

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, penggunaan sebuah ponsel pintar untuk kebutuhan masyarakat sehari-hari dalam mengakses internet semakin lama semakin massif. Ponsel pintar pun telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat kebanyakan, khususnya dalam mengakses internet. Seperti yang diwartakan oleh Good News From Indonesia, terdapat prediksi bahwa hingga tahun 2025 setidaknya akan ada 89,2 persen populasi penduduk di Indonesia yang akan memanfaatkan beragam fitur di ponsel pintar. Ponsel Pintar atau gawai/gadget kini sangat berperan penting bagi kehidupan manusia dalam berkomunikasi, memperbanyak relasi serta pendidikan dan bisnis (Rachmat et al., 2018). Semua ini terjadi berkat dengan adanya *new wave technology*, yakni sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. Keberadaan *new wave technology* tentunya didukung oleh perangkat informasi yang semakin canggih sehingga memunculkan gelombang revolusi teknologi baru. Hal yang menjadi kekuatan utama dari *new wave technology* ada pada perangkat informasi baru sebut saja seperti komputer, ponsel pintar, hingga akses internet yang semakin murah. Seperti yang telah diungkapkan diatas, salah satu media yang disebut *new wave technology* ini adalah internet. Pintu yang dapat diakses menuju jagad raya konten dalam *cyberspace* (McQuail, 2012). Masyarakat saat ini lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi yang tanpa batas. Dengan adanya kemudahan tersebut, jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet.

Di tengah lingkungan masyarakat, kalangan pelajar seperti para mahasiswa umumnya telah menggunakan fitur internet yang ada pada ponsel pintar mereka untuk meningkatkan produktivitas dan mendukung kegiatan mereka sehari-hari. Hal ini mereka lakukan misalnya seperti dengan menghubungi rekan, dosen, keluarga atau bahkan untuk sekedar berselancar di internet. Salah satu hal yang merupakan sebuah produk layanan yang lahir berkat adanya internet yakni media sosial. Media sosial tentunya telah memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*. Dalam hal ini, jarak seakan tidak lagi terlihat. Bahkan, informasi dan pesan pun dapat tersampaikan secara global dalam waktu yang relatif singkat. Kecanggihan ponsel pintar memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai fitur media sosial (Fauziah, 2018). Dengan demikian, sangatlah umum bagi para mahasiswa di zaman sekarang ini untuk memanfaatkan media sosial yang ada pada ponsel pintar mereka seperti untuk sekedar berkomunikasi hingga mengabadikan momen-momen mengenai rutinitas mereka sebagai seorang

mahasiswa. Tak jarang pula para mahasiswa pun seringkali juga memanfaatkan aplikasi media sosial mereka untuk keperluan kegiatan perkuliahan mereka seperti memposting tugas perkuliahan mereka ataupun memposting kegiatan organisasi perkuliahan mereka.

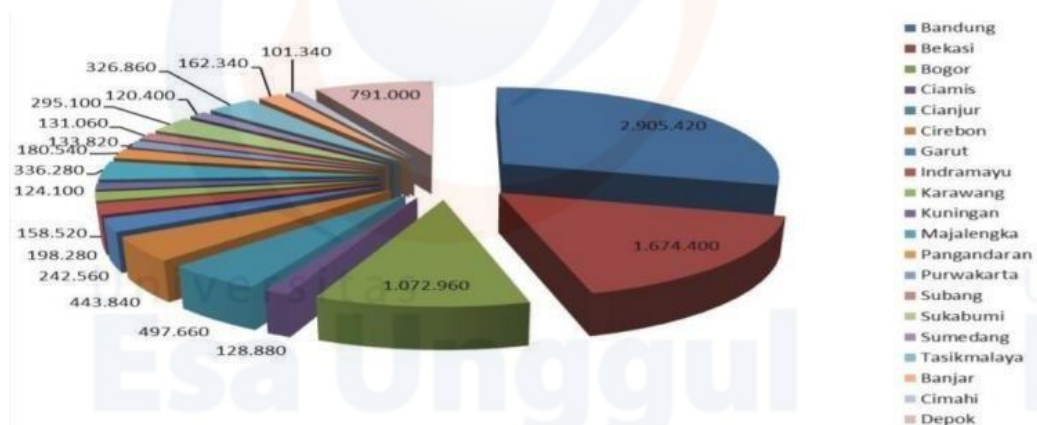
Salah satu aplikasi media sosial yang jamak ditemukan di berbagai ponsel pintar milik masyarakat luas termasuk para mahasiswa pada zaman ini yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu aplikasi ponsel pintar yang populer berbasis Android maupun iOS. Selain itu, Instagram juga merupakan aplikasi yang umumnya digunakan untuk menjepret foto atau merekam video, mengelola foto dan video, mengedit foto dan video, memberi efek filter pada foto dan video, serta membagikan foto dan video tersebut ke sesama pengguna Instagram. Instagram banyak diminati hampir di semua kalangan, mulai dari masyarakat biasa, artis, tokoh masyarakat, pejabat pemerintah bahkan Presiden. Sebagai salah satu media sosial yang sedang digandrungi oleh masyarakat Indonesia, para pengguna Instagram dapat berbagi berbagai konten gambar, sehingga mengakses Instagram telah menjadi aktivitas seru yang disukai oleh pengguna internet di Indonesia (Fauziah, 2018). Pemanfaatan media sosial Instagram pun semakin lama semakin berkembang. Selain menjadi media untuk hiburan, Instagram dapat berfungsi pula menjadi media jualan bahkan sebagai media *branding* yang cukup meyakinkan baik untuk tujuan komersil maupun non-komersil. Seperti yang diwartakan oleh BeritaSatu, Instagram menduduki peringkat ketiga di atas Facebook sebagai media sosial terpopuler di Indonesia pada tahun 2020 hingga 2021.

Terdapat banyak sekali fitur-fitur yang ada pada Instagram yang sering digunakan oleh masyarakat khususnya mahasiswa, seperti *Instagram Stories* misalnya. Fitur ini memungkinkan penggunaannya untuk menceritakan kejadian yang sedang dialaminya daripada harus bercerita dengan lingkungan sekitarnya. Oleh karenanya, para mahasiswa yang menggunakan *Instagram Stories* dapat lebih leluasa dalam mempublikasikan kegiatan, aktivitas, dan perasaan mereka dengan asumsi bahwa *viewers* mereka dapat memberi masukan atau tanggapan tanpa harus bertatap muka secara langsung. Selain itu, ada juga fitur *Instagram Live* dimana para penggunaannya dapat melakukan rekaman *streaming* secara langsung. Fitur-fitur tersebut tentu saja membuat Instagram sebagai sebuah platform media sosial yang tidak kalah menarik bagi para masyarakat bila dibandingkan dengan media sosial lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berbicara mengenai penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa, perlu diketahui bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia. Menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) menyebutkan bahwa jumlah mahasiswa di Provinsi Jawa Barat pada tahun ajaran 2015/2016 saja adalah sebanyak 600.781 orang. PDDIKTI juga mencatat bahwa pada tahun 2020 Jawa Barat menjadi provinsi

dengan jumlah mahasiswa baru paling banyak, yakni sebanyak 270.113 orang. Sementara itu, Detik.com menjelaskan bahwa Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak, yakni sebanyak 392 perguruan tinggi yang terdiri dari 12 PTN dan 380 PTS. Dilansir pada Ayokuliah.id, beberapa universitas besar pun eksis di Jawa Barat, sebut saja seperti Universitas Indonesia dengan jumlah mahasiswa sebanyak 47.641, Universitas Padjadjaran sebanyak 31.802 mahasiswa, Institut Pertanian Bogor sebanyak 26.609 mahasiswa, Universitas Telkom sebanyak 22.348 mahasiswa, dan Institut Teknologi Bandung sebanyak 1.857. Kota Bekasi sebagai salah satu kota di Provinsi Jawa Barat dalam hal ini tentunya turut menyumbang angka melalui berbagai universitas yang di dalamnya, salah satunya yakni Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Lebih dari itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2014) menyebutkan bahwa Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah penggunaan media sosial yang cukup besar, yakni sebanyak 16,4 juta orang, dan Kota Bekasi merupakan penyumbang terbanyak kedua setelah Kota Bandung yaitu sebanyak 1,6 juta orang. Oleh karenanya, dapat disimpulkan bahwa Kota Bekasi memiliki potensi penggunaan media sosial yang cukup besar yang ada pada kalangan mahasiswanya.

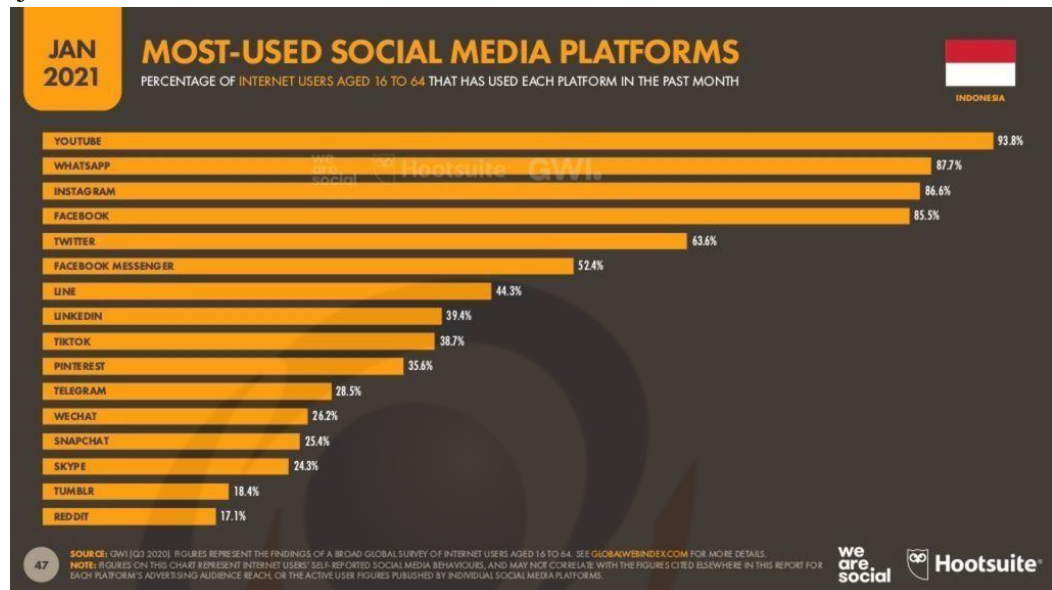


Gambar 1.1 Penggunaan Media Sosial di Jawa Barat

Sumber: (APJII, dikutip dalam Binar Saha, 2017)

Secara umum, penggunaan media sosial di Indonesia memang terbilang cukup massif. Dirangkum oleh detikInet dari We Are Social yang bekerja sama dengan Hootsuite sebagaimana diberitakan Haryanto, A. T. (2021), dari jumlah populasi RI sekitar 274,9 juta jiwa, sebanyak 61,8% atau 170 juta di antaranya merupakan aktif dalam menggunakan media sosial. Lebih dari itu, sebanyak 168,5 juta dari total 170 juta pengguna media sosial tersebut mengaksesnya melalui perangkat mobile, seperti ponsel pintar. Selain itu, We Are Social dan Hootsuite menyebutkan rata-rata pengguna media sosial di Indonesia bisa menghabiskan waktu sampai 3 jam 14 menit per harinya. Dari segi usia pengguna medsos, laporan ini memperlihatkan bahwa warga dengan rentang usia 25-34 tahun mendominasi penggunaan media sosial. Setelah itu, kelompok

usia 18-24 tahun. Seperti yang diungkapkan oleh Syarbini, A.P. (2019), kategori usia pengguna media sosial ini sesuai dengan usia mahasiswa aktif saat ini. Dari banyaknya media sosial yang eksis di Indonesia, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki cukup banyak penggunanya. We Are Social dan Hootsuite mengungkapkan, Instagram menduduki peringkat ke-3 sebagai media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia yakni sebanyak 85 juta.



Gambar 1.2 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan

Sumber: detik.com (Dikases pada 29 Juni 2021)

Lebih lanjut lagi, dalam pembahasan mengenai penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi ini diperlukan pemahaman mengenai arti dari kata “penggunaan” itu sendiri. Menurut KBBI, “penggunaan” merupakan nomina atau kata benda yang memiliki makna yakni proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu; pemakaian. Oleh karenanya, dalam penelitian ini akan membahas mengenai penggunaan media sosial yang dalam hal ini adalah Instagram. Penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui smartphone (telepon genggam) (Nurkarima, 2018).

Tentunya terdapat berbagai motif yang melatarbelakangi penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa. Sebut saja seperti penggunaan barang busana mahal, berlibur ke berbagai macam tempat populer, gaya hidup yang hedonisme, hingga mengonsumsi makanan kelas atas. Hal-hal tersebut adalah sebagian kecil dari gambaran yang menunjukkan adanya motif dalam menggunakan Instagram sebagai upaya untuk mendapatkan pengakuan di masyarakat. Secara garis besar, motif penggunaan Instagram pun beragam, dari

sekedar berinteraksi sosial, mendapatkan informasi, hiburan, hingga eksistensi diri. Berkaitan dengan hal itu, terdapat permasalahan yang tumbuh dari adanya motif penggunaan Instagram, dimana apa yang dilihat oleh netizen belum tentu menggambarkan keadaan yang sebenarnya terjadi di dunia nyata. Tampilan di Instagram seakan mendorong penggunaannya untuk melakukan hal-hal yang dinilai dapat meningkatkan bentuk pengakuan dari pihak lain meskipun dilakukan dengan cara yang salah seperti halnya bersikap hidup mewah namun pada kenyataannya tidak. Oleh sebab itu, hal tersebut menunjukkan alasan akan pentingnya pemahaman mengenai motif seseorang sebagai bentuk dorongan diri terhadap pemanfaatan media sosial Instagram (Intan, 2019).

Dalam penelitian ini, beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi dikarenakan banyak di antara mereka yang menggunakan media sosial Instagram dalam keseharian mereka. Hal ini terbukti dengan adanya akun Instagram @ubhara_jaya dengan jumlah follower yang banyak, yakni sekitar 10.000-an lebih yang diantaranya terdapat para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Selain itu, ada pula akun resmi Instagram yang menunjukkan berbagai kegiatan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II seperti BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan alamat akun @bemfeb.ubj dengan jumlah follower sebanyak 3.000-an lebih, serta terdapat akun-akun UKM lainnya. Banyaknya akun-akun tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sangatlah gencar dan penting di tengah aktivitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi.

Berdasarkan latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan di atas, timbul pertanyaan yang merupakan rumusan masalah pokok penelitian:

“Bagaimana motif penggunaan dan cara penggunaan Instagram pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Hasil atau tujuan yang ingin didapat melalui penelitian yang dilakukan peneliti yakni sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa motif penggunaan fitur media sosial Instagram pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi.
2. Untuk mengetahui cara penggunaan media sosial Instagram bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk memberi wawasan kepada pembaca untuk mengetahui motif penggunaan fitur media sosial Instagram yang dilakukan oleh masyarakat, khususnya mahasiswa yang dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat untuk membantu penulis dalam menganalisis kebiasaan para mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Lebih dari itu, penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi manfaat bagi peneliti untuk dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca bisa menambah wawasan dan memperoleh informasi mengenai topik yang diberikan oleh penulis yaitu tentang motif penggunaan fitur media sosial Instagram yang dilakukan oleh masyarakat, khususnya mahasiswa yang dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Sehingga, dapat dipetik berbagai manfaat dan pelajaran hidup bagi masyarakat yang membacanya mengenai penggunaan media sosial Instagram yang ada pada kehidupan kalangan mahasiswa.