

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Era teknologi di tahun 2023 menjadikan *netizen* mempunyai berbagaitujuan dalam menggunakan media sosial. Menurut Whiting & Williams dalam Andi Saputra tujuan orang dalam mengakses media sosial yaitu untuk alat komunikasi (telepon, sms, *chatting*), Interaksi sosial/pertemanan, bisnis online, Menyampaikan opini, Hiburan, Mengisi waktu luang, dan salah satunya kebutuhan informasi.<sup>1</sup>

Media sosial mempunyai peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi, berbagai alasan seseorang menggunakan media sosial, salah satunya ialah waktu yang efektif dan biaya yang ekonomis. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan di era keterbukaan informasi seperti sekarang ini, Dilansir DataIndonesia.id pada Januari 2023 terlihat *Instagram* mempunyai presentase sebesar 85,5% dari 191 juta orang di Indonesia yang aktif menggunakan *Instagram*. Dengan karakteristik yang menampilkan foto, video, serta keterangan singkat yang menjelaskan gambar maupun video yang diunggah dapat memudahkan pengguna dalam mengoperasikan media sosial *Instagram* ini.<sup>2</sup>

Melalui *Instagram* khalayak dapat dengan mudah mencari dan

---

<sup>1</sup> Saputra, Andi. “Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses And Gratification”. Jurnal SINTA 2. ISSN – 2301 – 8593. (2019). h. 211

<sup>2</sup> Widi, Shilvina. “Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023.” *DataIndonesia.id*, 2 Februari. 2023, [dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023). Diakses pada 15 Februari 2023.

mendapatkan informasi yang dibutuhkan, terutama informasi-informasi terbaru yang biasa disebut dengan viral atau bisa dikatakan menyebar dengan cepat. Informasi viral tersebut dapat sangat mudah dicari dengan menggunakan *Instagram*. Oleh sebab itu media sosial ini sangat sangat berpotensi menjadi media yang digunakan oleh masyarakat, karena aksesnya yang mudah dan praktis.

Menurut Russman, dalam Arini mengatkan dalam sebuah individu, kelompok atau organisasi, media sosial Instagram digunakan untuk menyebarkan informasi. Dalam hal ini, komunikasi melalui media sosial *Instagram* mempunyai peran yang berpotensi untuk menyampaikan pengetahuan dan informasi. Media dapat menyajikan berbagai rasionalisasi, justifikasi maupun pemecahan persoalan yang lain melalui informasi yang disampaikan. Namun individu sebagai pengguna media juga memiliki kebebasan untuk memilih media apa yang ingin dipakai, dan isi media atau unggahan seperti apa yang ingin dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>3</sup>

Jika individu tersebut seorang mahasiswa yang sedang mencari informasi tentang musisi idolanya, contohnya seperti informasi musik “Coldplay akan manggung di Indonesia” dan “Coldplay tidak akan manggung di Indonesia”. Konflik tersebut akan memunculkan rasa resah dalam diri individu, kemudian terpengaruh untuk mendamaikan perbedaan tersebut. Individu akan mencari jalan

---

<sup>3</sup> Fahma Qonaati, Arini. “Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikut Akun @ISJ11Jateng”. *Commercium*, Vol 4, 3, 2021, pp. 149-157. [Jurnal.unesa.ac.id](http://Jurnal.unesa.ac.id).

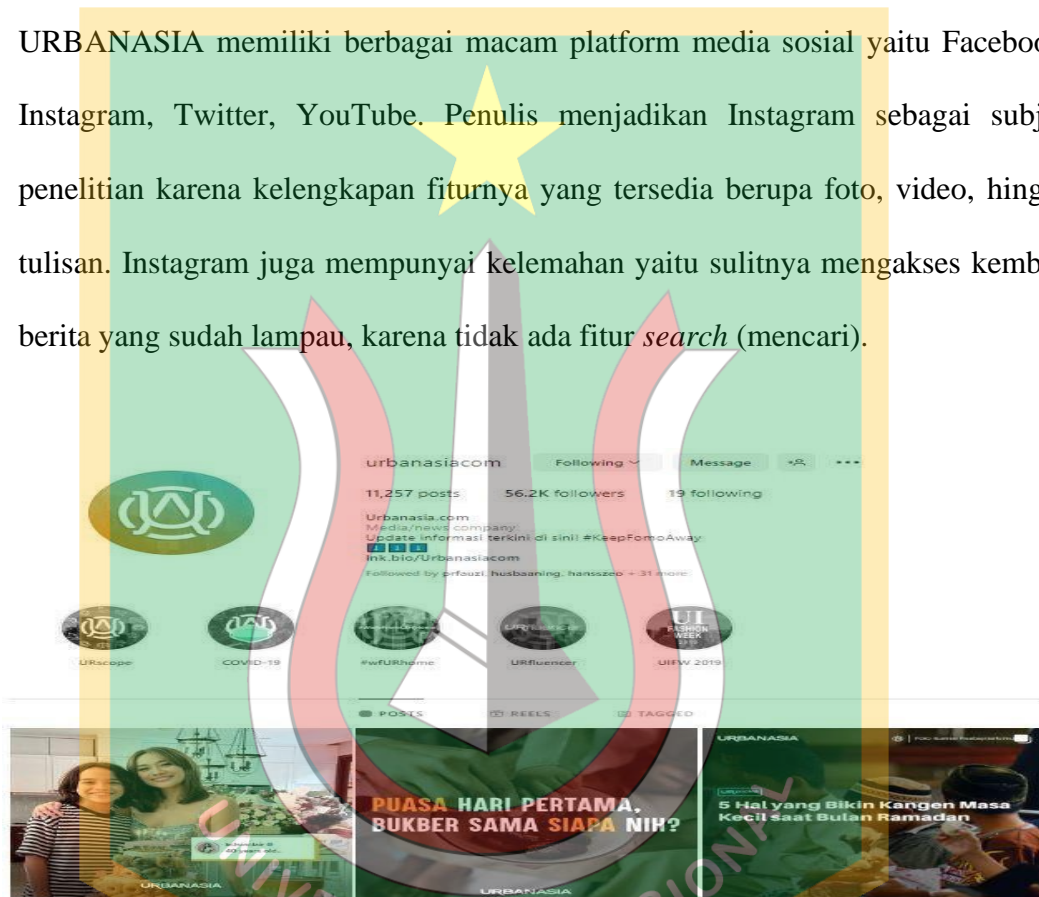
keluar untuk menyelesaikan konflik yang dihadapinya. Jalan keluar tersebut dapat diperoleh dengan rasionalitas atau dengan melemahkan salah satu kepercayaan yang menyebabkan konflik tersebut.

Namun jika melihat keadaan pada tahun 2019 awal mula pandemi Covid-19 melanda hingga sekarang tahun 2023, terdapat banyak media yang variatif sehingga informasi sangat mudah didapatkan. Kemajuan teknologi yang ada justru mengakibatkan individu menerima tekanan informasi yang berlebihan. Tetapi banyaknya informasi tersebut tidak dapat menjamin bahwa semua informasi memiliki kredibilitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan khalayak tentunya membutuhkan informasi yang berkredibilitas dan dapat dipercayai kebenarannya. Oleh karena itu, individu memilih media yang digunakan dengan selektif, baik dari segi isi informasi maupun kenyamanan dalam menggunakan media tersebut.

Dengan keadaan yang semakin berkembang tersebut membuat banyak media massa yang hadir di media sosial *Instagram* yang menyebar keseluruhan lapisan masyarakat. Salah satunya mahasiswa yang mengikuti berbagai akun *Instagram* yang menyajikan berbagai informasi terbaru dan terupdate misalnya @Indozone.id, @detik.com, @wowfakta, @kumparanplay, @media.jktinfo bahkan mungkin ada ratusan hingga ribuan akun lainnya.

Dikarenakan banyaknya media massa di media sosial *Instagram*, maka penulis memilih satu media massa di *Instagram* yang sedang berkembang, yaitu @urbanasiacom yang menyajikan informasi kepada khalayak dan menyediakan

akses gratis dan penggunaan memanfaatkan jurnalisme dan sebagai kontribusi informasi melalui digital lintas platform mulai dari informasi Viral, Sport, Kuliner, Selebriti, Film, Influencer Stories, hingga informasi khusus milineal dan gen Z. URBANASIA memiliki berbagai macam platform media sosial yaitu Facebook, Instagram, Twitter, YouTube. Penulis menjadikan Instagram sebagai subjek penelitian karena kelengkapan fiturnya yang tersedia berupa foto, video, hingga tulisan. Instagram juga mempunyai kelemahan yaitu sulitnya mengakses kembali berita yang sudah lampau, karena tidak ada fitur *search* (mencari).



Gambar 1.1 Profile Instagram @urbanasiacom

Gambar diatas diketahui bahwa akun Instagram @urbanasiacom memiliki *followers* sebanyak 56.200 dan postingan foto serta video sebanyak 11,257 postingan. Postingan pada akun Instagram @urbanasiacom didominasi informasi terkait *news feature*. Akun Instagram @urbanasiacom menjadi salah satu pilihan anak muda terutama di kalangan mahasiswa karena menyediakan berbagai informasi yang informatif dan menghibur.

Berdasarkan uraian di atas, fenomena tersebut yang menggambarkan teori *Uses and Gratification Theory*, seperti yang dikatakan Richard West dalam bukunya orang-orang secara aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Menekankan posisi efek terbatas, teori ini memiliki sudut pandang bahwa media memiliki efek terbatas karena *netizen* mampu memilih dan mengontrol. Mereka melihat penggunaan media sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan informasi.<sup>4</sup>

Denis McQuail dalam Richard West mengatakan bahwa ada lima cara untuk mengklasifikasikan pengguna untuk kebutuhannya dalam menggunakan media. Yaitu kebutuhan kognitif untuk mendapatkan informasi dan pemahaman, kebutuhan afektif untuk memperkuat pengalaman yang bersifat pada keindahan, kesenangan serta emosional, kebutuhan integritas pribadi untuk memperkuat kepercayaan pribadi, kebutuhan integritas sosial untuk bersosialisasi dengan sekeliling, dan kebutuhan pelepas ketegangan untuk melarikan diri dari kenyataan.<sup>5</sup>

Menurut Helen dalam Arini penggunaan media sosial berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan informasi. Seperti halnya mahasiswa yang mengikuti atau memimilih akun *Instagram* @urbanasiacom, tentunya mereka mengikuti akun media sosial tersebut, baik untuk memenuhi kebutuhan informasi atau yang lainnya. Terdapat harapan dari media yang dipilih untuk mendapatkan kepuasan

---

<sup>4</sup> West, Richard. Turner, Lynn H. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, (2017). h.131.

<sup>5</sup> Ibid. h.129

setelah mengkonsumsi media tersebut. Ketika kebutuhannya terpenuhi, maka individu atau khalayak akan mencari lagi media itu untuk memuaskan kebutuhannya.<sup>6</sup>

Setiap individu atau khalayak mengharapkan kepuasan dari tempat dimana ia memperoleh informasi. Pada dasarnya kepuasan merupakan hal yang bersifat individual karena setiap individu atau khalayak akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku dalam diri setiap individu atau khalayak. Semakin banyak aspek kebutuhan informasi yang terpenuhi maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Berdasarkan temuan di media sosial *Instagram* @urbanasiacom. Banyak netizen yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang mengikuti akun *Instagram* @urbanasiacom. Hal tersebut membuat penulis menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Angkatan 2019 sebagai populasi yang akan diteliti.

Dengan temuan tersebut penulis melakukan prasurvei penelitian berupa kuisioner online kepada 10 responden. Hasilnya sangat bervariasi setiap mahasiswa merasakan perbedaan pemenuhan kebutuhan terhadap kebutuhan informasi di akun media sosial *Instagram* @urbanasiacom. Alasan lainnya penulis memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dikarenakan

---

<sup>6</sup> Fahma Qonaati, Arini. "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Media Sosial *Instagram* Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikut Akun @ISJ11Jateng". *Commercium*, Vol 4, 3, 2021, pp. 149-157. [Jurnal.unesa.ac.id](http://Jurnal.unesa.ac.id).

mahasiswa ilmu komunikasi memiliki latar belakang ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan media massa, sehingga responden diharapkan dapat menjelaskan kebutuhan mereka dalam mengakses akun Instagram @urbanasiacom. Banyaknya informasi beragam yang disajikan oleh akun tersebut dapat memenuhi kebutuhan dalam pemilihan informasi yang diinginkan *followers* dan apakah dapat mempengaruhi kepuasan para pembacanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal yang akan dikaji dalam penulisan ini adalah mengetahui berapa besar tingkat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dalam kebutuhan informasi di media sosial Instagram @urbanasiacom, sehingga penulis perlu mengkaji lebih dalam lagi mengenai tingkat kepuasan tersebut dalam penelitian yang berjudul "*Tingkat Kepuasan Netizen Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Akun Media Sosial Instagram @urbanasiacom (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Angkatan 2019)*"

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, bahwa banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan dalam kebutuhan informasi di media sosial *Instagram* @urbanasiacom diantaranya sebagai berikut :

1. Seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di media sosial *Instagram* @urbanasiacom.

2. Pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi yang terpenuhi terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di media sosial *Instagram* @urbanasiacom.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- Berapa besar tingkat kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Angkatan 2019 terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di media sosial *Instagram* @urbanasiacom?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti ialah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Angkatan 2019 terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di media sosial *Instagram* @urbanasiacom.
2. Untuk mengetahui apakah ada hubungan kebutuhan informasi yang terpenuhi terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di media sosial *Instagram* @urbanasiacom.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah:

#### 1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para mahasiswa/i yang



khususnya menekuni bidang ilmu Komunikasi dan diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan penjelasan tentang teori *uses and gratification* yang meneliti kepuasan khalayak dalam menggunakan media massa pada umumnya dan khususnya dalam hal kepuasan atas pilihan media massa di media sosial dalam hal memenuhi kebutuhan informasi

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

1. Memberikan informasi tentang kebutuhan-kebutuhan informasi apa saja yang mendorong netizen dalam mengakses internet
2. Memberikan masukan pada pengelola akun Instagram @urbanasiacom mengenai kepuasan para pengikut akunnya.
3. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan bagi mahasiswa dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam studi tentang tingkat kepuasan pembaca media sosial terhadap informasi yang disajikan pada media sosial Instagram @urbanasiacom

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan pemahaman secara menyeluruh dan sistematis mengenai isi dari penelitian ini dibagi ke dalam bab yang terdiri atas bab dan sub bab yang saling berkaitan satu sama lainnya. Bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### **a) BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis membahas mengenai pendahuluan penelitian

yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

b) BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai teori-teori yang relevan untuk melakukan penelitian ini terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

c) BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif maka di bab ini terdiri dari jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data (populasi dan sampel), operasionalisasi variabel, teknik pengolahan data, teknik pengolahan dan analisis data, dan lokasi dan jadwal penelitian.

d) BAB IV: HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang isi dari penelitian ini yang terdiri dari gambaran objek penelitian dimana pada sub bab ini akan menceritakan objek penelitian, kemudian terdapat klasifikasi responden yang diambil dari hasil jawaban responden saat mengisi kuesioner, kemudian terdapat distribusi jawaban responden yang menjelaskan tentang hasil dari jawaban mengenai pertanyaan pada kuesioner penelitian ini, dan hasil dari penelitian ini yang meliputi uji instrumen, dan uji analisis regresi linear sederhana, kemudian ada

pembahasan untuk menjelaskan lebih rinci mengenai hasil dari penelitian ini.

e) BAB V: KESIMPULAN & SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dimana menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian ini juga memberikan saran yang nantinya akan bermanfaat bagi pembaca penelitian ini maupun objek penelitian itu sendiri.

