BAB I

PENDAHULUAN

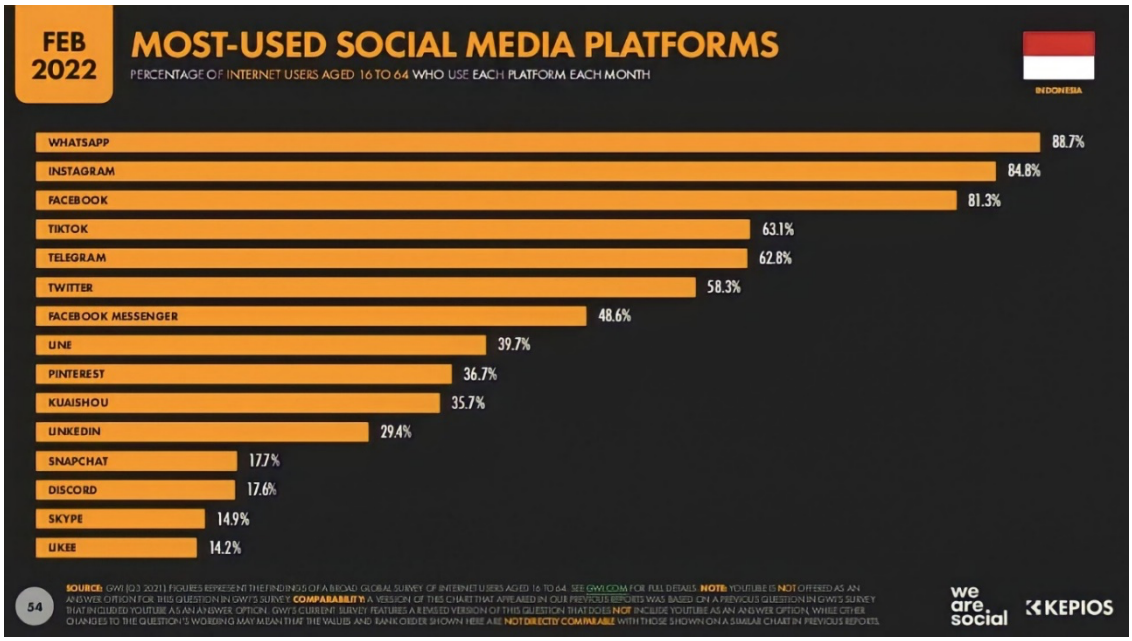
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi pada zaman ini dengan segala kemajuannya mulai terlibat dalam berbagai sektor seperti pendidikan, komunikasi, bisnis, penelitian, informasi, kesehatan, dan bidang lainnya. Teknologi yang perlu digaris bawahi dalam perkembangan digitalisasi yang paling utama yaitu bidang informasi dalam berkomunikasi. Komunikasi diartikan sebagai pertukaran pesan dalam bentuk gambar, suara, teks audio, vidio, berkas dan sebagainya yang dapat difungsikan secara efisien melalui perantara teknologi internet dan Web. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari kesesuaian pesan atau informasi yang diperoleh dari komunikator mempunyai arti yang sama dengan pesan yang didapat oleh komunikan (Tubbs & Moss, 2005). Sebagai pengguna media sosial aktif terlihat jelas di mana setiap orang dapat berkomunikasi dan menyebarkan informasi dengan mudah.

Salah satu bentuk dari adanya perkembangan media sosial adalah dari segini teknologi informasi yang berkembang (Castronovo & Huang, 2012). Media sosial merupakan media di mana terjadinya interaksi sosial, yaitu rangkaian pertukaran pesan secara berkelanjutan tanpa adanya batas komunikasi (Kaplan dan Haenlein 2010:56-57). Sedangkan pada buku Van Dijk (2013) dalam Nasrullah 2016, mengartikan media sosial sebagai media yang menekankan pada eksistensi pengguna dengan memberikan keleluasaan dalam berbagai media daring yang mempererat hubungan antara pengguna hingga suatu hubungan sosial. Dari beberapa pernyataan para ahli yang mendefinisikan media sosial, dapat diartikan media sosial adalah suatu media yang didinamiskan oleh adanya internet di mana memungkinkan pengguna untuk mengekspos diri, berinteraksi, berkolaborasi, atau membentuk suatu hubungan sosial dengan pengguna lain secara daring.

Jangakuan yang sangat besar dapat dikategorikan menjadi jejaring sosial (Whatsapp, facebook, Instagram), wiki, media (google meet, flicker, youtube) dan *social bookmarking* (Nasrullah, 2015). Indonesia merupakan salah satu negara yang tak terlepas dari kemajuan media sosial. Survei yang dilaksanakan oleh We are Social & Hootsuit (2022), Instagram di Indonesia merupakan media sosial yang berkembang

pesat dengan pencapaian jumlah pengguna terbanyak kedua setelah Whatsapp (We are Social & Hootsuit, 2022).



Gambar 1. 1 Penggunakan Media Sosial yang Paling Banyak di Indonesia

Sumber: (https://www.hootsuite.com/ , 2022)

Berdasarkan survey oleh we are social and hootsuit dapat menunjukkan bahwa Indonesia pengguna aktif Instagram menduduki persentase 84,8% pada tahun 2022 dari seluruh jumlah populasi. Data tersebut menunjukkan Instagram menjadi media sosial yang sangat banyak dan aktif pengguna dalam melakukan interaksi di dunia maya antar masyarakat Indonesia.

Dilansir dari berita daring kumparan.com, Instagram diluncurkan perusahaan Burbn, Inc. bermula dimana Instagram hanya di fokuskan pada pembagian foto maupun video hingga melakukan sejumlah komentar. Namun seiring perkembangan teknologi pemanfaatan Instagram memberikan fitur – fitur tambahan yang menarik. Di tahun 2018 Instagram secara resmi mengklaim bahwasanya pengguna Instagram di dunia telah mencapai angka satu miliar. Selain itu pada tahun 2021, Instagram kembali melahirkan fitur teranyar yaitu reels. Dapat dikatakan reels dalam pemanfaaatannya hampir sama dengan media sosial Tiktok yang dimanfaatkan untuk berbagi konten berisi video pendek yang cukup dengan *swipe up* untuk melihat konten dari *creator* lainnya.

Kehadiran Instagram di tengah masyarakat, kini untuk mendapatkan sebuah informasi tidak diperlukan waktu menunggu yang lama, seperti dengan menonton

televisi, mengakses portal berita daring, hingga membaca surat kabar atau koran. Karena melalui Instagram masyarakat dapat mendapatkan informasi secara cepat dan akurat yang dapat dikendalikan oleh pengguna agar mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan. Pengguna memberikan kemudahan dalam mengakses sejumlah informasi yang dibutuhkan, hal ini didukung dengan adanya salah satu fitur Instagram yaitu tombol *follow* atau ikuti akun Instagram yang dinilai memberikan informasi yang dibutuhkan. Karena kebutuhan seseorang memiliki tujuan yang beragam. Hal ini membuktikan bahwa Instagram dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman seseorang.

Wilson membenarkan bahwa salah satu kebutuhan terbesar seseorang yaitu dalam mengisi kebutuhan kognitifnya. Kebutuhan kognitif menurut Wilson berkaitan dengan tujuan seseorang sebagai *need to fine order and meaning in the environment* demi mengumpulkan pemahaman, pengetahuan dan informasi (Eeva-Liisa :1998). Sebagaimana yang diketahui, kebutuhan setiap individu memiliki tujuan yang berbeda-beda. Dapat dikatakan, seseorang memiliki latar belakang, lingkungan dan pengalaman yang berbeda-beda. Hal ini berpengaruh kepada pemilihan penggunaan akan sebuah media serta informasi yang dibutuhkan. Instagram dapat menjadi sumber dan saluran informasi yang menjembatani seseorang dalam media kognisi sehingga dapat mengatasi kesenjangan dalam diri yang diakibatkan oleh kurangnya informasi. Dalam situasi dan kondisi yang dialami seorang individu menjadi latar belakang timbulnya suatu kebutuhan informasi yang sesuai dengan konteks dimana orang itu berada. Seperti apabila pengguna ingin mencari informasi seputar wisata, pengguna cukup mengikuti akun yang fokus membahas hal terkait. Selain itu, apabila ingin mencari informasi seputar dunia olahraga, kuliner, politik, berita, bahkan *entertainment* pengguna dapat mengikuti akun-akun terkait untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mereka inginkan.

Dewasa ini masyarakat dalam mencari informasi lebih mengandalkan media sosial karena kecepatan penyebarannya serta mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Dilansir dari portal daring Databoks bahwa 73% masyarakat memperoleh informasi dari media sosial. Dari semua kegiatan dunia maya yang ada pada media sosial, seiring berjalannya waktu pemanfaatan Instagram mengalami perkembangan seperti menjadi media penyebaran informasi yang dinilai cukup efektif. Karena adanya kemudahan-kemudahan yang disediakan oleh fitur Instagram maka mudah pula untuk

setiap informasi itu diterima oleh khalayak. Selain itu Instagram dianggap sebagai media sosial yang memiliki potensi luar biasa dan menjanjikan. Oleh sebab itu tak sedikit individu, organisasi, perusahaan, pemerintahan, hingga institusi akademik dari seluruh dunia telah memanfaatkan Instagram untuk media penyebaran informasi yang relevan serta dapat dikonsumsi dengan cepat dan mudah. Instagram juga memudahkan seseorang untuk mencari informasi mengenai suatu daerah atau kota seperti kulinernya, keadaan lalu lintas, kebijakan pemerintah daerah tersebut, tempat wisata, hingga fenomena yang tercipta di masyarakat. Pada setiap wilayah hampir memiliki akun Instagram teramsuk kota Tasimalaya dalam menyebarkan informasi.

Dilansir dalam media online Republika.co.id menyatakan pemerintah akan melaukan antisipasi berita yang palsu atau hoax yang beredar di media online yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo Tasikmalaya). Hal yang paling utama adalah berita yang mengandung unsur konflik yang terjadi pada tingkat lokal di Tasimalaya. Adanya penyebaran informasi melalui media sosial memudahkan pemerintah untuk menyampaikan berbagi program maupun potensi daerah yang ada di Kota Tasikmalaya. Kota Tasikmalaya yang memiliki potensi wisata kuliner menjadi salah satu yang dapat dipublikasi kepada maysrakat agar lebih dikenal luas dengan menggunakan media sebagai ruang public secara online. Oleh karena itu Kemunculan beberapa akun informasi Instagram di Kota Tasikmalaya yang berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan informasi pada saat ini.

Tasikmalaya memiliki julukan sebagai "Sang Mutiara dari Priangan Timur" Di antara Kabupaten Ciamis, Pangandaran, Sumedang, dan Garut di Provinsi Jawa Barat bagian selatan merupakan yang terbesar dan berperan sebagai kota terpenting. Tasikmalaya saat ini berkembang menjadi negara yang lebih canggih. Sebagaimana Tasikmalaya juga mempunyai prestasi seperti mendapatkan penghargaan Plakat Adipura oleh Mentri Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI. Selain itu Tasikmalaya juga mendapatkan apresiasi langsung dari gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil dari lompatan yang dialami oleh Tasikmalaya mengenai keberhasilan dalam menentaskan kemiskinan serta perkembangan teknologi digital sebagai suatu kebutuhan. Masyarakat Tasikmalaya melek akan teknologi, oleh karena itu informasi dengan mudah didapatkan dengan adanya media sosial. Kota Tasikmalaya memiliki banyak akun informatif yang memiliki pengikut terbanyak, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Follower Dari Setiap Data Akun Informasi Kota Tasikmalaya

No.	Nama Akun Instagram	Jumlah Followers
1.	@infotasik	127.353
2.	@exploretasikmalaya	86.280
3.	@tasiknet	61.637
4.	@seputartasik	24.711
5.	@tasiknews	16.610

Sumber: Data olahan peneliti (Juli 2023)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwasanya akun Instagram @infotasik merupakan akun dengan *followers* terbanyak dibandingkan dengan akun lain yaitu mencapai 127.353 f*ollowers.* Hal ini membuktikan bahwa akun @infotasik lebih menarik minat untuk mencari dan menggali informasi melalui akun @infotasik.

Gambar 1. 2 Profil Instagram @infotasik

Sumber: Instagram @infotasik (2023)

Akun Instagram @infotasik berada dibawah naungan PT. Kreasi Orang Muda atau lebih dikenal dengan nama Kreasi X. @infotasik ini merupakan suatu media yang menyediakan informasi dan juga berita dengan memanfaatkan Instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti, akun Instagram @infotasik menjadi sangat populer bagi karena rutin menyampaikan informasi bermanfaat yang berkaitan dengan bencana, info, kejadian yang terjadi di Kota Tasikmalaya. Selain itu pengunaan Bahasa ataupun cara

yang digunakan dalam penyampaian informasinya memiliki gaya yang santai dan bebas. Oleh karena itu *followers* bisa lebih mudah memahami informasi yang disuguhkan dibandingkan dengan bahasa yang baku dan formal yang terkadang dapat mengundang berbagai makna atau bahkan sulit dimengerti. Hal ini tentunya sangat bermanfaat dan membantu *followers* dalam memperoleh informasi. Berikut tangkapan layar postingan @infotasik:

Gambar 1. 3 Konten Instagram Story @infotasik

Sumber: Instagram @infotasik (2022)

Gambar 1. 4 Postingan Instagram @infotasik

Sumber: Instagram @infotasik (2022)

Berdasarkan gambar 1. 3. dan 1. 4. secara gamblang memperlihatkan akun Instagram @infotasik menyebarkan informasi yang penting seperti informasi edaran dari polres Tasikmalaya mengenai rencana penutupan dan pengalihan arus lalu lintas yang terletak di pusat Kota Tasikmalaya dan juga akses jalan yang rusak atau terputus sehingga sasaran dapat menghindari jalan tersebut. Selain itu, akun Instagram @infotasik juga memberikan informasi tentang kuliner dan destinasi wisata. Mengingat Kota Tasikmalaya memiliki banyak tempat wisata yang wajib dikunjungi namun belum banyak diketahui oleh masyarakat. Informasi yang mereka bagikan juga sering kali berasal dari pengikut akun Instagram @infotasik dengan merepost *instastory* mereka, sehingga sesama pengikut dapat saling bertukar informasi.

Hasil pra-riset yang dilakukan peneliti dalam bentuk observasi bahwa motivasi awal terciptanya akun @infotasik yakni ingin mengumpulkan informasi demi memenuhi kebutuhan informasi followers @infotasik yang berasal dari Tasikmalaya maupun orang asing yang membutuhkan informasi seputar Tasikmalaya, karena melihat minimnya informasi yang diperoleh melalui media informasi lainnya. Seperti yang telah diketahui akun Instagram @infotasik memiliki jumlah pengikut terbanyak

dibandingkan dengan akun-akun Instagram di bidang informasi di Tasikmalaya lainnya. Jumlah followers yang tinggi menunjukan adanya pengaruh sosial karena menjangkau masyarakat yang cukup luas. Selain mendapatkan informasi, audiens dapat termotivasi dalam mendapatkan peluang usaha dari konten akun tersebut seperti event, kuliner, maupun tempat wisata. Sehingga para pelaku usaha dapat bekerjasama dengan @infotasik dalam memasarkan usahanya untuk meraih pasar yang lebih luas. Kemudian daripada itu penyebaran informasi melalui Instagram tidak hanya sebatas menyebarkan namun sebagai *followers* dapat ikut andir dalam memberikan saran, komentar, maupun kritik terhadap informasi yang diberikan oleh akun @infotasik.

Kebutuhan *followers* @infotasik terhadap pemenuhan informasi melalui akun Instagram @infotasik ini menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian terkait hal tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menyadari pentingnya melakukan penelitian yang berkaitan dengan efektivitas akun Instagram @infotasik dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers* dengan tujuan untuk mengetahui efektivitas serta memaksimalkan potensi akun @infotasik yang merupakan media penyedia informasi dengan jumlah followers terbanyak dikalangan masyarakat Tasikmalaya, serta mengingat saat ini belum ada penelitian berkaitan dengan objek tersebut. Selain itu, latar belakang peneliti yang lahir dan dibesarkan di Kota Tasikmalaya diharapkan dapat memudahkan peneliti karena telah memahami dan menjadi bagian dari masyarakat Kota Tasikmalaya.

Efektivitas merupakan hasil yang dicapai berupa efek atau pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan kepada sasaran yang menerimanya. Dalam hal ini akun Instagram @infotasik menjadikan platform Instagram sebagai sarana dalam membagikan informasi untuk memnuhi kebutuhan informasi *followers*. Kemudian komunikasi yang efektif akan menghasilkan pemahaman dan pengaruh baik tentang apa yang dipahami dengan cermat oleh komunikan. Seperti halnya menurut Tubbs & Moss (2005) jika komunikator dan komunika memiliki pemahaman yang sama maka komunikasi tersebut dapat dianggap efektif yang dapat memberikan kesenangan, dapat mempengaruhi sikap dan perilaku, serta hubungan antar individu yang semakin baik. Dalam hal ini, koresponden (penerima pesan) adalah pengikut akun Instagram @infotasik. Jika pengikut akun Instagram @infotasik dapat menerima dengan baik dan mengerti dari penyampaian pesan yang dipahami, maka pesan yang dikomunikasikan dikatakan efektif.

Berdasarkan jurnal dengan judul *"The Use of Social Media in Searching for Information About Papua"*, menunjukan media sosial berguna dalam menemukan berbagai informasi seputar Papua. Dengan kondisi demikian, maka apa yang menjadi motivasi dari pengguna sebagai media aktif di sosial media dalam mencari informasi maupun berita berdasarkan kondisi yang terjadi. media sosial selain menjadi sumber pencari informasi, media dapat mempermudah bagi pengguna sebagai pemenunjang kebutuhan. Salah satu penelitian yang berjudul "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori *Uses and Gratification*" juga menjelaskan pemahaman yang berkaiatan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna dari media sosial. Berdasarkan konteks tipologi yang terjadi antara media dengan pengguna perlu melakukan suatu analisis lebih dalam dan rinci yang berkaitan dengan teori user and grafication agar lebih jelas.

Platform Instagram menjadi pilihan utama para pengguna media sosial dalam upaya memenuhi informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan analisis yang menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan lebih jelas dan terperinci. Hal tersebut membuat media sosial Instagram memiliki pandangan yang efektif dalam memperoleh berita atau informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Efektivitas Konten Instagram @infotasik Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers*"

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka pada penelitian ini ini masalah. Yang diidentifikasi yaitu, "bagaimana efektivitas konten akun Instagram @infotasik dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers?*

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa efektif penggunaan akun Instagram @infotasik terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat serta kegunaan penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmu yang bermanfaat terkait dengan pemanfaatan media sosial khususnya Instagram.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber literatur bagi mahasiswa yang bergelut di bidang komunikasi public dalam ranah pemanfaatan media sosial, terkait pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan menambah pengetahuan penulis dalam menganalisis serta memahami tata cara penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta gambaran bagi pihak @infotasik dalam mengembangkan serta memanfaatkan penggunaan Instagram sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers* dengan menggunakan fitur yang ada.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2 Tabel Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Pendahuluan											
2	Pemilihan Tema dan Judul											
3	BAB I, II, dan III											
4	Seminar Proposal											
5	Pengumpulan Data											
6	Pengolahan Data											
7	BAB IV											
8	BAB V											
9	Pengajuan Sidang											
10	Sidang Akhir											

Sumber: Olahan Peneliti (2023)