

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media membawa pengaruh tentang bagaimana khlayak melihat sebuah peristiwa, mengolah informasi yang ada didalamnya. Hal tersebut mendorong terjadinya sosialisasi kebiasaan karena efek samping yang tidak direncanakan dan yang diterima dari penggunaan media. Di era digital, kemajuan teknologi dimanfaatkan sebagai media komunikasi. Komunikasi bermedia menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya mendominasi. Menurut penelitian yang dilakukan *We Are Social*, perusahaan media asal Inggris yang menyebutkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Total populasi penduduk Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial saat ini menjadi media yang paling banyak terjadi komunikasi dan interaksi. (sumber : tekno.kompas.com)

Besarnya pengguna media sosial mendorong semakin banyaknya akun-akun bermunculan. Dari sekian banyak media sosial, Instagram menjadi salah satu yang cukup digandrungi anak muda. Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna dapat berbagi foto dan video dengan cepat. Pengguna Instagram juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui berbagai fitur seperti *post*, *like*, *comment*, *direct message*, dan *instastory*. Fitur-fitur baru pun juga selalu dihadirkan oleh Instagram untuk menarik pengguna. Dengan mengutamakan layanan *posting* foto dan video, Instagram tidak hanya dijadikan sebagai media untuk sekadar bersenang-senang, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media promosi dan mempengaruhi orang lain lewat konten-konten yang diunggah.

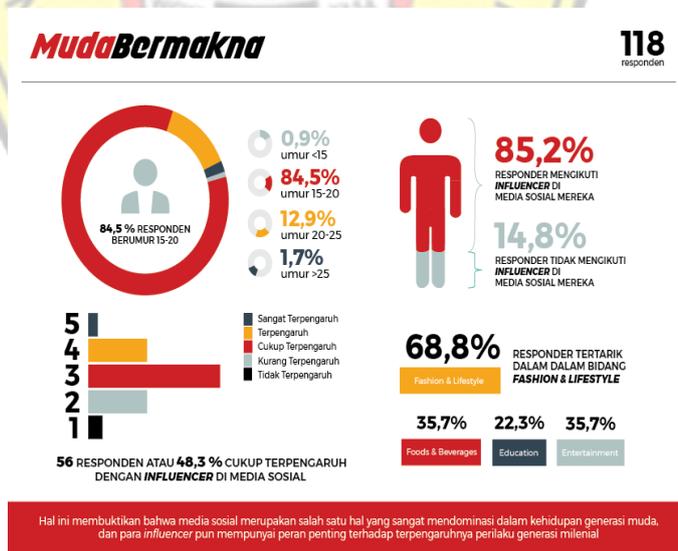
Melalui jejaring sosial Instagram, individu dapat membagikan momen berupa foto serta video kepada orang lain. Selain itu, Instagram pun dijadikan sebagai media untuk menampilkan diri melalui konten menarik yang diunggah dengan tujuan untuk memperlihatkan eksistensinya di dunia maya. Kehadiran media sosial yang sekarang sudah bervariasi ini membuat penggunaan media sosial menjadi suatu praktik yang lumrah. Tanpa memerlukan keahlian khusus memungkinkan semua kalangan sangat akrab dengan media sosial. (Sumber: anzdoc.com)

Menurut lembaga riset *Taylor Nelson Sofres* (TNS) Indonesia merilis data pengguna Instagram. TNS mencatat pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh anak muda yaitu sebesar 89% yang aktif menggunakan *smartphone* serta memiliki kemampuan finansial yang baik. Instagram merupakan *platform* yang banyak dimanfaatkan berbagai kalangan untuk mengunggah hasil karya foto dan video pendek secara *online*. Mulai dari foto pemandangan, kegiatan sehari-hari hingga foto *selfie*. Sehingga tidak jarang Instagram dijadikan sebagai media promosi dan mampu mempengaruhi khalayak. Menurut data yang juga dirilis oleh TNS, sebanyak 69% responden pun setuju bahwa Instagram membuka dunia dengan banyaknya informasi dan 66% setuju bahwa Instagram memicu kreativitas. (sumber : dailysocial.id)

Media memang membawa pengaruh bagi khalayak tentang bagaimana melihat sebuah peristiwa maupun menyebarkan informasi. Efek samping yang akan timbul dan diterima sebagai hal yang wajar adalah sosialisasi sikap dan kebiasaan. Melalui media sosial, siapa saja dapat dengan mudah membuat akun untuk keperluan pribadi ataupun bisnis. Kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial membuatnya menjadi primadona. Hal tersebut pun mendorong munculnya fenomena baru yaitu *influencer*. *Influencer* adalah orang atau pemilik akun media sosial yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain lewat akunnya tersebut. Kehadirannya memberi dampak kepada para *netizen* dalam memperoleh informasi terbaru.

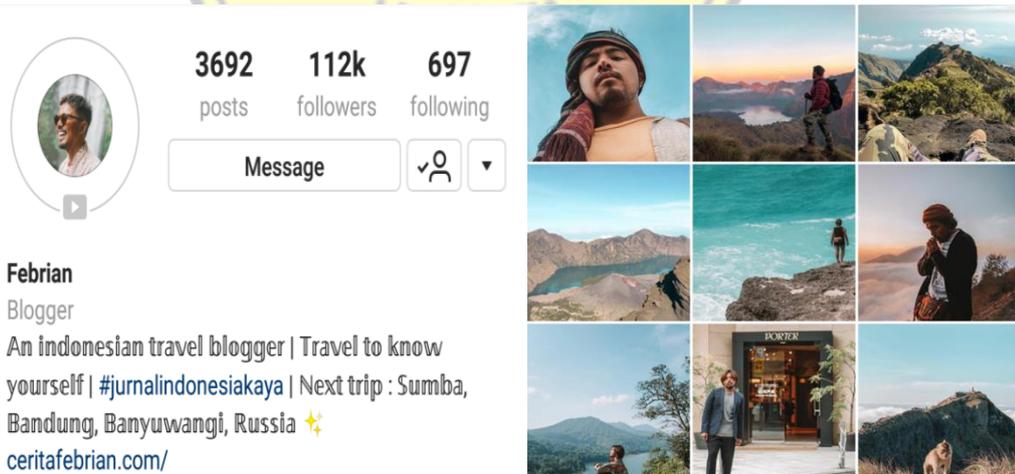
Para *influencer* banyak menggunakan media sosial. Media yang dipercaya dapat membuat semua orang terhubung dan lebih personal dengan orang lain serta langsung terkoneksi dengan para *followers* atau pengikut. Melansir dari Katadata, ada survei bertajuk *Indonesia Native Advertising and Influencer Marketing Report 2018* yang menyebut bahwa Instagram, Blog, Twitter dan YouTube merupakan media yang paling banyak dipilih oleh *influencer*. Menjadi *influencer* memiliki banyak tantangan yang salah satunya adalah bagaimana menyediakan konten yang berkualitas secara konsisten. Dilansir dari Katadata, salah satu faktor penentu seorang *influencer* dapat mempengaruhi orang lain adalah kualitas konten. (sumber: katadata.co.id)

Survei yang pernah dilakukan oleh MudaBermakna pada 118 responden membuktikan bahwa *influencer* mempunyai peran penting dan cukup memberikan pengaruh, terutama bagi para anak muda yang lebih sering mengakses media sosial. Para *influencer* banyak membagikan sebagian kehidupan mereka melalui Instagram sehingga orang menjadi lebih tertarik bahkan hingga menjadikan mereka sebagai *role model* dan panutan dalam berperilaku. (sumber : mudazine.com).



Gambar 1 : Survei Tentang Pengaruh *influencer*

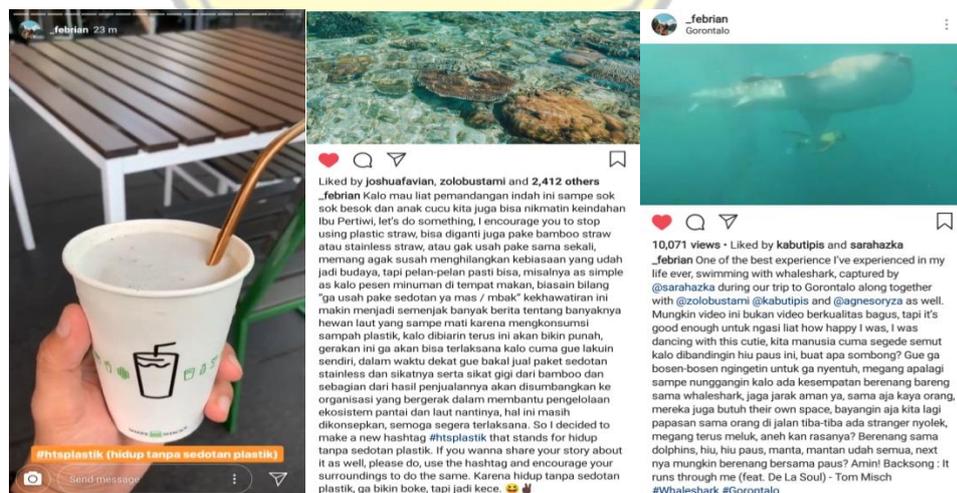
Di Indonesia semakin banyak *influencer* yang berpartisipasi membuat konten positif melalui media sosial khususnya Instagram sebagai nilai plus dalam mempromosikan diri. Mereka tidak hanya menjadikan Instagram sebagai ajang pamer foto dan video. Salah satu *influencer* tersebut adalah Febrian, seorang *Travel Influencer* yang aktif menulis blog di www.ceritafebrian.com dan mengunggah foto kegiatan *traveling* dan keindahan alam di akun Instagram @_febrian. Sebagai *Travel Influencer* rupanya Febrian sangat digandrungi. Hal tersebut terlihat dari jumlah *followers* Instagramnya sebanyak 112.090 yang didominasi oleh anak muda. Febrian selalu memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan para *followers*-nya, termasuk menularkan sikap peduli lingkungan lewat konten-kontennya. Akun Instagram Febrian selalu aktif dalam membagikan berbagai potret keindahan alam, budaya, serta pesan-pesan persuasif peduli lingkungan. Menurut Febrian, konten-konten yang ditampilkan harus mampu menggerakkan orang lain dalam hal positif terutama dalam menumbuhkan kecintaan dan kepedulian terhadap lingkungan. Berbicara tentang konten dalam industri kreatif, sulit menghilangkan peran media sosial. Media sosial berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan hasil ide. Karena itulah Febrian lebih tertarik menceritakan pengalaman yang ditemui sepanjang perjalanan menjelajahi alam yang diatur dengan apik dan inspiratif.



Gambar 2 : Akun Instagram @_febrian

Febrian menyatakan bahwa dalam mengelola akun Instagramnya harus selalu memperhatikan konten dan pesan positif untuk para *followers*-nya terutama dalam hal peduli terhadap alam. Karena konten perjalanan memiliki arti dan pengaruh yang luas sehingga Febrian tidak hanya ingin membuat konten hanya untuk memenuhi pesanan klien, namun Febrian juga mengajak masyarakat agar tidak menjadi manusia yang mati rasa terhadap alam karena jika alam yang mati maka ganjarannya bukan lagi jangka pendek bagi kehidupan manusia. Dengan begitu Febrian bisa menyatukan persepsi dan membentuk sikap masyarakat bahwa alam itu indah dan harus selalu dijaga serta akan tampak perubahan positif dari masyarakat melalui konten Instagramnya.

Fenomena kerusakan lingkungan hidup bukan hanya masalah yang bersifat lokal, melainkan menjadi persoalan global. Seperti yang dinyatakan oleh Kementerian Kesehatan (2016) bahwa kerusakan lingkungan saat ini sudah memasuki tahap darurat, selain faktor perubahan iklim faktor manusia juga turut menyumbang kerusakan lingkungan. Akibatnya, daya dukung lingkungan terhadap kehidupan manusia pun semakin menurun. Hal tersebut menjadi alasan Febrian untuk terus bergerak menjaga alam supaya bisa dinikmati oleh generasi selanjutnya. Namun dalam aksinya, dibutuhkan kesadaran semua pihak bahwa lingkungan hidup merupakan bagian yang tidak bisa terpisahkan dari kehidupan manusia.

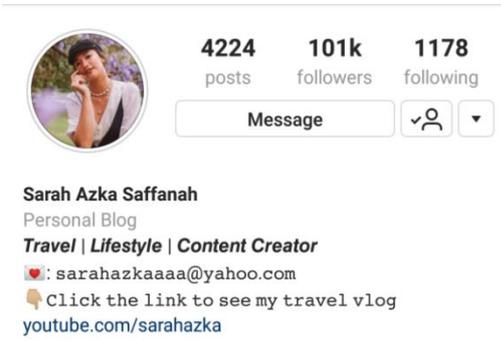
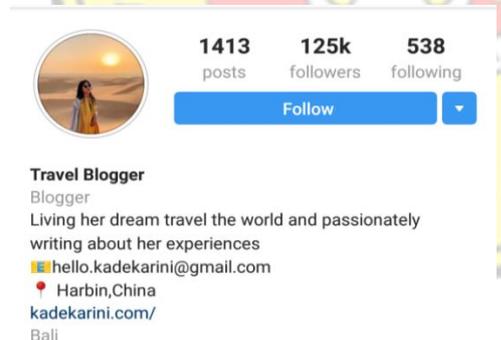


Gambar 3 : Unggahan akun *instagram* @*_febrian* tentang peduli lingkungan

Alasan penulis memilih akun *travel influencer* @_febrian sebagai objek penelitian karena akun ini dianggap paling konsisten dalam menyajikan foto keindahan alam dan pesan *caption* yang informatif dan persuasif yang mengarah untuk selalu peduli dengan lingkungan. Walaupun dapat dikatakan bahwa semua *travel influencer* pasti memiliki kepedulian terhadap lingkungan, namun Febrian lebih terlihat aktif dalam membagikan pesan positif terkait dengan pentingnya menjaga alam. Pesan tersebut sangat terlihat dari beberapa *campaign* yang paling digencarkan oleh Febrian yaitu hidup tanpa sedotan plastik dan tidak mengganggu hewan di habitatnya. Adapun beberapa akun *travel influencer* yang juga populer dan dapat dijadikan pembandingan. Berikut perbandingan akun Febrian dengan akun *travel influencer* lainnya yang penulis pilih berdasarkan kemenarikan foto/gambar dan jumlah *followers* lebih dari 100 ribu:

Tabel 1. Perbandingan Akun Instagram

No.	Akun Instagram	Keterangan
1.		<p><i>Traveler</i> yang lebih banyak melakukan perjalanan dengan <i>backpacker</i> sekaligus host Jurnal Indonesia Kaya yang juga selalu membagikan pengalamannya di Instagram. Febrian dikenal sebagai <i>travel influencer</i> yang konsisten menggalakan gerakan hidup tanpa sedotan plastik</p>
2.		<p>Marischka Prudence Seorang reporter di salah satu stasiun televisi swasta Metro TV. Aktif membagikan foto perjalanannya di Instagram</p>

3.	 <p>Sarah Azka Saffanah Personal Blog Travel Lifestyle Content Creator ✉: sarahazkaaaa@yahoo.com 👉 Click the link to see my travel vlog youtube.com/sarahazka</p>	<p><i>Traveler</i> wanita yang juga merupakan host acara petualang. Aktif membagikan kisah perjalanannya di Instagram dan Vlog Youtube.</p>
4.	 <p>ANGGEY ANGGRAINI Personal Blog By doing what she loves for a living, she brings new meaning to the art of freedom 🌐: www.herjourneys.com 📺: youtube.com/her_journeys TJ Lesung 📍 bit.ly/gobeyond-herjourneys Bali</p>	<p><i>Traveler</i> yang lebih sering membagikan kisah perjalanannya di Instagram dan Vlog Youtube.</p>
5.	 <p>Travel Blogger Blogger Living her dream travel the world and passionately writing about her experiences ✉ hello.kadearini@gmail.com 📍 Harbin, China kadearini.com/ Bali</p>	<p><i>Traveler</i> wanita asal Denpasar, Bali yang selalu membagikan kegiatan <i>traveling</i>nya di Instagram.</p>

Sejatinya seorang *travel influencer* memiliki kepedulian yang besar terhadap lingkungan, namun Febrian lebih sering dan konsisten mengingatkan masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik guna mengurangi sampah plastik. Melalui konten akun Instagramnya, Febrian selalu berusaha menjadi motor penggerak kesadaran terhadap lingkungan. Namun untuk mencapai hal tersebut, Febrian menggunakan akun Instagram untuk bisa menjalin komunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya guna menyebarkan pesan peduli

lingkungan lewat konten-kontennya. Dengan seringnya Febrian mengupload foto keindahan alam, pesan-pesan peduli lingkungan, hingga ajakan untuk selalu menjalani hidup dengan hal positif, membuatnya banyak mendapat respon yang baik dari para *followers*nya dengan memberikan *like* serta tanggapan pada kolom komentar. *Followers* akun Instagram @_febrian didominasi oleh anak muda yang memiliki ketertarikan dengan dunia *traveling* dan sebagian lainnya tertarik dengan fotografi. Menurut mereka, Febrian adalah salah satu *travel influencer* yang menginspirasi dan sering melakukan aksi peduli alam. Dari sebagian populasi yang diteliti, 10 dari 10 menyatakan bahwa mereka mengikuti akun *instagram* @_febrian karena minat mereka pada dunia *traveling* serta potret keindahan alam. 7 dari 10 menyatakan bahwa konten Instagram Febrian berisi hal-hal yang positif dan menginspirasi sehingga membuat mereka tidak ingin ketinggalan dengan setiap kontennya serta harus selalu merespon dengan *like* maupun *comment*. Serta 3 dari 10 menyatakan bahwa Febrian berhasil menyadarkan mereka tentang mencintai alam.

Febrian memiliki banyak *followers* dan mampu mengemas konten dengan baik. Konten media sosial dan kredibilitasnya diharapkan mampu membuat para *followers*nya yang melihat akun Instagramnya akan terbujuk. Unggahan dan pesan *caption* sering kali dijadikan media promosi dan persuasi oleh Febrian untuk mengajak semua pihak agar lebih peduli terhadap lingkungan. Berdasarkan uraian di atas, hal tersebutlah yang menjadi dasar penulis untuk melakukan penelitian khususnya dikalangan para *followers* Instagram @_febrian. Karena mereka yang paling sering melihat unggahan foto di *Instagram* dan menyerap pesan-pesan persuasif mengenai alam dan lingkungan yang disampaikan oleh akun Instagram *Travel Influencer* @_febrian. Penulis ingin mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang dilakukan oleh Febrian dan bagaimana pengaruhnya dalam bentuk perubahan sikap. Dalam penelitian ini, pengaruh yang ingin dilihat adalah sikap dari *followers* sebagai penerima pesan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah informasi pada akun Instagram *travel influencer* @_febrian berpengaruh terhadap sikap peduli lingkungan *followers*?
2. Seberapa besar pengaruh informasi pada akun Instagram *travel influencer* @_febrian terhadap sikap peduli lingkungan *followers*.

Maka itu menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul :
“Pengaruh Informasi pada Akun Instagram sebagai Media Komunikasi *Travel Influencer* Terhadap Sikap Peduli Lingkungan *Followers*”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh informasi pada akun Instagram *travel influencer* @_febrian terhadap sikap peduli lingkungan *followers*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh informasi pada akun Instagram *travel influencer* @_febrian terhadap sikap peduli lingkungan *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Akademis

Secara akademis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan penjelasan dan hasil dari pengujian Teori Integrasi Informasi. Pengujian terhadap teori tersebut dilakukan melalui penelitian empiris yang hasilnya dapat berupa meenrima, menolak, mengukuhkan, atau merevisi teori yang bersangkutan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk memahami lebih jauh tentang akun Instagram *travel influencer* dan cara mengemas informasi dalam konten yang menarik, sehingga dapat mempengaruhi sikap para *followers*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, penulis membuat kerangka sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang profil objek penelitian, profil populasi, hasil penelitian, karakteristik responden, data analisis variabel X, data analisis variabel Y, teknik analisis data, serta pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat beberapa referensi yang digunakan peneliti dalam memperoleh dan mengumpulkan data.

LAMPIRAN

Berisi kelengkapan surat, data-data, dan dokumentasi.