu aktivitas manusia, maka internet dapat digunakan sebagai penunjang untuk mengakses informasi di era digital ini.

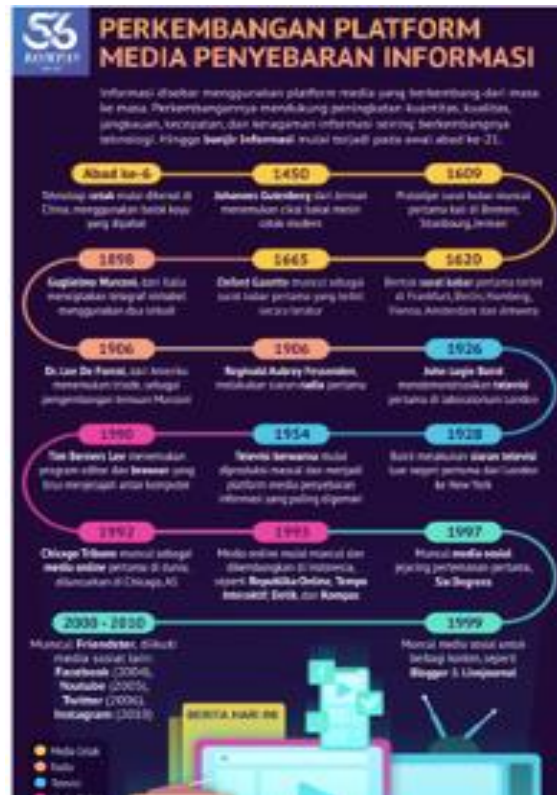


Gambar 1. 1 Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber: Databoks, 2022

Berdasarkan Gambar 1.1 yang merupakan data yang diperoleh peneliti melalui situs web resmi databoks.com, mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022 terdapat 204,7 juta pengguna internet. Dari data tersebut dapat diketahui jumlah penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 1,03% dibandingkan dengan tahun sebelumnya karena pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya sejumlah 202,6 juta. Pada Gambar 1.1 juga dapat dilihat saat tahun 2018 tingkat persentasi penggunaan internet di Indonesia baru mencapai 50% dari total penduduk. Dari Gambar 1.1 juga dapat dikatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Menurut Dessy Andamisari, S.I.Kom,M.Si Dosen Ilmu komunikasi dari Institut Stiami dalam (Nugraha, Budi 2022) mengatakan bahwa meningkatnya perkembangan pengguna dan kemajuan internet di Indonesia memiliki manfaat yang sangat besar, salah satunya dibidang informasi.

Besarnya manfaat yang dapat diperoleh dari perkembangan pengguna dan kemajuan internet di Indonesia memberi kemudahan dalam menemukan informasi. Sehingga membuat manusia mulai meninggalkan media cetak seperti koran, majalah, bahkan radio dan televisi pun sudah mulai ditinggalkan. Manusia perlahan lebih fokus pada berbagai platform yang didalamnya memiliki berbagai macam informasi yang dapat mereka gunakan dan mereka akses dengan cepat dan efisien tanpa harus menunggu jadwal pembelian koran dan majalah, menunggu jadwal penyiaran radio dan berita di media konvensional. Dilansir dari web resmi KompasMedia bahwasanya perkembangan media dalam penyebaran informasi terus berkembang seiring perkembangan zaman dan masuknya era digital 4.0 atau dimulai dari abad ke-6 dimana manusia menggunakan media cetak dalam menyebarkan informasi. Pada abad ke-20an penyebaran informasi berkembang ke media sosial melalui banyak transisi sebelumnya. (Kompas media,2022)



Gambar 1. 2 Perkembangan Media Sosial

Sumber: Kompas Media, 2022

Gambar 1.2 menjelaskan perkembangan media sosial sebagai platform dalam menyebarkan informasi. Media sosial sendiri merupakan sebuah aplikasi berbasis internet yang dapat digunakan ketika ada koneksi internet yang terhubung, sehingga siapa pun dapat terhubung melalui perangkat internet seperti *smartphone* atau perangkat lain yang serupa (Fauziyyah, 2020). Media sosial dapat dipergunakan khalayak untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara dua arah hanya dengan menggunakan koneksi internet. Melalui penggunaan media sosial khalayak bisa mendapatkan serta menerima informasi dengan mudah dan cepat karena seperti yang kita ketahui adanya media sosial menjadi wadah baru dalam memenuhi kebutuhan informasi. Hal itu dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang tentu membutuhkan informasi dan setiap orang pasti mempunyai kebutuhan informasi yang berbeda sesuai dengan hal yang khalayak butuhkan Deanawa dalam (Shazrin daniyah Khansa et al., 2021)

Melihat peluang itu, banyak perusahaan atau lembaga-lembaga yang memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran informasi yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat, seperti informasi lowongan kerja sebuah perusahaan yang dibutuhkan masyarakat maupun lowongan magang atau *internship*. Pasalnya saat ini program magang merupakan salah satu syarat kelulusan di beberapa universitas, magang juga menjadi salah satu kegiatan yang bisa menambah pengalaman mahasiswa terutama dalam dunia pekerjaan sehingga mahasiswa menjadi adaptif ketika dihadapkan dengan dunia kerja profesional. Melalui media sosial, masyarakat yang mencari lowongan pekerjaan dan mahasiswa yang mencari informasi magang tidak perlu lagi mendatangi banyak perusahaan untuk mendapatkan informasi tersebut, karena saat ini telah banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi tersebut. Selain efektif dalam segi biaya, media sosial juga efektif dalam mendapatkan *feedback* lebih cepat bagi pencari pekerjaan atau magang.

Salah satu platform yang banyak digunakan untuk mencari dan menyebarkan informasi yaitu Instagram, dari situs web resmi *GoodStats.id* menjabarkan beberapa media sosial yang paling banyak diminati di tahun 2022 ini dalam skala persentase 1-100, dimana posisi lima teratas ditempati oleh *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Telegram*.



Gambar 1. 3 Platform Media sosial Paling Banyak digunakan Orang Indonesia

Sumber: GoodStats, 2022

Berdasarkan Gambar 1.3 didapati informasi mengenai media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia, dan Instagram menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak kedua. Instagram merupakan sebuah platform yang dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh penciptanya yaitu Kevin Systrom dan Mike Kieger. Instagram merupakan sebuah platform yang berfungsi sebagai media untuk membagikan momen-momen dalam bentuk foto atau video yang dapat diunggah dengan *caption* sebagai keterangan dalam foto atau video yang diunggah tersebut. Instagram pada mulanya dijadikan sebagai media untuk membagikan foto dan video, tetapi pada saat ini khalayak menggunakan Instagram untuk membagikan berita dan menyebarkan informasi. Melalui Instagram, khalayak tidak perlu bersusah-susah mencari informasi seperti saat menggunakan website karena khalayak harus membuka laman yang menuju ke halaman website.

Dengan adanya Instagram semua informasi sudah dikemas kedalam satu wadah. Keuntungan lainnya dari Instagram adalah para pengguna Instagram dapat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan mereka atau sesuai dengan informasi apa yang mereka inginkan saat itu. Instagram juga memudahkan para pengguna bukan hanya untuk memperoleh informasi tetapi pengguna juga dapat membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Misalnya, jika pengguna ingin mengetahui informasi mengenai berita yang sedang viral maka dapat mengikuti akun Instagram yang menginfokan mengenai destinasi wisata tersebut, jika pengguna ingin mengetahui informasi seputar berita terkini maka pengguna dapat mengikuti akun instagram yang menginfokan berita atau informasi terkini.

Pada platform Instagram ini, pengguna dapat membagikan dan menyebarkan informasi dengan mengunggah postingan dalam bentuk gambar atau video yang dikemas kedalam suatu konten yang menarik. Menurut Cangara dalam (Junaidi & Ricko, 2019) menyebutkan bahwa dalam platform digital hal yang paling penting ialah formulasi dari konten-konten mengenai pesan yang akan disampaikan kepada pengguna platform digital.

Dari kutipan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa pada media sosial, konten memiliki peranan penting dalam komunikasi karena melalui konten dapat diketahui apakah sebuah pesan atau informasi yang disampaikan bisa diterima dengan baik atau tidak bagi pengguna media sosial. Dengan begitu konten yang dibagikan harus memuat informasi yang jelas, berkualitas dan bermanfaat agar para pengguna media sosial dapat memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Halvorson dalam (Junaidi & Ricko, 2019) Dengan adanya konten di media sosial juga terdapat beberapa lembaga ataupun perusahaan yang bersaing untuk membuat konten-konten sebagai media penyebaran informasi yang menarik dengan tujuan memenuhi kebutuhan informasi para pengguna media sosial karena konten yang dibagikan di media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap akun di media sosial itu sendiri.

Berikut merupakan tabel yang berisi beberapa perusahaan yang memanfaatkan akun media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi terkait program magang yang diadakan oleh perusahaan tersebut:

Tabel 1. 1 Akun Instagram Penyebaran Informasi Magang

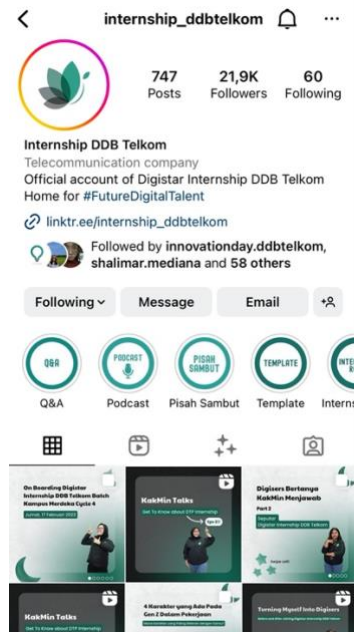
NO	Nama Perusahaan	Nama Instagram	Followers	Feeds	Sejak
1.	Telkom Indonesia	@internship_ddbtelkom	21,9k	689	2018
2.	PT. Pameo Solusi Indonesia	@qameo.pameo	930	164	2021
3.	Vidio.com	@karenakitavideo	1.985	321	2019
4.	Trans Vision	@careertransvision	1201	84	2022
5.	Ruang Guru	@lifeatruangguru	26,5k	428	2019

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Melalui Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa akun instagram @internship_ddbtkom lebih aktif dalam melakukan penyebaran informasi karena memiliki jumlah unggahan atau *feeds* terbanyak dibandingkan dengan akun lainnya. Adapun banyaknya unggahan yaitu sebanyak 684 unggahan. Selain itu berdasarkan observasi peneliti, dari beberapa Instagram perusahaan di atas hanya @internship_ddbtkom yang menyebarkan konten secara konsisten di media sosial Instagram. Konsistensi disini merujuk pada jumlah unggahan, Instagram @internship_ddbtkom ini mempublikasikan lima unggahan setiap minggunya serta isi konten yang disebarkan mengenai seputar pendaftaran magang, tips dalam membuat CV, keterangan *role job* magang, dan lain sebagainya. Konten-konten seperti inilah yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa.

Dengan tetap menjaga konsistensi dalam mempublikasikan unggahan dari suatu akun Instagram, maka akan memberi kepercayaan dan memiliki daya tarik dimata audiens. Selain memberikan konten informatif seputar dunia magang, akun instagram @internship_ddbtkom pun kerap kali memberikan konten menarik seputar pengembangan diri bagi para penggunanya untuk bekal masuk ke dunia kerja. Dengan adanya program ini, tentu menjadi keunggulan bagi akun Instagram @internship_ddbtkom dibandingkan akun akun lainnya. Sebab, tidak semua akun yang secara khusus memberikan informasi terkait magang untuk para penggunanya.

Dalam kesempatan ini, salah satu perusahaan BUMN yaitu Telkom Indonesia khususnya departemen *Direktorat Digital Business* memanfaatkan platform Instagram sebagai platform untuk menyebarkan informasi seputar Magang atau Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Telkom Indonesia khususnya departemen *Direktorat Digital Business* membuat akun instagram khusus yang diberi nama @internship_ddbtkom sebagai *username* atau nama pengguna yang terdaftar di Instagram.



Gambar 1. 4 Profile Akun Instagram @Internship_ddbtkom

Sumber: Instagram DDB Telkom, 2022

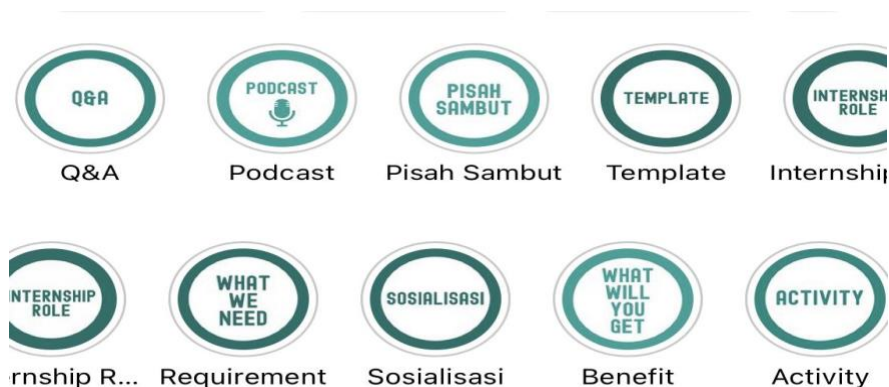
Gambar 1.4 merupakan profil dari akun Instagram @internship_ddbtkom yang merupakan akun resmi dari program internship DDB Telkom yang berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi seputar Internship DDB Telkom. Akun instagram tersebut mulai aktif pada tahun 2018, terhitung pada tanggal 28 Oktober 2022 akun ini memiliki 747 *posting-an*, 9 *highlight*, 60 *following*, dan jumlah *followers* dari akun @internship_ddbtkom ini mencapai 21.900 *followers*. Akun @internship_ddbtkom ini berisikan konten media sosial dengan format foto dan video yang memaparkan mengenai informasi, berita, event, aktivitas serta segala kegiatan program internship di DDB Telkom Indonesia. Informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @internship_ddbtkom sangat informatif dan menarik sehingga pengguna Instagram yang lainnya dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi dengan cepat melalui akun Instagram tersebut.



Gambar 1. 5 Konten Instagram @Internship_ddbtkom

Sumber: Instagram DDB Telkom, 2022

Berdasarkan gambar 1.5 diatas, pengemasan informasi magang pada instagram @internship_ddbtkom dibuat dalam bentuk yang bervariasi yakni dalam bentuk desain grafis. Adapun format lain seperti video animasi, foto dan video terdapat pada postingan lainnya yang memanfaatkan fitur Instagram yang tersedia untuk mengoptimalkan penyebaran informasi seperti, Instagram Story, Live Instagram, Sorotan Unggahan, serta Reels Video. Dengan adanya akun Instagram ini, mahasiswa dapat dengan mudah mengetahui berbagai informasi Magang atau Praktik Kerja Lapangan (PKL). Pada Instagram @internship_ddtelkom juga memberikan *tips and trick* yang berhubungan dengan dunia kerja, mulai dari info webinar, cara membuat CV yang menarik serta informasi lainnya.



Gambar 1. 6 *Highlight* Akun Instagram @Internship_ddbtkom

Sumber: Instagram DDB Telkom, 2022

Gambar 1.6 merupakan beberapa *highlight* yang ada di akun @internship_ddbtkom yang membuat beberapa bagian konten informasi yang telah diunggah sebelumnya dapat dilihat dalam jangka waktu lebih lama. Fitur *highlight* ini berguna sebagai arsipan postingan dalam menyimpan dan menyatukan postingan *InstaStory* yang telah diunggah dan sudah hilang sebelumnya karena fitur *InstaStory* hanya berlaku selama 24 jam. Dengan begitu, jika ada mahasiswa yang terlewat dan belum melihat postingan yang dibagikan, mahasiswa tersebut masih dapat melihat konten yang sudah hilang di bagian *highlight*.

Selain media sosial Instagram, Internship DDB Telkom memiliki platform media sosial lainnya seperti Youtube, *Website*, dan *Whats App*. Namun instagram menjadi media sosial utama yang menjadi platform mahasiswa dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai program magang DDB Telkom Indonesia. Hal tersebut dapat dikatakan begitu karena DDB Telkom Indonesia memilih instagram menjadi media penyebaran informasi terkini karena melihat dari karakteristik fitur yang dimiliki instagram lebih efektif untuk menyebarkan informasi mengenai program *internship* melalui konten-konten media yang dibuat dalam berbagai format.

Berdasarkan program *internship* yang dimiliki oleh DDB Telkom yang dimuat dalam konten media sosial tersebut juga menginformasikan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh DDB Telkom Indonesia diantaranya peserta magang dapat mendapat sertifikat magang BUMN, mendapatkan uang saku setiap bulannya, mendapatkan fasilitas dari kantor yang dapat menunjang kegiatan magang dan masih banyak lagi. Pada program magang *internship* DDB Telkom ini berlangsung selama 5-6 bulan dan juga dapat diperpanjang hingga satu tahun. dengan perpanjangan periode magang tersebut memberikan peluang bagi peserta magang untuk mendapatkan posisi sebagai tenaga kerja pendukung atau karyawan tetap pada perusahaan Telkom Indonesia. Keunggulan lain dari program magang yang dimiliki oleh Telkom Indonesia khususnya DDB Telkom yakni memiliki program khusus yang mewadahi para alumni *internship* sebagai komunitas yang dapat melanjutkan program kerjanya jika mereka ingin melanjutkan di perusahaan yang

sama sehingga ini merupakan sebuah permulaan jenjang karir yang baik bagi para *internship participant*.

Dari hasil observasi peneliti pada analisis konten media sosial yang diproduksi oleh instagram DDB Telkom membuat peneliti mengetahui bahwa DDB Telkom Indonesia memiliki keunggulan baik dari program magang yang dimiliki maupun dari segi pengemasan konten media sosialnya yang bervariasi. Sehingga tidak hanya membuat para pencari program magang tertarik tetapi juga dapat memperoleh informasi seputar dunia kerja dengan cara yang lebih interaktif jika dibandingkan dengan beberapa akun instagram yang hanya menyediakan informasi seputar lowongan magang saja tanpa memberi informasi lainnya seperti tips dan trik yang sudah dipaparkan sebelumnya.

Terdapat penelitian yang cukup relevan dengan penelitian ini, yaitu penelitian Helen dan Farid Rusdi dengan judul penelitian Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @jktinfo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Pada penelitian ini diperoleh hasil persamaan regresi linear $Y = 0.564 + 0.880X$ dengan nilai signifikan (sig.) sebesar 0.000, yang berarti penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*nya.

Selanjutnya, yaitu penelitian yang diteliti oleh Natasya Puspita Sari dan Nofha Rina dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @laakfkb terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten media sosial Instagram @laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa akhir FKB. Hasil penelitian berdasarkan teknik analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa konten media sosial Instagram @laakfkb berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa akhir FKB. Konten media sosial (X) memberikan pengaruh sebesar 54,9% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) mahasiswa akhir FKB, sedangkan sisanya sebesar 45,1% merupakan pengaruh dari faktor lain yakni adanya grup diskusi LAAK FKB di media sosial Telegram.

Berdasarkan observasi peneliti terkait fenomena yang terjadi saat ini, observasi mengenai subjek dan objek penelitian dan referensi beberapa penelitian yang didapatkan, peneliti tertarik untuk menjadikan instagram @internship_ddbtelkom sebagai objek penelitian untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari konten yang diunggah di Instagram @internship_ddbtelkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di Kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, peneliti mengidentifikasi lebih lanjut masalah yang akan diteliti yaitu “Seberapa besar pengaruh konten media sosial Instagram @internship_ddbtelkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur, seberapa besar pengaruh konten media sosial Instagram @internship_ddbtelkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan lebih mengenai penggunaan media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat memperluas dan melebar mengenai konsep dan teori dalam hal pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi khalayak.

2) Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan masukan dan juga cerminan untuk media sosial @internship_ddbtelkom untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten

yang diunggah terhadap kebutuhan mahasiswa mengenai informasi magang Telkom Indonesia khususnya departemen Direktorat Digital Business.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan	Tahun 2022			Tahun 2023		
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Pengajuan Topik, Pra-penelitian dan mencari data sekunder						
2.	Penyusunan Proposal BAB 1-3						
3.	Desk Evaluation						
4.	Revisi Desk Evaluation						
5.	Pengerjaan bab 4-5						
6.	Sidang skripsi						

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan priode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang berisi mengenai Landasan Teori, tentang pengertian teori komunikasi, teori Uses and gratification, teori new media, kebutuhan informasi, pengertian media sosial, pengertian instagram, pengertian konten media sosial dan penelitian terdahulu. Kemudian melalui konsep tersebut akan dibuat rumusan hipotesis dan akhirnya tercipta sebuah kerangka penelitian teoritis yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab yang berisikan mengenai pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan variabel penelitian, skala pengukuran variabel, teknik pengambilan data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi analisis data dan pembahasan. Bab ini berisi hasil analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini memuat kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terkait.