

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

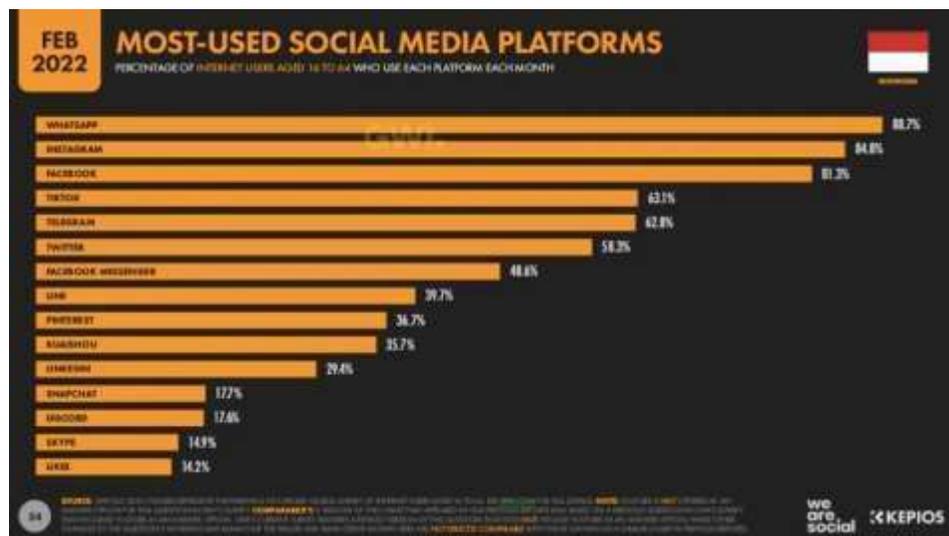
Melihat kemajuan perkembangan teknologi pada zaman sekarang ini, teknologi sudah sangat berkembang pesat di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Ekologi media sosial terus berubah. Platform, layanan, dan aplikasi media sosial baru diperkenalkan dengan cepat. Banyak yang menarik perhatian media, beberapa mendapatkan pijakan yang kuat, tetapi sebagian besar memudar dan menghilang bahkan sebelum mereka mencapai arus utama pengguna. Yang tersisa mengubah antarmuka dan persyaratan layanan mereka, mengintegrasikan layanan dan fitur baru secara terus menerus. Media sosial tidak tetap sama, hal tersebut sangat berpengaruh dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi, informasi – informasi tersebut tentunya dapat diterima atau diperoleh melalui media cetak maupun media sosial. Sedangkan media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital untuk memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi, baik itu bersosialisasi atau membuat konten berupa tulisan, foto dan video, untuk dibagikan kepada penggunanya. Adapun media sosial sendiri terdiri dari Instagram, Youtube, Tiktok, dll. Dengan adanya media sosial dimana saja, informasi dapat diperoleh mudah oleh para penggunanya.

Dengan adanya media sosial kita dapat mengakses semua informasi yang kita butuhkan kapan dan dimanapun kita berada dengan adanya internet. Manfaat media sosial sendiri tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi memiliki manfaat lainnya seperti untuk menghubungkan kita dengan kerabat lama atau yang terpisah jauh, dapat membangun relasi, dapat membuat kreativitas berjenis digital seperti video, foto untuk dibagikan ke orang lain. Seiring berkembangnya waktu media sosial dapat dijadikan alat atau sarana untuk pebisnis untuk keperluan marketing dan promosi.

Menurut Mulyono (2021) "media sosial" mengacu pada sejumlah metode yang melibatkan orang melalui konten berita berbasis web untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan berinteraksi. Media *online* juga dapat digunakan untuk menggambarkan media sosial yang dapat terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia, dapat saling menjangkau melalui internet menggunakan komputer atau *smartphone*. Tentu saja, banyaknya pengguna media sosial di Indonesia dapat menciptakan peluang untuk

memaksimalkan kehadiran media sosial sebagai sumber daya untuk sarana komunikasi, yang dapat menimbulkan pertanyaan bagaimana pengguna media sosial dapat berkomunikasi secara efektif dalam masyarakat, di bidang pembelajaran dan pemasaran.

Pengguna media sosial biasanya adalah orang yang terbuka dengan teknologi karena menggunakan media sosial saat menggunakan komputer atau smartphone melalui internet. Menurut Csobanka (2016), pengguna aktif jejaring sosial memiliki jaringan yang luas dan melakukan interaksi reguler mereka melalui saluran ini (pertemuan tatap muka juga penting bagi mereka, tetapi menjaga kontak *online* memainkan peran yang sama pentingnya). Menggunakan media sosial menarik perhatian pengguna terhadap berita yang mereka cari, tidak ada yang bisa mengontrol perhatian pengguna. Pengguna juga dapat *log in* dan *out* sesuai kebutuhan atau jika ingin membaca, media *online* juga menggunakan kaidah jurnalistik dalam sistem kerjanya. Saat ini, media sosial telah menjadi pilihan yang memungkinkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mereka cari. Media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia bermacam – macam seperti Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, dll.



Gambar 1. 1 Data jumlah pengguna media sosial paling banyak tahun 2022

Sumber : We Are Sosial (2022)

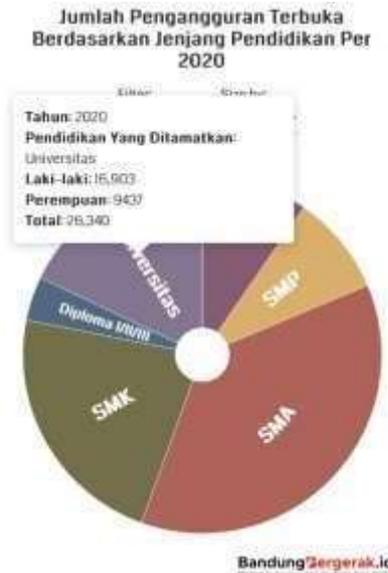
Dari data survei pada sumber We Are Sosial 2022, telah mencatat *platform* media sosial dengan penggunaan tertinggi di kalangan masyarakat Indonesia adalah Instagram dengan menduduki peringkat kedua dengan jumlah pengguna pada tahun 2022 yaitu 99,15 juta jiwa, hal tersebut mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dengan jumlah 85 jutaan pengguna, dengan 52,3% pengguna Instagram adalah wanita dan persentase 47,7% pengguna Instagram berjenis laki – laki. Fenomena media Instagram sendiri menjadi salah satu sosial media yang sangat berpengaruh dan aktif dalam kebutuhan mencari informasi, hal tersebut menunjukkan bahwa sosial media Instagram salahsatu *platform* yang paling efisien.

Menurut N Aprilia (2016) “Insta yang berarti segera, dan kata Gram yang awal mula berasal dari kata telegram merupakan akar dari nama Instagram sebelumnya adalah aplikasi iTunes gratis yang dibuat oleh Burbn Business Inc, sebuah perusahaan teknologi pemula yang didirikan pada tahun 2010 dengan satu-satunya penekanan untuk membuat aplikasi untuk perangkat seluler”. Instagram dikenal sebagai *platform* sosial media yang penggunaannya mencakup pengambilan video, gambar, dan pesan melalui aplikasi seluler untuk dibagikan kepada keluarga, teman, dan komunitas. Instagram memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengklik, mengedit, dan mengunggah konten tentang kehidupan mereka untuk diketahui oleh orang-orang di sekitarnya.

Konten di Instagram biasanya sangat *visual*, publik, pribadi, dan mudah diakses diperangkat apa pun yang dapat diakses melalui Internet. “di kalangan pengguna media sosial, khususnya di kalangan remaja, Instagram telah muncul sebagai fenomena tersendiri” (Kurniawati & Arifin, 2015). Media sosial Instagram sudah banyak memberikan kegunaan yang bermanfaat dalam memberikan berita – berita yang bermanfaat dalam menyampaikan suatu informasi, Instagram sendiri menjadi salah satu jejaring sosial paling populer di kalangan pengguna zaman sekarang ini.

Dengan begituu di era digital pada saat ini masyarakat di Indonesia sudah mulai banyak memanfaatkan salah satu media sosial, yaitu Instagram sebagai platform unuk mencari dan membagikan informasi. Salah satunya mengenai informasi lowongan kerja untuk memudahkan orang mendapatkan pekerjaan melalui sosial media Instagram yang menyajikan informasi tentang lowongan kerja. Di kota Bandung sendiri berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung mencatat persentase angka pengangguran

terbuka meningkat sebanyak 3 persen pada 2020 lalu. Dari jumlah total penduduk Bandung 2.444.160 orang, sebanyak 147.081 orang di antaranya berstatus penganggur terbuka.



**Gambar 1. 2 Data Pengangguran Terbuka Berdasarkan Jenjang Pendidikan Tahun 2020**

Sumber : BandungBergerak.id (2021)

Berdasarkan dari data diatas jenjang Pendidikan lulusan Universitas dalam data pengangguran di kota Bandung menduduki peringkat ketiga yaitu sebanyak 26.340 yang terdiri dari laki – laki yaitu 16.903 dan perempuan yaitu 9.437. Pada fenomena yang peneliti lihat ada salah satu faktor khususnya yaitu memperoleh informasi lowongan kerja di kota Bandung. Hal tersebut sangat berpengaruh bagi *Fresh Graduate* universitas yang berada di kota Bandung. Salah satu *Fresh Graduate* Universitas yang membutuhkan informasi lowongan pekerjaan yaitu Telkom University dengan adanya informasi lowongan pekerjaan yang mudah di dapatkan, akan membantu para *Fresh Graduate* untukmendapatkan lowongan pekerjaan, untuk mendapatkan dan khususnya bagi para *Fresh Graduate* Telkom University, banyak mahasiswa *Fresh Graduate* Telkom University yang baru lulus akan mencari informasi lowongan pekerjaan, salah satunya di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, berikut data *Fresh Graduate* Telkom University Fakultas Komunikasi Bisnis :

**Tabel 1. 1 Data *Fresh Graduate* Telkom University Angkatan 2018 & 2019**

No	Data <i>Fresh Graduate</i>	Periode 2021 & 2022	Periode 2022 & 2023
1	Angkatan 2018	93	39
2	Angkatan 2019	-	115

Sumber: Data LAAK FKB (2023)

Berdasarkan dari data tabel diatas, dapat dilihat bahawa data *Fresh Graduate* Telkom University Angkatan 2018 pada periode 2021&2022 sebanyak 93 *Fresh Graduate*, dan pada periode 2022 dan 2023 terdapat dua angkatan yang menjadi *Fresh Graduate* yaitu angkatan 2018 sebanyak 39 *Fresh Graduate*, sedangkan pada Angkatan 2019 yaitu sebanyak 115 *Fresh Graduate*.

Dengan adanya sosial media akun Instagram dalam berbagi informasi yang dapat dilihat semuanya ada, dapat memudahkan pengguna Instagram untuk mencari informasi yang diinginkan. Sarjana atau *Fresh Graduate* dapat mencari kebutuhan informasi terkait informasi lowongan kerja, di Telkom University banyak mahasiswa yang sudah lulus dan mencari kebutuhan informasi lowongan pekerjaan. Dahulu informasi terkait lowongan pekerjaan tersedia pada media cetak saja contohnya seperti koran, majalah, surat kabar yang menghususkan beberapa halaman untuk iklan informasi lowongan pekerjaan, dan dahulu orang – orang ingin mencari tahu informasi lowongan pekerjaan harus membeli banyak koran hanya untuk melihat halaman bagian lowongan kerja saja, sehingga pencarian informasi lowongan kerja seperti pada diatas sangat kurang relevan dan efisien di zaman era digital pada saat ini sudah banyak informasi tentang lowongan kerja yang mudah di dapatkan secara *online*.

Dengan demikian akun lowongan pekerjaan media sosial Instagram tentu sangat membantu para *fresh gradute* Telkom University untuk memberikan atau mencari kebutuhan tentang tempat bekerja yang beragam dan menarik untuk ditampilkan di akun lowongan pekerjaan dari lowongan pekerjaan *full time, part time* hingga pekerjaan yang dapat bisa dilakukan kapan dan dimana saja sesuai kebutuhan perusahaan dan juga pekerjaan, dengan demikian banyaknya muncul akun – akun informasi dengan perkembangan minat masyarakat yang semakin spesifik menjadi salah satu alasan munculnya akun – akun yang memberikan informasi lowongan pekerjaan, seperti @lokerbdg.id, @lokerbdgcom, @lokerbdg.ig, @lokerbdg.jabar yang isi konten Instagramnya berupa informasi - informasi lowongan kerja yang ada di Kota Bandung. Berikut data

perbandingan akun - akun Instagram yang menyajikan informasi terkait lowongan pekerjaan di kota Bandung tersebut :

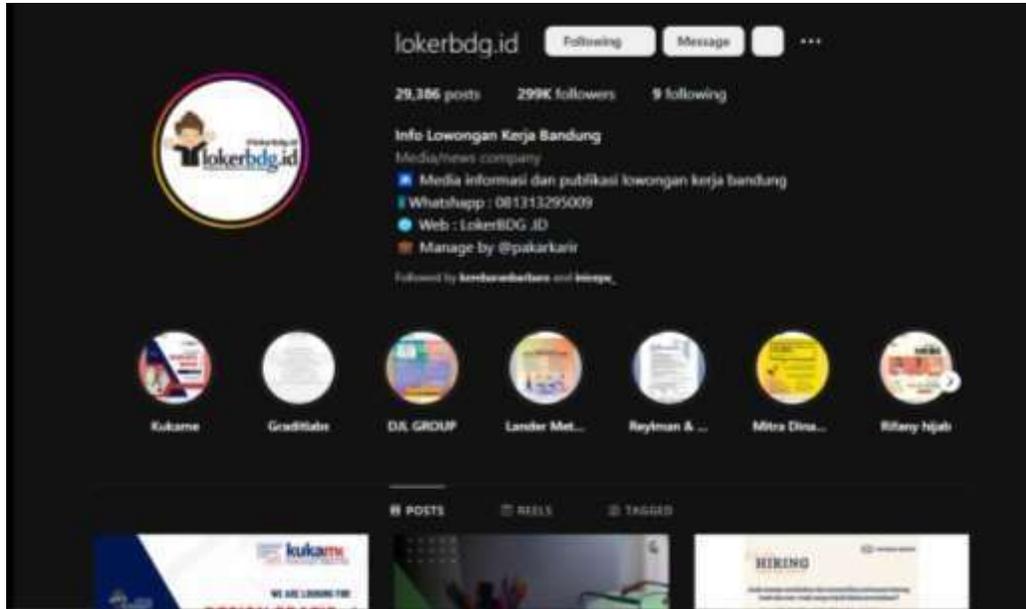
**Tabel 1. 2 Data Pengikut Media Sosial Informasi Lowongan Pekerjaan di KotaBandung**

No	Akun Instagram	Followers
1	@lokerbdg.id	299K
2	@lokerbdg.ig	128K
3	@lokerbdgcom	106K
4	@lokerbdg.jabar	31,1K

Sumber: Data Olahan Penulis, (2022)

Berdasarkan dari data tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa akun media sosial Instagram @lokerbdg.id adalah salah satu akun Instagram yang paling diikuti oleh pengguna media sosial Instagram, sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai info lowongan pekerjaan di Kota Bandung. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa akun media sosial Instagram @lokerbdg.id lebih efektif dan menarik perhatian para masyarakat yang ingin mencari informasi tentang pekerjaan yang ada di Kota Bandung.

Informasi lowongan kerja saat ini sangat menjadi prioritas bagi *Fresh Graduate* Telkom University yang membutuhkan pekerjaan, karena pekerjaan menjadi salah satu faktor ekonomi yang berpengaruh di Indonesia. Lulusan baru atau *Fresh Graduate* adalah orang yang baru saja lulus dari tingkat sarjana dan tidak memiliki pengalaman kerja sebelumnya. *Fresh Graduate* mengalami transisi dari universitas ke dunia kerja, darimahasiswa menjadi pekerja.

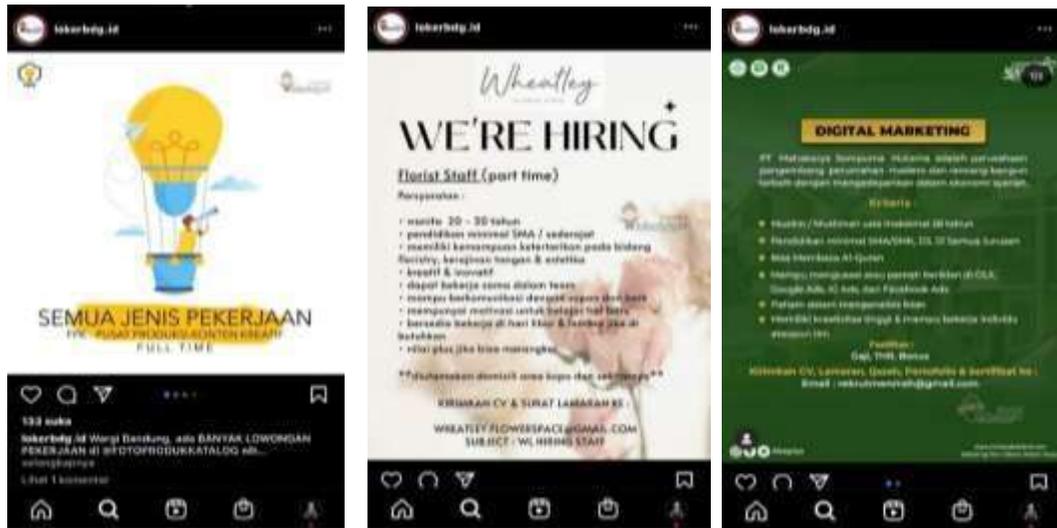


**Gambar 1. 3 Akun Instagram @lokerbdg.id**

Sumber : <https://www.instagram.com/lokerbdg.id/> (12 September 2022)

Akun Instagram @lokerbdg.id merupakan salah satu media yang digunakan untuk berbagi informasi tentang peluang kerja dari @lokerbdg.id. pertama kali dibuat pada Agustus 2016. Berawal dari minimnya sumber informasi lowongan yang dibagikan di Instagram dan banyaknya perusahaan atau individu yang membutuhkan karyawan namun tidak menemukan media pendukung. mereka dapat memberikan informasi tentang pekerjaan. @lokerbdg.id berupaya memberikan informasi yang terkini, valid dan terpercaya agar tidak ada pihak manapun yang merasa dirugikan.

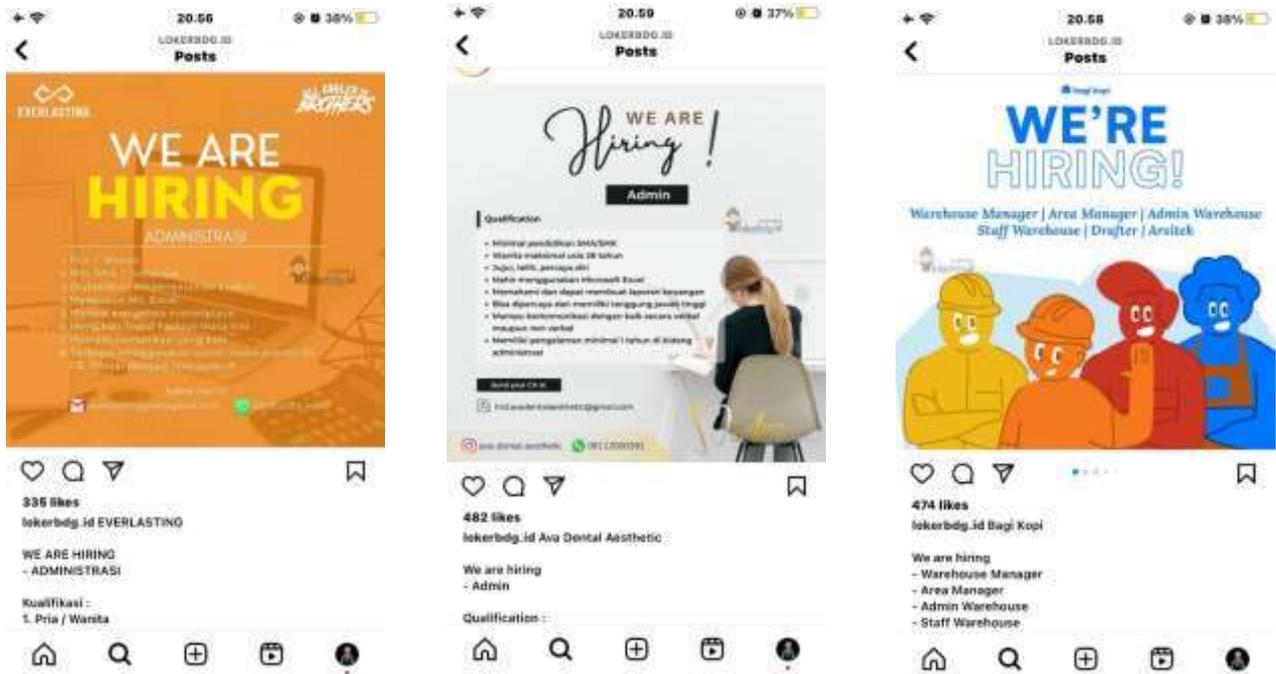
Akun Instagram @lokerbdg.id menjadi salah satu akun Instagram yang *followersnya* banyak dengan jumlah pengikut dalam akun @lokerbdg.id sebanyak 299 ribu pengikut dengan 29.386 postingan serta 9 akun yang diikuti. Jumlah pengikut dari akun tersebut dapat menambah rasa kepercayaan terhadap *Fresh Graduate* Telkom University yang membutuhkan informasi lowongan pekerjaan, diantara akun lainnya seperti @lokerbdgcom, @lokerbdg.ig, @lokerbdg.jabar. Jumlah *likes*, *postingan*, *video reels* akun Instagram @lokerbdg.id lebih banyak di banding akun – akun lainnya yang menyajikan informasi tentang lowongan pekerjaan yang ada di Kota Bandung. Selain itu juga akun Instagram @lokerbdg.id juga sangat update untuk memberikan perkembanganlowongan pekerjaan yang ada di Kota Bandung.



**Gambar 1. 4 Tampilan Konten Akun Instagram @lokerbdg.id**

Sumber : <https://www.instagram.com/lokerbdg.id/>\_(12 September 2022)

Pada gambar 1.4 merupakan konten gambar beberapa informasi lowongan pekerjaan, yang di unggah melalui akun Instagram @lokerbdg.id. Pada unggahan gambar tersebut juga terdapat “tag” dari perusahaan yang membuka lowongan pekerjaannya, selain itu juga terdapat *caption* yang memberikan penjelasan atau syarat dari informasi lowongan kerja tersebut. Selain unggahan dalam bentuk foto, akun Instagram@lokerbdg.id juga mengunggah beberapa informasi lowongan pekerjaan melalui video singkat untuk menambah minat atau ketertarikan melihat informasi yang diberikan. Konten – konten yang di unggah melalui akun Instagram @lokerbdg.id merupakan informasi – informasi lowongan pekerjaan untuk *Fresh Graduate* Telkom University di Kota Bandung.



**Gambar 1.5** Konten Instagram @lokerbdg.id

Sumber : <https://www.instagram.com/lokerbdg.id/> (5 Juni 2023)

Pada gambar 1.5 dapat dilihat bahwa konten Instagram dari akun @lokerbdg.id begitu banyak informasi lowongan pekerjaan dari berbagai bidang profesi, tetapi dapat dilihat dari beberapa contoh konten yang disebarakan melalui akun Instagram tersebut terdapat beberapa bidang profesi, salah satu yang efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi tersebut yaitu di bidang profesi administrasi, dan dapat dilihat dari judul penelitian saya yang meneliti tentang Fakultas Komunikasi dan Bisnis, bahwa terdapat tiga jurusan yaitu ilmu komunikasi, administrasi bisnis, dan *digital public relation*.

Kebutuhan *Fresh Graduate* Telkom University terhadap akun @lokerbdg.id untuk pemenuhan informasi lowongan kerja menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap hal tersebut. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyadari adanya urgensi untuk melakukan penelitian terhadap efektivitas akun Instagram @lokerbdg.id dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers* dengan tujuan untuk mengetahui efektivitas potensi akun @lokerbdg.id yang merupakan salah satu media untuk memberikan informasi dengan jumlah *followers* terbanyak di dibandingkan akun Instagram lainnya yang memberikan informasi terkait seputar lowongan pekerjaan di kotaBandung.

Menurut Martoyo (2007), menjelaskan efektivitas adalah “suatu keadaan atau kondisi

dimana tujuan dari pilihan yang ingin dicapai melalui sarana atau perlengkapan yang dipakai dibarengi dengan adanya keterampilan yang sesuai guna tercapainya hasil yang memuaskan”. Dalam hal ini akun Instagram @lokerbdg.id menjadikan platform Instagram sebagai sarana dalam membagikan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi lowongan kerja *followers*. Kemudian komunikasi yang efektif akan menghasilkan pemahaman dan pengaruh baik tentang apa yang dipahami dengan cermat oleh komunikan. Dalam hal ini, koresponden (penerima pesan) adalah pengikut akun Instagram @lokerbdg.id. Jika pengikut akun Instagram @lokerbdg.id dapat menerima dengan baik dan memahami isi pesan yang disampaikan, maka pesan yang dikomunikasikan dikatakan efektif.

Nadia Ayu Puspita dan Nuriyanti Samatan (2022), telah melakukan penelitian sebelumnya dengan judul “ Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi, yang mengkaji faktor – faktor yang mempengaruhi efektivitas akun Instagram terhadap kebutuhan informasi. Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification*, objek dari akun Instagram yaitu @detikcom, dan jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Kesimpulan hasil analisis data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas dan penggunaan media sosial akun Instagram @detikcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Pada fenomena ini peneliti melihat *Fresh Graduate* atau lulusan sarjana di Telkom University yang sudah mulai mencari pekerjaan sehingga kebutuhan informasi terkait lowongan kerja sudah mulai diperhatikan oleh akun Instagram penyedia informasi lowongan kerja di Bandung, akun @lokerbdg.id sebagai objek dari penelitian ini dipilih karena merupakan akun Instagram penyedia informasi lowongan kerja dengan pengikut terbanyak diantara akun-akun lainnya yang serupa, karena informasi yang disebarakan di akun sosial media Instagram @lokerbdg.id berfungsi dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai informasi – informasi lowongan pekerjaan yang ada di kota Bandung. Dari penjelesan yang sudah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik dan bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Efektivitas Sosial Media Akun Instagram @lokerbdg.id Terhadap Kebutuhan Informasi *Fresh Graduate* Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom *University* Angkatan 2018 dan 2019”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka masalah yang ada pada penelitian ini adalah seberapa efektif akun Instagram@lokerbdg.id dalam pemenuhan

kebutuhan informasi lowongan kerja *Fresh Graduate* Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom *University* Angkatan 2018 dan 2019?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari penjelasan permasalahan pada diatas yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa memiliki tujuan diantaranya, untuk mengetahui seberapa efektif akun Instagram @lokerbdg.id untuk kebutuhan informasi lowongan kerja *Fresh Graduate* Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom *University* angkatan 2018 dan 2019.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari Temuan penelitian ini, memiliki manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini menjelaskan keuntungan dari kajian ilmu komunikasi dan memberikan pengetahuan media sosial khususnya Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa baik media sosial, khususnya Instagram, melayani kebutuhan informasi pengguna Instagram dan yang mengikuti akun Instagram @lokerbdg.id.

### 1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Pada Studi ini dilakukan di Bandung dan partisipan diambil dari laporan followers *Fresh Graduate* Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom *University* Angkatan 2018 & 2019. media sosial Instagram @lokerbdg.id dengan cara menyebarkan kuesioner survei melalui media sosial untuk melakukan survei.

**Tabel 1. 3 Waktu dan Lokasi Penelitian**

No	Kegiatan	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	APR	Mei	Jun
1	Mempersiapkan atau mencari informasi mengenai penelitian yang ingin di teliti											

2	Pemilihan tema dan judul												
3	BAB I												
4	BAB II												
5	BAB III												
6	Revisi DE												
7	Pengumpulan Data												
8	BAB IV												
9	BAB V												
10	Sidang Skripsi												

Sumber : Olahan Penulis (2022)

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2022 sampai bulan Mei 2023. Pada bulan Agustus kegiatan yang dilakukan peneliti yaitu mencari informasi tentang penelitian yang ingin diteliti dan mencari penelitian terdahulunya. Selanjutnya pada bulan September peneliti melakukan pemilihan tema dan judul yang akan digunakan pada penelitian ini. Pada bulan Oktober dan November kegiatannya yaitu menyusun BAB I dan II. Pada bulan November sampai Januari kegiatannya yaitu menyusun BAB III dan mengumpulkan *Desk Evaluation*. Pada bulan Februari sampai bulan Mei kegiatannya yaitu melakukan revisi *Desk Evaluation*, pengumpulan data, dan mengerjakan BAB IV. Pada bulan Mei sampai Juni penelitian ini akan di revisi oleh penulis dan mengerjakan BAB V, dan dilanjutkan sidang skripsi untuk penelitian ini