

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet kini menjadi sarana yang selalu digunakan untuk membantu mempermudah aktivitas manusia, terutama dalam kegiatan berkomunikasi. Jika dahulu kegiatan berkomunikasi dibatasi oleh jarak, ruang dan waktu, kini semua batasan itu hilang dan menjadi tak berarti berkat kemunculan internet. Menurut Livingstone (dalam McQuail, 2012, hal. 151) internet adalah kombinasi dari interaktivitas dengan ciri inovatif bagi komunikasi massa, yaitu jenis konten yang tidak terbatas, jangkauan khalayak, dan sifat global dari komunikasi. Oleh karenanya, internet menjadikan kegiatan berkomunikasi dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun, sehingga biaya yang digunakan untuk berkomunikasi juga menjadi sangat murah.

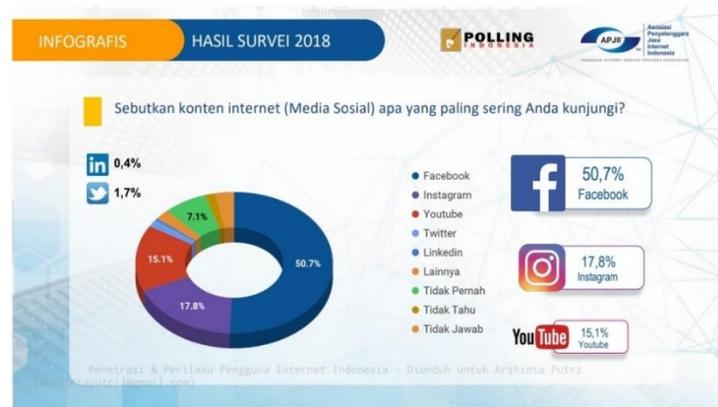
Tidak hanya itu, internet juga memiliki kegunaan sebagai sarana penyebaran informasi. Melalui internet, masyarakat menjadi mudah dalam mencari maupun menyebarkan informasi. Informasi yang dahulu sulit dijangkau karena terhalang berbagai batasan, kini bisa kita dapatkan dengan cepat dan mudah. Berbagai keuntungan dan kemudahan yang bisa didapatkan dari internet, sudah tentu menarik dan akhirnya mendorong keinginan masyarakat untuk terus menggunakannya. Bahkan, saat ini internet telah menjadi kebutuhan pokok yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Bisa kita lihat sekeliling, mulai dari anak kecil hingga orang berusia tua, telah mengakses internet melalui berbagai perangkat *gadget* yang semakin canggih.



Gambar 1.1 Hasil Survei APJII Mengenai Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Hasil survei APJII 2018 (Terakhir diakses pada 9 Oktober 2019)

Masifnya penggunaan internet, bisa dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet atau disebut juga dengan APJII pada tahun 2018. Berdasarkan survei tersebut, ditemukan bahwa penetrasi pengguna internet secara total di Indonesia telah digunakan oleh 171,17 juta jiwa dari total populasi sebanyak 264,16 juta penduduk. Hasil ini menunjukkan peningkatan sebanyak 10,12%, dibandingkan survei tahun sebelumnya yang menunjukkan 143,26 juta jiwa pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1.2 Hasil Survei APJII Mengenai Konten Internet yang Sering Dikunjungi

Sumber: Hasil Survei APJII 2018 (Terakhir diakses pada 9 Oktober 2019)

Berdasarkan gambar 1.2, pengguna internet lebih sering mengunjungi atau mengakses media sosial. Berbagai media sosial yang digunakan, yaitu Facebook dengan presentase pengguna mencapai 50,7%, kemudian diikuti oleh Instagram, Youtube, Twitter dan LinkedIn. Hal ini menunjukkan, bahwa penduduk di Indonesia aktif menggunakan internet untuk mengakses layanan media sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlin (dalam Muhtadi, 2016, hal. 78) media *online* sebagai suatu teknologi berbasis internet yang dibangun di atas teknologi dan ideologi Web 2.0, serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran *generated content*. Salah satu kategori media *online* yang dapat diakses dan menyediakan banyak kemudahan adalah media sosial. Melalui media sosial tersebut, dapat mempermudah penggunaanya untuk berinteraksi atau berkomunikasi dengan orang dari seluruh penjuru dunia.

Saat ini pengguna media sosial berjumlah ratusan juta orang, yang berasal dari seluruh penjuru dunia. Melalui akun-akun sosial media yang dimiliki, semua orang dapat saling terhubung melalui layanan atau konten pertemanan yang tersedia pada media sosial. Semua akun media sosial tersebut, tidak hanya digunakan oleh perorangan atau mengatasnamakan pribadi dari pemilik akun saja, namun juga bisa digunakan untuk mengatasnamakan atau mewakili suatu lembaga, organisasi, komunitas, perusahaan, dan lainnya, yang biasanya dikelola oleh admin media sosial.

Tidak hanya berguna untuk mempermudah kegiatan berkomunikasi, media sosial juga bisa digunakan sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi. Hal ini disebabkan oleh arus komunikasi dan informasi yang semakin kencang, telah membuat kebutuhan masyarakat akan informasi juga semakin tinggi. Oleh karenanya, media sosial juga dimanfaatkan sebagai salah satu sarana penyebaran informasi yang masif.

Melalui media sosial, penggunaanya dapat menyebarkan berbagai informasi yang bisa dijangkau atau diketahui oleh orang lain, melalui unggahan berupa foto, video, maupun *caption* atau teks. Berbagai informasi yang bisa disebarkan pada media sosial, biasanya seputar informasi atau berita terbaru yang tak hanya terjadi di suatu wilayah saja, tapi juga bisa mencakup berbagai informasi dari seluruh dunia. Bahkan, informasi yang disampaikan dapat mudah diketahui hanya dalam sekejap saja.



Gambar 1.3 Tampilan Akun Instagram @jktinfo

(Sumber: <https://www.Instagram.com/jktinfo>)

Akun Instagram @jktinfo, merupakan salah satu contoh akun media sosial yang dikelola oleh admin yang tidak terikat oleh suatu instansi ataupun pemerintah, yang menggunakan Instagram sebagai media untuk berbagi dan menyebarkan informasi. Akun Instagram @jktinfo ini menyebarkan informasi mengenai DKI Jakarta dan sekitarnya, dengan mengunggahnya melalui foto, video, dan *caption*. Informasi yang diunggah adalah peristiwa atau kejadian yang baru saja terjadi, berupa foto atau video dan kemudian disertakan *caption* atau teks yang berisikan penjelasan singkat mengenai suatu peristiwa. Meskipun singkat, *caption* yang ditautkan tetap memperhatikan unsur penting dalam berita, yaitu dengan memperhatikan unsur 5W+1H.

Sebuah berita membutuhkan unsur daya tarik dalam penyajiannya, agar pembaca berkeinginan untuk membaca informasi yang disajikan. Menurut Muhtadi (2016, hal. 136) berita yang baik adalah berita yang komprehensif, yaitu yang mencakup semua jawaban atas pertanyaan-pertanyaan *who, what, when, where, why* dan *how*. Keenam pertanyaan tersebut menjadi *guide* bagi para penulis berita, yang juga merupakan aspek-aspek yang dapat membangkitkan ketertarikan minat pembacanya.

Akun @jktinfo sebenarnya tak hanya hadir di media sosial Instagram, melainkan juga ada pada *platform* media sosial lainnya seperti Facebook, Youtube dan LINE. Meski demikian, media sosial Instagram menjadi yang paling aktif dan masif dalam menyebarkan informasi. Tercatat sejak akun Instagram @jktinfo dibuat pada 15 Januari 2017 hingga per tanggal 14 Oktober 2019, akun ini telah mengunggah lebih dari 24.900 unggahan dan telah diikuti sebanyak 1.800.000 atau 1,8 juta *followers*.

Perbedaan intensitas keaktifan akun @jktinfo dapat dilihat pada *platform* media sosial Facebook. Sejak dibuat pada 22 Maret 2016 hingga per tanggal 14 Oktober 2019, *page* @jktinfo diikuti sebanyak 5.868 *followers* dan unggahan terakhir berhenti pada 24 Februari 2019. Adapun pada *platform* LINE yang pertanggal 14 Oktober 2019, telah diikuti sebanyak 29.638 pengguna LINE, memiliki 458 unggahan dan berhenti *update* sejak 18 November 2019. Terdapat pula *platform* Youtube, yang pertanggal 14 Oktober 2019 hanya mengunggah 3 video dan memiliki sebanyak 40 *subscribers*. Hal ini jelas menandakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan @jktinfo untuk menyebarkan informasi.

Cara kerja dari akun Instagram @jktinfo adalah dengan mengandalkan informasi yang diperoleh warga Jakarta yang menemukan suatu kejadian atau peristiwa yang baru saja terjadi. Informasi tersebut diunggah di akun Instagram

dengan menautkan atau men-*tag* @jktinfo, untuk selanjutnya diunggah ulang oleh admin akun @jktinfo. Hal ini dilakukan agar informasi terbaru yang diperoleh warga Jakarta dan sekitarnya, bisa diketahui dan menjangkau lebih banyak khalayak.

Berdasarkan cara kerjanya, dapat disimpulkan bahwa akun @jktinfo menerapkan cara *citizen journalism* untuk memperoleh berita atau informasi terbaru. *Citizen journalism* adalah kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh warga biasa, yang bukan merupakan seorang wartawan. Sehingga dapat diartikan, jika warga biasa turut berperan dalam menghasilkan sebuah berita dan menyebarkannya melalui berbagai akun media sosial.

Selain menerapkan cara *citizen journalism*, hal lain yang menjadikan akun ini banyak digunakan dan diikuti oleh lebih dari 1,8 juta *followers* adalah karena kecepatannya dalam menyebarkan informasi. Jenis informasi yang paling cepat dan sering diunggah adalah informasi tentang lalu lintas di DKI Jakarta dan sekitarnya, biasanya tentang kemacetan ataupun kondisi terkini mengenai arus lalu lintas. Jenis informasi tersebut sangatlah berguna, terutama bagi *followers* yang juga mengemudi, untuk mengetahui ruas-ruas jalan mana saja yang mengalami kemacetan. Selain itu, keunikan dari akun ini adalah dengan hanya menuliskan *caption* yang singkat, padat, dan jelas. *Caption* tersebut berguna untuk menjelaskan unggahan foto atau video, yang mana keringkasannya membuat pembaca dapat mengetahui kapan atau dimana informasi lalu lintas terjadi, hanya dalam waktu sepersekian detik.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh dari konten akun Instagram @jktinfo dalam memenuhi kebutuhan informasi *followersnya*. Selain itu, peneliti ingin memfokuskan pada jenis kebutuhan informasi yang berkaitan tentang lalu lintas kota Jakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas *Followers*” (Survei Terhadap *Followers* Akun Instagram @jktinfo).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh konten akun Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*? (survei terhadap *followers* akun Instagram @jktinfo).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, peneliti menyimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten akun Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan kontribusi yang signifikan untuk pengelola media sosial, khususnya Instagram agar mengetahui jenis konten dan kebutuhan informasi apa yang digemari masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang membahas mengenai Instagram dan kebutuhan informasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan yang positif untuk akun Instagram @jktinfo agar meningkatkan kualitas konten dan informasi yang diunggah, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada *followers*nya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, terdapat uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir, operasional variabel dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta tahapan kegiatan dan waktu penelitian

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan laman *website* yang dijadikan referensi bagi peneliti dalam pengerjaan penelitian ini.