

# **BAB I**

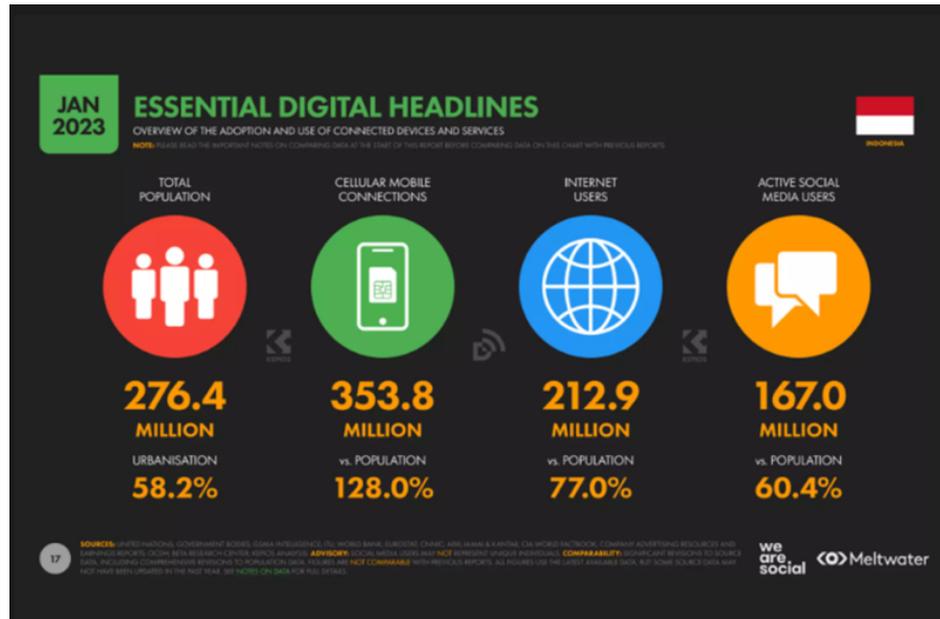
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah selaras dengan evolusi dunia yang semakin maju pada era modern ini, seperti keduanya menjadi bagian yang tak dapat terpisahkan. Dengan kemajuan teknologi memberikan dampak yang sangat kuat khususnya dalam hal kontak dan pengetahuan. Perkembangan teknologi yang terus berlangsung di era modern telah secara mencolok memengaruhi aspek-aspek realitas sosial, dengan contoh utamanya adalah kemajuan dalam teknologi internet. Di zaman modern saat ini, berinteraksi dengan orang lain dan mencari ilmu dengan berbagai cara sangatlah mudah, dari sebelumnya pencarian informasi hanya dapat dilakukan melalui televisi, surat kabar, dan radio.

Manusia adalah makhluk sosial yang saling berkomunikasi dan tidak segan berusaha mendapatkan informasi dari orang lain. Menurut Kinanti & Erza (2020), kebutuhan utama manusia saat ini adalah informasi. Seiringan dengan zaman yang semakin modern, informasi dapat di akses melalui berbagai media, manusia saat ini melengkapi dan memenuhi kebutuhan informasi melalui media online yang dapat memberikan dan memperoleh informasi dari seluruh dunia dengan bantuan teknologi internet. Menurut Hausman et al dalam boatman et al (2021) saat ini, kaum muda telah memanfaatkan media sosial secara luas di semua kelompok usia. Mereka telah mengubah cara berbagi dan menerima informasi dan ide. Selain itu, keberadaan media massa tidak hanya sebagai sarana untuk memperoleh informasi, melainkan menjadi kehadiran yang sangat dinanti.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, kini masyarakat aktif menggunakan perangkat tersebut untuk kebutuhan yang mereka butuhkan. Kemudian dengan berkembangnya teknologi internet, dengan kegunaan yang berdeda-beda. Demikian pula, guna memenuhi keperluan para pengguna yang mengakses internet, penetrasi pada peningkatan pengguna internet terus memiliki kenaikan sepanjang tahun.



**Gambar 1.1 Statistik Pengguna Internet Indonesia Pada Bulan Januari 2023**

Sumber: Tekno.Kompas.com

(Diakses pada tanggal 2 Oktober 2023 pukul 21.06 WIB)

Menurut laporan “Digital 2023” dari *We Are Social* dan Meltwater, pada Januari 2023, di Indonesia telah mencapai 212,9 juta orang pengguna internet. Angka tersebut menunjukkan peningkatan yang terjadi pada 2022 yang mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia sekitar hanya 202 juta orang. Peningkatan ini mencerminkan pertumbuhan sekitar 10 juta pengguna internet, setara dengan pertumbuhan sekitar 5% dari tahun sebelumnya. Dari jumlah populasi Indonesia yang mencapai 276,4 juta jiwa pada bulan Januari di tahun 2023, sekitar 77%, atau sekitar 219,9 juta orang, telah mengakses internet, sementara 23%, atau sekitar 63,51 juta jiwa, masih belum memiliki akses ke jaringan internet.

Kemunculan yang meluas dari internet di Indonesia telah memberikan dampak besar pada penggunaan media sosial. Kemudahan akses internet melalui perangkat seperti ponsel, laptop, atau tablet yang dapat dibawa ke mana-mana telah mengubah media sosial dari sekadar alat komunikasi menjadi sebuah sumber pencarian informasi. Media sosial di Indonesia berkembang pesat seiring dengan perkembangan akses internet di kalangan pengguna Indonesia, terutama dengan dukungan perkembangan infrastruktur internet, seperti jaringan Wi-Fi dan fiber optic. *We are*

*social* juga memberikan informasi bahwa pada bulan Januari di tahun 2023, masih ada 167 juta individu yang aktif dalam menggunakan media sosial di Indonesia.



**Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Di Indonesia**

*Sumber:* we are social

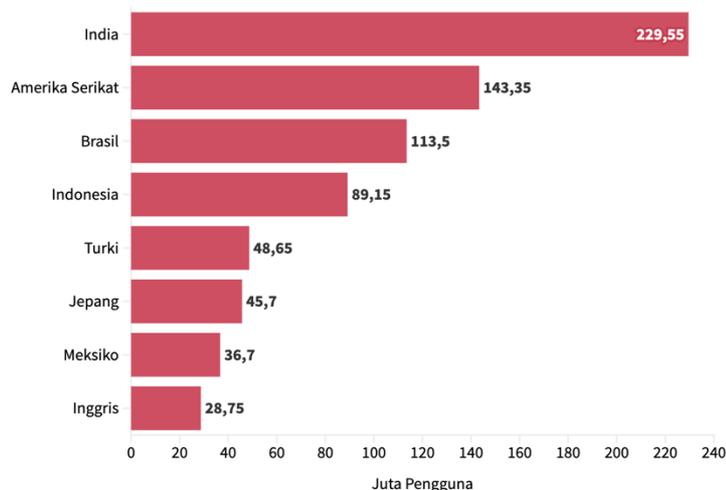
(Diakses pada 2 Oktober 2023 pukul 21.15 WIB)

Berdasarkan hasil data yang dikeluarkan oleh we are social, terlihat bahwa jumlah individu yang aktif media sosial di Indonesia sangat signifikan. Menurut data yang diperoleh dari dataindonesia.id, yang mengambil sumber informasi dari *we are social*, pada tahun 2014, terdapat sekitar 62 juta pengguna media sosial. Angka ini meningkat pada tahun 2015 menjadi sekitar 72 juta pengguna. Sebanyak 79 juta pengguna turut berkontribusi dalam peningkatan jumlah pengguna media sosial di tahun 2016. Pada tahun 2017, tercatat sekitar 106 juta pengguna media sosial. Pada tahun 2018, angkanya meningkat menjadi sekitar 130 juta. Pada tahun 2019, terdapat sekitar 150 juta pengguna. Pada tahun 2020, jumlah pengguna media sosial mencapai sekitar 160 juta. Pada tahun 2021, terdapat sekitar 170 juta pengguna media sosial. Pada tahun 2022, terjadi peningkatan menjadi 193 juta pengguna aktif media sosial, dan pada bulan Januari 2023, tercatat sekitar 167 juta pengguna media sosial. Angka tersebut mencerminkan sekitar 60,4% dari jumlah penduduk di Indonesia.

Pada bulan Januari 2023, terjadi penurunan sebesar 12,57% dalam jumlah pengguna aktif media sosial dibandingkan dengan tahun 2022 yang mencapai 191 juta individu. Hal ini menjadi yang pertama terjadinya penurunan pengguna aktif selama sedekade terakhir. Di samping itu, warga Indonesia menghabiskan waktu rata-rata 3

jam dan 18 menit setiap harinya untuk menggunakan media sosial, yang menempatkannya sebagai peringkat kesepuluh tertinggi di dunia.. Terdapat perbedaan signifikan dengan penggunaan media sosial, karena jumlah pengguna internet di awal tahun 2023 meningkat sebesar 3,85% dibandingkan periode sebelumnya. Dari total pengguna internet tersebut, sekitar 98,3% dari mereka mengakses internet rata-rata selama 7 jam dan 42 menit setiap hari. Hal ini menyebabkan media konvensional seperti televisi, koran, radio, dan majalah semakin merosot dalam popularitasnya di kalangan masyarakat. Bukti-bukti menunjukkan bahwa media konvensional saat ini telah digantikan oleh media elektronik dan internet.

Schiffman dan Kanuk dalam (Marta & William, 2016) menjelaskan bahwa salah satu keunggulan media sosial adalah sifat “*addressable*”, yang berarti pesan dapat disampaikan secara khusus, meskipun penerima pesan lainnya juga dapat menerima pesan yang sama. Selain itu, media sosial bersifat interaktif, yang berarti penerima pesan dapat berinteraksi secara langsung dengan pengirim pesan, bahkan dengan mudah untuk menyebarkan pesan tersebut. Melalui media sosial, individu dapat menginisiasi dan mengembangkan dialog, bahkan berkumpul dalam kelompok yang berbagi minat yang sama. Media sosial pada dasarnya adalah platform online yang memfasilitasi pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berpartisipasi dalam pembuatan, komentar, dan berbagi berbagai jenis konten, termasuk gambar, audio, foto, dan video.



**Gambar 1.3 8 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbesar di Seluruh Dunia**

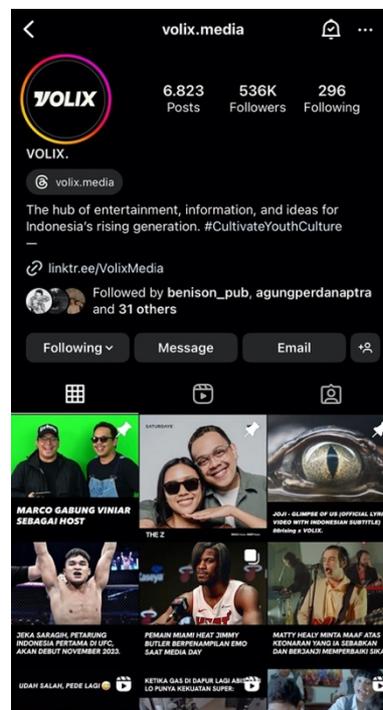
*Sumber : wearesocial.com*

(Diakses pada tanggal 2 Oktober 2023 pukul 21.23 WIB)

Menurut laporan yang dirilis oleh *we are social*, total pengguna global Instagram telah mencapai 1,32 miliar pada bulan Januari 2023. Di awal tahun ini, Indonesia menjadi peringkat ke-4 dalam hal jumlah pengguna Instagram secara global, dengan total mencapai 89,15 juta pengguna. Instagram telah tumbuh dengan sangat pesat sejak pertama kali diluncurkan pada bulan Oktober 2010. Kesuksesan Instagram tidak terjadi begitu saja, tetapi karena platform ini berhasil menarik jutaan pengguna dari seluruh dunia. Instagram awalnya dikenal dengan nama "Burbn" yang berasal dari nama pendiri perusahaan, yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, Instagram mulai diperkenalkan. Pada awalnya, platform ini eksklusif bisa digunakan oleh pengguna produk apple dan menawarkan banyak sekali fitur. Namun, seiring berjalannya waktu, berbagai fitur tersebut mengalami penyederhanaan hingga lebih berfokus pada gambar, komentar, dan tindakan "like," menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi penggunanya..

Setelah sukses dengan instagram, media sosial Facebook mengakuisisi Instagram, dan pada tahun 2016, Instagram secara resmi mengganti logo dengan desain yang lebih menarik dan elegan, menciptakan tampilan yang masih ada hingga saat ini. Asal usul nama "Instagram" adalah penggabungan antara "insta" yang terinspirasi dari kamera polaroid yang dikenal sebagai 'foto instan,' dan "gram" yang berasal dari kata "telegram," merujuk pada cara memberikan berbagai informasi secara cepat kepada orang lain. Hal serupa terjadi dalam Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dengan cepat melalui jaringan internet.

Kemunculan internet dan media sosial dalam beberapa dekade terakhir mengakibatkan transformasi yang signifikan dalam cara kita mencari, mengelola, dan menyampaikan informasi. Pada masa kini, beragam informasi dapat diakses oleh individu tanpa terbatas lokasi dan waktu. Namun, di era modern seperti sekarang, penyampaian pesan atau informasi yang biasa-biasa saja dapat menyebabkan rasa. Dengan kemajuan teknologi dan perkembangan ilmu pengetahuan, kebutuhan akan informasi semakin meningkat. Oleh karena itu, pencarian informasi telah menjadi suatu kebutuhan harian yang sering terpenuhi melalui konten yang tersedia di media sosial, seperti Instagram



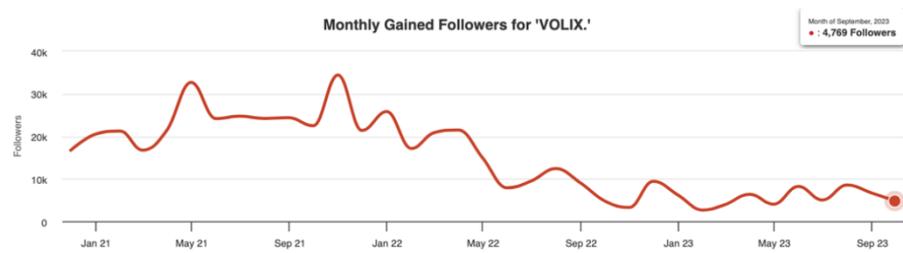
**Gambar 1.4 Tampilan Instagram @volix.media**

*Sumber: Instagram.com/Volixmedia*

(Diakses pada 12 Oktober 2023 pukul 17.31 WIB)

Pada gambar akun Instagram @volix.media diatas, Pemilik akun Instagram @volix.media menampilkan konten berisi informasi seputar *music*, olahraga, *fashion*, *entertainment*, dan lain-lain. @volix.media merupakan akun Instagram yang membuat konten-konten informasi yang menarik, salah satu kelebihan dari @volix.media adalah konten yang berisi tentang informasi mengenai pengetahuan umum serta fakta dan

budaya yang terjadi pada kehidupan di zaman sekarang. Volix media juga mengemas konten dengan *design* dan teks di dalam *frame* serta *backsound* yang sedang trend di dalamnya, dan akan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di Instagram. Volix Media yang diharapkan akan menjadi gerbang informasi, potensi, dan kesempatan. Sehingga Volix media memfokuskan dua hal pada edukasi dan *entertainment* menjadi *edutainment* untuk kepuasan para audiensi.

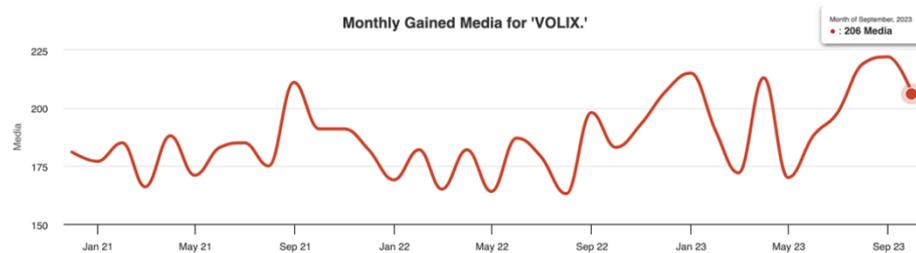


**Gambar 1.5 Data Followers Instagram @volix.media**

Sumber: SocialBlade.com

(Diakses pada 12 Oktober 2023 pukul 19.00 WIB)

Data yang di laporkan oleh website *socialblade* pada bulan September 2023 lalu yang tertera pada gambar 1.5 Menampilkan grafik followers yang diperoleh setiap bulannya, dimana di bulan September 2023 hasil dari data terakhir menampilkan 4,769 followers.



**Gambar 1.6 Data Media Instagram @volix.media**

Sumber: SocialBlade.com

(Diakses pada 12 Oktober 2023 pukul 19.00 WIB)

Lalu data berikutnya pada gambar 1.6 menjelaskan media yang diperoleh setiap bulannya, dimana hasil data terakhir di bulan September 2023 menampilkan 206 media yang diperoleh. Jika jumlah pengikut lebih dari 535 ribu menunjukkan bahwa @volix.media memiliki konten yang banyak diminati orang. Konten ini berisikan

informasi yang tersedia menggunakan gambar, video, dan tulisan melalui postingan feeds akun Instagram.



**Gambar 1.7 Konten Entertainment**

*Sumber:* Instagram.com/Volix.media

(Diakses pada 12 Oktober 2023 pukul 21.18 WIB)

Akun Instagram @volix.media memiliki beberapa jenis konten akan di sajikan seperti, *entertainment, current affairs, tech, movies, music, fashion, finance*. Konten *entertainment* hingga saat ini menjadi konten dengan *views dan like* terbanyak pada akun Instagram @volix.media. Pada gambar 1.7 terlihat konten *entertainment* di tonton lebih dari 5,6 juta *views* dan mendapatkan 289.746 ribu *like*. Konten *entertainment* tidak hanya menyajikan konten hiburan saja, tetapi juga memberikan informasi suatu peristiwa yang *actual* atau sedang dalam pembicaraan hangat di tengah masyarakat atau media sosial. Akun @volix.media telah aktif membagikan konten sejak Agustus 2020 hingga postingan terbaru yang terlihat pada tanggal 3 Oktober 2023.

Dari penjelasan di atas, akun Instagram @volix.media adalah salah satu akun media di Indonesia yang diminati oleh banyak pengguna Instagram dari dalam maupun luar negeri. @volix.media juga memiliki visi “ *we are here to bridge creative potentials and opportunities by redefining the youth culture*”. Dengan adanya akun media Instagram @volix.media, diharapkan dapat memudahkan masyarakat, terutama

generasi muda. Sebelumnya, informasi hanya dapat diperoleh melalui televisi, radio, dan surat kabar. Dengan kehadiran media sosial, ini merupakan respons atas kebutuhan tersebut. Media sosial membawa dampak positif kepada para remaja dan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, memfasilitasi komunikasi, mempermudah pencarian dan akses informasi, memungkinkan menjalin hubungan, menambah teman, dan lain sebagainya (Rahayu, Kristiani, & Wersemetawar, 2019).

Pemanfaatan teknologi informasi lebih diminati oleh generasi digital native atau youth culture, yaitu individu yang sudah terbiasa dengan teknologi sejak dini dan menggunakannya dalam akses informasi sehari-hari (Endang Fatmawati, 2022). Penelitian mengasumsikan bahwa konten yang diposting di akun Instagram @volix.media mencerminkan pandangan Youth Culture, yang merupakan subkultur remaja dengan turut menyertakan norma dan nilai-nilai yang berbeda dari budaya mayoritas, khususnya yang dianut oleh generasi yang lebih tua. Youth Culture turut memberikan penetrasi terhadap budaya dominan yang terjadi pada realitas sosial secara keseluruhan.

Pemahaman tentang Youth Culture melibatkan analisis terhadap konsumsi gaya hidup, ide-ide yang berkembang di antara kelompok remaja, dan cara mereka untuk mendapatkan informasi melalui berbagai media seperti internet, televisi, majalah, dan berbagai media konvensional lainnya. Dalam penelitian yang berjudul "Youth Identities and Social Transformations in Modern Indonesia," Robinson (2016) bisa dilihat bahwa mereka mulai menjauh dari dunia orang tua dan dewasa, serta merasa perlu untuk memiliki lebih sedikit kendali dari mereka. Oleh karena itu, penelitian mengasumsikan bahwa Youth Culture, dalam bentuk apa pun, adalah perilaku yang umumnya dilakukan oleh remaja dan seringkali memiliki nuansa perlawanan atas budaya yang ada di masyarakat, khususnya bagi culture yang sudah dianggap tidak relevan lagi. Kebudayaan remaja, yang juga dikenal sebagai youth culture, sering kali mengungkapkan dirinya melalui berbagai media, termasuk media sosial, musik, hiburan, dan lain sebagainya.

Dalam penelitian yang membahas dampak konten media sosial pada pemenuhan kebutuhan informasi, terdapat hubungannya dengan teori New Media. Saat ini, teknologi telah menciptakan media baru yang merupakan dampak dari adanya kemajuan teknologi, dan semua jenis media dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Penggunaan teori New Media merupakan konsep Pierre Levy yang

menggambarkan evolusi media. Levy berpendapat bahwa *World Wide Web* (WWW) adalah platform yang berisikan berbagai informasi yang bebas, dinamis, dan fleksibel sehingga akan terjadinya perkembangan baru yang bisa dilakukan oleh manusia. Teori New Media ini dianggap sebagai dasar yang tepat untuk meneliti “Pengaruh media sosial Instagram @volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *youth culture* bagi followers”

Ada beberapa contoh penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini yang berkaitan dengan dampak media sosial. Contohnya, sebuah penelitian yang dilakukan Agustina Eka Putri yang berjudul "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata untuk Keluarga Melalui Akun Instagram @familygoers." Selain itu, ada juga penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Desi Aspika Rossza dan Evawani Elysa Lubis yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers". Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melanjutkan eksplorasi pada akun media sosial yang menyajikan informasi terkini mengenai aspek kehidupan sehari-hari, seperti musik, film, hiburan, dan teknologi. Perbedaan utama dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus khusus pada profil media sosial yang menjadi objek penelitian.

Pada penjelasan yang telah dipaparkan oleh peneliti, terdapat beberapa alasan yaitu salah satunya adalah fakta bahwa Pengguna Instagram di Indonesia mencapai lebih dari setengah populasi rakyat Indonesia sebesar 60,4% terdapat pada gambar 1.2 dan penelitian ini menggunakan Instagram sebagai objek penelitian karena Indonesia menjadi negara ke 4 sebagai negara pengguna Instagram terbesar di dunia. Kemudian, alasan peneliti memilih media sosial Instagram @volix.media dan memilih *followers @volix.media* sebagai subjek penelitian adalah karena akun Instagram @volix.media menggunakan inovasi teknologi terbaru atau pendekatan inovasi dalam menyajikan dan mengelola konten, lalu kualitas konten yang disajikan oleh @volix.media lebih informatif, menarik, dan relevan dibandingkan dengan kompetitornya. Sehingga, *followers @volix.media* dapat menjadi subjek penelitian untuk diteliti. Kemudian, selama ini sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya anak muda menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menjadi berbagai informasi di media sosial.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk menjalankan penelitian mengenai media sosial dan instagram dengan judul “Pengaruh Media Sosial

Instagram @volix.media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Youth Culture* Bagi Follower”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas penulis mengidentifikasi rumusan masalah yaitu :

1. Adakah pengaruh @Volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *youth culture*?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram volix media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *youth culture* ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur pengaruh penggunaan media sosial Instagram volix media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *youth culture*
2. Untuk mengukur besar pengaruh @Volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan *youth culture*

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan manfaat penelitian secara teoritis untuk kalangan akademisi dan juga praktisi. Berikut merupakan manfaat penelitian berdasarkan penelitian yang dilakukan :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya di bidang Ilmu Komunikasi

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi media sosial Instagram @Volix.media

## **1.5 Waktu dan Periode Penelitian**

Periode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan analisis tentang pengaruh media sosial Instagram @Volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *Youth Culture* bagi followers dilakukan pada tahun 2023, yang dimulai pada bulan September 2023.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan proposal skripsi ini terdiri dari lima bab dengan deskripsi setiap babnya sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan: Memuat latar belakang penelitian yang menjelaskan kebutuhan dan alasan dilakukannya penelitian ini. Bab ini juga berisi rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan uraian mengenai sistematika penulisan tugas akhir.
2. BAB II Tinjauan Pustaka: Mengandung teori-teori yang terkait dengan variabel-variabel dan model penelitian yang diterapkan. Selain itu, bab ini mencakup landasan teori yang memuat teori-teori yang menjadi dasar dalam penelitian, serta studi literatur terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Terdapat juga penjelasan mengenai kerangka penelitian yang diterapkan.
3. BAB III Metode Penelitian: Memberikan gambaran mekanisme penelitian, termasuk metode perolehan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.
4. BAB IV Hasil dan Pembahasan: Menampilkan serta menganalisis data yang diperoleh dari hasil pengujian.
5. BAB V Penutup: Menyajikan kesimpulan akhir dari penelitian beserta rekomendasi atau saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman lapangan untuk meningkatkan proses pengujian di masa yang akan datang.