

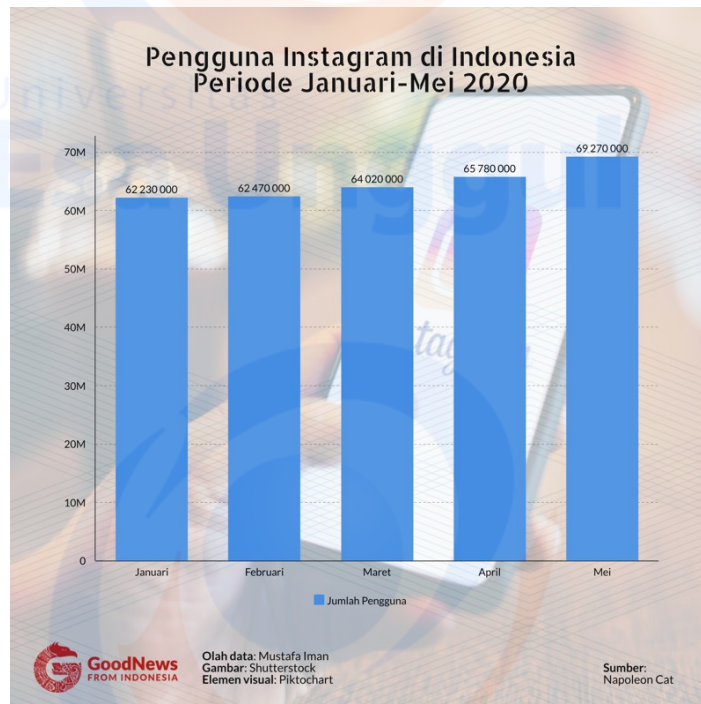
BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era zaman ini, internet menjadi teknologi pilihan dikalangan masyarakat, karena dapat memudahkan cara berkomunikasi. Komunikasi adalah tindakan kita untuk menerima dan memberikan informasi atau pesan dari satu sama lain. Berkembangnya internet saat ini, membuahkan cara komunikasi baru di tengah masyarakat.

Komunikasi sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia dan mempelajari usaha penyampaian pesan antar manusia (Dani Vardiansyah, 2004, h. 8). Muncul dan berkembangnya internet membawa cara komunikasi aru di masyarakat. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi sekarang ini tidak terbatas waktu, jarak, dan ruang. Komunikasi itu sendiri bisa terjadi kapan saja dan di mana pun kita berada.

Media sosial/*social media* atau yang bisa kita kenal juga dengan jejaring sosial adalah bagian dari media baru. Pesan atau informasi yang disampaikan khususnya oleh media sosial Instagram bisa menjadi pendukung masyarakat untuk menjadi lebih baik, membuat lebih senang, merasa cukup atau sebaliknya dapat menurunkan kepercayaan dirinya atau merasa rendah dari yang lain serta bisa membuat orang ketergantungan dengan media sosial instagram.



Gambar 1.1

Bagan Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2020.***Sumber: Napoleon Cat***

Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan *platform* berbagi foto ini. Pada Januari tercatat sekitar 62,23 juta pengguna, lalu naik pada Februari menjadi 62,47 juta pengguna. Kemudian di bulan berikutnya (Maret) penggunaannya semakin meningkat dan mencapai 64 juta pengguna. Selang sebulan kemudian diperoleh data pengguna yang mencapai 65,7 juta, hingga ditutup pada Mei dengan catatan 69,2 juta pengguna data. Peningkatan penggunaan *platform* tersebut juga tidak lepas dari kebijakan *work from home* (WFH) yang dilakukan perusahaan kepada karyawannya di tengah pandemi Covid-19. Artinya, karyawan dapat lebih bebas bekerja di rumah sambil aktif berinteraksi melalui Instagram sepanjang waktu. Berbeda tentunya ketika mereka berkerja di ruangan kantor yang boleh jadi terbatas untuk mengakses platform tersebut.

Instagram di Indonesia didominasi oleh golongan usia produktif, yakni pada rentang 18-34 tahun, atau lazim disebut generasi milenial. Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengguna dari golongan generasi tersebut mendominasi hingga 25 juta pengguna atau mendominasi 36-38% (usia 18-24). Sementara untuk rentang usia 25-34, mendominasi dengan 21 juta pengguna (31-33%). Wajar saja tentunya karena pada rentang usia tersebut, secara kemampuan generasi ini ramah dengan dunia.

Dalam Hal ini, penulis mengambil judul, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Ketergantungan Pada Anggota Jemaat Arrow Generation di GBI Petamburan”. Penulis mengambil penelitian ini karena ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap Anggota Jemaat Arrow Generation di GBI Petamburan saat ini, serta seberapa ketergantungannya seseorang dengan media sosial Instagram, seberapa sering menggunakan media sosial Instagram, dan seberapa penting media sosial Instagram bagi pengguna media sosial Instagram tersebut. Karena saat ini, banyak anak remaja sering sekali menghabiskan waktunya di dalam media sosial, terutama Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah berikut:

Apakah Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku ketergantungan anggota jemaat Arrow Generation di GBI Petamburan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap anggota jemaat Arrow Generation.
2. Untuk mengukur perilaku ketergantungan pada anggota jemaat Arrow Generation.
3. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku ketergantungan pada anggota jemaat Arrow Generation di GBI Petamburan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yakni untuk menambah pemahaman pengetahuan bagi masyarakat akan teori komunikasi serta pemahaman akan pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku ketergantungan.

1.4.2. Secara Praktis

Manfaat Praktis pada penelitian ini untuk memberikan seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan serta memperoleh pengetahuan empiris mengenai Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Ketergantungan Pada Anggota Jemaat Arrow Generation.