

BAB I

PENDAHULUAN

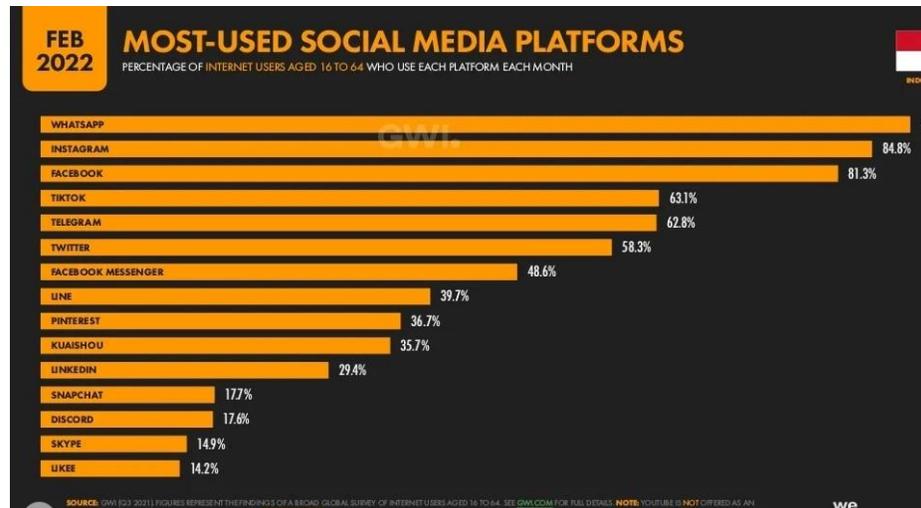
1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini *Internet* menjadi alat yang digunakan manusia dalam kegiatan sehari-hari. Komunikasi yang awalnya terbatas jarak, ruang, dan waktu, kini menjadi lebih mudah berkat adanya *internet*. *Internet* merupakan sistem jaringan yang menghubungkan berbagai koomuter dari belahan dunia, secara fungsional internet digunakan untuk beberapa kegiatan yang memerlukan jaringan, seperti *upload* dan *download*. (Mulawarman, dkk, 2020). Penggunaan *Internet* semakin meningkat seiring berjalannya waktu, terlihat berdasarkan *presentase* penetrasi *Internet* di Indonesia tahun 2021-2022 yaitu 77,02% (APJII, 2022).

Sejalan dengan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) terlihat *presentase* penetrasi *Internet* di Indonesia pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan menjadi 77,02% dari dua tahun sebelumnya 64,80% dan 73,70%. Hal tersebut membuktikan banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui dan menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari. *Internet* tidak hanya digunakan remaja melainkan semua kalangan. Berdasarkan data APJII, kontribusi pengguna *Internet* mulai usia 5 sampai 55 tahun ke atas. Perkembangan *Internet* bersamaan dengan munculnya media-media *online* yang menunjang manusia, salah satunya media sosial.

Media sosial dapat dikatakan sebagai wadah manusia untuk mengekspresikan diri, menyebarkan informasi, dan berinteraksi dengan sesama secara *virtual* (Nasrullah, 2015). Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut telah meningkat 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Memerlihatkan media sosial menjadi media yang rutin dikunjungi masyarakat Indonesia untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi.

Gambar 1.1. Data Peringkat Media Sosial yang Banyak digunakan



Sumber foto: We Are Social dan Hootsuite, 2022

Berdasarkan gambar 1.1, terlihat beberapa media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia sampai bulan Februari 2022. Terlihat bahwa *WhatsApp* memimpin dengan presentase 88,7%, *Instagram* dengan presentase 84,8%, dan *Facebook* dengan presentase 81,3%. Ketiga aplikasi tersebut menjadi tiga media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia pada Februari 2022. Aplikasi-aplikasi tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda satu sama lain, namun memiliki kesamaan sebagai media dalam menyebarkan informasi.

Atmoko pada buku *Instagram Handbook* (2012), *Instagram* merupakan aplikasi berbagi foto yang digunakan untuk mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya pada berbagai layanan jejaring sosial, termasuk *Instagram*. Secara singkat *Instagram* dapat diartikan sebagai tempat untuk membagikan kegiatan individu dalam bentuk foto atau gambar. Menurut laporan *We Are Social* tahun 2022, Indonesia menjadi negara peringkat ke empat dengan jumlah pengguna aktif bulanan *Instagram* terbanyak yaitu 99,9 juta orang. Hal tersebut terlihat dari banyaknya perkembangan pada platform *Instagram* seiring berjalannya waktu, seperti bertambahnya fitur. Seiring berjalannya waktu, *Instagram* tidak hanya

menjadi tempat untuk berbagi aktivitas manusia, melainkan menjadi tempat untuk mencari informasi.

Media sosial *Instagram* digunakan sebagai alat bantu dalam mendapatkan informasi yang memudahkan manusia. Terdapat lima jenis kebutuhan atau keperluan manusia (Katz, 1973) yaitu kognitif (kebutuhan pada informasi, pengetahuan, dan pemahaman sekitar), afektif (kebutuhan estetika, keindahan, dan pengalaman emosi), *integrative* individu (kebutuhan kredibilitas, keyakinan), *integrative* sosial (kebutuhan pengukuhan hubungan keluarga dan teman), dan pelepasan atau *escapism* (kebutuhan mengurangi tekanan).

Saat ini banyak media digital yang menjadi sumber informasi masyarakat. Berdasarkan keterangan pada akun *Instagram* resmi masing-masing media, pada bulan November 2022, @ussfeed merupakan media digital yang berfokus pada generasi Z, binaan USS *network*, memiliki jumlah pengikut 1.2 juta. @The.corator merupakan media digital seputar *fashion*, musik, seni, dunia kreatif, memiliki jumlah pengikut 28.9 ribu. @Folkative merupakan media alternatif untuk anak muda dengan fokus pada berita/*news*, seni, dunia kreatif, kebudayaan, memiliki pengikut 3,5 juta. Salah satu media informasi yang digunakan sebagai sumber informasi adalah akun *Instagram* Folkative.

Folkative merupakan media alternatif yang menyebarkan informasi seputar berita terkini yang ramai di Indonesia. Folkative berdiri sejak tahun 2016 oleh anak muda bernama Kenneth William yang merupakan CEO Folkative, yang merupakan media alternatif berfokus pada apa yang terjadi di Indonesia. Folkative menggunakan berbagai media sosial dalam menyebarkan informasi seperti *Website*, *Twitter*, *TikTok*, *Youtube*, dan *Instagram*. Dari media-media yang digunakan Folkative, *Instagram* menjadi media Folkative yang paling banyak diikuti masyarakat Indonesia yaitu sebanyak 3.5 juta pengikut pada bulan Oktober 2022.

Konsistensi Folkative dalam menyajikan konten mengenai informasi terkini pada dalam negeri atau luar negeri, terlihat dari total unggahan *Instagram* pada 26

Oktober 2022 mencapai 7.122 unggahan. Konten yang stabil dan konsisten meningkatkan jumlah pengikut *Instagram* Folkative hingga pada bulan Oktober 2022 mencapai 3.5 juta pengikut. Hal tersebut selaras dengan pandangan Matthew Sugiarto pada 2018, menyatakan bahwa untuk mendapatkan hasil maksimal dalam mengelola akun *instagram* bisnis maupun pribadi, terdapat tiga hal yang harus diikuti sepenuhnya, yaitu konten, konsistensi, dan komunitas. Oleh karena itu, terlihat saat ini *Instagram* Folkative menjadi salah satu media yang berfokus untuk memenuhi kebutuhan informasi audiens.

Folkative menyebarkan informasi melalui *Instagram* dalam bentuk foto dan video, dengan desain yang sederhana dan menggunakan kalimat *to the point*. Fitur komentar yang tersedia pada media *Instagram*, berguna pada akun @folkative. Hal tersebut terlihat pada unggahan tanggal 5 November 2022 yang berisikan video mengenai konser NCT 127 yang diadakan di BSD, Tangerang. Pada unggahan tersebut terjadi diskusi dari pengguna *Instagram* terutama pengikut dari @folkative, mengenai informasi yang sebenarnya terjadi. Informasi tidak hanya didapatkan melalui unggahan resmi @folkative, tetapi masyarakat juga bisa melalui kolom komentar.

Pengguna *Instagram* dapat menyebarkan informasi yang diterima dari @folkative menggunakan fitur *Instagram Story* dengan cara *repost* (mengunggah ulang), sehingga informasi yang dianggap penting dapat diketahui banyak orang. Kegiatan menyebarkan informasi melalui fitur *repost Instagram story* membawa pengaruh baik untuk @folkative yaitu meningkatnya *branding* atau nama sehingga semakin banyak orang yang tertarik untuk mengikuti @folkative.

Selaras dengan pandangan Elizabeth T. Santosa (Bhakti & Safitri, 2017) bahwa generasi Z merupakan generasi yang serba mudah, sederhana dan tercukupi, akun @folkative banyak diikuti anak muda karena karakteristik konten yang sederhana dan *to the point*. Banyak masyarakat khususnya anak muda yang menjadikan akun *Instagram* Folkative sebagai tempat mendapatkan informasi,

sebelum mencari tahu ke media lain. Tidak jarang yang langsung percaya pada konten dari Folkative tanpa mencari tahu yang sebenarnya terjadi. Oleh karena itu, penulis memutuskan subjek dalam penelitian ini adalah anak muda atau generasi Z.

Berdasarkan data statistik (Badan Pusat Statistik, 2018) yang berisikan kesimpulan usia Generasi Milenial yang mayoritas berakhir pada tahun 2000. Oleh karena itu, usia Generasi Z yang digunakan pada penelitian ini manusia yang lahir mulai tahun 2000. Hal ini selaras dengan data yang dicantumkan oleh *The Millennial Generation Research Review, NFC* yang menyatakan bahwa usia Generasi Z mulai tahun 2000, lalu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Benesik, Csikos, dan Juhes (2016) menyatakan bahwa Generasi Z adalah manusia yang lahir mulai tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Generasi z merupakan generasi yang kenal dan terbiasa dengan teknologi dan *internet*. Hal tersebut karena mulai tahun 2000 teknologi sudah ditemukan dan *internet* 2000 sampai 2010, yang merupakan kalangan remaja sampai dewasa awal. Subjek penelitian ini adalah pengikut atau *followers* generasi Z dari akun @folkative mengenai unggahan konten *Instagram* folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Gambar 1.2. Konten @folkative



Maria Rosaria Larasati, 2023

**PENGARUH KONTEN “RATUSAN MAHASISWA BER-KTP BANDUNG DIKETAHUI TERINFEKSI HIV AIDS”
INSTAGRAM @FOLKATIVE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI GENERASI Z**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id www.library.upnvj.ac.id www.repository.upnvj.ac.id]

Sumber foto: *Instagram Folkative, 2022*

Berdasarkan gambar 1.2, terlihat pengemasan konten berita atau informasi dari @folkative yang sederhana dan menggunakan *headline* pada foto. Penggunaan *headline* pada berita dapat menarik perhatian masyarakat untuk membaca tulisannya, namun di balik manfaat tersebut, adapula dampak negatif dari penggunaan *headline*. Hal tersebut dapat menimbulkan perbedaan pemahaman dan akhirnya terjadi salah paham. Seperti pada gambar 1.2, terlihat unggahan akun Folkative pada tanggal 24 Agustus 2022, dengan *headline* “Ratusan mahasiswa ber-KTP Bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS”. Berdasarkan unggahan tersebut, Folkative mendapatkan kurang lebih 469 ribu *like* dan 21 ribu komentar.

Komentar masyarakat yang terdapat pada gambar 1.2, menunjukkan masyarakat yang percaya dan prihatin mengenai informasi tersebut, seperti adanya komentar “*Naudzubillah*” dan “*fwb detected*”. Ramai dan menyebarnya informasi tersebut membuat Ridwan Kamil, Gubernur Jawa Barat memberikan pernyataan terkait kebenaran dari informasi tersebut. Berdasarkan berita *Jawapos.com* (Marieska Harya Virdhani, 2022), Ridwan Kamil menegaskan pada akun *Instagram*-nya bahwa 414 kasus HIV AIDS di kalangan mahasiswa dalam kurun waktu 30 tahun (1991-2021), bukan dalam waktu satu tahun. Hal tersebut memperlihatkan bahwa akun *Instagram* Folkative sebagai salah satu media digital yang digunakan masyarakat terkhusus generasi Z, beberapa kali tidak teliti dalam membuat *headline* informasi, sehingga menimbulkan salah paham di masyarakat.

Berdasarkan fenomena atau permasalahan tersebut, penulis ingin mengetahui pengaruh konten “Ratusan mahasiswa ber-KTP bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS” *Instagram* Folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk melihat adanya peran aktif pengikut *Instagram* @folkative terutama generasi Z dalam memilih media yang ingin diikuti. Oleh karena itu, judul yang penulis angkat dalam penelitian ini

“Pengaruh Konten *Instagram* @Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Generasi Z”.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian berjudul “Pengaruh Akun Media Sosial *Instagram* @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca” yang terbit tahun 2020 yang ditulis oleh Shazrin Daniyah Khansa dan K. Y.S. Putri adalah terletak pada variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Penelitian ini menggunakan objek penelitian yang berbedanya dengan yang akan penulis teliti yaitu akun *Instagram* “White Broad Journal”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa akun media sosial *Instagram* @whiteboardjournal memberikan pengaruh terhadap kebutuhan informasi pembaca. Dalam penelitian ini juga terlihat mengenai hasil bivariat mengenai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang memiliki arti bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap kebutuhan informasi para followers.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* @Visitbgor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” yang ditulis oleh Dian Mustika Ramadhani H. Djafar dan Yuliani Rachma Putri pada tahun 2020 berada pada variabel X dan Y yang diangkatnya. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu *Instagram* “Visitbgor”.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Konten Akun *Instagram* @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers” yang terbit tahun 2020 ditulis oleh Arshinta Eka Putri, didapatkan pada variabel X yaitu konten akun *Instagram* yang menjadi persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian terletak pada objek penelitian dan variabel terikat (Y) penelitian. Objek penelitian pada jurnal ini adalah *Instagram* “Jktinfo”, variabel Y yang diteliti adalah kebutuhan informasi lalu lintas followers. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ditemukan hasil nilai

korelasi r 0,693, yang menunjukkan ikatan yang dominan antara konten Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas followers. Dalam penelitian ini juga dilakukan uji koefisien determinasi yang menghasilkan sebesar 49,2%, yang memperlihatkan bahwa kebutuhan informasi lalu lintas followers dipengaruhi oleh konten akun Instagram @jktinfo.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” yang dilakukan oleh Helen dan FaridRusdi, terbit pada 2019, terletak pada variabel Y yaitu Pemenuhan kebutuhan Informasi. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada fokus penelitian. Fokus penelitian pada jurnal ini adalah akun *Instagram* “jktinfo”. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya efek dari penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo (variabel X) terhadap kebutuhan informasi followersnya (variabel Y). dalam penelitian ini juga didapatkan hasil 65,5% pengaruh penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo sebagai alat pemenuhan kebutuhan informasi yang paling baik di Instagram.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian berjudul “Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial *Instagram* @Bobbynst Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Di Kota Medan” yang dilakukan oleh Akbar Gading Bagus pada tahun 2021, terletak pada variabel dependen (Y) yaitu pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian yang penulis lakukan pada bagian fokus penelitian. Fokus penelitian pada jurnal ini meneliti akun *Instagram* “bobbynst”. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram @Bobbynst (variabel X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers di Kota Medan. Hal tersebut terlihat dari hasil analisa hipotesis yang memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 dengan angka signifikansi 0.000, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Folkative Terhadap Minat Literasi Bagi Followers” yang dilakukan oleh Vini Anggraeni Kusuma pada 2021, terletak pada objek penelitian yaitu akun *Instagram* @folkative. Perbedaan terletak pada variabel X dan Y yaitu Terpaan Konten Instagram @Folkative Terhadap Minat Literasi Bagi Followers Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat 76% tingkat pengaruh terpaan konten instagram @folkative terhadap minat membaca followers. Penelitian ini mendapatkan hasil adanya korelasi yang sempurna (positif) antara Pengaruh Terpaan Konten Instagram @folkative (variabel X) terhadap Minat Literasi Followers (variabel Y) dari nilai uji korelasi sebesar 0,872.

Penelitian-penelitian terdahulu tersebut membahas mengenai pengaruh konten secara keseluruhan dari suatu akun *Instagram* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Kebaharuan dari penelitian ini dibanding dengan penelitian terdahulu lainnya yaitu pada penelitian ini membahas secara spesifik konten dari *Instagram* @folkative yang memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi z yaitu konten “Ratusan mahasiswa ber-KTP bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS”, seberapa besarkan pengaruh konten tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi z.

1.2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian ini, rumusan masalah yang akan penulis teliti dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh konten “Ratusan mahasiswa ber-KTP bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS” *Instagram* @folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah penelitian ini, maka maksud yang ingin dicapai dari dilaksanakannya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh konten *Instagram* @folkative “Ratusan mahasiswa ber-KTP bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS” terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh konten “Ratusan mahasiswa ber-KTP bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS” *Instagram* @folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z. Kajian atau penelitian mengenai pengaruh konten dari akun *Instagram* sudah ada. Pada penelitian ini, penulis akan membahas mengenai riset pengaruh tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi z, studi kasus pada *followers* akun *Instagram* @folkative.
2. Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum, mahasiswa, dan penelitian selanjutnya. Semoga penelitian ini semakin diperluas wawasan terkait pengaruh konten “Ratusan mahasiswa ber-KTP bandung diketahui terinfeksi HIV AIDS” *Instagram* @folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi informasi generasi z.

1.5. Sistematika Penulisan

Bab I

Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dari penelitian ini, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II

Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang penulis gunakan, konsep penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III

Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, populasi dan sampel, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data, dan table rencana waktu yang penulis gunakan.

Bab IV

Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan dan menjabarkan data penelitian yang sudah dibuat penulis serta hasil analisis data menggunakan teknik-tenik yang ada.

Bab V

Kesimpulan

Bab ini berisikan ringkasan mengenai hasil penelitian yang sudah penulis lakukan. Selain itu, pada bab ini juga dijabarkan saran serta masukan penulis untuk akun Instagram @folkative dan peneliti lainnya.

Daftar Pustaka

Bab ini akan berisi identitas jurnal, buku, laman atau *website* yang dijadikan sumber data sekunder penulis dalam penelitian ini