

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era perkembangan teknologi digital pada saat ini menjadikan internet sebagai media utama sebagai alat komunikasi baik dalam kehidupan sehari-hari maupun kegiatan penunjang kehidupan masyarakat sosial lainnya. Terkhusus pada proses komunikasi, hadirnya teknologi yang semakin maju mempengaruhi proses komunikasi yang sebelumnya hanya dapat dilakukan melalui tatap muka atau *face to face*, kini dapat dilakukan meskipun dengan perbedaan jarak ataupun waktu. Komunikasi sendiri merupakan sebuah proses terjadinya penyebaran pesan antara komunikator dan komunikan, baik dari tingkat individu hingga sebuah kelompok, maupun komunitas. Hadirnya berbagai teknologi baru ini tak lepas dari munculnya era media baru atau *new media*, yang memiliki beragam dampak bagi kehidupan manusia pada era modern saat ini.

New Media atau media baru adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi komunikasi yang melibatkan digitalisasi dan memiliki ketersediaan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai sarana komunikasi.¹ Salah satu bentuk dari adanya media baru adalah hadirnya media sosial dikalangan masyarakat yang menjadi hal wajib pada aspek kehidupan manusia pada saat ini. Penggunaan media sosial ini juga bukan hanya untuk kebutuhan komunikasi semata, namun juga sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun tren atau berita terkini yang sedang berkembang di masyarakat.

Pada awal tahun 2021 tepatnya pada bulan Januari, total pengguna internet di Indonesia sebanyak 202,35 juta pengguna dengan prosentase 76,8%.² Setelah munculnya era internet

¹ McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Hal. 148

² "<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022> diakses 5 juli 2022

dengan melalui berbagai proses yang ada lahirlah jejaring sosial sebagai salah satu produk dari hadirnya internet. Jejaring sosial sendiri berhubungan dengan situs dan *website* yang banyak digunakan orang sebagai tempat pertemuan tanpa batas dan memiliki jalur keterikatan, seperti keluarga, teman, rekan bisnis, dan lainya.³ Dengan hadirnya teknologi tersebut membuat manusia mengalami peralihan jenis komunikasi yang semula dilakukan secara konvensional, kini dilakukan secara modern melalui jejaring media sosial yang dapat dilakukan tanpa mengenal perbedaan jarak maupun waktu. Komunikasi dapat dikatakan berjalan lebih efisien dengan menggunakan jejaring sosial karena dapat dilakukan dimapun dan kapanpun.

Menurut salah satu artikel yang dikeluarkan oleh databoks, Instagram adalah salah satu dari sekian banyak media sosial, yang populer dikalangan masyarakat. Pada Juli 2021, terdapat 91,77 juta pengguna Instagram di Indonesia dengan pengguna terbesar berada pada kelompok usia 18-24 tahun dengan prosentase sebesar 36,4%⁴. Instagram yang merupakan media sosial yang berbasis audio visual ini kian banyak menawarkan fitur-fitur bagi para penggunanya. Banyaknya perkembangan yang terjadi juga melahirkan beragam pemanfaatan baru pada Instagram. Instagram menjadi salah satu media sumber informasi baik meliputi kehidupan sehari-hari, seputar tren masa kini, penyedia jasa hingga pemberitahuan informasi dari akun resmi pemerintah.

Kabupaten Dharmasraya merupakan salah satu kabupaten di Sumatera Barat yang memiliki banyak potensi wisata dan budaya khususnya dalam bidang kesenian seperti tari randai yang sudah dikenal di luar negeri namun upaya pemerintah daerah untuk mempopulerkannya masih kurang. Pemerintah kabupaten masih terlalu fokus pada media lama seperti baliho, spanduk, poster, umbul-umbul dan poster, yang harganya mahal akan tetapi

³ “Perbedaan Social Media dan Jejaring Social” <https://www.merdeka.com/teknologi/perbedaan-sosial-media-dan-jejaring-sosial.html> dilihat pada 5 juli 2022

⁴ “ 10 Negara dengan pengguna Instagram terbanyak” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> diakses pada 7 juli 2022

tidak memiliki jangkauan yang luas. Kegelisahan itu kemudian ditindaklanjuti oleh @infodharmasraya, @infodharmasraya didirikan dan dikelola oleh beberapa orang di luar pemerintahan dengan tujuan ingin lebih menampilkan Kabupaten Dharmasraya ke dunia luar melalui jejaring sosial dan dijadikan sebagai ruang komunikasi masyarakat untuk membantu membangun Kabupaten Dharmasraya yang lebih baik.

Pada Instagram @infodharmasraya mengunggah segala sesuatu mengenai Kabupaten Dharmasraya, baik mengenai pengenalan potensi budaya hingga kekayaan warisan leluhur dalam bidang kuliner. @infodharmasraya kini mempunyai 53.000 lebih followers dengan jumlah yang selalu bertambah tiap harinya. Akun Instagram @infodharmasraya menjadi akun yang cukup cepat dan lengkap dalam mengunggah informasi terkait hal-hal yang terdapat pada Kabupaten Dharmasraya. Akun yang aktif dengan mengunggah gambar, video pada feed maupun instastory membuat aku tersebut mempunyai beragam informasi terkini yang dapat membantu para pengikutnya untuk mendapatkan informasi. Dari aktifnya Instagram @infodharmasraya inilah yang melatar belakangi peneliti dalam menentukan akun Instagram tersebut sebagai objek pada penelitian kali ini. Peneliti menentukan akun Instagram @dharmasraya sebagai objek penelitian karena juga memiliki kelengkapan informasi yang dapat digunakan sebagai sumber data pada penelitian peneliti.



Gambar 1 - Beranda instagram @infordharmaraya

(Sumber: Instagram @infodharmasraya)

@infodharmasraya per November 2022 mempunyai 55 *ribu followers* lebih dengan 4555 postingan baik dalam bentuk foto, video maupun unggahan pada reels. Informasi yang terdapat pada akun tersebut terbagi menjadi beragam informasi diantaranya info harian terkini di wilayah Kabupaten Dharmasraya, info lowongan pekerjaan, destinasi wisata, informasi nasional terkini hingga unggahan apresiasi pada pihak terkait yang telah memperoleh prestasi dan membanggakan Kabupaten Dharmasraya. Akun tersebut merupakan bagian dari media informasi seputar Kabupaten Dharmasraya yang dapat diakses dengan mudah melalui media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang diangkat pada penelitian kali ini adalah:

“Bagaimana Penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Dharmasraya pada akun Instagram @infodharmasraya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram @infodharmasraya sebagai media informasi kabupaten Dharmasraya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Kajian penelitian ini diharapkan dapat mendorong pengembangan penelitian khususnya di bidang ilmu komunikasi. Diharapkan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema ataupun pembahasan yang memiliki keterkaitan atau serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap strategi pengelolaan media sosial Instagram khususnya pada media informasi seputar perkotaan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis studi kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian tentang penggambaran dari karakteristik individu, situasi atau kelompok tertentu. Penelitian ini relatif sederhana, tidak memerlukan landasan teori yang kompleks atau penyajian hipotesis tertentu, dan hanya mengkaji satu variabel.⁵

1.5.2 Jenis penelitian

⁵ Ruslan, Rosady. Metodologi penelitian Public Relation dan Komunikasi (Jakarta: raja Grafindo Persada 2013) Hal. 12

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif, penelitian ini di gambarkan dengan menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari objek yang diamati.⁶ Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan atau memorandum, dan dokumen resmi lainnya.

1.5.3. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah segala bentuk unggahan maupun aktifitas yang terdapat dalam Instagram @infodharmasraya melalui postingannya baik itu berupa caption, komentar atau *direct message*.

1.5.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengguna aktif akun Instagram @infodharmasraya, pengguna aktif yang bersangkutan adalah pengikut dari akun tersebut yang aktif mengikuti perkembangan informasi pada akun @infodharmasraya baik itu berupa foto ataupun video. Selain admin akun @infodharmasraya, informan dalam penelitian harus memiliki beberapa kriteria diantaranya:

1. Narasumber adalah salah satu *followers* akun @infodharmasraya.
2. Narasumber adalah pengguna aktif, dengan klasifikasi sebagai pengguna yang sering menyukai, berkomentar dan membagikan informasi yang terdapat pada postingan akun @infodharmasraya
3. Narasumber mengakses situs atau web baik via *smartphone* ataupun komputer.

⁶ Lexy J. Moelong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), Hal 3-4

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara dengan followers akun istagram @infodharmasraya, dan berikut adalah data data diri para naraumber:

Nama : Widi Santoso

Umur : 24

Pekerjaan : Mahasiswa

Jenis Kelamin : Pria

Tanggal : 26 Desember 2022

Nama Akun :widisantoso_

14.46

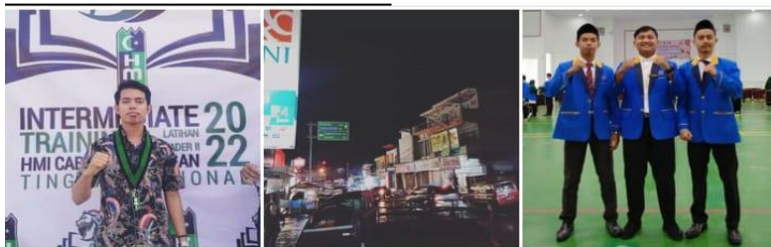
30.0 KB/S 74%

← widisantoso_



Mengikuti ▾

Kirim Pesan



Nama : Rifky Rahmadani

Pekerjaan : Mahasiswa

Umur : 22

Jenis Kelamin : Pria

Tanggal : 26 Desember 2022

Nama Akun : ripky.rahmadani

← ripky.rahmadani



11

Postingan

467

Pengikut

848

Mengikuti

Rifky Rahmadani

Blog Pribadi

Ilmu Komunikasi '18

Ikuti

Kirim Pesan



Nama : Arbi Rohmadi

Pekerjaan : Mahasiswa

Umur : 24

Jenis Kelamin : Pria

Tanggal : 26 Desember 2022

Nama Akun : masarbi_pns

← masarbi_pns :



1 Postingan 274 Pengikut 481 Mengikuti

Arbi Rohmadi

Andalas University

Management '18

"Success requires ideas, not love"... selengkapnya
Lihat terjemahan

Ikuti Kirim Pesan +



Lentera



culture



Life



1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini diantaranya:

a. Data Primer

Data ini merupakan informasi yang diperoleh dari pengamatan peneliti di lapangan dengan melakukan wawancara. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab baik itu secara online

maupun offline. Untuk mendukung penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan beberapa narasumber yang merupakan *followers*

akun Instagram @infodharmasraya.

b. Data sekunder

Data ini adalah informasi yang diperoleh dari hasil studi literatur, buku referensi, surat kabar, artikel, majalah, internet, dll. Tujuannya sebagai penunjang informasi terkait penelitian.

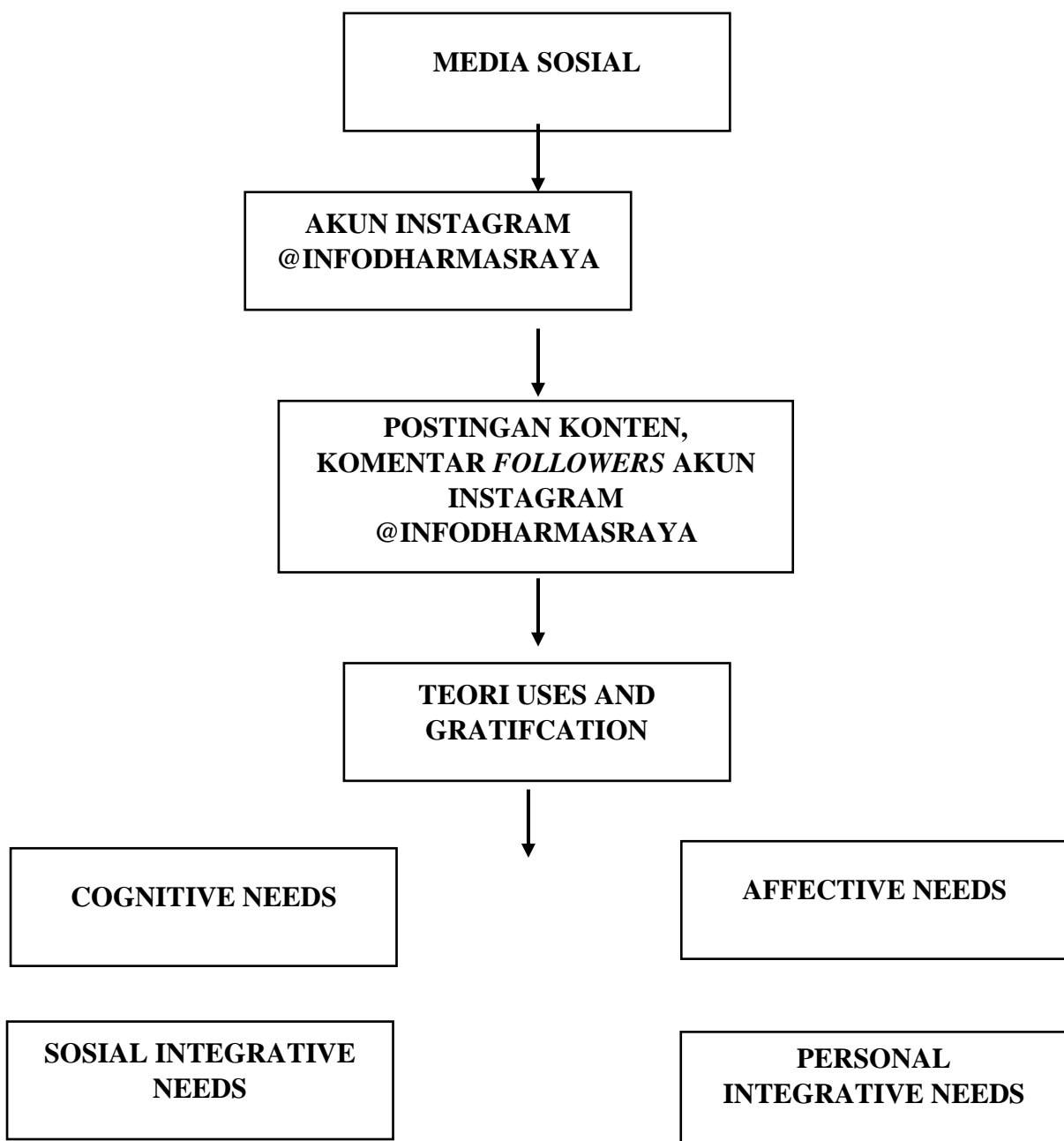
1.5.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis model interaksi yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Teknik analisis ini menggunakan tiga komponen, yaitu:

- a. Reduksi data, yaitu tahap yang dilakukan sebagai proses pemilihan data dan informasi yang telah didapatkan selama melakukan penelitian lapangan. Dalam tahap ini peneliti fokus pada penyederhanaan data yang diperoleh. Setelah data yang diperoleh mampu diringkas, peneliti dapat menemukan konsep-konsep serta pola-pola data yang diinginkan yang kemudian dirancang dalam bentuk hasil analisis akhir.
- b. Penyajian data, merupakan sebuah proses penelitian yang dilakukan dalam sebuah kesatuan yaitu hasil akhir penelitian melalui kalimat yang disusun secara sistematis dan logis sehingga mudah untuk dipahami. Oleh karena itu sangatlah penting penyajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya.

- c. Kesimpulan, merupakan implikasi dari prinsip induktif penelitian. Selain itu, kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung guna memperoleh kebenaran tentang sebuah informasi. Secara keseluruhan, data dan informasi yang diperoleh akan diuji kebenarannya, kekuatannya, serta kecocokan dengan tujuan sebagai media validitasnya.

1.5.7 Kerangka Konsep



ESCAPIST NEEDS

Definisi Operasional:

a. Media sosial adalah lingkungan di Internet memungkinkan pengguna untuk ditampilkan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial virtual.⁷

b. Akun Instagram @infodharmasraya adalah akun Instagram yang dikelola oleh pihak non pemerintah, dengan tujuan ingin lebih menampilkan Kabupaten Dharmasraya ke dunia luar melalui jejaring sosial dan dijadikan sebagai ruang komunikasi masyarakat untuk membantu membangun Kabupaten Dharmasraya yang lebih baik.

c. Postingan atau unggahan pada Instagram adalah informasi yang diunggah berupa gambar maupun video yang tersedia dalam fitur *feed*, *reels* maupun *Instagram story*.

d. Teori *Uses and gratification* adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif.⁸

Teori *uses and gratification* dimulai dilingkungan social, dimana yang dilihat adalah kebutuhan khalayak. Menurut Ellihu catz hadas hass Lingkungan social meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian kebutuhan individual dikategorisasikan sebagai berikut :

- a. *Cognitive needs* (Kebutuhan Kogniif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan

⁷ Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. Hal 193

⁸ Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Perdana Media Group. Hal. 207-208

ini didasarkan pada Hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.

- b. *Affective needs* (Kebutuhan Afektif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional.
- c. *Peronal Intergrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari Hasrat akan harga diri.
- d. *Social integrative needs* (Kebutuhan social secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga,teman, dan dunia. Hal-hal didasarkan pada Hasrat untuk berafiliasi.
- e. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan Hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelepasan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan. Dalam keaktifan khalayak dalam kehidupannya sehari-hari, terlihat mereka membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka yakni melalui penggunaan media seperti membaca surat kabar, memonton televisi atau mendengarkan musik favorit dll.⁹

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti telah membuat daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada para *follower* akun Instagram @infodhramsraya saat melakukan wawancara yang terangkum dalam Pedoman wawancara sebagai berikut:

⁹ Rakhmat, Jalaludin.2004. Metode penelitian Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya. hal 66

