

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi seperti munculnya Internet dapat mempermudah dan membantu berbagai kegiatan masyarakat, seperti bekerja, belajar, mengisi waktu luang hingga pencarian sebuah informasi. Perkembangan teknologi komunikasi tersebut tidak hanya merambah pada dunia industri, namun juga pada perusahaan media, termasuk dalam perubahan pola dan konsep suatu media, terutama media komunikasi yang telah berkembang cukup lama bagi khalayak, seperti media konvensional. Menurut Situmeang (2020), pada era teknologi informasi dan komunikasi ini media konvensional mulai kehilangan tempat di hati khalayak, yang mulai beralih dengan menggunakan media Internet untuk kebutuhan informasi dan komunikasi. Media Internet ini ialah media yang menggabungkan beberapa media menjadi satu atau yang disebut sebagai konvergensi media (Situmeang, 2020). Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa konvergensi media merupakan fenomena penggabungan berbagai media yang sebelumnya dianggap terpisah seperti media cetak maupun media elektronik (televisi, radio, koran) menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal.

Kini, berbagai perusahaan media massa atau sebuah institusi berlomba-lomba menerapkan konvergensi, yakni bagaimana media memproduksi berita dan bagaimana media menyampaikan berita kepada khalayaknya yang penerapannya terletak pada cara penyampaian berita melalui platform yang berbeda yakni pada media Internet atau *online* (Situmeang, 2020). Revolusi teknologi yang terus berkembang pesat menyebabkan media berkonvergensi dan terciptanya saluran media baru atau platform media yang lebih beragam, seperti media sosial.

Media sosial ialah seperangkat alat *online* yang mendukung interaksi sosial antar pengguna dan telah mengubah komunikasi yang bersifat monolog (satu-ke-banyak) ke dalam komunikasi dialogis (banyak-ke-banyak) (Suratnoaji, Nurhadi, & Candrasari, 2019). Menurut Nasrullah (2017), media sosial merupakan sarana pada Internet yang dapat digunakan oleh khalayak untuk merepresentasikan diri,

melakukan interaksi serta berbagi informasi dengan pengguna media sosial lainnya. Dalam hal ini, media sosial berbeda dengan media tradisional maupun konvensional lainnya seperti televisi, radio, majalah dan lain sebagainya yang hanya menyebarkan pesan pada khalayak namun tidak memfasilitasi terjadinya interaksi dialogis antar pengguna untuk membicarakan isi pesan. Tidak hanya itu, media sosial juga memberikan pengguna fasilitas untuk dapat berkomunikasi tanpa batas jarak dan waktu. Dengan kelebihan jarak yang tidak terbatas oleh waktu dan ruang menjadikan media ini digunakan untuk berbagai tujuan oleh berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun orang tua (Azzahra, Fransiska, Pratiwi, & Alfarisy, 2022). Dalam kemudahan, fasilitas atau fitur, dan lengkapnya penyediaan berbagai informasi diberbagai platform juga dapat membuat masyarakat memilih media atau konten sesuai dengan kebutuhan atau tujuannya secara praktis. Media sosial menjadi salah satu platform digital yang berisikan berbagai konten *online* yang kemudahannya dapat membuat media tersebut tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, namun juga dapat digunakan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas. Berdasarkan data Napoleon Cat, terdapat 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya yakni sebesar 105,68 juta pengguna (Rizalty, 2023). Hal ini membuktikan bahwa platform Instagram menjadi media yang banyak digandrungi khalayak khususnya pada dunia maya. Meningkatnya penggunaan Instagram tersebut menjadikan platform ini semakin meningkat kualitasnya, sehingga hasil postingan dalam media ini tidak hanya dibagikan dalam bentuk foto dan video *feed* saja. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, kini masyarakat dapat mengekspresikan diri melalui fitur-fitur yang disajikan, mulai dari *live*, *stories*, *reels*, *IGTV*, dan lain sebagainya. Berbagai fitur tersebut dapat memaksimalkan konten maupun menambah variasi bagi pemilik media untuk memberikan informasi yang dikemas secara menarik, kreatif, dan berinovasi terhadap audiens.

Bahkan saat ini, Instagram tidak hanya digunakan oleh pengguna media secara individu, namun juga akun komunitas dan bisnis yang membutuhkannya, seperti digunakan sebagai media dalam menyebarkan informasi seputar berita-berita terkini, rekomendasi tempat wisata, kuliner, mempromosikan produk dan lain sebagainya oleh komunitas atau perusahaan. Hal ini menjadikan platform tersebut sebagai media yang *powerful* untuk menyebarkan informasi dan berita kepada khalayak, karena sifatnya yang komprehensif serta dapat diakses di manapun dan kapanpun hanya melalui gadget dan Internet. Dengan berbagai fitur dan keistimewaan yang dimiliki, platform ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan, salah satunya adalah untuk menyebarkan informasi dan berita, bahkan hal tersebut dapat membantu berbagai kebutuhan khalayak.

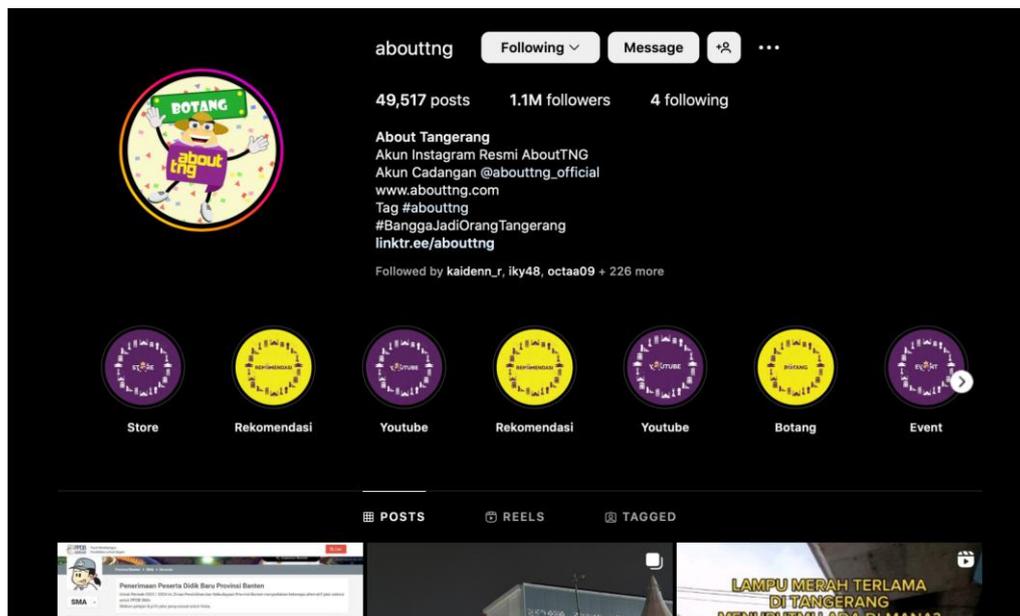
Berdasarkan uraian di atas, penggunaan media sosial yang dalam hal ini pada Instagram, tentu didukung dengan adanya motif oleh pengguna untuk memuaskan kebutuhannya. Seseorang menggunakan media sosial tentunya karena ingin mencari sesuatu (motif) dan setiap individu mempunyai motif yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dapat menimbulkan tingkat kepuasan yang berbeda pula ketika menggunakan sebuah media. Motif adalah dorongan dalam diri seseorang yang menyebabkan pengguna tersebut berkeinginan untuk melakukan tindakan dengan tujuan mencapai kepuasan (Sari, Bukhari, Usman, & Hamzah, 2019). Terdapat beberapa motif dalam penggunaan media di antaranya motif informasi, interaksi sosial, hiburan dan identitas pribadi (Firdausi & Putri, 2021). Dalam hal ini, pemilihan terhadap media yang dilakukan oleh individu disesuaikan dengan kebutuhan atau kepuasan dari pengguna tersebut, terutama dalam hal informasi dan integrasi & interaksi sosial. Jika media tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, maka kemungkinan besar mereka akan beralih pada media lain. Seperti yang diungkapkan oleh (Sari, Bukhari, Usman, & Hamzah, 2019) bahwa khalayak akan cenderung menghindari media yang tidak dapat memenuhi kebutuhan atau kepuasan mereka.

Sejalan dengan perkembangan dunia media komunikasi serta *new media*, munculnya *citizen journalism* memberikan implikasi positif bahwa kini setiap

individu dapat dengan mudah menyalurkan pendapat, cerita, maupun informasi hanya melalui jejaring sosial pada dunia maya, yang dalam hal ini adalah media sosial Instagram (Puji, Martha, & Wendra, 2019). Kini khalayak dapat mengemukakan temuan, ide, maupun opininya melalui media sosial, fenomena tersebut yang melahirkan bentuk baru dari jurnalisme yakni *citizen journalism*. Menurut (Sari & Paramita, 2018), *citizen journalism* telah menjadi paradigma dan trend baru mengenai bagaimana khalayak membentuk sebuah informasi dan juga berita. Dalam hal ini, khalayak memiliki peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, dan penyebaran berita dan informasi. Hal ini yang disebut sebagai alternatif dan membentuk aktivitas *news gathering* yang berfungsi diluar institusi media mainstream. (Sari & Paramita, 2018)

Kini, telah banyak akun-akun yang menjadikan dirinya sebagai sumber informasi dan berita untuk khalayak, maupun wadah bagi para *citizen journalism*, salah satunya adalah @abouttng, yang selain menjadi sumber informasi, namun juga membuka kesempatan untuk setiap individu dapat ikut serta menjadi *citizen journalism* dengan cara mengirimkan informasi atau laporan yang selanjutnya dapat dipublikasikan oleh akun Instagram @abouttng tersebut. Berdasarkan About Tangerang (2018), merupakan portal berita wilayah Tangerang yang mengajak masyarakat untuk lebih mengenal tempat kelahirannya. Berdasarkan Sagiyanto & Nasution (2022), akun Instagram AboutTNG berisikan informasi seputar berita harian, mulai dari informasi mengenai lingkungan, politik, sosial, ekonomi, rekomendasi tempat (wisata & kuliner), *event*, kriminal, informasi kehilangan atau penemuan barang yang disebar oleh akun tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.1 Pertumbuhan Belanja Iklan

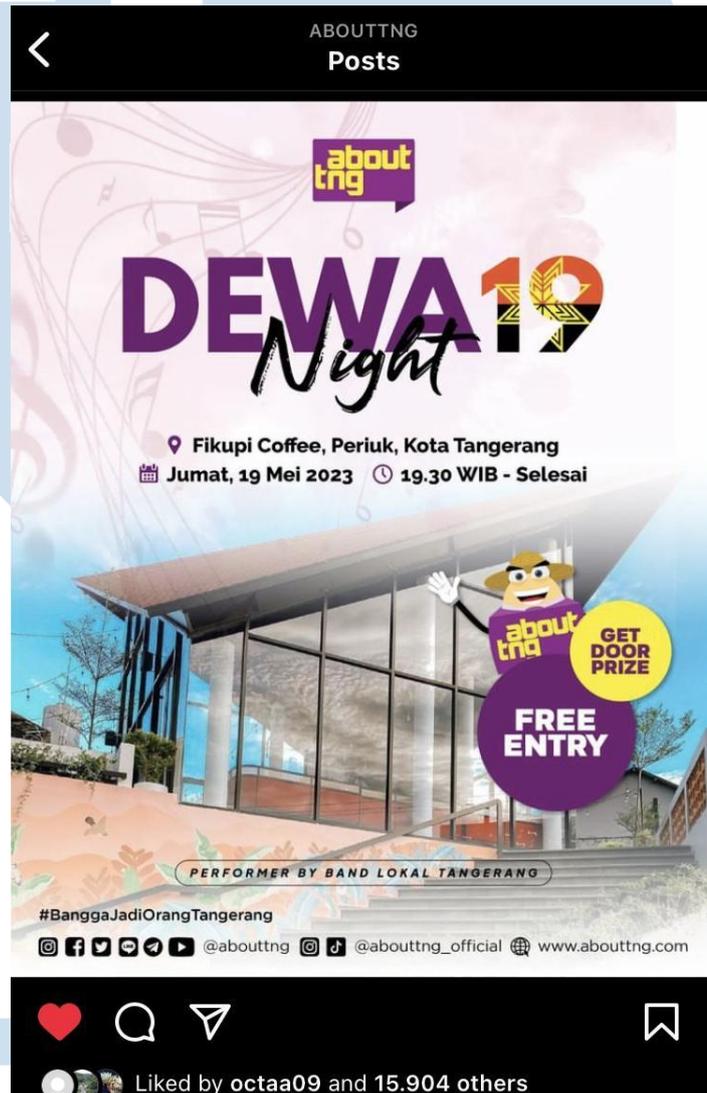
Sumber: Fauzan (2021)

Berbagai informasi yang disajikan pada akun Instagram @abouttng beberapa di antaranya didapatkan dari hasil laporan masyarakat terhadap akun, yang kemudian informasi yang dilaporkan tersebut akan di posting ulang oleh akun @abouttng baik pada *feed* atau *story* Instagram agar dapat dijadikan informasi bagi masyarakat Tangerang dan sekitarnya (Sagiyanto & Nasution, 2022). Kini, akun Instagram @abouttng telah memiliki pengikut sebanyak 1.1M pada media sosial Instagram per tanggal 16 Mei 2023 pukul 06.00 WIB.

Berdasarkan akun Instagram @abouttng, platform digital ini memiliki format postingan berupa *live Instagram*, *video realtime* di mana menyajikan berita *update* pada hari yang sama, *video reviewer* makanan maupun informasi tempat baru, berita hangat, serta informasi penting seputar Tangerang lainnya. Konten tersebut didukung dengan *caption* detail yang menjelaskan mengenai informasi dan data agar dapat mudah dipahami oleh masyarakat yang membacanya (Instagram, n.d.). Tidak hanya Instagram, @abouttng juga memiliki berbagai platform media lain seperti Website, Youtube, Facebook dan juga Twitter.

Pernyataan tentang akun Instagram @abouttng tersebut yang menjadi ketertarikan dalam penelitian ini dan membedakannya dari akun Instagram wilayah

lain adalah selain lengkapnya media sosial yang dimiliki (Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook, Twitter, Telegram, Line dan Website) yang membuat penyebaran berita dan informasi menjadi semakin luas dalam segi jangkauan maupun target.



Gambar 1.2 Tampilan Akun Instagram @abouttng

Sumber: (Instagram, 2023)

Berdasarkan akun Instagram @abouttng, platform ini tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan informasi, namun juga tak jarang menyelenggarakan berbagai *event* yang dapat diikuti secara umum bagi masyarakat. Selain itu, antusiasme

khalayak juga selalu ramai dan mendapatkan kesan positif sebagai media informasi untuk wilayah Tangerang dan sekitarnya. Hal tersebut juga yang menjadi pembeda antara akun Instagram @abouttng dengan Instagram wilayah lain, seperti @infotangerang.id, @kabar_tangerang, @tangerang.terkini, @bsdupdate, @bsdcityupdate dan lain sebagainya, yang sebagian besar hanya berfokus pada penyebaran informasi. Akun Instagram wilayah @abouttng menjadi paket komplit bagi masyarakat khususnya wilayah Tangerang untuk menjadi khalayak media dari akun tersebut. Hal ini juga yang menjadikan akun @abouttng sebagai objek penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

@abouttng merupakan akun Instagram wilayah yang kini telah dijadikan sebagai sumber berita dan informasi oleh khalayak. Tak jarang, akun ini juga kerap kali menyelenggarakan berbagai *event* yang dapat diikuti secara umum oleh masyarakat. Antusiasme masyarakat dalam setiap konten, maupun pada *event* yang diadakan, serta tingginya *followers* dari akun @abouttng ini yang menjadi ketertarikan untuk membuat sebuah penelitian yang memberikan penjelasan berdasarkan data mengenai motif dan kepuasan masyarakat wilayah Tangerang dalam penggunaan media sosial Instagram @abouttng. Palsnya, dengan besarnya partisipasi masyarakat dalam akun tersebut, dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kepuasan yang didapatkan setelah menggunakan akun @abouttng, terutama dalam hal informasi maupun integrasi dan interaksi sosial.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah di atas dapat ditarik benang merahnya dan akan dituangkan ke dalam pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan motif penggunaan media sosial Instagram @abouttng dengan pemenuhan kepuasan masyarakat Tangerang dalam dimensi informasi?

2. Apakah ada perbedaan motif penggunaan media sosial Instagram @abouttng dengan pemenuhan kepuasan masyarakat Tangerang dalam dimensi interaksi sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini yakni akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan motif penggunaan media sosial Instagram @abouttng dengan pemenuhan kepuasan masyarakat Tangerang dalam dimensi informasi.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan motif penggunaan media sosial Instagram @abouttng dengan pemenuhan kepuasan masyarakat Tangerang dalam dimensi interaksi sosial.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan peran penting kepada pengembangan teori *Uses and Gratification* media sosial, terutama pada Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Selain itu diharapkan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pelengkap untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

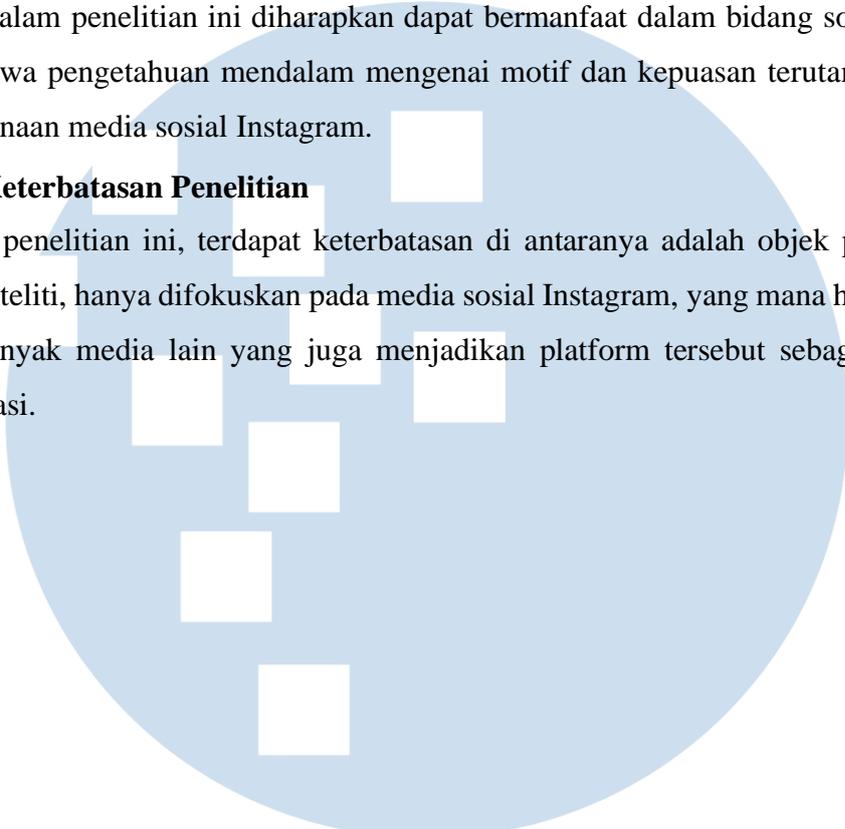
Kegunaan praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat dan diharapkan juga dapat memberikan saran kepada akun AboutTng dan seluruh akun Instagram wilayah lainnya, untuk dapat memberikan informasi atau konten yang berkualitas, kredibel, dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang sosial yang membawa pengetahuan mendalam mengenai motif dan kepuasan terutama dalam penggunaan media sosial Instagram.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat keterbatasan di antaranya adalah objek penelitian yang diteliti, hanya difokuskan pada media sosial Instagram, yang mana hanya satu dari banyak media lain yang juga menjadikan platform tersebut sebagai media informasi.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA