

# BAB I

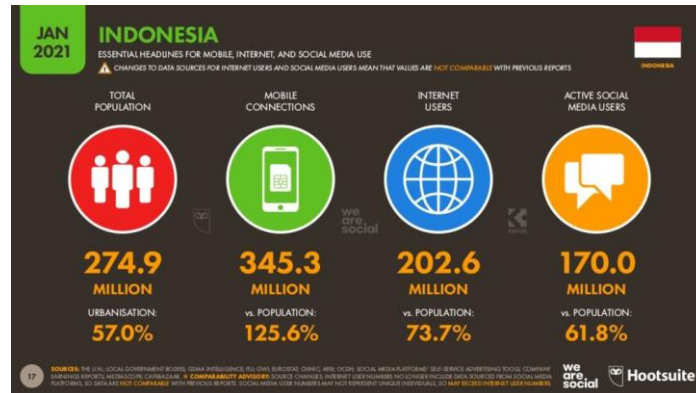
## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Di era saat ini yang segala aktivitasnya menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, internetlah yang banyak dimanfaatkan selaku sumber informasi yang berarti untuk dikembangkan ke depannya. Internet yang merupakan hasil dari kemunculan media baru dimanfaatkan sebagai sarana dalam berkomunikasi dan saling bertukar informasi dengan individu lain. Peran internet makin penting di kehidupan sosial, ekonomi, bahkan politik di dunia. Internet sanggup menawarkan suatu kenyamanan (*convenience*) yang tidak dapat ditemui dalam saluran data yang lain. Wujud dari kenyamanan tersebut antara lain merupakan kecepatan akses dan kemutakhiran, serta keberagaman data yang disajikan (Al-Saleh, 2004).

Tren internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu. Hampir seluruh kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi oleh internet. Dilihat dari data terbaru yang disajikan oleh Hootsuite dan *We Are Social* bahwa penikmat internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta per Januari 2021 lalu. Apabila dibanding dengan jumlah pengguna internet pada tahun sebelumnya, terdapat peningkatan 15,5% ataupun lebih dari 27 juta orang dalam 12 bulan terakhir. Hootsuite dan *We Are Social* mengungkapkan bahwa total penduduk di Indonesia mencapai angka 274,9 juta jiwa yang di mana lebih dari setengahnya adalah pengguna internet. Intensitas pemakaian internet relatif besar salah satunya untuk mengakses media sosial. Sosial media merupakan suatu media yang digunakan sebagai wadah untuk bersosialisasi satu sama lain yang dimanfaatkan secara *online* dan memperbolehkan manusia untuk saling berhubungan tanpa dibatasi. Besarnya manfaat dari media sosial saat ini menjadikan media sosial sebagai perangkat yang berguna dalam seluruh aspek kehidupan. Tidak hanya untuk berkomunikasi antar sesama pengguna dengan *platform* yang sama, media sosial pula digunakan sebagai alat untuk memberikan segala informasi maupun bertukar informasi.

**Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2021**



Sumber : Hootsuite dan We Are Social (2021)

Terdapat beberapa alasan ataupun motif utama masyarakat Indonesia menjadi pengguna internet. Motif memiliki arti yang berguna sebagai penggerak, alasan, ataupun dorongan dari dalam diri individu yang dapat mengakibatkan dirinya untuk berbuat sesuatu. Motif yang nantinya akan memberi arahan dalam perilaku sikap seseorang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, mau itu tujuan pribadi maupun tujuan bersama. Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018 menjelaskan bahwa motif atau dorongan utama masyarakat Indonesia memakai internet yaitu, untuk berkomunikasi dari jaringan pesan chat (24,7%), media sosial (18,9%), mencari informasi pekerjaan (11,5%), serta mencari informasi tentang sekolah ataupun kuliah (9,6%) (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Salah satu kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menggunakan internet yaitu sebagai sumber informasi yang didasarkan pada kebutuhan akan suatu informasi tertentu. Kebutuhan akan informasi muncul dari situasi *problematic* atau situasi yang penuh masalah yang di mana seseorang merasa perlu menerima informasi dari sumber selain dirinya sendiri. Pelajar adalah subjek yang secara aktif membutuhkan informasi yang didorong oleh kebutuhan pendidikannya dengan persyaratan penggunaan sumber informasi yang memerhatikan relevansi, *up to date*, dan kredibilitas. Data UNICEF dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, The Berkmen Center for Internet and Society, juga Harvard University

di tahun 2014 pun menyebutkan bahwa ada 30 juta anak Indonesia dengan rentang usia 10-19 tahun, telah menggunakan dan mengakses internet secara reguler. Menariknya, pelajar sekolah dan mahasiswa berumur 18-25 tahun mendominasi hampir setengah dari total jumlah pengguna (49%) (Kominfo, 2014).

Informasi yang sebelumnya sukar didapatkan oleh pelajar, sekarang ini tidaklah menjadi hal yang susah dengan menggunakan berbagai macam dari hasil perkembangan teknologi. Salah satu hasil yang memiliki dampak yang cukup penting dari adanya perkembangan teknologi ialah terbentuknya sebuah teknologi berbasis aplikasi yang berhubungan dengan komputer atau biasa disebut sebagai *platform*. Sederhananya, *platform* ini ialah suatu wadah yang digunakan buat melaksanakan suatu sistem yang cocok dengan program yang sudah terbuat pada bidang-bidang seperti politik, literasi, bisnis, sampai pendidikan. Tidak hanya *platform E-commerce, Fin-Tech*, atau bahkan *ride hailing*, terdapat salah satu *platform* di bidang pendidikan yang dijadikan harapan di tengah berkembangnya teknologi di Indonesia. *Platform* pendidikan tersebut dapat dicoba secara *online* dengan mengandalkan perangkat-perangkat teknologi semacam *smartphone, tablet*, serta laptop yang dianggap lebih instan dan efisien sebab dapat digunakan di mana serta kapan saja. *Platform* yang digunakan sebagai wadah untuk menambahkan ilmu atau pembelajaran di luar area sekolah serta dapat memberikan informasi terkait dunia pendidikan ini kerap disebut sebagai *Education Technology*.

*Education Technology* atau biasa disebut dengan singkatan *Ed-Tech* ini diartikan sebagai sebuah studi atau praktek belajar yang bertujuan untuk meningkatkan capaian para penggunanya dengan menciptakan, menggunakan, serta melaksanakan sumber daya dan proses teknologi yang sesuai (Richey, 2008). Singkatnya, *Ed-Tech* ini terobosan dan bentuk dari manfaat adanya perkembangan teknologi informasi dalam berbagai aspek kegiatan di bidang pendidikan. Dilansir dari DailySocial.id bahwa Koordinator Perguruan Tinggi Swasta (Kopertis) menjelaskan Angka Partisipasi Kasar (APK) untuk rentang umur 19-24 tahun pada tingkat perguruan tinggi masih sangat rendah ialah di bawah 30%. Hal tersebut

diduga karena informasi terbatas yang didapat calon lulusan SMA serta sederajatnya.

Dilansir dari CNN Indonesia dalam artikel berjudul “Bangga dan Sedih Netizen Mengetahui Hasil SBMPTN” yang menampilkan berbagai macam reaksi dari pengguna sosial media Twitter saat Hasil Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) resmi diumumkan. Tidak sedikit netizen yang menyampaikan kekecewaannya karena tidak lulus di SBMPTN walaupun mereka merasa sudah mencoba untuk berusaha semaksimal mungkin. Selain itu pula dilansir dari Wolipop dalam artikel berjudul “Ini Kisah Para Pejuang SBMPTN, Ada yang 9 Kali Gagal Dulu Baru Diterima PTN” yang menampilkan kisah perjuangan tiga orang pelajar yang sudah melewati berbagai macam rintangan untuk dapat diterima di perguruan tinggi yang mereka inginkan. Hal tersebut dapat diminimalisir karena seiring berjalannya waktu serta teknologi yang terus menjadi mutakhir mulai menghadapi pergantian sistem di mana saat ini telah banyak *platform Ed-Tech* yang dapat diakses secara *online* dan dapat menyediakan berbagai macam kemudahan dan keefektifan dalam memberikan tambahan pembelajaran dan informasi kepada para pelajar. Untuk menunjang pernyataan peneliti di atas bahwa *platform Ed-Tech* dapat menjadi solusi untuk para pelajar dapat dilihat pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Djoko Sriyatno dengan judul “Pengaruh Penerapan *Discovery Learning* Menggunakan Media Zenius Terhadap Motivasi dan Hasil Belajar Siswa pada Grammar di SMA Negeri 3 Tuban” pada Jurnal Teknologi Pembelajaran yang menjelaskan temuannya bahwa pelajar yang menggunakan model *Discovery Learning* bermedia *platform Ed-Tech* Zenius memiliki hasil belajar yang lebih baik dibanding pembelajaran model konvensional. Selain itu, motivasi belajar pelajar dengan pembelajaran *Discovery Learning* bermedia *platform Ed-Tech* Zenius memiliki motivasi belajar yang lebih baik dibanding motivasi pembelajaran model konvensional (Sriyatno, 2021).

Salah satu *platform* pendidikan berbasis *online* di Indonesia yaitu Ready Learn. *Platform* yang telah berdiri semenjak tahun 2018 ini adalah sebuah *platform* belajar berbasis teknologi (*Ed-Tech*) yang fokus meningkatkan kemampuan siswa

dalam menghadapi ujian masuk perguruan tinggi. Melalui *platform website*, Ready Learn mempunyai visi yaitu “menciptakan pendidikan yang berkualitas secara merata di Indonesia” dan mengungkapkan bahwa *platform Ed-Tech* ini memiliki semangat untuk terus berkontribusi serta memberikan pelayanan terbaik kepada generasi muda Indonesia agar mendapatkan pendidikan yang berkualitas serta dapat meraih cita-cita dengan baik.

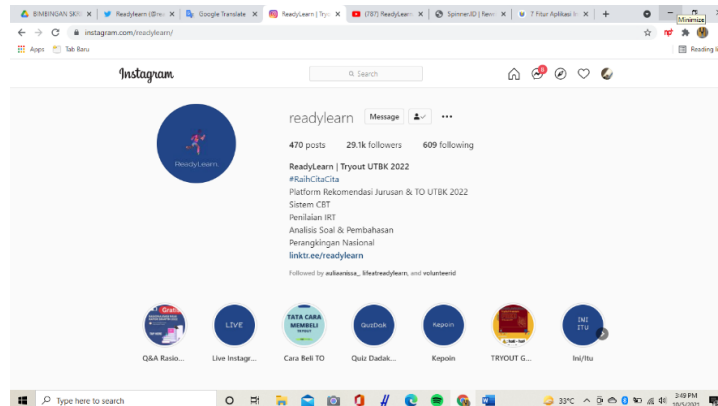
**Tabel 1. Platform Digital Ready Learn Tahun 2021**

<b>Media Sosial</b>	<b>Jumlah <i>Followers</i></b>
Instagram (@readylearn)	29.186 <i>followers</i>
TikTok (@readylearn)	755 <i>followers</i>
Twitter (@readylearnid)	302 <i>followers</i>
Youtube (ReadyLearn.)	9.350 <i>followers</i>

Sumber : *Platform Media Sosial Ready Learn* (per 5 Oktober 2021)

Ready Learn memiliki beberapa *platform* digital yang berguna untuk membagikan berbagai macam konten menarik berupa informasi-informasi mengenai produk dari Ready Learn itu sendiri serta informasi pendidikan lainnya. Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa media sosial Instagram yang dimiliki oleh Ready Learn mempunyai jumlah *followers* yang paling banyak. Selain karena hal tersebut, peneliti memilih media sosial Instagram Ready Learn sebagai tempat untuk melakukan survei penelitian sebab media sosial tersebut mempunyai lebih banyak fitur untuk melakukan proses interaksi terhadap para *followers* semacam *likes*, *comment*, *share*, serta fitur menarik lainnya. Di samping membagikan informasi perguruan tinggi lewat kontennya, Ready Learn menggunakan Instagram selaku media komunikasi pemasaran serta sebagai media beriklan untuk mempromosikan produk-produk layanan yang Ready Learn tawarkan. Sekarang ini Instagram Ready Learn mempunyai jumlah *followers* sebanyak 29.186 (per 5 Oktober 2021).

**Gambar 2. Akun Media Sosial Instagram @readylearn**



Sumber : Instagram Ready Learn (2021)

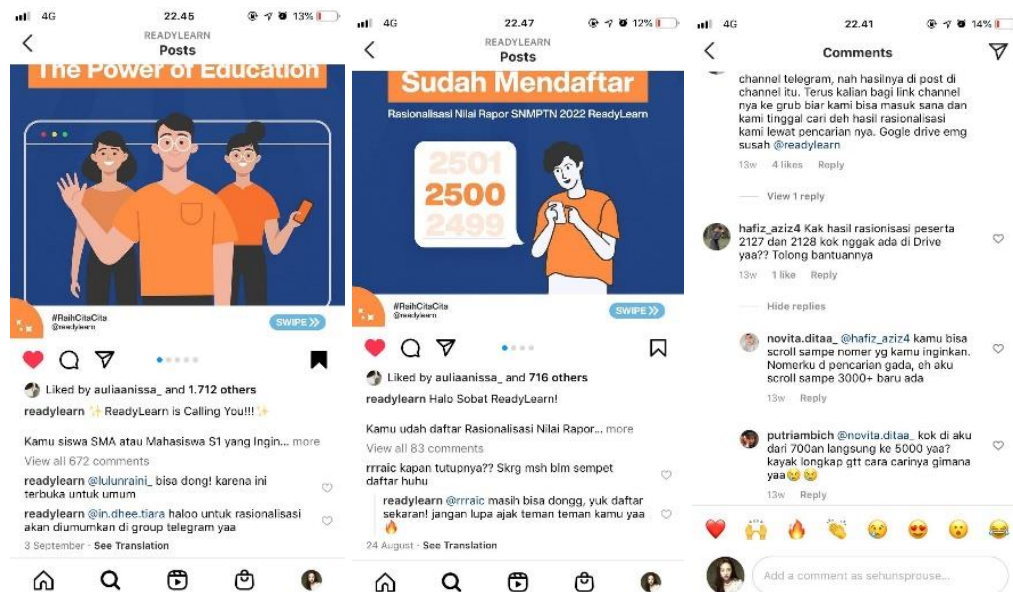
Melalui akun instagramnya, Ready Learn kerap mengunggah konten menarik yang berisikan informasi seputar pendidikan. Mulai dari informasi mengenai SNMPTN, UTBK, dan SBMPTN, *timeline* pendaftaran untuk ujian masuk perguruan tinggi, kupas universitas, jurusan terketat di universitas tertentu, kisah inspiratif dari orang-orang berbakat, sampai contoh soal yang mungkin akan keluar pada ujian universitas. Sedangkan pada fitur Instagram *Stories*, Ready Learn memanfaatkannya untuk membagikan sebagian informasi yang ditujukan kepada konten yang ada di Youtube dan TikTok serta sebagai wadah untuk saling berinteraksi dengan para *followers* menggunakan fitur *question & answer*, *polling*, dan *quiz*.

Bersumber pada studi Katadata Insight Center (KIC) serta Aku Pintar berjudul 'Perilaku Siswa dalam Pemilihan Jurusan Pendidikan', 73% calon mahasiswa di Indonesia mengakses media sosial, 54,6% mengakses website perguruan tinggi, 37,3% menghubungi alumni, serta 34,7% mengakses aplikasi pendidikan untuk mencari sumber data terpaut perguruan tinggi dan jurusan yang hendak mereka pilih. Hasil riset studi tersebut melaporkan bahwa calon mahasiswa memerlukan informasi terperinci terkait mata kuliah yang hendak dipelajari, pekerjaan yang cocok dari jurusan yang akan dipilih, dan konsultasi yang bertujuan untuk memahami bakatnya sehingga mereka bisa menentukan jurusan yang tepat.

Media sosial juga menjadi tempat yang sangat kerap mereka pakai untuk mencari informasi-informasi tersebut (KIC & Aku Pintar, 2021). Peneliti melihat bahwa hasil riset studi tersebut menampilkan beberapa informasi terkait perguruan tinggi yang calon mahasiswa butuhkan dan *platform* media sosial Instagram Ready learn memuat informasi-informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa tersebut berupa konten visual serta audio visual.

Selain itu, alasan penulis memilih media sosial Instagram Ready Learn sebagai tempat untuk melakukan survei penelitian sebab Ready Learn memanfaatkan kolom komentar di Instagram resminya untuk melakukan interaksi kepada para *followers* yang bertanya seputar produk yang sedang dijalankan oleh Ready Learn, maupun konten informasi seputar perguruan tinggi yang diunggah pada *feeds* Instagramnya. Kerap terlihat juga bahwa *followers* Instagram Ready Learn memberi komentar saling mention kepada sesama pengguna Instagram lain yang artinya mereka merespon informasi yang diberikan oleh Ready Learn dengan baik melalui akun Instagram.

### Gambar 3. Interaksi Ready Learn dan Followers pada Akun Instagram



Sumber : Instagram Ready Learn (2021)

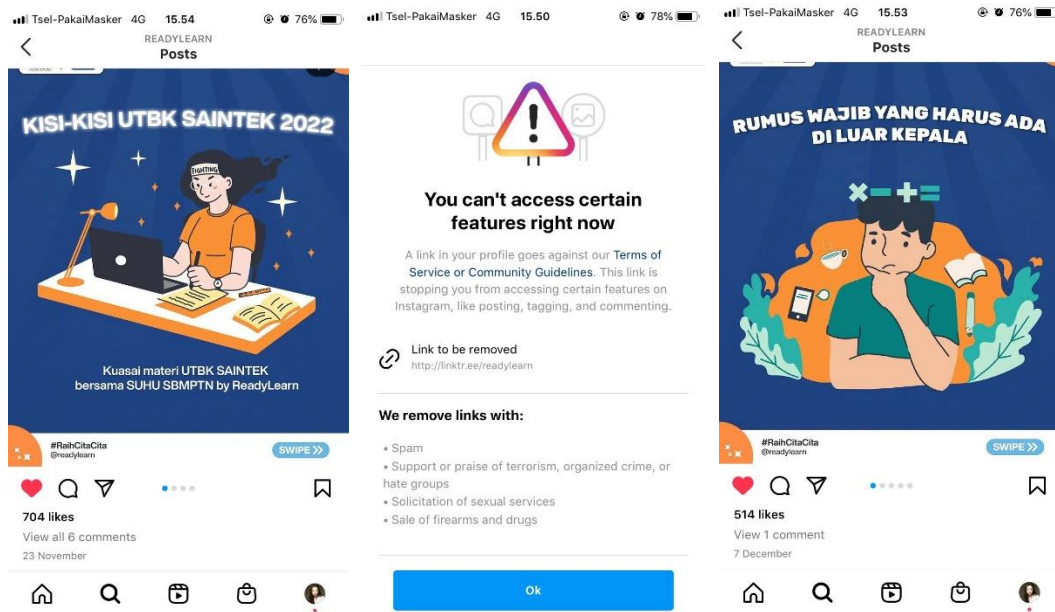
Untuk menunjang pernyataan peneliti di atas bahwa media sosial Instagram dapat menjadi sebuah platform yang memberikan informasi terkait pendidikan

dapat dilihat pada penelitian terdahulu dengan judul “*Instagram as an Education Platform for EFL Learners*” pada *The Turkish Online Journal of Educational Technology* menjelaskan temuannya bahwa Instagram adalah platform media sosial yang paling sering digunakan di antara para pelajar dan mereka lebih suka menggunakannya untuk tujuan pendidikan dan pembelajaran bahasa. Selain itu, ditemukan bahwa Instagram memiliki dampak positif pada pembelajaran bahasa siswa berdasarkan skor pencapaian (Erarslan, 2019). Temuan ini juga sejalan dengan jurnal yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pelajar untuk mengekspresikan diri tanpa hambatan (Chawinga, 2017). Selain itu, sejalan juga dengan jurnal yang berjudul *Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education* yang juga menegaskan bahwa media sosial bermanfaat bagi pelajar yang terintimidasi untuk berbagi pendapat dan pemikiran mereka (Faizi, 2013).

Selain alasan peneliti di atas yang dapat menunjang penelitian, peneliti menemukan permasalahan dari akun Instagram Ready Learn yang di mana dapat membuktikan apakah *followers* menunjukkan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan informasi dari akun Instagram Ready Learn atau tidak. Permasalahan tersebut terjadi pada tanggal 28 Oktober sampai dengan saat ini bahwa akun Instagram Ready Learn mengalami gangguan tidak dapat menulis *caption* serta berkomentar pada postingan di *feeds* Instagramnya. Hal tersebut sangat berbeda dengan akun Instagram Ready Learn sebelum adanya gangguan tersebut yang awalnya Ready Learn sangat memanfaatkan kolom komentar di Instagram resminya sebagai tempat untuk melakukan interaksi kepada para *followers*. Permasalahan yang terjadi saat ini dapat mengganggu proses pemenuhan kebutuhan informasi dari para *followers*.



#### Gambar 4. Permasalahan yang dialami Akun Instagram Ready Learn



Sumber : Instagram Ready Learn (2021)

Gangguan tersebut dapat dilihat dari gambar di atas yang menampilkan notifikasi “*You can’t access certain features right now*” dari Instagram bahwa akun Instagram Ready Learn tidak dapat mengakses beberapa fitur di Instagram selama beberapa waktu. Hal tersebut sudah dicoba ditangani oleh pihak Ready Learn ke Instagram dengan memberikan dan mengirim *report* atau keluhan terkait gangguan ini, namun belum ada balasan per tanggal 18 Desember 2021. Keadaan ini dapat menjadi indikator dan menimbulkan pertanyaan untuk peneliti, yaitu apakah terdapat pengaruh motif penggunaan media Instagram terhadap kepuasan *followers* @readylearn dan seberapa besar pengaruh tersebut.

Referensi penelitian terdahulu tentang topik terkait kepuasan *followers* dapat dilihat dari jurnal Maria Christyfera Fakoniko dengan judul penelitian “*Kepuasan Followers Akun @infia\_fact di @Instagram*”. Penelitian kuantitatif deskriptif ini menggunakan dua indikator motif yaitu sosial dan informasi dengan hasil yang menampilkan bahwa *followers* akun @infia\_fact puas jika dilihat dari dua indikator tersebut (Maria Christyfera, 2016).

Referensi lain peneliti ambil dari penelitian terdahulu milik Theo Samuel Adinata yang berjudul “Kepuasan *Followers* terhadap Konten Akun Instagram @inijie. Penelitian kuantitatif eksplanatif ini memakai 10 indikator dalam pengukuran kepuasan *followers* yaitu penunjang komunikasi, penunjang kenyamanan, relaksasi, hiburan, pendapat, pencarian informasi, interaksi sosial, dan melewatkan waktu, berbagi informasi, serta pengetahuan tentang individu lain. Hasil dari penelitian ini menampilkan bahwa terdapat ketidakpuasan pada konten menurut *followers* akun Instagram @inijie (Adinata, 2018).

Berdasarkan permasalahan, uraian, dan penelitian terdahulu yang telah peneliti jelaskan di atas, maka peneliti pada hal ini melakukan survei pada *followers* akun resmi @readylearn di Instagram dan peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian guna mengetahui seberapa besar pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan *followers*. Terdapat suatu hal yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu tentu dari objek penelitian serta perbedaan pada pemilihan indikator motif. Peneliti memakai indikator motif penggunaan media dari McQuail yaitu pencarian informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan (Maharani, 2009). Maka dari itu, penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh Motif Penggunaan Media pada Akun Instagram @readylearn terhadap Kepuasan *Followers*.**”

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

“Seberapa besar pengaruh dari motif penggunaan media pada akun Instagram Ed-Tech @readylearn terhadap kepuasan *followers*?”

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fokus permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari motif penggunaan media pada akun Instagram Ed-Tech @readylearn terhadap kepuasan *followers*.”

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dari penelitian ini terdapat manfaat, baik secara akademis maupun praktis. Oleh karena itu, adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **I.4.1 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat memperdalam riset terkait penggunaan media terutama pada informasi pendidikan dan dapat memberikan pengetahuan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian lebih lanjut dengan permasalahan yang sejenis dan diharapkan dapat menunjang perkembangan dalam ilmu komunikasi dengan konsentrasi periklanan. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk memperdalam ilmu serta mengimplementasikan teori *uses and gratification*.

### **I.4.1 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi *input* bagi Ready Learn dan *platform Ed-Tech* sejenisnya dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak tentang pendidikan dan perguruan tinggi melalui media sosial Instagram, serta dapat diharapkan menjadi manfaat untuk pembaca dalam memahami lebih jauh pemahaman mengenai pengaruh dari motif penggunaan media pada akun Instagram Ed-Tech @readylearn terhadap kepuasan *followers*

## **I.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam pengurutan proses penelitian dan penulisan secara logis, maka penulis membuat kerangka sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir, beserta hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai metodologi penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian dilakukan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penelitian yang telah diperoleh melalui pengumpulan data serta pembahasan mengenai hasil penelitian tersebut.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari segi praktis dan teoritis terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Memuat referensi yang peneliti gunakan dalam melengkapi pengumpulan data-data pada proses pengerjaan penelitian.

### **LAMPIRAN**

Berisikan berbagai hal mengenai data-data pendukung atau tambahan untuk penelitian yang berkaitan dengan misi.