

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan internet di masyarakat membawa peran besar dalam kehidupan sehari-hari. Kini, internet semakin menyebar luas dan mudah untuk diakses oleh masyarakat dunia, khususnya di Indonesia. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta pengguna. Meningkat dari hasil survei pada tahun 2017 dengan jumlah 143.26 juta pengguna. Jumlah tersebut melampaui setengah dari total penduduk di Indonesia, yaitu sekitar 64.8%. Sedangkan untuk pemanfaatannya masih didominasi oleh media sosial dengan persentase 19,1%, yang dikuasai Facebook pada peringkat pertama yang diikuti oleh Instagram (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018).

Survei serupa yang dilakukan oleh WeAreSocial dalam Simon Kemp (Kemp, 2020), yang menyebutkan pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 175.5 juta pengguna. Jumlah tersebut meningkat sekitar 17% antara tahun 2019 hingga 2020. Pada survei yang sama ditemukan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 160 juta orang.

Gambar 1.1. Diagram Penetrasi Pengguna Internet dan Social media 2020



Sumber : Datareportal.com

Kotler & Keller (2012, p. 568) mendefinisikan media sosial sebagai media yang digunakan untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video kepada orang lain. Media sosial dapat menjadi komunikasi dua arah yang menghubungkan antar individu dan kelompok. Media sosial juga dapat menimbulkan *user-generated content*, di mana pengguna dapat menciptakan serta menyebarkan kontennya kepada pengguna lain secara luas (Kaplan & Haenlien, 2010, p. 61).

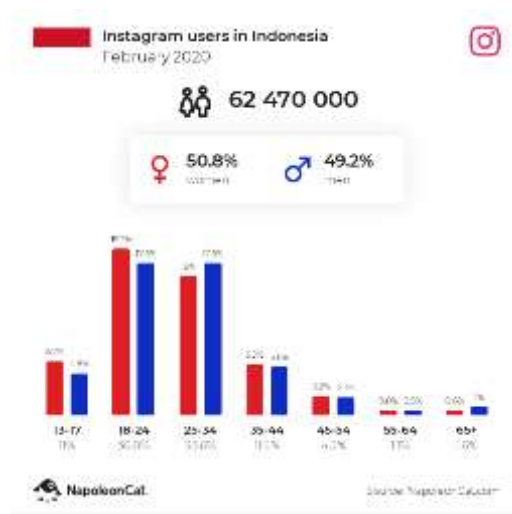
Media sosial, memiliki daya tarik yang kuat terhadap kalangan muda, hal tersebut diperkuat oleh Jake Horowitz penemu sekaligus pemimpin redaksi *PolicyMic.com* yang mengatakan :

“Anak muda tidak akan pergi ke portal berita. Mereka akan pergi ke Facebook, twitter, Instagram, Pinterest, dan Vine. Kamu harus menuju ke tempat di mana mereka bersosialisasi untuk menggapainya” (Borum & Quin, 2016, p. 246).

Media sosial sejatinya merupakan sebuah aplikasi yang bersifat pribadi, di mana pengguna bebas untuk mengakses serta membagikan postingannya,. Peneliti

memfokuskan penelitian kepada Instagram, yang merupakan salah satu media sosial populer di Indonesia. Berdasarkan hasil survey *NapoleonCat*, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 66,470 Juta dan pengguna Instagram terbesar di Indonesia merupakan kategori usia 18-24 Tahun .

Gambar 1.2. Survey Pengguna Instagram di Indonesia NapoleonCat



Sumber: NapoleonCat.com

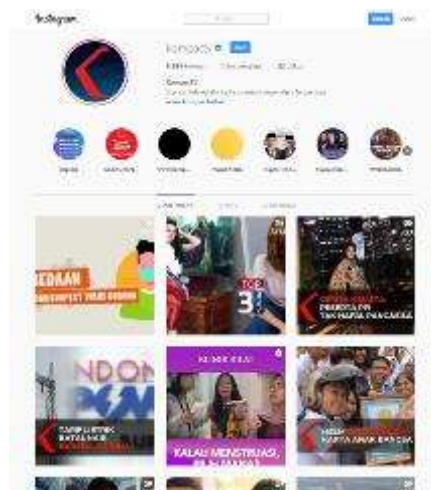
Tingginya tingkat penggunaan Instagram menambah fungsi Instagram sebagai sumber informasi. Mengutip sebuah pernyataan tentang pengaruh penting Instagram bagi dunia jurnalisme dalam sebuah artikel *Dailydot.com* terkait media dan Instagram.

“ Saya pikir kita harus sadar Instagram akan menjadi umpan berita yang sangat penting karena, semua pengguna berpotensi menjadi jurnalis atau fotografer tentang hal yang terjadi disekitar mereka. Tapi Instagram tidak akan menjadi majalah berita dimasa depan. Majalah berita harus mengintegrasikan Instagram seperti yang mereka lakukan di twitter” (Kris, 2020, para. 10)

Popularitas instagram nyatanya tidak hanya menarik pengguna yang merupakan individu, namun juga suatu institusi atau perusahaan, tidak terkecuali media. Stenberg (Josh, 2013, Para.2) menuliskan kebanyakan media online dan cetak beralih ke instagram dengan tujuan memperoleh pembaca baru dengan membuat akun instagram. Melalui konten berupa foto jurnalistik dan video media mencoba menarik minat pengguna instagram untuk mempertahankan eksistensi di dalam dunia digital.

Salah satu akun intagram berita @kompastv merupakan salah satu contoh dari sekian banyak media di Indonesia yang beralih ke instagram @kompastv telah di ikuti oleh Satu Juta lebih pengguna Instagram, dan telah membagikan delapan ribu lebih kiriman berupa video singkat suatu peristiwa atau informasi (Kompastv, 2020).

Gambar 1.3 Akun Instagram KompasTV



Sumber: Instagram @kompastv

Instagram sebagai media sosial memang tidak bisa secara langsung mengarahkan pengguna ke halaman berita penuh yang ingin dituju. Namun, Instagram memiliki beberapa keunggulan yang dapat dimanfaatkan oleh media. Menurut Ashley Alexander (Newspapers and Instagram: Why and How Newspapers Should Use Instagram, 2017, para.3), memiliki manfaat mulai dari memberikan penghasilan hingga dapat mempertahankan eksistensi. Disebutkan juga, setiap akun bisnis di Instagram, dapat mendaftarkan iklan, yang tentunya efektif dalam menggapai pengguna Instagram lainnya. Adanya manfaat yang diterima baik dari segi bisnis dan eksistensi di Instagram. Dimanfaatkan oleh media untuk menjadikan Instagram sebagai platform berita tambahan selain, platform *website* dan media tradisional lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan pengguna yang mengakses berita melalui Instagram. Mengingat aktifnya media dalam media sosial Instagram, dan terus bertambahnya pengikut suatu akun media dalam Instagram. Peneliti bermaksud mengetahui pemenuhan motif dan kepuasan pengguna yang mengakses berita di Instagram dengan mencari adakah kesenjangan antara motif dan kepuasan pengguna yang mengakses berita di Instagram.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah, *uses and gratifications*, dengan konsep perbandingan nilai *gratifications sought* (GS) dan *gratifications obtain* (GO). Untuk mencari adakah kesenjangan dalam pemenuhan kepuasan pengguna mengakses berita di Instagram.

1.2. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut, adakah kesenjangan pemenuhan motif dan kepuasan pengguna mengakses berita di Instagram?

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah di atas, didapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana pemenuhan motif informasi pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram?
- b. Bagaimana pemenuhan motif identitas pribadi pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram?
- c. Bagaimana pemenuhan motif interaksi sosial pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram?
- d. Bagaimana pemenuhan pemenuhan motif hiburan pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang akan peneliti capai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pemenuhan motif informasi pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram
- b. Untuk mengetahui pemenuhan motif identitas pribadi pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram
- c. Untuk mengetahui pemenuhan motif interaksi sosial pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram
- d. Untuk mengetahui pemenuhan motif hiburan pengguna ketika mengakses berita di instagram jika dibandingkan dengan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita di instagram

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menerapkan konsep teori *uses and gratifications* dalam konteks jurnalisme sosial media, yang saat ini sedang berkembang. Serta diharapkan isi serta hasil penelitian ini dapat berguna menjadi alat ukur, serta referensi bagi konsep serupa. Seperti *uses and*

gratifications, Konsep motif, dan kepuasan dalam mengakses informasi, dan lain-lain.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak media, dalam pengembangan konten melalui media sosial dalam mengembangkan kontennya. Serta dapat menambah wawasan masyarakat tentang media sosial terutama dalam bidang informasi.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Melalui penelitian ini, diharapkan para pengguna media sosial instagram bisa selektif dalam menerima konten-konten informasi di instagram. Mengingat, adanya kebebasan bagi siapapun untuk membagikan informasi di media sosial tanpa aturan baku yang tertulis.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur penulisan ilmiah. Namun, dalam proses penelitian, ditemukan keterbatasan dalam melaksanakan penelitian ini.

1. Objek penelitian ini hanya terbatas kepada instagram dari banyaknya media sosial yang tersedia. Dimana, banyak media sosial lain yang juga digunakan media dalam menyebarkan berita.
2. Adapun keterbatasan penelitian ini hanya memfokuskan analisis kepada terpenuhi tidaknya kepuasan pengguna yang mengakses

pemberitaan di instargram. Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak metode serta analisis lain yang seharusnya dapat peneliti terapkan dalam penelitian ini.

3. Peneliti menyadari adanya kelemahan dalam penelitian ini baik dalam teknis penulisan maupun pemaparan hasil. Dikarenakan keterbatasan waktu dan sisa masa studi yang miliki, sehingga hasil yang dipaparkan terkesan terburu-buru.