

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini, kemajuan dan perkembangan teknologi tidak dapat dihindari dan akan terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Hal ini didukung oleh revolusi teknologi dan industri mulai dari 1.0 hingga 4.0 dan dicanangkan akan memasuki era baru yaitu era 5.0. Disisi lain, segala sesuatu yang serba cepat dan juga keefisienan waktu yang sangat berarti bagi kehidupan sehari-hari. Aktivitas sehari-hari manusia saat ini bahkan tidak terlepas dari teknologi, ini dikarenakan dengan bantuan teknologi membuat aktivitas manusia mejadi lebih cepat dan lebih efisien dalam melakukan pekerjaannya.

Perkembangan dan kemajuan teknologi membuat kita mudah mengakses internet, aplikasi yang semakin banyak dan media sosial yang semakin banyak digunakan untuk berkomunikasi juga semakin beragam. Hal ini bisa dilihat pada zaman sekarang, sangat mudah menemukan informasi terbaru yang disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi. Informasi-informasi tersebut dapat kita akses dengan menggunakan berbagai perangkat seperti telepon pintar (*smartphone*), laptop, ataupun komputer ataupun perangkat sejenis. Dengan kemudahan mengakses internet untuk mencari informasi apapun maka pengguna dituntut untuk semakin selektif dan bijak dalam menyaring informasi yang dapat dikonsumsi. Kemudahan internet juga membuat banyaknya pemberitaan yang belum terbukti kebenarannya, maka dari itu pengguna internet harus lebih *aware* atau melek terhadap media-media yang di akses.

Pemanfaatan internet pada era digital ini digunakan sebagai sarana untuk pertukaran informasi dan komunikasi oleh masyarakat. Tidak dipungkiri bahwa internet memiliki banyak sekali manfaat pada kehidupan modern seperti saat ini. Saat ini, internet telah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat (Fathiyah & Rina, 2019). Menurut survey *Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report* per Januari 2021, sebanyak 73,7% dari jumlah populasi masyarakat di Indonesia setiap harinya menggunakan internet. Masyarakat kebanyakan mengakses internet untuk keperluan mereka di media sosial. Kemudian kemudahan mendapatkan informasi dengan cepat melalui internet juga dibuktikan dengan banyaknya media-media yang beralih dari konvensional ke digital.

Hingga saat ini, virus corona atau covid-19 masih melanda dunia, khususnya di Indonesia. Sejak pertama kali kasus positif diumumkan oleh Presiden Republik Indonesia, hingga Oktober 2021, Indonesia telah melaporkan total kasus positif Covid-19 sebanyak lebih dari 4 juta kasus. Fase naik turun

kasus Covid-19, hingga gelombang kedua yang terjadi pada bulan Juni lalu telah dilewati oleh Indonesia. Pemerintah terus mengupayakan cara-cara atau strategi terbaik, baik itu secara langsung turun ke lapangan (*offline*) maupun melalui jejaring sosial (internet) guna mengurangi angka terkonfirmasi positif, dan sangat mengupayakan agar angka kasus positif ini segera melandai.

Salah satu sarana pengguna internet dalam mendapatkan informasi tercepat yaitu di media sosial. Menurut (Evans & Bratton, 2008, p. 33) Media sosial merupakan demokratisasi informasi, mengubah orang menjadi penerbit konten. Hal ini merupakan pergeseran mekanisme siaran menjadi model banyak ke banyak, berakar pada percakapan penulis, orang, dan teman sebaya. Hingga saat ini, media sosial terbukti efektif dalam menyebarluaskan informasi kesehatan untuk mendukung upaya pemerintah serta kelompok masyarakat dalam penyebaran pesan terkait Covid-19.

Pemerintah pusat melalui Direktorat Jenderal Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Kemenkes RI telah menerbitkan panduan komunikasi perubahan perilaku dalam pencegahan dan pengendalian Covid-19 sesuai dengan pesan kunci yang dikeluarkan oleh Gugus Tugas Covid-19, dari yang awalnya menggalakkan gerakan 3M mencuci tangan, menggunakan masker, dan menjaga jarak, menjadi 5M yaitu memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, menghindari kerumunan, dan mengurangi mobilitas.

Pandemi covid-19 ini khususnya di Indonesia mengubah cara beraktivitas masyarakat dalam berbagai hal, Selain itu cara masyarakat mengkonsumsi berita dan media juga mengalami pergeseran. Survey yang dilakukan oleh *Routers Institute Digital News Report 2021* mengambil negara Indonesia sebagai salah satu penelitiannya. Hasil menunjukkan bahwa media online dan sosial media menjadi sumber paling populer di masyarakat dalam mengakses berita dan informasi, sedangkan televisi dan radio menjadi pilihan utama bagi yang tidak mempunyai akses internet.

Mayoritas yang mengakses berita dan informasi daring menggunakan telepon genggam (*smartphone*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan *Routers Institute Digital News Report 2021* terkait Pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa 89% mengakses berita atau informasi secara *online* termasuk di media sosial, lalu 64% mengakses informasi hanya melalui media sosial. Dilanjutkan dengan tingkat penyebaran informasi per platform menunjukkan bahwa instagram berada pada tingkat ke empat yaitu sebanyak 38% hanya untuk berita dan penyebaran seluruh informasi sebanyak 66%. Melihat data tersebut, masyarakat semakin banyak yang membutuhkan informasi terkait pandemi Covid-19, baik itu cara penularannya, kebijakan terbaru dari pemerintah, jumlah kasus terkonfirmasi, informasi terkait vaksinasi dan lain sebagainya untuk mencari tahu di internet baik itu situs web resmi, ataupun beragam platform media sosial.

Masyarakat merasa takut, tidak berdaya, dan timbulnya rasa ketidakpercayaan (*trust issues*) kepada sesama akibat penularan covid-19 yang sangat cepat serta dampak dari virus tersebut bisa mengakibatkan kematian. Karena cepatnya penyebaran informasi di media online, sangat penting untuk mencari tahu lebih dalam terkait berita ataupun informasi yang ditemukan dan mencari tahu di sumber-sumber resmi dan yang telah diakui agar terhindar dari berita bohong (*hoax*) yang belum terbukti kebenarannya, maka hal ini juga memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita yang dikonsumsi dipengaruhi oleh institusi/lembaga/media yang mengeluarkan berita atau informasi tersebut.

Sebagaimana kita ketahui bahwa masyarakat membutuhkan informasi dan memiliki motif yang berbeda-beda (Perdana, 2018, p. 3). Sehingga internet memiliki peran penting karena apapun informasinya akan mudah diakses, selain itu internet juga memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi. Salah satu platform media sosial (*online*) yang populer dikalangan masyarakat saat ini yaitu instagram. Berdasarkan survei yang dilakukan *Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report* per Januari 2021, Instagram berada pada tingkat ketiga yang jumlah penggunaanya sebanyak 85 juta jiwa. Instagram merupakan sebuah aplikasi atau platform media untuk berbagi foto dan video, serta dapat digunakan untuk memberikan filter digital pada foto, mengedit foto dan video yang ingin kita bagikan. Seiring berjalannya waktu, instagram juga digunakan sebagai wadah untuk menyebarkan atau membagikan berita. Melalui instagram, para pengguna bisa mendapatkan berita sesuai dengan kebutuhan mereka, karena berita tersebut muncul pada beranda instagram sesuai dengan akun yang mereka ikuti. Misalnya, pengguna ingin mengetahui perkembangan covid-19 di Indonesia, maka pengguna dapat mengikuti akun-akun resmi terkait informasi Covid-19 tersebut. Kemudahan mengakses instagram serta informasi yang dengan cepat bisa didapatkan melalui akun-akun resmi yang terpercaya membuat masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui situs web atau *website* karena informasi yang diinginkan bisa didapatkan dalam satu platform saja yaitu Instagram.

Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk membagikan atau menyebarkan informasi terkait pandemi Covid-19 yaitu @pandemictalks. Akun instagram @pandemictalks merupakan sebuah akun di Instagram yang menyediakan informasi terbaru terkait pandemi Covid-19 yang terjadi khususnya di Indonesia. Berawal dari keresahan dan kegelisahan terkait kondisi dan situasi pandemi Covid-19 di Indonesia, dr. Muhammad Kamil serta dua rekannya menginisiasi sebuah platform data dan info Covid-19 bernama *Pandemic Talks*. Akun @pandemictalks ini memuat kumpulan-kumpulan informasi dan data-data resmi tentang pandemi Covid-19 dan virus corona secara sederhana, terang-terangan, dan juga tegas. Hingga 25 Oktober 2021, @pandemictalks telah memiliki pengikut sebanyak 367.386 orang dengan

1.587 unggahan. Beragam topik mengenai Covid-19 tersebut disajikan melalui grafis yang berisi informasi terkait pandemi yang tidak hanya mengambil dari sisi kesehatan saja, tapi juga dari semua sisi. Tujuan dibuatnya akun ini agar masyarakat bisa dengan mudah mengakses informasi *based-on-data* dengan penyajian yang ringan. Dengan adanya akun ini memudahkan masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi aktual yang sedang terjadi di Indonesia mengenai pandemi covid-19.

Platform Instagram ini merupakan salah satu dari beberapa jenis platform media sosial yang memberikan kemudahan akses oleh siapapun dengan penyebarannya yang juga sangat cepat. Instagram diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Instagram juga dapat diartikan sebagai cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi cerita hidup dengan teman-teman melalui serangkaian gambar ataupun video. Ketika kita mengunggah hasil foto ataupun video ke dalam instagram, maka itu disebut sebuah konten. Konten merupakan pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten merupakan hal-hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.

Kemudahan tersebut membuat Instagram menjadi salah satu pilihan utama para pengguna internet untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Seseorang akan tertarik untuk mengonsumsi informasi sesuai akun-akun yang mereka ikuti (*follow*), sehingga Instagram dianggap sebagai salah satu platform media sosial yang efektif untuk mendapatkan informasi yang para pengguna cari dan butuhkan.

Menurut (Bastian, 2013) dalam efektivitas diartikan sebagai keberhasilan mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Efektivitas juga sebagai patokan atau berometer untuk mengukur keberhasilan komunikasi. Indikator yang dijadikan tolak ukur menyatakan proses komunikasi dapat dikatakan berhasil jika tercapainya tujuan dalam komunikasi yaitu dengan adanya dampak atau pengaruh yang diinginkan (Romadhoni, 2014, p. 10). Umumnya komunikasi dapat menjadi efektif ketika seseorang yang menyampaikan pesan dapat tersampaikan dengan tepat dan diterima dengan baik dan dipahami oleh penerima pesan. Menurut (Kelman, 1975) komunikasi akan mengalami internalisasi jika komunikasi menerima pesan sesuai dengan nilai yang dianut, lalu identifikasi diri terjadi dalam diri komunikasi jika komunikasi merasa puas dengan meniru/mengambil pikiran dari komunikator, kemudian jika komunikasi mengalami kepuasan atau mendapatkan reward dari dan terhindar dari kondisi tekanan dari komunikator maka akan terjadi ketaatan dalam diri komunikasi.

Banyaknya ketersediaan informasi di platform instagram tentunya membuat para pengguna memiliki ragam kebutuhan yang berbeda satu sama lain. Menurut (Guha, 1978, p. 40) ada beberapa jenis kebutuhan terhadap

informasi, yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic approach*, and *catching up need approach*.

Followers @pandemictalks memiliki latarbelakang yang berbeda-beda, maka kebutuhan informasinya pun juga berbeda. Setiap harinya akun @pandemictalks memposting konten berupa gambar dan video yang berbeda serta beragam. Selain itu, para *followers*-nya juga menandai akun @pandemictalks diposting mereka sebagai tanda bahwa akun @pandemictalks merupakan akun yang dipercaya sebagai penyebar informasi terkait pandemi covid-19.

Adapun alasan peneliti memilih akun @pandemictalks sebagai objek penelitian karena berdasarkan riset yang peneliti lakukan ditemukan bahwa akun ini memiliki kelebihan dari akun-akun sejenis. Berdasarkan perbandingan atau komparasi dengan akun-akun sejenis seperti @covid.survivor.id, @satgascovid19.id, @kongkowcovid19, dan @laporcovid19, akun @pandemictalks lebih interaktif dengan *followers* dibanding empat akun tersebut. Maka hal tersebut menciptakan *engagement* lebih kepada *followers* @pandemictalks karena adanya *feedback* atau umpan balik dari @pandemictalks dengan *followers*-nya.

Alasan lain yang peneliti temukan sebagai kelebihan dari akun @pandemictalks yaitu admin juga aktif dalam mengumpulkan dan mencari kevalidan informasi seperti terkait varian virus korona terbaru, *update* jumlah kasus, aturan dan kebijakan pemerintah terbaru, dan berbagai hal terkait pandemi yang akan di unggah ke dalam akun instagramnya. Informasi yang di unggah merupakan informasi berdasarkan data-data yang sudah diteliti, lalu di edit dan dikemas menjadi konten grafis yang menarik hingga dalam satu hari, akun @pandemictalks dapat mengunggah 4 hingga 7 konten.

Dengan banyaknya informasi-informasi yang disebarkan di Instagram, serta beragamnya kebutuhan informasi para pengguna akan menimbulkan hasil yang berbeda-beda juga terhadap tingkat kepuasan pengguna instagram dalam pemenuhan informasi, maka dari pemaparan di atas, penulis tertarik untuk meneliti efektivitas akun instagram @pandemictalks dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya, serta ingin mengetahui apakah ada pengaruh dari efektivitas akun @pandemictalks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya dengan judul “Efektivitas Akun Instagram @Pandemictalks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*-nya Mengenai Pandemi Covid-19”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh dari efektivitas akun instagram @pandemictalks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya ?

2. Seberapa besar efektivitas akun instagram @pandemictalks dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian untuk memberikan jawaban dari pertanyaan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh efektivitas akun instagram @pandemictalks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat efektivitas akun instagram @pandemictalks dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam bidang hubungan masyarakat, Ilmu Komunikasi. Serta diharapkan dapat menjadi informasi kepada peneliti-peneliti selanjutnya terkait dengan keefektivitasan sebuah platform di media sosial khususnya Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada akun @pandemictalks terkait seberapa efektifnya akun tersebut dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna instagram khususnya *followers*-nya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan masukan bagi akun @pandemictalks agar lebih memanfaatkan fitur *insta story* instagram untuk dapat meningkatkan daya tarik bagi *followers*.