

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, media massa memainkan peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Media sendiri didefinisikan sebagai alat atau instrumen yang dipergunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari pengirim pesan kepada audiens, sementara media massa adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak melalui saluran komunikasi meliputi televisi, radio, surat kabar, serta film. (Cangara, 2010)

Satu dari bentuk media massa yang populer adalah media *online* yang memiliki ciri khas tersendiri. Kekhasan tersebut terletak pada kebutuhan akan jaringan teknologi yang memanfaatkan perangkat komputer atau *gadget*. Media *online* memegang beberapa keunggulan, seperti menyajikan informasi yang selalu terbaru dan praktis.

Keunggulan tersebut dapat terwujud karena media *online* mampu memperbarui informasi secara berkala, sehingga media *online* pun memegang keunggulan yang disebut *real-time* sebab mampu memberikan berita atau informasi sejalan dengan perkembangan peristiwa dan penemuan yang terjadi. Media *online* juga mampu dinilai praktis karena bisa diakses dimana saja dan kapan saja, selama ada konektivitas internet. (Yunus, 2010)

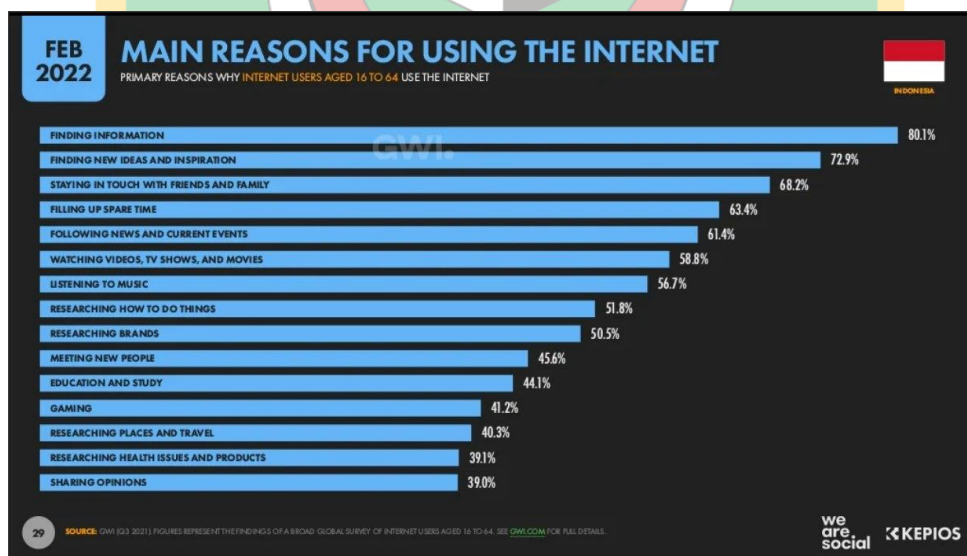
Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memperlihatkan bahwasanya sebanyak 215,63 juta individu di Indonesia sudah mempergunakan layanan internet pada tahun 2022 hingga 2023, terdapat peningkatan sebanyak 2,67% dari 210,03 juta jiwa pada tahun sebelumnya. Total ini setara dengan 78,19% dari keseluruhan penduduk Indonesia, yang mencapai 275,77 juta individu.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Indonesiabaik.com, 2023

Data diatas mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah pengguna aktif internet. Data ini diperkuat dengan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite*, Menurut *We Are Social* dan *Hootsuite*, pada tahun 2022, sebanyak 80,1% orang menggunakan internet untuk mencari sebuah informasi. Komputer, *smartphone*, dan perangkat lainnya merupakan teknologi yang membantu manusia melakukan aktivitas ini di mana saja dan kapan saja.



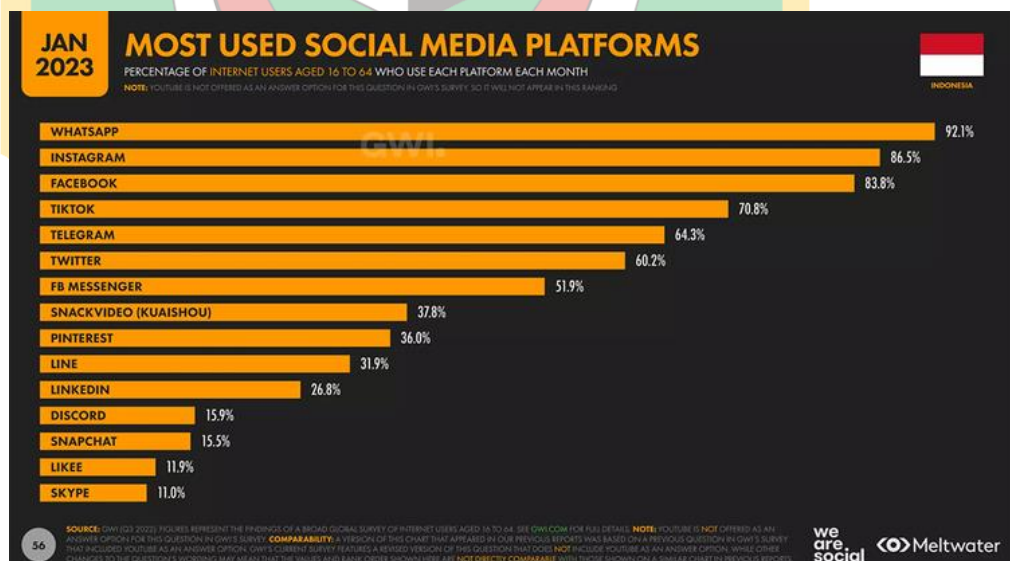
Gambar 1.2 Data Alasan Individu Menggunakan Internet di Indonesia

Sumber: wearesocial.com, 2023

Melalui internet, individu di berbagai penjuru dunia dapat menukarkan informasi dengan kecepatan dan efisiensi yang tinggi. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya akses kebutuhan informasi sebagian besar masyarakat, dewasa ini bergantung pada media *online*. Dalam mengakses informasi dan berita pastinya setiap orang mempunyai motif-motif yang beragam. Menurut Katz, Gurevitch, dan Hazz menerangkan ada sejumlah motif para pengguna media yaitu motif kognitif (*cognitif needs*), motif afektif, motif integrasi pribadi, motif integrasi sosial, serta motif pelarian (*escapist needs*). (Dyah, 2021)

Instagram ialah satu dari platform internet yang sangat populer di kalangan pengguna internet di Indonesia. Bersumber dari Kaplan dan Haenlein, media sosial mengacu pada kumpulan aplikasi berbasis internet yang didasarkan pada prinsip web 2.0. Aplikasi-aplikasi ini berfungsi sebagai platform untuk pengembangan media sosial, memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi *User Generated Content*. (Andreas M. Kaplan & Michael Haenlein, 2010, p. 101)

Terdapat lima media sosial teratas yang kerap dipergunakan oleh warga Indonesia, yakni WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, dan juga Telegram. Data ini sesuai laporan dari We Are Social.



Gambar 1.2 Data Aplikasi Dengan Pengguna Terbanyak

Sumber: Kompas.com, 2023

Instagram awalnya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, yang memiliki fokus utama dalam pengembangan aplikasi untuk perangkat gawai. Pada fase awal pembentukannya, Instagram melibatkan peran penting dari dua individu, yaitu *programmer* dan CEO, Mike Krieger dan Kevin Systrom. Keduanya ialah tokoh kunci dalam pendirian Instagram. Di permulaan tahun 2010, kira-kira pada bulan Januari, Instagram didirikan secara bersamaan dengan perusahaan Burb INC.

Dalam waktu sepuluh bulan setelah pendiriannya, Instagram berhasil menarik lebih dari 7 juta pengguna aktif, ini menandai kesuksesan yang cepat dalam perkembangannya. Instagram adalah platform media sosial yang dipergunakan oleh penggunanya untuk bertukar informasi baik dalam bentuk foto, gambar, video maupun *caption*. Oleh karena itulah instagram dapat dikelompokkan sebagai satu dari jenis media sosial.

Penelitian ini memfokuskan pada Instagram sebagai subjek penelitian, pertimbangan ini dilandasi pada beragam faktor termasuk ketika diperkenalkan pada tahun 2010 pertumbuhan yang terjadi sangat signifikan dalam media sosial ini. Bahkan, menurut data dari *We Are Social*, pengguna Instagram di Indonesia menduduki peringkat ke-4 sebagai jumlah pengguna terbanyak di seluruh dunia. Sementara jumlah pengguna Instagram secara universal mencapai 1,63 miliar per April 2023.

Dewasa ini, Instagram tidak hanya digunakan oleh perorangan saja. Banyak media massa yang sudah menggunakan sosial media Instagram untuk memberikan informasi kepada khalayak luas, salah satunya adalah akun Instagram @narasinewsroom. Akun @narasinewsroom mempunyai pengikut sebanyak 1 juta dengan total 13 ribu postingan per tanggal 4 Juli 2023.



Gambar 1.3 Profil Akun Narasi Newsroom

Sumber: instagram @narasinewsroom, 2023

Dapat diartikan bahwasanya akun @narasinewsroom merupakan salah satu akun favorit sebab banyak dipilih sebagai media komunikasi sehari-hari. Akun @narasinewsroom sendiri merupakan bagian dari media Narasi atau Narasi TV. Narasi merupakan perusahaan media massa yang didirikan oleh Najwa Shihab beserta kedua rekannya, Catharina Davy dan Dahlia Citra. Najwa Shihab merupakan seorang jurnalis senior berpengalaman yang dimiliki oleh bangsa ini. Sementara Najwa Shihab membentuk Narasi pada tahun 2018 dan terdaftar sebagai PT. Narasi Media Pracaya. Perusahaan media massa ini telah mendapatkan verifikasi resmi dari Dewan Pers pada tanggal 29 November 2019, dengan sertifikat bernomor 472/DP-Verifikasi/K/XI/2019. Narasi berjalan dan berlokasi di Jakarta Pusat, tepatnya di Intiland Tower Lantai 20, Jl. Jend. Sudirman.

Narasi memiliki berbagai macam platform informasi yang tersebar di berbagai media sosial dengan beragam nama yang berbeda. Seperti, narasinewsroom yang merujuk pada program berita yang menghadirkan *hardnews* setiap harinya disajikan berbentuk video dengan informasi yang terkini serta akurat. Lalu Narasi Daily, Narasi Daily mengacu pada program mengenai informasi harian. Lalu Women by Narasi, Women by Narasi mengacu pada program informasi wanita-

wanita hebat. Lalu ada Narasi People yang mengacu pada program informasi masyarakat umum yang berjuang untuk kehidupannya.

Media memiliki peran penting dalam kehidupan sosial. Media tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi saja tetapi juga berfungsi sebagai sarana pemenuhan akan kepuasan motif penggunaannya. Pengguna media memiliki kecenderungan memilih media apa yang digunakannya sesuai dengan kebutuhan mereka. Individu dalam menggunakan media cenderung memilih dan mencari sumber informasi yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti kebutuhan akan informasi. Manusia sangat bergantung pada informasi untuk memenuhi beragam kebutuhan, seperti memperluas pengetahuan, memperoleh keahlian, meminimalkan ketidakpastian, mencapai kepuasan, dan banyak lagi. (Littlejohn, S, Foss, K, A., & Oatzel, J. G., 2016) karena hal tersebut peneliti menjadikan *followers* dari Instagram @narasinewsroom sebagai objek penelitian.

Dalam praktiknya, Instagram sendiri dijadikan ruang komunikasi bagi masyarakat luas, Instagram memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan kreativitas mereka melalui gambar dan cerita. Platform ini membuka pintu untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan bahkan orang-orang di seluruh dunia. Dengan fitur-fitur seperti cerita, *direct message*, dan *live streaming*, instagram memberikan berbagai cara bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam dialog yang beragam, membuatnya menjadi wadah hubungan sosial yang memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Hal inipun juga terjadi pada masyarakat di Perumahan Taman Griya Kencana, Kota Bogor.

Perumahan Taman Griya Kencana merupakan perumahan yang terletak di Kelurahan Kencana, Kecamatan Tanah Seral, Kota Bogor. Perumahan Taman Griya Kencana ini disertai dengan beragam fasilitas yang benar-benar memanjakan penghuninya serta berlokasi dekat dengan berbagai fasilitas umum dan sosial. Di dalam perumahan ini terdapat Sekolah SD Kencana 4 dan SMPN 21 Kota Bogor, di samping itu akses ke fasilitas Stasiun Cilebut juga terbilang dekat, dengan hanya memerlukan jarak tempuh 1.44 km. Kelurahan Kencana sendiri berlandaskan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor mempunyai total 80 Rukun Tetangga dan 17

Rukun Warga. Dengan pertimbangan kemudahan akses peneliti mendatangi lokasi penelitian, maka oleh peneliti ditentukan menjadikan warga dari perumahan Taman Griya Kencana sebagai informan dalam penelitian ini.

Selain itu, melihat akun Instagram @narsinewsroom yang memiliki 1 juta lebih pengikut dengan berbagai aktivitas interaksi para *followers* di kolom komentar pada tiap postingan, membuat peneliti tertarik meneliti mengenai motif-motif yang mendorong *followers* Instagram @narsinewsroom dalam berinteraksi dengan akun tersebut. Sehingga, peneliti tergerak untuk menjalankan penelitian berjudul “Motif Interaksi Pengikut Akun Instagram @Narsinewsroom Sebagai Media Komunikasi (Studi Kasus Followers Di Perumahan Taman Griya Kencana Kota Bogor)”

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana motif interaksi pengikut akun instagram @narsinewsroom di Taman Griya Kencana Kota Bogor sebagai media komunikasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan identifikasi dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ialah guna melihat serta menganalisis bagaimana motif interaksi pengikut akun instagram @narsinewsroom di Taman Griya Kencana Kota Bogor sebagai media komunikasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini ialah:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil daripada penelitian ini nantinya akan berguna untuk penelitian yang akan datang, terutama dengan fokus penelitian terkait motif pengguna media massa ataupun dengan fokus sosial media Instagram khususnya akun Instagram @narsinewsroom.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagaimana bahan bacaan referensi bagi seluruh pihak yang kompeten, khalayak maupun pengguna media sosial Instagram.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam karya ilmiah ini terbagi ke dalam 5 bab, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan

Memberikan gambaran tentang konteks masalah, merumuskan pertanyaan penelitian, menetapkan tujuan penelitian, menuliskan manfaat hasil penelitian, dan menjelaskan struktur penyusunan adalah beberapa aspek yang umumnya dicakup dalam sebuah karya ilmiah.

2. BAB II Kajian Pustaka

Menguraikan konsep motif, interaksi, media sosial, Instagram, dan komunikasi melalui media dan konsep lainnya sambil menjelaskan teori pengguna dan kepuasan (*use and gratification*) dan media baru (*new media*).

3. BAB III Metodologi Penelitian

Menghadirkan penjelasan terkait metode dan pendekatan penelitian yang diterapkan, strategi penentuan informan, teknik pengumpulan data, prosedur pengolahan dan analisis data, serta rincian lokasi dan jadwal penelitian.

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, biodata informan, hasil penelitian yang berupa wawancara peneliti dengan objek penelitian, serta pembahasan mengenai hasil dari penelitian.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Memberikan penjelasan dan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan serta berisi berbagai saran pada pihak yang terkait dengan penelitian.

