

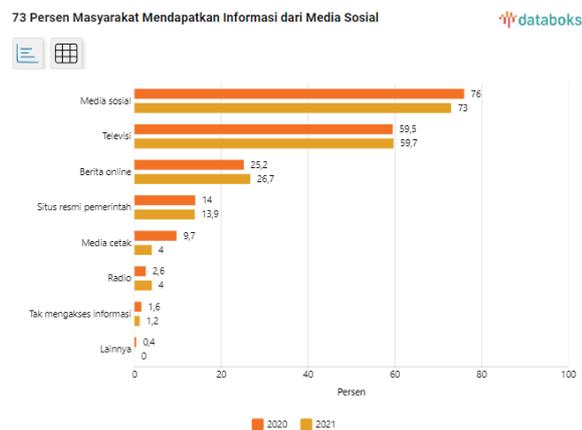
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan informasi telah menjadi semakin penting di kalangan masyarakat untuk memenuhi berbagai kepentingan seperti kesehatan, pendidikan, pekerjaan, kehidupan politik, ekonomi, dan sosial. Menurut Wilson (Ramadhan et al., 2022) kebutuhan informasi menjadi pendorong bagi setiap individu untuk memahami lingkungan sekitar dan memenuhi rasa ingin tahu terhadap informasi yang relevan dengan kebutuhan masing-masing.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, Internet membawa perubahan pada cara masyarakat dalam mengakses informasi. Kehadiran internet dan platform media sosial mempermudah individu untuk mengakses beragam informasi di tempat manapun dan waktu kapanpun. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Rudiantara (dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021). Pada masa ini, era komunikasi mengalami perubahan signifikan, terutama kemajuan internet dan penggunaan yang meluas dari media sosial sebagai sarana utama untuk berkomunikasi.

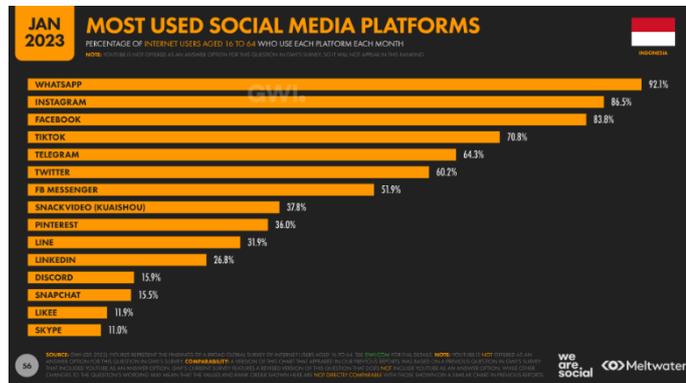


**Gambar 1. 1 Data Pencarian Informasi Melalui Berbagai Media**

(Sumber: Databoks, 2022)

Dilansir dari survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2021, sebanyak 73% dari para responden menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Media sosial

memiliki jumlah tertinggi di antara media lainnya yaitu pada tahun 2020 sebesar 76% dan 2021 sebesar 73%. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa berbagai platform media sosial menjadi sebuah sarana dan media utama yang banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia dalam mencari informasi.



**Gambar 1. 2 Data Platform Media Sosial yang Banyak Dipergunakan**

(Sumber: Digital 2023 Indonesia, 2023)

Mengacu pada data yang didapat dari wearesocial pada bulan Januari tahun 2023 lalu, Instagram menempati peringkat kedua sebagai platform media sosial yang paling populer setelah WhatsApp, dengan perbedaan persentase pengguna sebesar 5,6%. Fakta ini menegaskan bahwa Instagram menjadi sebuah platform media sosial yang digemari dalam kalangan pengguna, dengan 86,5% pengguna aktif. Data berikut menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang sangat diminati oleh berbagai kalangan pengguna, baik untuk berbagi konten, berinteraksi dengan orang lain, dan mencari informasi.

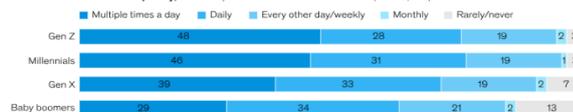
**Everybody uses social media, but most Gen Z respondents spend at least one hour a day.**

**Social media habits by generation**

**Time spent on social media daily, % of respondents (n = 41,960)**



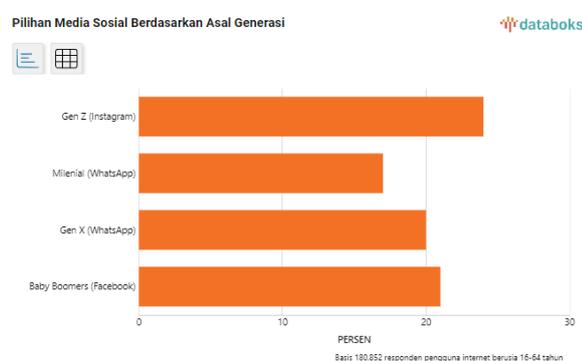
**Social media check-in frequency, % of respondents who use social media (n = 40,684)**



**Gambar 1. 3 Data Waktu Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Generasi**

(Sumber: Mckinsey Health Institute, 2023)

Menurut data survey McKinsey, hampir setengah dari responden Generasi Z, yaitu sebanyak 48%, mengunjungi media sosial beberapa kali sehari. Angka ini melebihi tingkat kunjungan dari generasi Millennial, X, dan Baby Boomers. Data tersebut menunjukkan bahwa generasi Z, yang merupakan generasi yang berusia dari rentang usia 14 tahun sampai 34 tahun yaitu memiliki kelahiran dari akhir 1990-an hingga awal 2010-an, memiliki keterikatan yang kuat dengan media sosial. Generasi Z telah tumbuh dan terbiasa dengan teknologi digital, sehingga penggunaan media sosial menjadi kebutuhan dan media yang tidak terpisahkan dari rutinitas mereka.



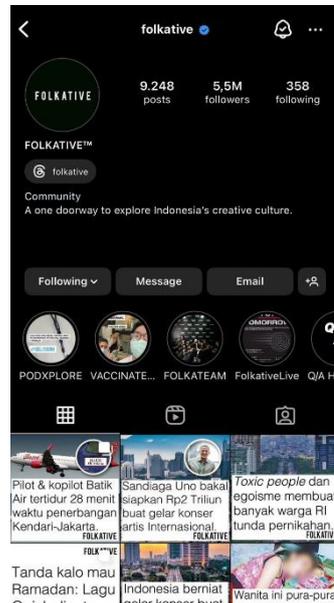
**Gambar 1. 4 Data Pilihan Media Sosial Berdasarkan Generasi**

(Sumber: Databoks, 2021)

Menurut data yang didapat dari databoks dalam survei GlobalWebIndex (GWI), Generasi Z memilih Instagram sebagai platform media sosial favorit mereka. Hal ini menandakan bahwa Generasi Z lebih condong tertarik pada platform yang menawarkan konten visual, singkat, dan menarik dalam berinteraksi, berbagi konten, dan bertukar informasi dengan teman-temannya. Instagram mengalami pertumbuhan yang sangat cepat menjadi salah satu platform media sosial yang dominan dibandingkan dengan media sosial lainnya, dari segi pengguna maupun fitur-fitur yang ada. Instagram juga merupakan media sosial yang berisikan fotografi dan video. Generasi Z cenderung tertarik dengan fitur-fitur Instagram seperti feed, stories, IGTV, dan fitur-fitur lainnya yang mereka manfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Folkative adalah salah satu akun Instagram yang populer di kalangan generasi muda sebagai sumber informasi digital. Folkative menyajikan informasi *up-to-date*

meliputi lifestyle, tren, serta peristiwa atau fenomena terkini secara berkala yang dikemas melalui konten sederhana, mudah dipahami, dan relevan bagi masyarakat.

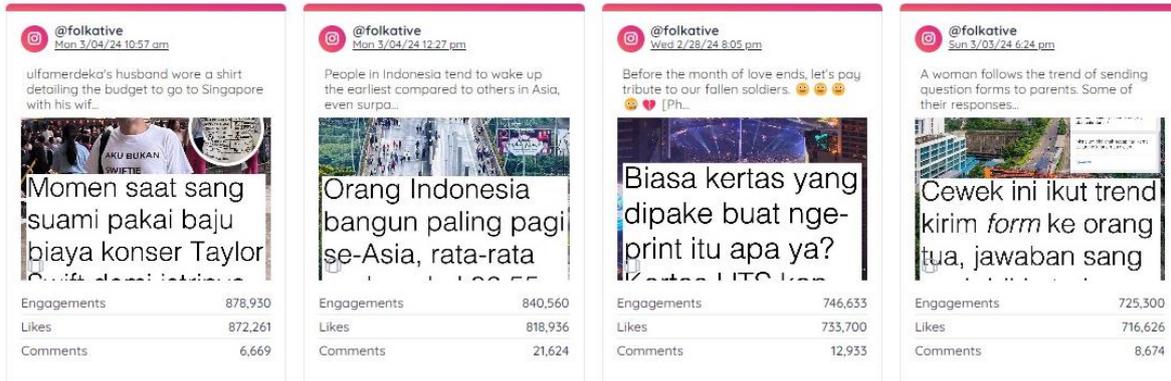


**Gambar 1. 5 Profil Instagram Folkative**

(Sumber: Instagram, Maret 2024)

Salah satu ciri khas dari konten @folkative adalah penekanan pada teks dalam konten yang memungkinkan pembaca untuk fokus pada topik yang sedang dibahas. Keunikan lainnya dari @folkative terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan konten yang kontroversial, mencakup berbagai pro dan kontra yang memicu perdebatan sehingga menarik perhatian audiens untuk memberikan sudut pandang yang beragam dan mengajak mereka untuk terlibat dalam diskusi terkait topik yang dibahas. Konsistensi dalam mengemas konten membantu Folkative membangun identitas yang kuat di Instagram dan mampu menjadikan Folkative sebagai sumber informasi dan inspirasi yang menarik bagi pengguna Instagram terutama generasi Z.

Post Content	Engagements	Likes	Comments
Hopeless romantic, more like hopelessly trying 😭💔❤️ [Photo: wibisono.ari_ib/TikTok] <b>Masakan daging khas Sumatera Barat itu namanya</b>	1,208,881	1,188,354	20,527
👀👀👀👀👀 [Photo: alivkry_ib/TikTok] <b>Ternyata boleh kalo satu orang itu makan satu telur, gak harus</b>	1,046,497	1,029,751	16,746
The film "Agak Laen" has reached 7 million viewers, making it the highest-grossing come... <b>'Agak Laen' resmi jadi film komedi terlaris di sejarah</b>	1,003,561	997,653	5,908
Here is the answer from one of the residents of Jakarta when asked about cheating. Acco... <b>WATCH NOW FOLKATIVE</b>	996,528	982,315	14,213



**Gambar 1. 6 Engagement Konten @Folkative**

(Sumber: Keyhole, 8 Maret 2024)

Selain Folkative, terdapat beberapa media sosial yang menjadi media digital di kalangan Generasi Z :

**Tabel 1. 1 Perbandingan Akun Media Digital**

Platform Media Sosial	Folkative	USS Feed	<u>VICE Ind</u>	Cretivox
Followers	5,5 M	1,7 M	1 M	736K
Engagement Rate	7,84%	0,56%	0,78%	2,09%
Avg. Likes	431,334	9.673	7.710	14.982
Avg. Comments	6.759	70	131	391
Postingan	9.219	11.600	5.641	6.331

(Sumber: socialblade, 7 maret 2024)

Melalui analisis data yang disusun oleh penulis berdasarkan situs web SocialBlade, Folkative memiliki jumlah *followers* paling tinggi di antara platform digital lainnya yaitu sebanyak 5,5 juta pengikut. Selain itu, akun @folkative juga menunjukkan angka rata-rata like sebanyak 431.334 dan komentar sebanyak 6.759, yang menjadikan Folkative memiliki angka paling tinggi dibandingkan dengan akun media sosial lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh

Folkative mampu menarik minat para *followers*-nya untuk berinteraksi dan memberikan pendapat melalui komentar.

Berdasarkan fenomena dan data yang sudah dianalisis oleh penulis, Generasi Z merupakan pengguna tertinggi media sosial terutama media sosial Instagram. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Wibawanto (dalam Yusron, Ulfi, & Euis, 2019) menuturkan bahwa Generasi Z hadir dengan fasih menggunakan teknologi serta mahir dalam bersosialisasi menggunakan media sosial. Seiring dengan kemajuan teknologi, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi yang mudah di jangkau, terutama bagi Generasi Z. Generasi Z memiliki karakter dan selektivitas terhadap penerimaan informasi serta rasa ingin tahu yang tinggi akan perkembangan terkini di media sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain media yang memiliki peran dalam memberikan informasi dan sesuai dengan karakter Generasi Z tidak terlalu banyak.

Generasi Z lebih memilih platform informasi di Instagram karena desainnya yang minimalis, judul yang langsung *to the point*, dan konten yang disampaikan secara singkat dan salah satu media yang menjadi pilihan Generasi Z adalah Folkative (Hidayatullah & Winduwati, 2023). Platform media informasi yang mempunyai konten menarik dan memiliki kriteria sesuai dengan Generasi Z adalah Folkative. Folkative menjadi platform media digital berbasis informasi yang memiliki *followers* dan *engagement* paling tinggi di antara platform media digital lainnya. Salah satu keunikan Folkative adalah konsep kontennya yang konsisten dari segi desain dan penyajian konten secara berkala juga *up-to-date*, sehingga Folkative menjadi platform media digital yang mudah dikenali oleh audiensnya. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teori *Uses and Gratification* sesuai dengan identifikasi pemenuhan kebutuhan informasi melalui konten media sosial Instagram. Mengacu pada latar belakang yang telah disusun, penulis memutuskan untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Generasi Z”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan pada latar belakang yang telah disusun oleh penulis, identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

Seberapa Besar Pengaruh Konten Instagram Folkative terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Generasi Z?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh konten Instagram @folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Z.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

a. Kegunaan Teoritis:

1. Diharapkan penelitian ini mampu meningkatkan dan memberikan wawasan tentang dampak konten media sosial terhadap kebutuhan informasi Generasi Z.
2. Diharapkan penelitian ini akan menjadi sumber referensi yang dapat dipelajari untuk penelitian mendatang terkait dengan pemenuhan kebutuhan informasi melalui konten media sosial.

b. Kegunaan Praktis:

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberi wawasan tentang tingkat dampak konten Instagram terhadap kebutuhan informasi Generasi Z.
2. Diharapkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi platform media digital untuk menghasilkan konten yang dapat memberikan informasi kepada audiensnya.

## 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

**Tabel 1. 2 Tahapan dan Waktu Penelitian**

No	Tahapan Penelitian	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Sept	Okt
1.	Penentuan Topik dan Judul Penelitian									
2.	Menyusun Proposal Skripsi (BAB I – III)									
3.	Pendaftaran Desk Evaluation									
4.	<i>Desk Evaluation</i>									
5.	Revisi <i>Desk Evaluation</i>									
6.	Pengumpulan data									
7.	Pengolahan dan analisis data									
8.	Sidang Skripsi									