

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam era ini, kemajuan teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat. Kemunculan media baru seiring dengan kemajuan teknologi informasi memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat. Sebab, teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi, namun juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Kehadiran media baru yang berbasis teknologi dan menggunakan jaringan internet memungkinkan masyarakat untuk terhubung satu sama lain. Internet sendiri merupakan sebuah jaringan global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia, meskipun menggunakan sistem operasi dan mesin yang berbeda (Ahmadi dan Hermawan, 2013). Seiring dengan perkembangan zaman dan hadirnya internet, terjadi kemajuan signifikan pada pola komunikasi.

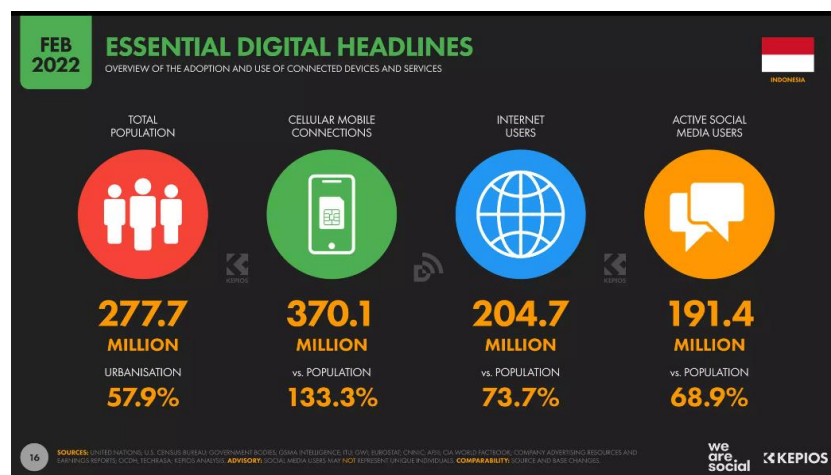
Salah satu wujud signifikansi kemajuan teknologi dalam komunikasi adalah fenomena digitalisasi media yang membuat segala sesuatu menjadi lebih cepat dan praktis. Melalui berbagai inovasi dalam teknologi tentunya mempermudah aktivitas keseharian yang dilakukan manusia. Dalam bidang komunikasi terdapat banyak perkembangan dari adanya internet, satu diantaranya adalah penggunaan media sosial.

Dalam buku *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi* karya (Nasrullah, 2017) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan salah satu medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk menafsirkan diri mereka sendiri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk hubungan sosial secara virtual. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memiliki kelebihan dari media massa yang bersifat *one way communication*, artinya

komunikasi hanya bersifat satu arah dari komunikator ke komunikan sehingga komunikator tidak bisa mengetahui bagaimana khalayak memaknai dan merespon pesan yang telah disampaikan. Di sisi lain, media sosial mempunyai sifat komunikasi dua arah dan komunikasi lebih dari dua arah yang berarti komunikator dapat melakukan interaksi langsung dengan komunikannya dan bahkan memungkinkan sesama komunikan untuk berkomunikasi.

Perkembangan internet di Indonesia sendiri dapat dikatakan bertumbuh cukup pesat. Data dari Hootsuite (*We Are Social*) tahun 2022 menunjukkan bahwa dari total populasi di Indonesia sebesar 277,7 juta jiwa, terdapat 204,7 juta pengguna internet dan 191,4 juta pengguna aktif media sosial.

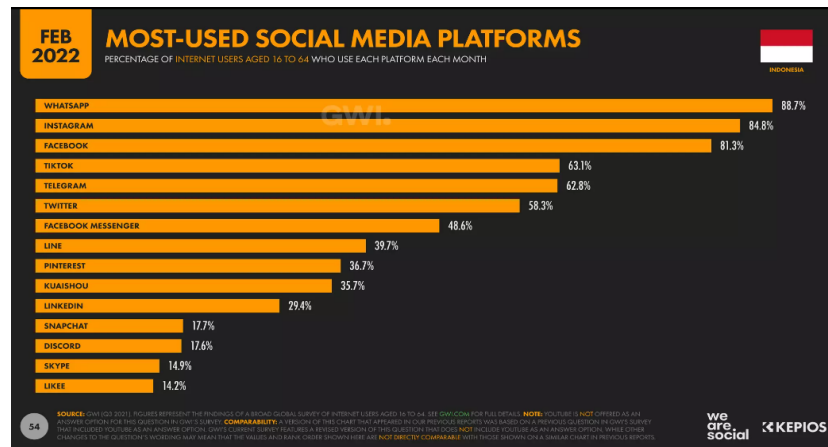
Gambar 1 Laporan digital Indonesia



Sumber: Datereportal.com

Lebih lanjut, Whatsapp dan Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2022, dengan persentase pengguna masing-masing mencapai 88,7% dan 84,8% dari total populasi. Meskipun keduanya menempati posisi kedua dan ketiga, terdapat perbedaan di antara keduanya. Whatsapp lebih menonjolkan fungsi obrolan pesan (*chatting*), sedangkan Instagram lebih fokus pada fitur berbagi konten.

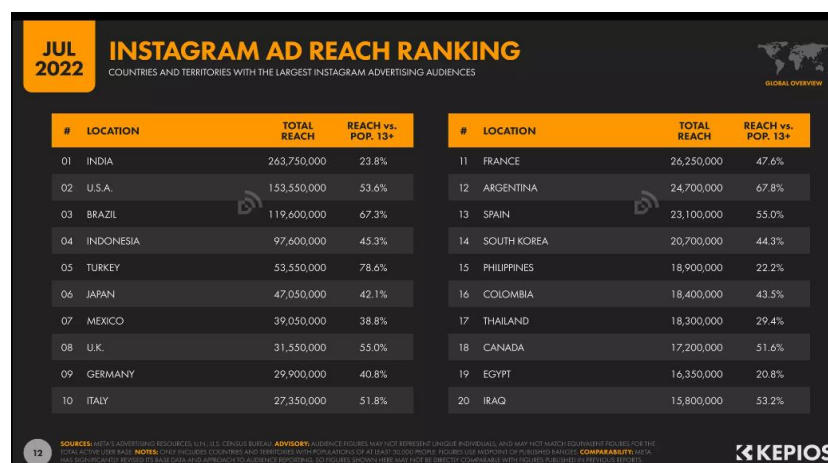
Gambar 2 Platform Media Sosial yang Digunakan di Indonesia



Sumber: Datereportal.com

Di antara banyaknya penggunaan aplikasi media sosial, jejaring sosial Instagram menjadi jenis platform dunia maya yang paling tenar dan paling diminati masyarakat Indonesia. Data dari We Are Social pada bulan Juli 2022 menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna aktif Instagram terbesar di dunia, setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil. Terdapat 97,6 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia pada periode tersebut.

Gambar 3 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak



Mutiara Sabrina, 2023
EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM DITJEN DIKTI @DITJEN.DIKTI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENDIDIKAN TINGGI (Survei Pada Pengikut Aktif Akun Instagram @ditjen.dikti)
 UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

Sumber: Datereportal.com

Instagram merupakan sebuah media sosial yang memberikan fasilitas secara gratis kepada penggunanya untuk mengambil foto, merekam video, menggunakan filter digital, dan fitur lainnya untuk membagikan gambar dan video. Aplikasi ini dirilis pada tahun 2010 ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membagikan foto dan video, memberi komentar dan menyukai postingan, ada pula fitur *explore* yang menampilkan rekomendasi pencarian konten serta Instagram *story* atau *Instastory* untuk menangkap gambar dan merekam video dengan menambahkan efek digital maupun kolom respon untuk menanggapi pengguna lain.

Instagram tidak hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, namun juga berfungsi sebagai sarana untuk berbagi informasi dengan cepat melalui koneksi internet. Pengguna dari berbagai kalangan, mulai dari anak remaja hingga dewasa, menggunakan platform Instagram untuk saling bertukar pesan dan informasi sehari-hari. Bukan hanya untuk pemakaian pribadi, kini akun Instagram juga digunakan oleh berbagai organisasi hingga instansi pemerintah.

Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah yang diterbitkan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI pada tahun 2012 menekankan pentingnya media sosial dalam mendukung kepentingan masing-masing instansi pemerintah dan masyarakat. Untuk itu, unit kerja humas pemerintah harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial akurat, efisien, efektif, dan dapat dijangkau oleh masyarakat sehingga komunikasi antara instansi pemerintah dengan pemangku kepentingan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Dalam memberikan informasi kepada masyarakat, instansi pemerintah juga memiliki tujuan untuk dapat menggapai publik secara luas dengan baik dan tepat. Salah satu instansi pemerintahan yang menggunakan media sosial untuk penyebaran informasi adalah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi

(Ditjen Dikti) yang merupakan salah satu unit utama di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Sesuai dengan Permendikbud nomor 45 tahun 2019 tentang Orientasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Ditjen Dikti mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pendidikan tinggi akademik.

Ditjen Dikti menggunakan sejumlah media sosial diantaranya Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok. Masing-masing media sosial Ditjen Dikti mempunyai jumlah pengikut yang berbeda. Terhitung saat ini sebanyak 454 ribu akun mengikuti Instagram @ditjen.dikti.

Tabel 1 Jumlah Pengikut Media Sosial Ditjen Dikti

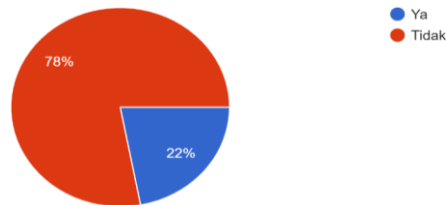
Media Sosial	Jumlah Pengikut
Instagram	464 ribu
Twitter	45.9 ribu
Facebook	18 ribu

Sumber: Media sosial Ditjen Dikti

Melalui akun Instagramnya, Ditjen Dikti memberikan informasi kepada para pengikutnya diantaranya mahasiswa, tenaga pendidik (dosen), *stakeholder*, dan masyarakat umum. Peneliti melakukan pengamatan sederhana yang melibatkan 50 mahasiswa perguruan tinggi terhadap kesadaran akan Ditjen Dikti sebagai unit utama di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang melaksanakan kebijakan di bidang Pendidikan tinggi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan melalui *Google Form* pada 13 hingga 20 Februari 2023, sebanyak 78% responden tidak mengikuti akun Instagram Ditjen Dikti dan 22% responden lainnya mengikuti akun Instagram Ditjen Dikti.

Gambar 4 Hasil Observasi Akun Instagram Ditjen Dikti

Apakah kamu mengikuti akun Instagram Ditjen Dikti? (@ditjen.dikti)
50 responses

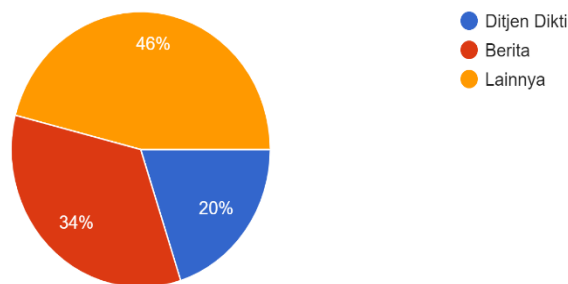


Sumber: Dokumentasi Peneliti, *Google Form* Akun Instagram Ditjen Dikti

Bersumber dari observasi tersebut juga telah diketahui bagaimana responden memperoleh informasi seputar Pendidikan tinggi, hasilnya adalah sebanyak 46% responden memperoleh informasi melalui Lainnya, 34% responden memperoleh informasi melalui Berita, dan 20% responden memperoleh informasi melalui Ditjen Dikti.

Gambar 5 Hasil Observasi Cara Mahasiswa Memperoleh Informasi Pendidikan Tinggi

Bagaimana kamu memperoleh informasi seputar pendidikan tinggi?
50 responses



Sumber: Dokumentasi Peneliti, *Google Form* Akun Instagram Ditjen Dikti

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mengacu pada beberapa penelitian terdahulu. Penelitian pertama dilakukan oleh (Suheman & Kadarisman, 2022) yang meneliti pengelolaan aktivitas media sosial

Instagram @ditjen.dikti. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan bagaimana Humas Ditjen Dikti memanfaatkan akun Instagram dengan proses *share, optimize, manage*, dan *engage (The Circular Model of SoMe)* dalam memberikan sosialisasi kebijakan Kampus Merdeka. Perbedaan dengan penelitian ini adalah metode yang digunakan adalah metode kuantitatif untuk melihat seberapa besar pengaruh Instagram @ditjen.dikti terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar pendidikan tinggi oleh pengikutnya.

Penelitian berikutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Septiana & Sudrajat, 2023) mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata. Perbedaan pada penelitian ini adalah fokusnya pada kebutuhan informasi akan aktivitas pariwisata di pulau Bangka. Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Helen & Rusdi, 2019) untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram @jktinfo dengan menggunakan 4 (empat) pendekatan kebutuhan informasi oleh Guha dalam Syaffril (2004).

Penelitian terdahulu lainnya dilakukan oleh Fauziyyah & Rina (2020) yang meneliti efektivitas Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Pada penelitian tersebut disimpulkan Instagram @infobandungraya sebanyak 55,95% efektif didukung oleh faktor keakuratan, kejelasan, dan kesesuaian dengan kebutuhan informasi pengikutnya. Kemudian, penelitian serupa oleh (Laili, Rahmawati, Dzalila, 2021) yang mengukur efektivitas penggunaan media sosial Instagram dengan objek penelitian pada Instagram portal berita The Jakarta Post dan pemenuhan informasi pengikutnya.

Setelah melakukan pengamatan melalui kuesioner sederhana, peneliti melihat bahwa ada urgensi untuk meneliti efektivitas penggunaan media sosial Instagram @ditjen.dikti sebagai media informasi pendidikan tinggi, serta mengingat bahwa Ditjen Dikti merupakan instansi pemerintah di bidang pendidikan tinggi dan belum adanya penelitian yang berkaitan dengan pengaruh aktivitas publikasi informasi dari objek tersebut.

Sesuai penjelasan dari latar belakang di atas, sehingga dalam penelitian ini akan menekankan pada efektivitas penggunaan media sosial Instagram Ditjen Dikti sebagai media informasi di bidang pendidikan tinggi di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Efektivitas Akun Instagram Ditjen Dikti @ditjen.dikti Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendidikan Tinggi (Survei Pada Pengikut Aktif Akun Instagram @ditjen.dikti)”**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini yakni seberapa besar efektivitas akun Instagram Ditjen Dikti @ditjen.dikti terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pendidikan tinggi?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, maka peneliti menentukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

I.3.1 Tujuan Praktis

Untuk mengetahui sejauh apa pemenuhan kebutuhan informasi yang didapat oleh pengikut akun Instagram @ditjen.dikti dari aktivitas publikasi informasi pendidikan tinggi Ditjen Dikti.

I.3.2 Tujuan Teoritis

Untuk mengetahui keefektivas publikasi informasi pada media sosial Instagram @ditjen.dikti selaku lembaga pendidikan tinggi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi pendidikan tinggi sesuai dengan model dari teori *Information Seeking*.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam Pendidikan baik secara langsung

maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

I.4.1 Manfaat Akademis

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi pada literatur Program Studi Ilmu Komunikasi dengan fokus pada efektivitas penggunaan media sosial oleh pemerintah dan kebutuhan informasi masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menerapkan Teori *Information Seeking* dalam studi kepuasan pengguna Instagram dan memberikan kontribusi pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

I.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat dan informasi yang berguna bagi humas Ditjen Dikti dalam memenuhi kebutuhan informasi para pengikutnya tentang pendidikan tinggi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi pembaca, pengguna, dan praktisi media sosial khususnya Instagram mengenai efektivitas publikasi informasi melalui media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi.

I.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penelitian yang digunakan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan diuraikan mengenai konteks awal, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian, pertanyaan penelitian yang akan dijawab, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian, serta susunan penulisan yang akan diikuti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan mengenai konsep penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir serta hipotesis penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, metode analisis data, sistematika dalam pengumpulan data, teknik analisis data, populasi dan sampel penelitian, serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari hasil dan pembahasan mengenai hasil yang ditemukan setelah pengumpulan data.

BAB V

PENUTUP

Mencakup kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat sumber data dari buku, internet, jurnal, penelitian sebelumnya, dan informasi lainnya untuk melengkapi pengumpulan data.