

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memberikan layanan berbagi foto serta video ciptaan Kevin Systrom dan Mike Krieger yang dirilis tanggal 6 Oktober 2010 secara daring. Nama Instagram terdiri dari kata “insta” dan “gram”. “Insta” berasal dari kata “instan” atau “foto instan” sebab Instagram menampilkan sejumlah foto secara langsung. Adapun kata “gram” yang berasal dari kata “telegram” yang berarti Instagram bekerja secara cepat dalam mengirim informasi kepada orang lain. Melalui penggunaan jaringan internet, Instagram mampu mengunggah foto, video, atau informasi yang hendak dibagikan pada penggunanya mampu diperoleh pengguna lain dengan cepat. (Sumber: <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada Senin, 27 Desember 2021 pukul 13:42)

Pada hari pertama Instagram rilis yaitu pada 6 Oktober 2010, Instagram memiliki kurang lebih sebanyak 25.000 pengguna aktif. Pasca perilisannya, yakni bulan Mei 2011 pengguna aktif di Instagram sebesar 3,75 juta. Tanggal 9 April 2012, Instagram diakuisisi Facebook senilai hampir \$1 miliar berbentuk tunai serta saham. Salah satu alasan terbesar Facebook mengakuisisi (pemindahan kepemilikan) Instagram adalah untuk mendorong pertumbuhan pengguna. Instagram ialah sebuah aplikasi fotografi yang pertumbuhannya paling cepat. Pada saat itu, pengguna Instagram berjumlah 300 juta yang mengunggah foto yang berarti pengguna Instagram tersebut melampaui volume foto yang diunggah oleh pengguna Facebook itu sendiri. Jumlah pengguna aktif Instagram di dunia setidaknya mencapai 1,393 miliar pengguna pada Oktober 2021 berdasarkan jumlah jangkauan audience pada iklan global. (Sumber: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats> diakses kembali pada Jumat, 4 Februari 2021 pukul 12:08)

1.1.2 Logo Instagram

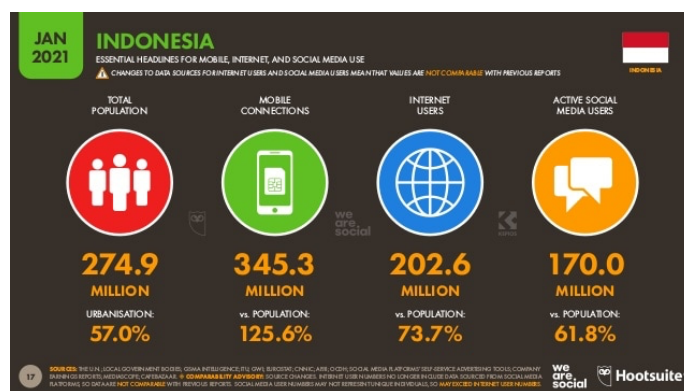


Gambar 1. 1 Logo Instagram

(Sumber: <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada Senin, 27 Desember 2021 pukul 13:42)

1.2 Latar Belakang

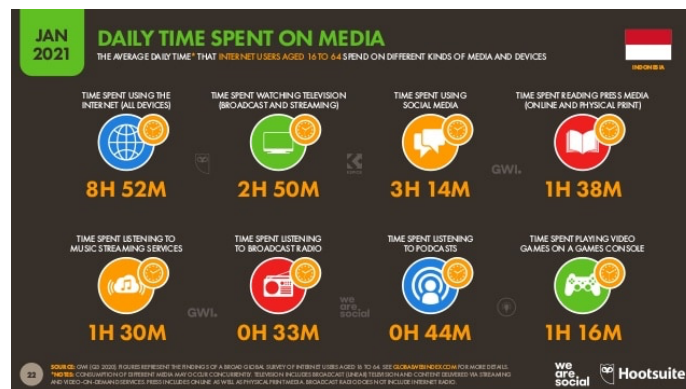
Semenjak melintasi zaman revolusi industri 4.0, perkembangan teknologi di dunia sangat mempengaruhi beberapa aspek terutama dalam aspek teknologi informasi dan komunikasi yang dapat menyebarkan seluruh informasi di seluruh dunia dan sangat berpengaruh terhadap perubahan pada kehidupan saat ini ialah internet. Berkembangnya internet memberikan implikasi yang mendalam bagi kehidupan sosial terutama pada bagaimana masyarakat global melakukan komunikasi satu sama lain. Penggunaan internet di seluruh lapisan masyarakat semakin meningkat karena masyarakat ingin memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasinya.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses kembali pada Senin, 27 Desember 2021 pukul 13.44)

Berdasarkan data hasil laporan Hootsuite dan We Are Social pada gambar di atas, pengguna internet di Indonesia senilai 202,6 juta pada Januari 2021. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya, terdapat peningkatan jumlah pengguna senilai 15,5% ketimbang tahun sebelumnya. Dengan jumlah populasi Indonesia yang menggapai 274,9 juta jiwa, maka mampu diketahui bahwasanya, 73,7% penduduk Indonesia telah menjadi pengguna internet. Selain meningkatnya pengguna internet di Indonesia, banyaknya perangkat *mobile* yang terkoneksi juga mengalami peningkatan senilai 345,3 juta serta terdapat pula peningkatan atas banyaknya pengguna aktif di media sosial berbagai platform senilai 170 juta.



Gambar 1. 3 Waktu yang dihabiskan pengguna dalam mengakses internet
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses kembali pada Senin, 27 Desember 2021 pukul 13.44)

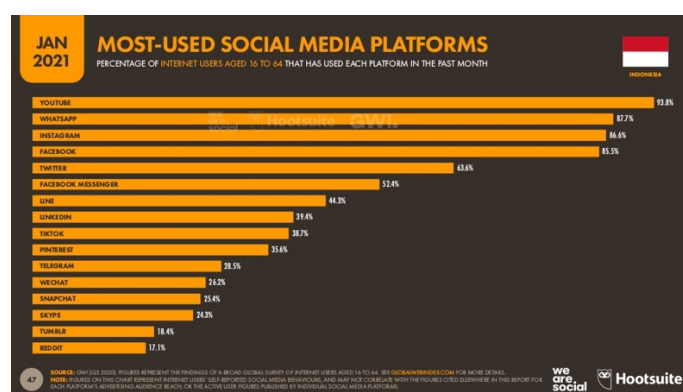
Gambar di atas menunjukkan data hasil laporan Hootsuite dan We Are Social, dapat diperlihatkan masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna internet cenderung menghabiskan waktu sebanyak 8 jam 52 menit, dimana penggunaan waktu tersebut cenderung didominasi oleh penggunaan media sosial sebanyak 3 jam 14 menit. Laporan tersebut mengungkapkan pula bahwasanya, jumlah keseluruhan pengguna jaringan seluler ataupun WiFi di Indonesia ialah sejumlah 195,3 juta jiwa.

Perkembangan internet saat ini sudah melekat di seluruh kalangan masyarakat. Pengguna teknologi informasi berbasis internet cenderung beragam dari berbagai kalangan usia manapun sedari muda hingga usia senja sekalipun. Salah satu fenomena adanya teknologi informasi berbasis internet ialah dengan terciptanya media sosial.

Media sosial merupakan media atau sarana berbasis daring yang bisa mendekatkan jalinan hubungan antar penggunanya dalam melakukan interaksi sosial. Penggunaan media sosial menjadi sebuah kegiatan terfavorit bagi pengguna internet Indonesia. Van Djk (dalam Nasrullah, 2015) mengatakan jika media sosial ialah sebuah medium dalam jaringan yang memfasilitasi penggunanya untuk berinteraksi sosial secara daring di internet. Para pengguna media sosial bisa saling berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi kegiatan hubungan sosial lainnya secara daring.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk bertukar informasi antar pengguna, tetapi juga sebagai media untuk berbagi data dan dijadikan sebagai media untuk membuat jaringan pertemanan secara daring. Meiki dan Young (Rulli Nasrullah, 2015) mendefinisikan media sosial yang dipakai menjadi medium pemersatu dalam berkomunikasi pada sejumlah aktivitas diantara individu dan media publik untuk berbagi apapun, dimanapun dan kapanpun tanpa adanya batas.

Dari pengertian beberapa ahli mengenai kata tersebut bisa disimpulkan jika media sosial ialah suatu platform media dalam jaringan dimana penggunanya mampu berinteraksi, berkomunikasi atau bersosialisasi. Dengan adanya media sosial, pengguna bisa lebih mudah melakukan aktivitas komunikasi secara dua arah dalam berbagi atau bertukar pesan, berkolaborasi, dan saling terhubung dalam bentuk audio-visual, visual, dan tulisan.



Gambar 1. 4 Data Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses kembali pada Senin, 27 Desember 2021 pukul 13.44)

Pada tahun 2021 We Are Social telah mencatat berbagai platform media sosial yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Dari hasil *survey* tersebut, We Are Social mencatat ada 2 jenis kategori media sosial, yaitu *social network* dan *messenger*. Youtube merupakan platform media sosial kategori *social network* yang memiliki jumlah pengakses terbanyak dengan presentase 93,8% serta Instagram dengan presentase 86,6%. Sementara itu, media sosial kategori *messenger* yang paling banyak diakses adalah Whatsapp dengan presentase 87,7% yang diikuti oleh Facebook Messenger dengan presentase 52,4% serta Line dengan presentase 44,3%.

Menurut data hasil laporan Hootsuite dan We Are Social tersebut, Instagram merupakan media sosial kedua kategori *social network* dengan jumlah pengguna terbanyak. Instagram telah memicu ketertarikan mayoritas pengguna internet global termasuk di Indonesia. Hal tersebut mampu ditinjau melalui banyaknya pengguna Instagram di Indonesia yang sangat besar yaitu dengan presentase sebesar 86,6%.

Instagram memiliki banyak fitur yang diinginkan oleh pengguna media sosial yang merupakan media komunikasi yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi. Instagram merupakan media sosial terpopuler disemua kalangan terutama di kalangan mahasiswa. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Napoleon Cat menunjukkan lebih dari 92 juta pengguna Instagram di Indonesia pada November 2021. Jumlah pengguna Instagram di bulan November naik dibandingkan dengan bulan sebelumnya, Oktober yang penggunanya sekitar 91 juta, dimana mayoritas penggunanya berada pada kategorisasi 18-24 tahun sejumlah 34,4 juta (37,2%) dengan rincian sejumlah 20% pengguna Instagram ialah wanita, adapun 17,2% ialah pengguna laki-laki. Secara keseluruhan, mayoritas atau 53,1% pengguna aplikasi Instagram di Indonesia ialah perempuan, Adapun sisanya yakni sebanyak 46,9% berjenis kelamin laki-laki. (Sumber: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/11/> diakses pada Senin, 27 Desember 2021 pukul 20.42)

Berdasarkan data yang diambil dari Napoleon Cat tersebut diketahui bahwa kelompok usia 18-24 tahun merupakan pengguna Instagram tertinggi dan Instagram merupakan media sosial yang melekat dalam kehidupan sehari-hari anak muda di Indonesia. Usia 18-24 tahun merupakan usia kelompok dewasa muda yang umumnya pada kategorisasi umur tersebut membutuhkan tempat

untuk dapat berinteraksi dengan individu yang lain. Seseorang yang telah menginjak usia 18 tahun akan memasuki dunia mahasiswa.

Pada umumnya, Instagram banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa atau kaum muda di Indonesia, karena memiliki banyak fitur yang menarik untuk digunakan. Instagram juga sudah menjadi bagian dari aktivitas keseharian mahasiswa guna berkomunikasi secara tidak langsung. Selain untuk memenuhi kebutuhannya, mahasiswa menggunakan Instagram karena membutuhkan interaksi dengan temannya dan juga agar dapat memperoleh pengakuan mengenai pendapat, sikap atau perilaku, dan lain-lain.

Dewasa ini, Instagram ialah salah satu dari berbagai media sosial yang dimanfaatkan penggunaannya untuk bertukar informasi melalui postingan sebuah foto ataupun video. Pemanfaatan Instagram sebagai sarana penunjang komunikasi atau berbagi informasi tersebut akan memberikan pengaruh pada tingkat intensitas menggunakan Instagram yang semakin tinggi yang bisa menyebabkan pengguna Instagram diharuskan untuk membuka Instagram secara terus menerus. Kartono dan Gulo (2003) menjelaskan intensitas merupakan besarnya suatu tingkah laku; ukuran energi fisik yang diperoleh dari energi indera. Sementara itu, Intensitas dalam penggunaan media sosial semakin meningkat untuk berbagai kebutuhan yang tentunya diawali dengan berbagai niat dalam penggunaannya.

Penggunaan media sosial yang dilakukan seseorang akan menimbulkan adanya perubahan perilaku pada dirinya sendiri yang akan berdampak pada kehidupan sehari-hari terutama dalam kegiatan komunikasi. Perubahan perilaku komunikasi didorong oleh motif tertentu dan tidak bisa terpisahkan antara individu itu sendiri atau dari dalam faktor personal dengan lingkungan sekitar dimana individu berada atau dari dalam faktor environmental. Perilaku komunikasi berhubungan dengan pengutaraan sebuah pesan dari komunikator yang kemudian komunikasi akan menerima pesan tersebut; setelah menerima pesan tersebut akan membawa perubahan perilaku komunikasi. Perilaku komunikasi merupakan satu dari berbagai fokus penelitian pada disiplin ilmu antropologi, terutama dalam etnografi komunikasi. Menurut Purwoko (2008: 4) perilaku komunikasi merupakan suatu bentuk keahlian seorang pembicara dari beberapa kompetensi dan keterampilan, baik dalam keterampilan bahasa atau linguistik, keterampilan berinteraksi, maupun keterampilan budaya dalam berperilaku.

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, penulis akan melakukan riset mengenai pengaruh perilaku komunikasi para pengguna Instagram dikalangan mahasiswa. Penulis memilih media sosial Instagram di dalam penelitian ini sebagai objek penelitian, karena Instagram ialah sebuah aplikasi dengan jumlah penggunaan terbanyak pada berbagai kalangan, termasuk bagi mahasiswa. Menurut Vrocharidou dan Efthymiou (2012: 610), mahasiswa memenuhi kebutuhan komunikasinya melalui penggunaan teknologi yang dimediasi komputer yang memudahkan mereka guna melakukan interaksi bersama teman-temannya melalui obrolan, pesan instan, *email* dan dalam menggunakan Instagram, mereka dapat mengirim foto dan juga mengomentarnya.

Berdasarkan laporan yang dikemukakan oleh Insider Intelligence yang dikenal sebagai eMarketer mengatakan Instagram diprediksi akan terus berkembang setiap tahunnya dan akan memiliki 1,28 miliar pengguna aktif bulanan pada tahun 2022. Baru-baru ini, pegawai Instagram mengungkapkan bahwa Instagram sudah mencapai 2 miliar pengguna bulanan, terjadi peningkatan senilai 1 dari Juni 2018. (Sumber: <https://www.emarketer.com/chart/c/T11777/social-network-users-worldwide-by-platform-2022-millions-1> diakses pada 28 Desember 2021 pukul 14.45).

Selain itu, penulis memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian karena banyak mahasiswa yang berkomunikasi menggunakan Instagram yang mampu memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Instagram dengan baik sebagai sarana berinteraksi dan membangun hubungan pertemanan, selain itu mahasiswa merupakan masyarakat sosial dimana membutuhkan interaksi dengan individu lain dan juga membutuhkan media sebagai sarana untuk berinteraksi. (Fitri Saraswati dan Ike Devi Sulistyanyngtyas, 2014)

Dengan demikian, penulis memutuskan untuk meneliti dan mengambil judul penelitian “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Komunikasi Mahasiswa”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan data dan pernyataan yang telah dipaparkan, berikut pokok permasalahan yang hendak diteliti:

1. Seberapa besar intensitas penggunaan Instagram mahasiswa.

2. Seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap perilaku komunikasi mahasiswa.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan untuk menjawab berbagai permasalahan pada fenomena yang sedang diteliti. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui seberapa besar intensitas penggunaan Instagram mahasiswa.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap perilaku komunikasi mahasiswa.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapat kegunaan yakni:

1.5.1 Kegunaan Praktis

Penulis berekspektasi supaya hasil penelitian ini mampu memberikan kebermanfaatan serta masukan kepada mahasiswa dalam menggunakan internet dan media sosial secara bijak.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

Penulis berekspektasi supaya hasil dari penelitian ini mampu dijadikan acuan bagi kajian komunikasi khususnya yang berkaitan dengan perilaku komunikasi dalam penggunaan media sosial.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Dalam proses melakukan penelitian, penulis akan menjabarkan pada tabel dibawah ini sesuai dengan rancangan waktu yang akan penulis lakukan dalam proses penyelesaian penelitian.

Tabel 1. 1
Tahapan Penelitian

No.	Tahapan dan Rencana	2021										2022						
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7

1.	Mencari dan menentukan topik penelitian serta mengumpulkan referensi yang mendukung penelitian.	■																	
2.	Penyusunan Proposal (BAB I-BAB III)		■	■	■	■													
3.	Pendaftaran <i>Desk Evaluation</i>					■													
4.	Revisi					■	■	■	■	■	■	■							
5.	Penyebaran kuesioner												■						
6.	Pengolahan Data												■	■					
7.	Penyusunan hasil penelitian, kesimpulan dan saran (BAB IV-V)																■	■	
8.	Pendaftaran Sidang Skripsi																		■
9.	Sidang Skripsi																		■

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi mengenai pembahasan objek penelitian secara general seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang, identifikasi masalah, tujuan

masalah, kegunaan penelitian baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis, waktu dan periode penelitian hingga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini memuat pembahasan dari berbagai teori yang melandasi penelitian terkait dengan pokok pembahasan dan variabel penelitian. Teori yang dilampirkan berasal dari berbagai sumber yang merujuk pada artikel dalam jurnal penelitian bereputasi maupun penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Pada bagian ini terdapat juga kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memuat pembahasan hasil dari seluruh data yang diperoleh ketika melakukan penelitian. Data yang telah didapatkan kemudian dikelola secara deskriptif dengan memakai teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini memuat kesimpulan hasil dari analisis data yang telah diperoleh yang merujuk pada sub bab identifikasi masalah dan sesuai dengan tujuan dari penelitian. Pada bagian ini juga memuat saran dari pemikiran penulis untuk penelitian selanjutnya.