

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi semakin pesat di era globalisasi seperti pada saat ini. Banyak inovasi-inovasi teknologi yang telah direalisasikan dan dapat membantu pekerjaan manusia sehingga segala urusan manusia menjadi lebih mudah. Salah satu inovasi terhadap teknologi informasi yaitu internet. Internet adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan Internet Protocol untuk melayani milyaran pengguna di seluruh dunia. (Rubiyati et al., 2018).

Internet telah memberikan akses ke beragam sumber informasi, termasuk kebutuhan penelitian, artikel dan mencari lowongan kerja dari berbagai bidang, yang tersebar di seluruh dunia. Meskipun internet dapat menjadi alternatif yang sangat efisien dan efektif sebagai sumber pembelajaran, buku dan guru lebih dikenal sebagai sumber pembelajaran utama hingga saat ini. Selain itu, internet juga mencakup berbagai media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa, seperti *Instagram*, *Twitter*, dan banyak platform sosial lainnya. Dalam perkembangan teknologi ini, banyak mahasiswa tidak hanya mencari informasi di kampus, tetapi juga di media sosial yang mereka gunakan, seperti *Twitter*. Mereka melihat *Twitter* sebagai salah satu media sosial yang memberikan pembaruan akan kebutuhan informasi dengan cepat. (Wijaya, 2023)

Kemudahan akses internet yang memungkinkan penggunaan kapan saja dan di mana saja telah mengubah media sosial menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi. Saat teknologi komunikasi dan informasi terus berkembang, semakin banyak aplikasi media sosial bermunculan. Beberapa contoh termasuk *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, *Podcast*, dan banyak lagi, yang semuanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan berita. (Septian, 2022)

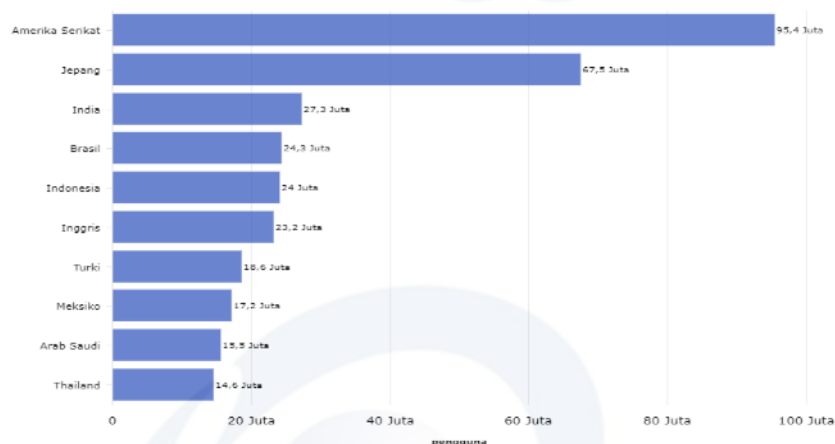
Seiring berkembangnya teknologi, media massa yang didukung oleh internet telah menciptakan sebuah jaringan baru yang dikenal sebagai media sosial. Internet yang telah merambah hampir di seluruh dunia telah menghadirkan media sosial, yang memiliki pengaruh yang signifikan pada aktivitas manusia saat ini. Media sosial merupakan jenis media online di mana pengguna dapat berkomunikasi, mencari informasi dan membangun hubungan sosial, dengan berbagai fasilitas dan aplikasi seperti *Blog*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain. (Rohmiyati, 2018)

Keberadaan media sosial tidak lepas dari perkembangan media cetak dan media online seperti *X*, *Instagram*, *Facebook*. Perkembangan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) telah memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat, terutama melalui penyebaran media sosial. Dalam konteks ini, dampak TIK yang paling menonjol saat ini adalah munculnya media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Kemajuan TIK telah memfasilitasi interaksi antar individu, mencari informasi dan media sosial memiliki keuntungan dalam memberikan. (Alif et al., 2023) Media sosial tidak hanya berfungsi sebagaimana mestinya, media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap penggunanya, baik itu pengaruh negatif maupun pengaruh positifnya terhadap seseorang. Hal itu terjadi berkat manfaat dan fungsi media sosial yang telah membuat kehidupan manusia lebih mudah, efektif dan efisien. Keberadaan media sosial sangat diminati semua kalangan dan di seluruh negara termasuk Indonesia. (Setiadi, 2016)

Platform media sosial, seperti *Facebook* dan *Twitter* sangat populer karena kepraktisannya, biaya yang terjangkau, dan ketersediaan yang luas. Dengan hanya menggunakan smartphone, kita dapat dengan mudah mengakses informasi kapan saja dan di mana saja melalui media sosial. Yang menarik, kita dapat berbagi informasi tentang aktivitas pribadi maupun kelompok dengan mudah melalui platform ini. (Hernawati, 2022) *Twitter* merupakan salah satu contoh media sosial yang termasuk dalam kategori media baru. Berfungsi sebagai jaringan data tempat pengguna berbagi pesan singkat dari berjumlah 140 karakter, sekarang menjadi 280 karakter tweet. Platform ini dibangun berdasarkan mikroblog, yang memungkinkan para penggunanya untuk mengekspresikan pemikiran mereka secara singkat dan berbagi informasi. (Zukhrufillah, 2018)

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Twitter di Dunia

(Sumber: We Are Social dan Hootsuite)



We Are Social dan *Hootsuite*, merilis bahwa jumlah pengguna Twitter di seluruh dunia mencapai 556 juta pada Januari 2023. Pada Periode Januari 2023, Amerika Serikat memegang posisi puncak sebagai negara dengan jumlah pengguna *Twitter* terbesar di dunia, mencapai 95,4 juta pengguna. Dan Indonesia menduduki peringkat kelima dengan 24 juta pengguna *Twitter*. Angka tersebut menunjukkan pertumbuhan sebesar 27,4% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Walaupun *Twitter* memiliki basis pengguna yang besar di seluruh dunia, laporan *We Are Social* menunjukkan bahwa *Twitter* menempati peringkat ke-14 dalam daftar aplikasi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia. (Annur, 2023)

Gambar 1.2 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Indonesia 2023
(Sumber : The Global Statistics)

| TOP SOCIAL NETWORK PLATFORMS IN INDONESIA | PERCENTAGE | ACTIVE USERS (IN MILLION) |
|---|------------|---------------------------|
| Instagram | 84.80% | 173.59 |
| Facebook | 81.30% | 166.42 |
| TikTok | 63.10% | 129.17 |
| Twitter | 58.30% | 119.34 |
| Pinterest | 36.70% | 75.12 |
| Kuaishou | 35.70% | 73.08 |
| LinkedIn | 29.40% | 60.18 |
| Discord | 17.60% | 36.03 |
| Likee | 14.20% | 29.07 |

Berdasarkan data statistik mengenai penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah penggunanya sangat besar. Dari data tersebut, terlihat bahwa Instagram telah menarik lebih dari 173,59 juta pengguna, menunjukkan potensi pasar yang besar dan pertumbuhan yang pesat, terutama karena semakin banyak populasi Indonesia yang terhubung dengan teknologi. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter tersedia secara gratis untuk siapa saja yang ingin mendaftar, tanpa ada pembatasan berdasarkan usia atau lokasi. Dengan demikian, meskipun kita tidak berada di Indonesia, kita masih dapat mencapai pengguna media sosial Indonesia melalui platform-platform ini.

Instagram mendominasi sebagai platform media sosial terpopuler di Indonesia, digunakan oleh 84,80% pengguna internet di Indonesia. Facebook juga memiliki pangsa pasar yang signifikan, dengan 81,30% responden menggunakan platform tersebut secara teratur, tiga kali lipat lebih banyak dibandingkan pengguna Instagram yang hanya mencapai 29%. TikTok dan Twitter, di sisi lain, memiliki pangsa pasar yang lebih kecil, dengan hanya 63,10% dan 58,30% masyarakat Indonesia yang melaporkan penggunaan reguler dari kedua platform tersebut. Pada

tahun 2023 *Twitter* adalah salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia, yang menduduki peringkat keempat setelah *Instagram*, *Facebook*, dan diikuti oleh *Tiktok*. (Taslaud, 2023)

Dengan memanfaatkan media sosial, pengguna memiliki kemampuan untuk menyebarkan beragam informasi melalui berbagai jenis konten, seperti gambar, video, serta teks atau keterangan. Informasi yang dapat dipublikasikan di media sosial umumnya mencakup berita dan informasi terbaru yang tidak terbatas pada satu wilayah, melainkan dapat mencakup berbagai topik dari seluruh dunia. Bahkan, informasi yang disebar dapat dengan cepat menjadi aksesible dan tersebar luas dalam waktu singkat.

Media memiliki peran kunci dalam kehidupan masyarakat dan sering dimanfaatkan oleh individu, lembaga, perusahaan, dan organisasi sebagai strategi untuk menyampaikan, mensosialisasikan, atau mempublikasikan informasi kepada khalayak luas. Contoh nyata dari pemanfaatan isi konten ini adalah ketika pihak-pihak tersebut memilih media sosial *Twitter* sebagai sarana komunikasi, dan sumber informasi yang sangat populer. *Twitter* digunakan untuk berinteraksi, berbagi berita, menjalankan bisnis, promosi, dan bahkan oleh akun lain untuk menghasilkan konten sesuai dengan tujuan mereka. (Aldina, 2022)

Berbagai fitur yang ada salah satu aspek menarik dalam media sosial *Twitter* adalah kemampuan untuk "meretweet" dan "menyukai" (*Like*) postingan. Banyak orang menggunakan fitur tersebut, baik untuk menyukai informasi atau postingan tersebut maupun untuk berbagi informasi. *Retweet* dan *Like* di *Twitter* adalah salah satu layanan atau fitur yang tersedia di platform media sosial tersebut. Dengan banyaknya jumlah *retweet* dan *like* memberikan akses kepada informasi serta isi konten tersebut bermanfaat di kalangan banyak pengguna *Twitter*. (Rufaidha & Irhandayaningsih, 2022).

Salah satu akun media sosial *X*, dengan nama *followers @UJunami* dibuat pada bulan April tahun 2013 yang saat ini, per bulan Oktober 2023 sudah memiliki 70,000 ribu jumlah pengikut, 155 jumlah mengikuti dan sudah melakukan postingan sebanyak 64,8 ribu *tweet*. *@UJunami* adalah akun pribadi dengan mana pemilik asli Usman Junami yang dapat digunakan banyak mahasiswa terkait masalah perkuliahan. (Nurwahidah Jafar et al., 2022)

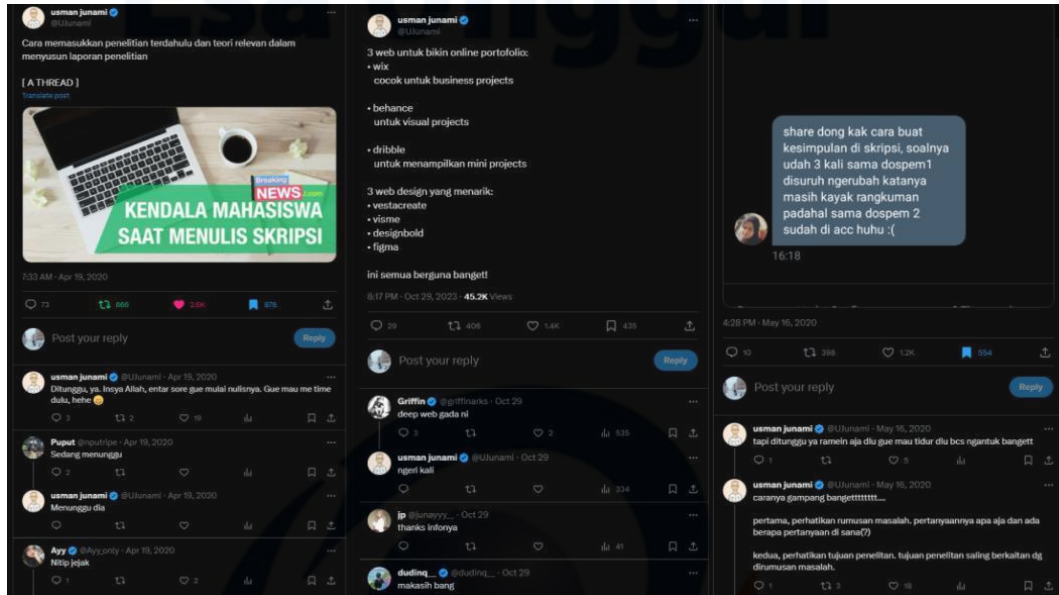
Gambar 1.3 Aktivitas Publikasi Isi Konten @UJunami
(Sumber: Akun Media Sosial X @UJunami)



Berbagai isi konten dari akun media sosial X @UJunami mulai dari informasi, video tutorial, permasalahan seputar perkuliahan, magang, pendidikan, dan bahkan unsur persuasif. Di antara berbagai kategori konten, materi yang berfokus pada penulisan karya tulis ilmiah mendominasi sebagai yang paling banyak dilihat dan diminati dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi. (Setiawati & Krisnawati, 2023) Akun tersebut secara rutin membuat isi konten berupa informasi yang sangat penting diperlukan mahasiswa baru hingga alumni seperti informasi magang, portofolio, skripsi, cara mendapatkan sertifikat, pembuatan ppt yang baik dan benar dan lain sebagainya. Informasi pada akun twitter @UJunami disampaikan dalam bentuk konten berupa gambar beserta tulisan dan caption informasi penting yang menarik followersnya. Dengan itu, banyak dari *followers* yang merupakan kalangan mahasiswa maupun yang ingin kuliah dapat dikatakan bergantung pada akun @UJunami sebagai pemenuhan kebutuhan informasi. (Sari & Rina, 2022).

Akun Media Sosial X @UJunamui adalah contoh akun media sosial yang dikelola oleh seorang administrator yang independen dan tidak memiliki keterkaitan dengan lembaga atau pemerintah tertentu. Akun tersebut memanfaatkan X sebagai wadah untuk berbagi serta menyebarkan informasi. Akun X @UJunami menginformasikan tentang perkuliahan, pembuatan ppt yang baik dan benar dan sebagainya melalui unggahan berupa foto, video, dan keterangan tertulis. Informasi yang disampaikan dalam unggahan tersebut merupakan konten yang ditampilkan dalam bentuk foto atau video, yang kemudian disertai dengan teks atau keterangan yang memberikan penjelasan singkat terkait pemenuhan kebutuhan informasi.

Gambar 1.4 Contoh Interaksi Isi Konten @UJunami Kepada Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers
(Sumber: Akun Media Sosial X @UJunami)



Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa akun @UJunami didirikan di platform media sosial, khususnya X, dengan tujuan menyampaikan informasi tentang edukasi pendidikan kepada para pengikutnya. Akun ini berfungsi sebagai sumber informasi yang dapat diakses oleh pengguna twitter untuk mendapatkan berita seputar skripsi, portopolio, topik terkait lainnya dan informasinya dapat diakses kapan pun oleh siapa pun. Ini sesuai dengan pemanfaatan media sosial yang menginginkan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang mudah dan cepat diakses.

Peran akun @UJunami dapat diartikan sebagai komunikator, sedangkan para *followernya* di X @UJunami berperan sebagai penerima pesan atau komunikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Penting untuk menyampaikan pesan yang faktual dan jelas agar komunikasi yang efektif. Keharusan pesan yang jelas juga bertujuan untuk mencegah adanya interpretasi ganda. *Followers* dari akun tersebut tentu mencari informasi yang akurat, jelas, dan cepat. Dalam hal ini, akun @UJunami menggunakan bahasa yang santai dan umum digunakan sehari-hari untuk memastikan bahwa para *followers* dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan informasinya.

Manusia memerlukan kebutuhan informasi untuk kelangsungan hidup dan pemenuhan kebutuhan mereka. Pemenuhan kebutuhan informasi timbul dari kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki manusia dan kebutuhan informasi yang harus dipenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan informasi, individu cenderung mencari informasi sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan akan informasi semakin meningkat karena manusia perlu beradaptasi dengan dunia, termasuk dunia digital.

Berdasarkan studi-studi sebelumnya yang terkait dengan internet, media sosial, pemanfaatan media sosial, dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti dapat menggunakan literatur tersebut sebagai dasar kajian dan referensi dalam merancang penelitian. Penelitian sebelumnya tersebut akan dikembangkan dengan menambahkan keterbaruan topik yang menggabungkan beberapa masalah penelitian. Sesuai dengan latar belakang permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai "Pengaruh Pemanfaatan Isi Konten Akun Media Sosial X @UJunami Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam proposal penelitian ini adalah Adakah pengaruh pemanfaatan isi konten akun media sosial X @UJunami terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui manfaat dari isi konten akun media sosial X @UJunami.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pemenuhan kebutuhan informasi followers @UJunami.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pemanfaatan isi konten akun media sosial X @UJunami terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi program studi ilmu komunikasi, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang komunikasi khususnya yang berkaitan dengan kajian public relations, media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi.
2. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam pengembangan ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif untuk akun media sosial X @UJunami agar meningkatkan isi konten yang diunggah sehingga dapat memastikan bahwa isi konten yang disajikan dapat memenuhi kebutuhan informasi followersnya.