

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dalam era revolusi industri 4.0 pada saat ini memberikan dampak sangat besar pada kehidupan sehari-hari, terutama terkait internet. Tahun 2021, pengguna internet sudah menyentuh 202,6 juta jiwa di Indonesia. Adanya peningkatan sebesar 16% atau 27 juta jiwa pada tahun ini sehingga presentase hingga Januari lalu terhadap pengguna internet di Indonesia berada pada angka 73,7%. (Datareportal.com, 2021) Sudah pasti banyak alasan atau motif mengapa masyarakat memilih atau memutuskan menjadi pengguna internet antara lain menggunakan media sosial untuk mengakses hiburan serta informasi, komunikasi pesan instan untuk berinteraksi dengan orang lain, *game* dan belanja *online* serta aplikasi finansial yang menjadi layanan keuangan pengguna internet dalam bertransaksi (Rachmatunnisa, 2020).

Internet sangat identik dan erat kaitannya dengan istilah *New Media*. Pada dasarnya, *New Media* tidak hanya terbatas pada penggunaan internet saja, tetapi internet memiliki penggunaan yang sangat dominan pada era *New Media* ini. Sebagaimana tidak bisa dipungkiri lagi berkembangnya penggunaan teknologi baik komunikasi maupun informasi yang semakin pesat memberikan dampak yang besar bagi manusia seperti halnya memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dikarenakan adanya kemudahan dalam mengakses informasi. Informasi adalah hal yang sangat diperlukan setiap manusia guna menambah wawasan serta *insight*, memperluas pengetahuan, serta membuat sebuah keputusan. Dengan kata lain internet pada hakikatnya dimanfaatkan oleh siapapun untuk kepentingan apapun serta dapat disimpulkan bahwa kehadiran *New Media* semakin memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia dalam berkomunikasi serta mengakses informasi.

Seiring berkembangnya teknologi, saat ini banyak media cetak maupun online yang dikemas dengan menarik dan kreatif dalam memberikan informasi yang bertujuan untuk meningkatkan minat literasi kepada masyarakat. Tidak bisa kita pungkiri, bahwa tidak hanya peristiwa penting saja yang dijadikan informasi, namun juga seputar tips atau panduan yang mendukung kehidupan sehari-hari.

Bahkan banyak individu yang menjadikan sosial media sebagai sumber informasi baik dalam dunia pendidikan, ekonomi, bisnis, kesehatan, budaya serta fashion dan sebagainya.

Sosial media tidak asing lagi didengar oleh setiap individu, serta bukan hal yang baru lagi pada segi penerapannya di dalam kehidupan sehari-hari. Antara lain, pengguna internet menggunakan sosial media bertujuan memperluas pertemanan dengan *sharing* kehidupan pribadinya melalui media sosial tersebut, mengakses informasi demi memenuhi kebutuhan sehari-hari dan lain sebagainya. Media sosial juga membuka kesempatan bagi individu untuk memberi komentar serta berbagi informasi pada waktu yang tidak ada batasnya secara cuma-cuma, bahkan tidak mengenal golongan usia baik muda dan tua.

Kita sebagai manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Terlebih lagi 2 tahun kebelakang ini pandemi Covid-19 menduduki Indonesia bahkan dunia yang menyebabkan banyaknya dampak serta perubahan dalam melakukan aktivitas seperti halnya proses belajar mengajar yang mewajibkan pelaksanaannya menggunakan sistem pembelajaran jarak jauh, yang secara tidak langsung memanfaatkan perkembangan teknologi yang sudah ada. Untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sebenarnya tidak bisa kita hindari dari kehidupan kita, setiap inovasi yang dicanangkan sudah pasti berguna untuk memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan manusia untuk melakukan aktivitas.

Dalam hal ini berarti, keberadaan platform pendidikan online memiliki peran yang sangat besar dalam pertumbuhan pendidikan di dunia terlebih lagi di Indonesia. Adanya platform pendidikan online ini memberikan solusi untuk mengurangi keterbatasan dalam kegiatan pendidikan saat ini yang diakibatkan dari adanya wabah Covid-19 yang mewabahi seluruh dunia terutama Indonesia guna menciptakan kegiatan pendidikan yang berjalan dengan semestinya walaupun ada beberapa poin ataupun aspek yang akan berbeda.

Ada banyak platform online yang marak digunakan oleh masyarakat, antara lain Instagram. Instagram atau yang kerap disebut IG merupakan aplikasi untuk membagikan foto serta video. Dengan memiliki banyak fitur dan mudah dalam mengaksesnya, Instagram menduduki posisi 5 besar platform yang sering

digunakan. Instagram merupakan “platform yang sering digunakan” dengan menduduki posisi ke 4 dengan besar presentase sebesar 79% (Jayani, 2020). Lalu pada awal tahun 2021 Instagram menduduki posisi ke 3 dengan besar presentase 87% yang menggeser kedudukan Facebook ke posisi 4 (Dahono, 2021).

Selain itu, dengan memiliki banyak keunggulan fitur bagi penggunaannya, Instagram kerap dijadikan sebagai *digital marketer* tidak lain menjadikan media sebagai ajang *branding*. Selain itu menjadikan pendorong bagi perusahaan yang menjalankan bisnis online dan menjadikan Instagram sebagai media untuk melakukan komunikasi pemasarannya (Izzatul Chumairoh, 2021). Salah satunya adalah *Startup* dalam bidang pendidikan yaitu Scholarship4us.

Scholarship4us atau biasa disebut dengan Beasiswa Untuk Kita berdiri sejak 03 Juli 2018 yang dinaungi oleh Danang Sigit Widiyanto, S.Pd., M.A selaku CEO. Scholarship4us merupakan *startup* informasi update beasiswa baik di dalam negeri atau di luar negeri serta terdapat rangkaian kegiatan interaktif seperti halnya webinar online, *scholarship coaching and mentoring* yang memiliki tujuan untuk membantu siswa/mahasiswa Indonesia yang memiliki keinginan studi ke luar negeri, selain itu terdapat fasilitas pengadaan TOEFL, IELTS, live *sharing session* bersama dengan *awardee* dan program interaktif lainnya. Tidak hanya itu, Scholarship4us juga menjadikan beberapa platform Media sosial sebagai media pemasaran digital terhadap produk yang mereka pasarkan antara lain, *TOEFL Prediction Test* yang menjadi produk unggulan mereka, *Binder Custom*, *Mini Fan Portable*, selain itu ada juga beberapa produk pendukung kebutuhan untuk kegiatan online seperti Tripod Handphone, Webcam Cover, Pembesar layar Handphone dan lain sebagainya.

Tabel 1. Platform Digital Scholarship4us

Media sosial @scholarship4us	Jumlah Pengikut
Instagram (@scholarship4us)	34.446 <i>followers</i>
TikTok (@scholarship4us)	7.851 <i>followers</i>
Facebook (Beasiswa Untuk Kita)	2.823 <i>followers</i>

Sumber: Media sosial Scholarship4us (Beasiswa Untuk Kita)

Scholarship4us memiliki beberapa platform digital lainnya selain Instagram. Seperti Facebook, konten yang diupload pada laman Facebook resmi Scholarship4us hampir sama dengan Instagram, tetapi adanya perbedaan dari sisi motif *followers* yang kurang interaktif dibandingkan Instagram. Selain itu Scholarship4us juga memiliki Telegram, dimana semua masyarakat yang tertarik pada informasi beasiswa bisa join pada platform tersebut karena admin dari platform tersebut sering mengadakan konten interaktif terkait beasiswa atau coaching apa yang sedang banyak di minati. Selain itu Scholarship4us juga memiliki beberapa media sosial lainnya seperti LinkedIn, YouTube, serta TikTok yang berisikan konten sesuai dengan kegunaan dari platform itu sendiri, seperti halnya TikTok yang berisikan video-video kreatif serta persuasif, lalu YouTube yang berisikan video terkait informasi lebih detail dari beasiswa yang sedang diadakan..

Walaupun Scholarship4us memiliki banyak platform Media sosial yang beragam, tetapi penulis memilih Media sosial Instagram Scholarship4us yang dikarenakan lebih banyak interaksi yang dilakukan oleh *followers* dari Instagram Scholarship4us seperti *like* dan *comment* di setiap konten yang di up baik di feeds ataupun instastory akun Instagram Scholarship4us selain itu followers pada Instagram Scholarship4us lebih banyak diikuti dibandingkan platform Media sosial lainnya. Saat ini Scholarship4us memiliki 34.446 *Followers* (Per 16 Mei 2022). Disamping memberikan informasi terkait pendidikan terlebih beasiswa didalam maupun luar negeri, Scholarship4us juga menjadikan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran tentunya dalam beriklan untuk mempromosikan produk dari Scholarship4us.

Konten feeds Instagram Scholarship4us mengunggah banyak konten dalam bidang pendidikan tidak hanya terkait informasi beasiswa didalam maupun luar negeri, Scholarship4us juga mengunggah konten seperti hal nya *life hacks, tips and trick*, informasi terkait kampus didalam maupun luar negeri dan masih banyak lagi konten interaktif yang diunggah Instagram Scholarship4us. Selain itu pada konten Instagram Stories Scholarship4us mengunggah banyak konten seperti testimoni dari para followers Scholarship4us yang mengikuti sesi mentoring yang diadakan Scholarship4us, informasi seputar beasiswa yang di arahkan ke beberapa

platform Scholarship4us yang lain seperti website dan lain sebagainya, serta informasi atau fakta yang ada di beberapa negara yang banyak diminati untuk program beasiswa.

Berdasarkan laman okezone.com, Ketua Dewan Perwakilan Daerah (DPD) mendorong kriteria penerima beasiswa pendidikan diperluas saat pandemi Covid-19 (Fajarta, 2021) serta berdasarkan laman kompas.com, mengatakan bahwa angka putus kuliah meningkat selama pandemi Covid-19 (Kompas.com, 2021). Untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan ekonomi yang dialami mahasiswa maupun pelajar dalam melanjutkan pendidikan, dapat dilakukan melalui pemanfaatan penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi akan beasiswa guna melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih lanjut. Dengan menggunakan media sosial Instagram @scholarship4us, followers akan mendapatkan informasi seputar beasiswa yang dapat membantu permasalahan ekonomi individu tersebut serta menambah wawasan serta informasi yang belum diketahui sebelumnya.

Masyarakat tidak perlu lagi mendatangi kantor-kantor kedutaan asing untuk mencari informasi beasiswa. Pada saat ini untuk mengakses internet sudah sangat mudah, hanya cukup mengunjungi beberapa website resmi ataupun media sosial yang menyajikan informasi beasiswa tersebut, sehingga dapat diakses dimana dan kapan saja. Bersumber pada *blog page* maukuliah.id media sosial adalah salah satu tempat yang akurat saat mencari informasi beasiswa (Fadholi, 2020). Hanya dengan memasukkan *keywords* yang sejalan dengan beasiswa yang ingin diikuti, pengguna bisa dengan cepat memperoleh informasi beasiswa dengan cara yang mudah. Selain mudahnya mengakses informasi beasiswa, terdapat pengalaman individu lainnya yang sudah mengikuti atau sedang mencari beasiswa seperti saat mengikuti tes, saat lulus tes bahkan saat menjalani kehidupan sebagai pelajar yang menerima beasiswa sering kali ditemukan di internet, sehingga dapat dijadikan sebagai informasi serta bahan untuk persiapan pengaplikasian beasiswa (Maxmanroe, n.d.). Penulis melihat dari beberapa artikel tersebut bahwa media sosial merupakan tempat untuk pelajar ataupun mahasiswa mencari informasi beasiswa dengan mudah. Pada *platform* media sosial Instagram Scholarship4us

terdapat informasi-informasi yang pencari informasi beasiswa butuhkan, seperti terdapatnya konten visual dan audio visual.

Selain alasan tersebut, alasan mengapa peneliti memilih platform Media sosial Instagram Scholarship4us karena terdapat fenomena yang menarik dalam pembahasan ini, yaitu bagaimana cara Scholarship4us dalam memanfaatkan Media sosial Instagram untuk memberikan informasi beasiswa baik didalam maupun luar negeri secara *up to date*. Salah satu konten *feeds* Scholarship4us yang *up to date* adalah memberikan update setiap awal bulan terkait kalender beasiswa di tiap bulannya dengan visual yang dikemas secara menarik sehingga memberikan kesan yang menarik pula bagi penggunanya dari sisi visual. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat yang membutuhkan informasi terkait beasiswa terutama kepada *followers* Scholarship4us. Penulis juga tertarik terhadap pemanfaatan media sosial Instagram Scholarship4us sebagai media yang dijadikan sebagai sarana pemasaran digital terhadap produk-produk yang dimiliki @scholarship4us. Karena Media sosial terlebih lagi Instagram merupakan sarana yang cocok dalam memperoleh jangkauan khalayak yang lebih jauh dan penyebaran informasi yang lebih cepat serta menyeluruh.

Selain itu, ada beberapa poin yang menjadi ketertarikan penulis terhadap Media sosial Instagram Scholarship4us. Antara lain, Scholarship4us memanfaatkan kolom komentar untuk melakukan interaksi dengan *followersnya* terkait informasi beasiswa yang memiliki kaitan dengan konten yang diunggah seperti hal nya, persyaratan yang dibutuhkan, tersedia atau tidak nya *mentoring session*, prosedur untuk pendaftaran seperti apa dan lain sebagainya. Selain interaksi pada kolom komentar yang dilakukan Scholarship4us dengan followers, followers dari Scholarship4us memberikan komentar saling mention sesama pengguna Instagram lainnya terkait informasi yang diberikan Scholarship4us pada akun Instagramnya.

Penelitian terdahulu dari Izzatul dan Sandy (2021) dengan studi kualitatif menjelaskan bahwa akun Instagram yang menyajikan informasi beasiswa menjadi media promosi digital karena menganggap bahwa hal tersebut adalah salah satu platform media sosial yang efektif dan juga efisien untuk memberikan informasi

terbaru, sehingga dapat menarik *followers* untuk bergabung mengikuti program beasiswa (Izzatul Chumairoh, 2021).

Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu, pada objek dan topik penelitiannya yang menjadikan platform media sosial Scholarship4us sebagai media informasi dalam mencari beasiswa. Dalam hal tersebut, peneliti melakukan survei kepada *followers* Instagram @scholarship4us. Berdasarkan penjelasan latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada akun Media sosial Instagram Scholarship4us guna mengetahui apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial dan isi pesan pada akun Instagram terhadap motivasi berprestasi *followers*. Judul penelitian yang diambil peneliti adalah **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Isi Pesan Terhadap Motivasi Berprestasi Mengikuti Beasiswa (Survei Pada Followers @scholarship4us)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan yang sudah diuraikan dalam latar belakang, sehingga peneliti merumuskan masalah/pertanyaan dalam penelitian yaitu:

1. Apakah ada pengaruh penggunaan media social Instagram @scholarship4us terhadap motivasi berprestasi *followers* dalam mengikuti beasiswa?
2. Apakah ada pengaruh isi pesan pada akun Instagram @scholarship4us terhadap motivasi berprestasi *followers* dalam mengikuti beasiswa?
3. Apakah ada pengaruh penggunaan media sosial Instagram dan isi pesan pada akun Instagram @scholarship4us terhadap motivasi berprestasi *followers* dalam mengikuti beasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dihasilkan berdasarkan perumusan masalah yang sudah dirumuskan, yaitu:

1.3.1 Tujuan Praktis

Penelitian ini memiliki tujuan guna memberikan hasil penelitian yang dapat dimanfaatkan oleh Scholarship4us (Beasiswa Untuk Kita) dalam menyajikan informasi mengenai beasiswa melalui akun media

sosial Instagram @scholarship4us guna memenuhi motivasi berprestasi *followers*.

1.3.2 Tujuan Teoritis

Penelitian ini bertujuan guna mengkonfirmasi penggunaan Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*) dalam melihat adanya pengaruh dari penggunaan media sosial dan isi pesan terhadap motivasi berprestasi *followers* dalam mengikuti beasiswa.

1.4 Manfaat penelitian

Peneliti memiliki harapan terhadap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat yang bersifat akademik dan juga praktis. Manfaat penelitian yang peneliti harapkan dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya pada sebuah inovasi sebuah teknologi, dapat mempermudah pencarian terkait penggunaan media terutama dalam informasi pendidikan, memberikan kemudahan bagi peneliti dalam memperdalam pengetahuan serta mengimplementasikan teori ketergantungan media (*Dependency Theory*). Selain itu, peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan untuk bahan perbandingan sebagai penelitian dengan pembahasan yang sama maupun penelitian yang lebih luas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini memberikan kontribusi yang berguna bagi pembaca dan peneliti mengenai sebuah inovasi pada bidang teknologi sebagai sarana untuk mempermudah dalam memperoleh informasi dalam dunia pendidikan seperti beasiswa, serta dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pengaruh dari penggunaan media sosial Instagram @scholarship4us terhadap motivasi berprestasi *followers* dalam mengikuti beasiswa.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi secara logis dan beruntun, penulis membuat kerangka sistematika penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan penelitian terdahulu, konsep serta teori penelitian, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta waktu dan juga lokasi dalam penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat temuan-temuan data penelitian sesuai dengan variabel, dimensi, indikator penelitian serta hasil operasionalisasi antar variabel yang menjawab perumusan masalah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini memuat rangkuman yang menyederhanakan pembahasan dan usulan

peneliti terkait upaya dalam pemecahan masalah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi, daftar buku, jurnal yang digunakan peneliti untuk melengkapi data-data pada saat melakukan penelitian.

LAMPIRAN

Terdapat data-data pendukung atau tambahan untuk penelitian yang berkaitan.