

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai hasil dari konvergensi media, internet telah melahirkan media-media baru yang dapat dimanfaatkan manusia untuk menyebarkan informasi serta menjalankan fungsi-fungsi media lainnya. Konvergensi media juga telah berhasil merubah sejarah media, Informasi tidak lagi beredar melalui televisi, radio, atau surat kabar saja melainkan juga melalui media sosial. Oleh karena itu, para pelaku media harus menemukan cara dalam mengoptimalkan penggunaan media baru dengan format yang berbeda tersebut. Sebelum era internet, manusia berkomunikasi dengan antar sesama dengan melibatkan lebih banyak indera. Selain itu manusia juga belajar, mengakses informasi, menyebarkan informasi, dan menjaga hubungan kekerabatan melalui media-media konvensional seperti telepon, surat, atau dengan memanfaatkan media massa seperti televisi, radio, surat kabar dan lain-lain. Hal ini tidak lagi dapat berlaku secara sepenuhnya di era komunikasi informasi dan teknologi ini.

Manusia yang hidup pada masyarakat informasi saat ini tidak hanya menghadapi tantangan terhadap penggunaan teknologi komunikasi, melainkan juga bagaimana menyikapi teknologi itu sendiri. Adapun salah satu hasil dari kemajuan teknologi adalah internet. Internet telah membuka dunia baru dan cara hidup yang baru bagi manusia. Manusia yang memiliki kemampuan untuk mengeksploitasi internet akan mendapatkan kemudahan dalam kehidupannya, seperti akses terhadap informasi yang tanpa batas, dan akses komunikasi kepada orang yang dikenal, bahkan kepada orang yang belum dikenal sekalipun. Selain itu internet, sebagai hasil dari konvergensi media, telah melahirkan media-media baru yang dapat dimanfaatkan manusia untuk menyebarkan informasi serta menjalankan fungsi-fungsi media lainnya. Konvergensi media juga telah berhasil merubah sejarah media, Informasi tidak lagi beredar melalui televisi, radio, atau surat kabar saja melainkan juga melalui media sosial. Oleh karena itu, para pelaku media harus menemukan cara dalam mengoptimalkan penggunaan media baru dengan format yang berbeda tersebut. Melinda, Nurly (2018; 54)

Media baru sendiri merupakan digitalisasi dari perkembangan teknologi dan sains, yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang rumit menjadi

ringkas dan dapat dikatakan teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung kedalam jaringan internet. Dennis McQuail menjelaskan definisi media baru adalah interkoneksi, akses terhadap individu, interaktivitas, kegunaan beragam untuk segala karakter dan sifat yang berada dimana-mana. Seperti yang telah dibahas dimuka, media baru yang salah satunya adalah internet menciptakan kehidupan di seluruh dunia dengan media sosial yang mengajak kita berkomunikasi tanpa batas, ruang, dan waktu McQuail dalam Melinda (2018; 54). Media baru bukan hanya dapat memudahkan peredaran informasi pada khalayak global, tetapi lebih daripada itu. Media komunikasi baru ini merupakan alat yang sangat berpengaruh bagi aktivitas komunikasi.

Di Indonesia, perubahan dalam tatanan kehidupan masyarakat juga telah dirasakan sebagai akibat dari masuknya pengaruh internet. Teknologi ini sudah dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Semua lapisan masyarakat dari berbagai kategori usia telah memiliki pengetahuan dan akses untuk menggunakan internet, terutama usia remaja yang sedang berada dalam masa produktif dan penuh dengan rasa ingin tahu.

Pada Survei *Global Digital Report 2018* yang dilakukan oleh We Are Social & Hootsuite, menurut data *Annual Growth of Social Media User*, Indonesia menduduki posisi ketiga dengan pertumbuhan 23% dari tahun 2017. Sementara tiga *platform* media sosial yang paling aktif digunakan adalah Facebook, Youtube, dan Instagram.

Sementara menurut hasil riset nasional yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017 mayoritas pengguna internet di Indonesia berada dalam rentang usia 19-34 tahun dengan nilai 49,52% dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 143,26 juta di tahun 2017 kemarin. Riset tersebut juga membuktikan bahwa remaja merupakan kategori yang mengkonsumsi konten internet dengan intensitas yang cukup besar, sehingga penetrasi informasi tentu akan lebih mudah untuk dilakukan jika dengan menggunakan media internet, dalam hal ini media sosial yang banyak digunakan oleh anak usia remaja yaitu 19-34 tahun. Kategori usia pengguna media sosial ini sesuai dengan usia mahasiswa aktif saat ini.

Mahasiswa yang sesuai dengan kategori usia remaja ini bukan merupakan pengecualian dalam pemanfaatan teknologi internet dan media sosial. Mahasiswa

menggunakan internet dan media sosial sebagai alat untuk mengakses informasi dan berkomunikasi, bahkan lebih daripada itu. Konvergensi media telah menciptakan kedekatan dari konten yang biasa ada di “majalah dinding” ke dalam bentuk digital yang dinamakan media sosial yang juga bersifat *User Generated Content* dalam Nasrullah (2018, 176).

Salahsatu Sekolah Tinggi yang peduli terhadap media informasi *online* adalah Institut STIAMi Kota Bekasi, melalui Kegiatan “STIAMi Kota Bekasi Bersama Media Sepakayt Memajukan Pendidikan Indonesia” yang dilaksanakan di oleh STIAMi dengan mengundang beberapa media seperti Media Indonesia, Antara, Pos Kota, Warta Kota, tribunnews.com, pos sore, inilah.com, satunews.com, jurnal nasional, hal ini bertujuan untuk membangaun dan memajukan media pendidikan di Indonesia.

Dilansir oleh Republica.co.id, Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan meminta agar Institut STIAMi terus berkembang dan mempertahankan menjadi Kampus Pendidikan (*Teaching University*) yang dapat menghasilkan manusia baru yang berahlak mulia dan berkualitas. “Institut STIAMi harus menjadi lembaga pendidikan yang siap melahirkan lulusan-lulusan berahlak mulia, dan membawa perubahan yang baik bagi kehidupan bangsa Indonesia.” Institut STIAMi memang selama ini dikenal sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mengedepankan ahlak, adab sebagai makhluk sosial dan berlandaskan pada agama. Maka tak heran, jika Gubernur DKI amat menaruh harapan pada Institut STIAMi. Mengubah persepektif Instiut yang kaku dan membosankan Institut STIAMi juga menciptakan sebuah maskot sebagai media yang dapat menarik perhatian generasi Millenials yang diberi nama Globi.



(Gambar 1.1.1 Maskot Institut STIAMi & Pengaplikasian Maskot pad Konten Media Sosial Instagram)

Untuk merealisasikan berbagai hal tersebut Institut STIAMI Kota Bekasi mengoparasikan akun @AkademikStiamiBekasi sebagai media penyebaran informasi terkini dan teraktual bagi mahasiswa Institut STIAMI Kota Bekasi itu sendiri. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi akademik pada mahasiswa Institut STIAMI Kota Bekasi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diuraikan dalam penulisan penelitian ini adalah:

“Bagaimana media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi akademik pada mahasiswa Institut STIAMI Kota Bekasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan yang ingin dicapai penulis adalah:

Untuk menggambarkan, menjelaskan, serta menguraikan bagaimana media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi akademik pada mahasiswa Institut STIAMI Kota Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi masukan dan saran kepada Institut Stiami Bekasi dalam meningkatkan media sosial Instagram dalam penyebaran informasi di bagian Akademik Stiami Bekasi.

2. Manfaat Teoritis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber data maupun referensi bagi pelajar, mahasiswa, dan kalangan umum. Dan dapat bermanfaat bagi peneliti, di samping itu juga agar dapat menimbulkan penelitian terbaru dari peneliti-peneliti berikutnya dimana dapat menyempurnakan penelitian ini nantinya. Memperluas pengetahuan, inovasi dan kreatifitas baru, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai pengembangan keilmuan komunikasi terhadap fenomena di masa depan.

- b. Menjadi referensi dan tolak ukur dalam menganalisis media sosial Instagram sebagai alat penyebaran informasi di dunia pendidikan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan laporan, akan menguraikan secara umum setiap bab untuk memperoleh gambaran singkat mengenai kegiatan hasil yang dilakukan dengan mengikuti urutan penyajian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan yang menjabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang akan penulis teliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai tinjauan kepustakaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diangkat, definisi konsep dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh penulis, unit analisis, kategori dan definisi kategori, serta analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian.

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh penulis, unit analisis, kategori dan definisi kategori, serta analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisikan memuat penjelasan atau penafsiran hasil penelitian, analisis data, serta perbandingan dengan hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.