

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi adalah hal yang tidak dapat dicegah, perkembangan tersebut sangat berdampak besar terhadap sebuah individu maupun organisasi untuk menerima dan mendistribusikan informasi dalam sebuah proses komunikasinya dan perkembangan tersebut membuat komunikasi semakin mudah dan cepat sehingga sangat berdampak pada kehidupan sehari-hari dan membuat komunikasi tersebut berjalan secara modern.

Penggunaan teknologi komunikasi yang semakin canggih memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi sesuai dengan keinginan dan dapat berkomunikasi dengan mudah tanpa memikirkan waktu untuk berkomunikasi. Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan suatu perubahan besar dalam melakukan komunikasi yang tidak hanya dilakukan tatap muka atau untuk dua orang bahkan bisa lebih, namun bisa dilakukan dengan cara melalui media yang terhubung dengan internet.

Menurut Nurudin (2013:69) Media konvensional merupakan media komunikasi melalui media cetak dan elektronik menggunakan saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern, media massa merujuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Sedangkan

menurut Suprpto (2011:17) media konvensional atau media massa merupakan proses penyampaian informasi, ide dan sikap kepada banyak orang yang biasanya diklasifikasikan ke media massa melalui radio, televisi, surat kabar atau majalah dan film. Hal ini menyebabkan media konvensional sebagai alat yang sangat kuat dan efektif untuk mempengaruhi perilaku melalui opini yang dibentuk. Dapat kita ketahui bahwa media baru dimulai sejak era internet, beberapa media konvensional seperti televisi dan koran mulai menyesuaikan keadaan sesuai dengan kebutuhan lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan perkembangan teknologi media konvensional seperti televisi mempunyai website dan portal televisi online yang dapat diakses secara online. Media online berkembang dan melakukan penyesuaian dari bentuk media masa konvensional yang terpadu dengan internet dan kebutuhan sekitar yang dinamis. Pengertian media online secara umum merupakan segala jenis format media yang bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video dan suara. Contohnya seperti *email, website, blog, whatsapp*, dan media social.

Di Indonesia perkembangan teknologi sudah semakin pesat dengan masuknya jenis media baru menurut Suryawati (2011:69) Media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan media internet, yang dimana internet sangat memudahkan orang melakukan aktifitas sehari-hari seperti memberikan informasi, berbelanja serta berkomunikasi. Berdasarkan Indonesia digital 2019 hal-hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor yang mulai dari perluasan area cakupan internet, peningkatan handwitech internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru

yang lebih cepat dan efisien karena perkembangan ponsel pintar atau smarthphone.

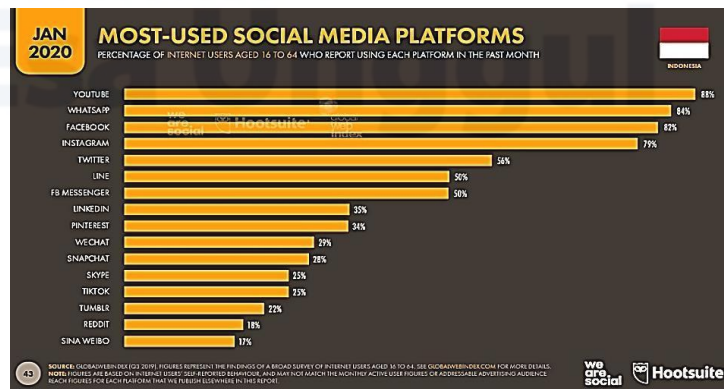
Gambar 1.1
Tren Internet dan Media Social 2020



Sumber: Hootsuite

Berdasarkan Hootsuite pengguna internet mencapai 175,4 juta atau sebesar 64% dengan pengguna media social aktif sebesar 160 juta atau sebesar 59%. Hal ini memicu munculnya berbagai macam media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, twitter, line dan sebagainya. Salah satu media sosial yang sangat diminati generasi muda adalah Instagram. Sebagai media komunikasi yang digandrungi oleh banyak kalangan muda khususnya mahasiswa. Instagram adalah sebuah media social yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram milik sendiri.

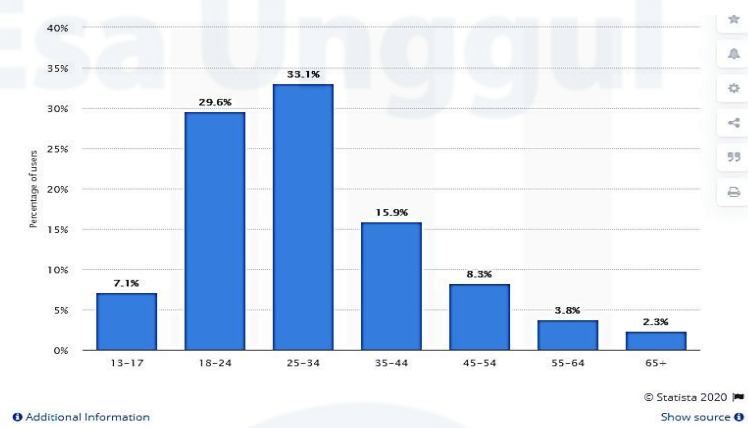
Gambar 1.2
Media Sosial Yang Sering Digunakan 2020



Sumber : Hootsuite

Berdasarkan gambar 1.2 diatas dapat diketahui bahwa Hotsuite telah melakukan survey terhadap 10 media yang paling sering digunakan salah satunya adalah Instagram yang menjadi platform paling sering di gunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 79 %. Rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat indonesia untuk mengakses media social selama 3 jam 26 menit melalui ponsel pintar atau smartphone.

Gambar 1.3
Kategori Usia Pengguna Instagram Oktober 2020



Sumber: Statista 2020

Berdasarkan gambar 1.3 dapat diketahui bahwa persentase usia paling tinggi di bulan oktober 2020 adalah usia 18 tahun – 34 tahun dengan persentase

29,6%-33,1%. Melalui data tersebut dapat diketahui bahwa usia paling banyak mengakses Instagram adalah usia 18 – 34 tahun yang dimana usia tersebut merupakan generasi Y atau generasi milenial dan merupakan rata rata umur mahasiswa.

Telah diketahui bahwa Instagram merupakan urutan ke 4 dari media sosial yang sering di gunakan di Indonesia dengan rentan usia 18 sampai 34 tahun, salah satu kegunaan utama dari Instagram sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya dengan Sistem sosial di dalam Instagram pengguna menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak sama sekali.

Media sosial Instagram yang pada umumnya banyak digunakan oleh mahasiswa sebagai sarana komunikasi penyebaran informasi kepada khalayak banyak karena Instagram memiliki jangkauan yang luas untuk melakukan komunikasi secara tidak langsung tentunya hal ini dapat membuktikan bahwa penggunaan smartphone berpengaruh terhadap gaya hidup. Menurut Gifary dan Kurnia (2015) orang-orang menggunakan smartphone agar mendapatkan pengalaman baru, ingin mendapat respon, dan ingin diakui oleh lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa rata-rata menggunakan smartphone dengan frekuensi yang tinggi salah satunya untuk membuat konten

dan konten yang digunakan biasanya beragam, mulai dari media sosial, game, video, musik, email, dll.

Oleh karena itu para mahasiswa dan anak-anak zaman sekarang berlomba mengunggah foto sedemikian rupa agar dapat mendapatkan banyak perhatian public sehingga mendapatkan like dan komentar serta akan membuat pemilik akun tersebut menjadi populer. Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.

Mahasiswa saat ini cenderung menghabiskan waktunya di Instagram hanya untuk melihat-lihat fashion terkini, tempat nongkrong favorit terkini, dan lain sebagainya. Mahasiswa tersebut cenderung menghabiskan waktunya di dunia maya, sehingga tidak menyadari bahwa terdapat dampak negatif yang ditimbulkan bagi pergaulan dan kehidupan sosialnya. Perkembangan teknologi pasti menimbulkan dampak negatif, terlebih Instagram yang banyak digemari mahasiswa pada era ini.

Dalam setiap kehidupan mungkin sudah mengenal apa itu gaya hidup. Gaya hidup adalah sesuatu yang selalu ada dan dipraktikkan oleh manusia disekelilingnya karena dengan seperti itu akan nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain, asiknya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa kaum remaja yang masih melihat tren-tren gaya hidup sekarang ataupun masa depan, yang lebih dikenal dengan hidup modern.

Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Instagram merupakan media sosial yang mendukung untuk

melakukan segala aktifitas yang mempengaruhi gaya hidup bagi penggunanya baik dari berbagai bidang. Sampai saat ini faktor yang sangat mempengaruhi di dalam sosial media instagram berupa postingan yang menjadi tolak ukur bagi pengguna untuk memperlihatkan gaya hidupnya baik dari segi fasion, makan, belanja ataupun kegiatan lainnya yang mendukung gaya hidup.

Gaya hidup penggunaan instagram berkaitan dengan tingkat kecemasan yang tinggi, depresi, bullying, dan FOMO (fobia ketinggalan berita di jejaring sosial). Kerap kali pengguna instagram membully satu sama lain apabila tidak sesuai pendapat dan tidak sesuai harapan mereka apa yang di unggah pengguna tersebut, tentu nya hal ini menyebabkan mahasiswa saling berlomba-lomba untuk saling memperlihatkan gaya hidupnya mengumbar segalanya termasuk memperlihatkan gaya kehidupan yang glamor atau mewah di fitur snapgram dan feeds instagram, hal ini akan membuat para pengguna lain akan mengikutinya terlebih lagi jika memiliki banyak pengikut atau followers, sehingga akan menyebabkan stigma bahwa di Instagram orang-orang hanya memperlihatkan kehidupan mewahnya saja dan cenderung banyak mahasiswa yang memaksakan untuk terlihat seperti itu.

Menurut Setiadi (2010:77) gaya hidup merupakan cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan aktivitas yang mereka anggap penting dalam lingkungannya dan apa yang dipikirkan tentang dunia yang disekitarnya. Maka gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia, fenomena terjadinya aspek komunikasi dalam media social Instagram yaitu dengan Instagram Direct dan juga sebagai media untuk memberikan informasi ter update di era sekarang,

dengan Instagram Direct pengguna bisa mengirimkan pesan, foto, dan video ke satu atau beberapa orang. Pesan tidak akan muncul di Beranda, pencarian, atau profil kita, melainkan pesan pribadi yang bisa dibagikan ke satu orang atau lebih yang sudah kita pilih untuk menerima pesan komunikasi tersebut. Tetapi jika ingin di gunakan untuk memberikan informasi untuk khalayak luas biasanya akan di kirim atau disebar luaskan melalu postingan yang akan muncul di dalam beranda atau profile yang sudah kita buat.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana terdapat hasil bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Mercu Buana memiliki intensitas penggunaan media sosial Instagram cukup tinggi, mahasiswa cenderung menjadikan Instagram sebagai platform digital dengan membagikan sejumlah foto, video dan brosur untuk dikelola sebagai bentuk sosialisasi dalam menjalankan program-program komunikasi dengan khalayak.

Salah satunya Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana menjadikan Instagram sebagai platform untuk membagikan kegiatan perkuliahan yaitu Kegiatan Kuliah Peduli Negeri yang dimana mahasiswa perlu mengelola akun Instagram dengan masing-masing tema untuk dapat dipublikasikan kepada khalayak dan menelitinya. Berdasarkan hasil observasi tersebut maka dalam penelitian ini akan difokuskan terhadap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.

Dalam Morisson (2013:426) Teori Kegunaan dan Gratifikasi/kepuasan (*Uses and Gratification Theory*) pertama kali di rumuskan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974). Teori ini menyatakan bahwa

seseorang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (hasil) tertentu. Selanjutnya pada tahun 1948 Lasswell menyampaikan empat interpretasi fungsional dari media di tingkat macro-sociological. Media mencakup fungsi pengawasan, korelasi, hiburan dan transmisi budaya bagi masyarakat dan individu. Lebih lanjut dalam tahapan awal, Herta Herzog(1944) dia berusaha membagi alasan-alasan orang melakukan bentuk-bentuk yang berbeda mengenai perilaku media, seperti membaca surat kabar, dan mendengarkan radio. Herzog mempelajari mengenai peran dari keinginan dan kebutuhan khalayak dan ia sering di asosiasikan sebagai pelopor teori kegunaan dan gratifikasi. Selain itu teori kegunaan dan gratifikasi adalah perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi (Maslow,1970). Dalam teori kebutuhan dan motivasi, Abraham Maslow menyatakan bahwa orang secara aktif.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas MercuBuana Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut:

Sejauh mana pengaruh Penggunaan Media sosial Instagram terhadap gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial Instagram mahasiswa Fakultas Ilmu Komunkasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta dalam menggunakan Media Sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa Fakultas Ilmu Komunkasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ilmu Komunkasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta dalam menggunakan Media Sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi dalam gaya hidup terhadap penggunaan media sosial.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang membutuhkan informasi yang lebih mendalam mengenai pemahaman tentang pengaruh media sosial khususnya Instagram.

3. Secara akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan keilmuan Ilmu Komunikasi.