

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengubah masyarakat secara drastis. Lahirnya media sosial menyebabkan perubahan pola perilaku masyarakat baik dari segi budaya, etika, dan konvensi. Hampir seluruh masyarakat Indonesia, tanpa memandang usia atau kelas sosial ekonomi, memiliki dan menggunakan media sosial sebagai cara untuk mengumpulkan dan berbagi informasi kepada masyarakat.

Saat ini masyarakat berinteraksi dengan berbagai cara, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media sekunder, seperti platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, dan WhatsApp. Setiap aspek keberadaan manusia bergantung pada komunikasi. Kita berkomunikasi satu sama lain setiap hari karena, sebagai makhluk sosial, manusia ingin mengenal satu sama lain. Penting untuk berkomunikasi.

kehidupan manusia itu perlu (Widjaja, 2000:4).

Media sosial mengacu pada platform online seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan media virtual di mana orang dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan memproduksi konten. Jejaring sosial dan blog adalah jenis media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Media sosial mempunyai beberapa dampak baik, antara lain memfasilitasi lebih banyak interaksi dengan orang lain, membina hubungan yang lebih kuat, menghilangkan hambatan waktu dan ruang, memfasilitasi ekspresi diri, mempercepat arus informasi, dan menurunkan biaya. Sebaliknya, kelemahan media sosial mencakup jarak antar teman dekat dan anggota keluarga, menurunnya pertemuan tatap muka, kecanduan internet, dan perselisihan masalah dengan privasi dan terbuka terhadap pengaruh negatif dari orang lain.

Pada tahun 2016, Facebook, Instagram, Twitter, dan Path menjadi empat platform media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia. Peringkat pertama ditempati Facebook, lalu Instagram, Twitter, dan Path (Kompasiana.com.).

Data pertama tahun 2021 menunjukkan ada 1,07 miliar pengguna aktif Instagram secara global. Berdasarkan data We Are Social di Indonesia, terdapat 91,77 juta pengguna Instagram per Juli 2021. Kelompok usia 18 hingga 24 tahun menyumbang 36,4% dari seluruh pengguna. Salah satu platform media sosial yang paling menjanjikan bagi para pebisnis adalah Instagram yang menawarkan sejumlah fitur untuk memudahkan memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk membangun informasi bisnis atau perusahaan yang dimiliki (Agustin Setyo Wardani: 2021).

Selain fiturnya yang lebih lengkap, Instagram juga disukai oleh sebagian besar anak muda Indonesia, khususnya lulusan ilmu komunikasi angkatan 2020, yang lebih sering menggunakan media sosial di platform ini.

Media sosial telah muncul sebagai media baru yang sangat populer untuk komunikasi digital, khususnya di kalangan anak muda. Fitur-fitur yang tersedia di media sosial semakin bervariasi berdasarkan tuntutan dan keinginan penggunanya. Menurut Mayfield, media sosial merupakan pengertian terlengkap dari kumpulan format media online baru yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut. a) Keterlibatan: Media sosial mengundang komentar dan kontribusi dari semua pihak yang berkepentingan. Batasan antara penonton dan media dimungkinkan oleh hal ini. b) Keterbukaan: Platform media sosial menyambut baik komentar, pemungutan suara, dan komunikasi, serta menerima kritik dan keterlibatan. Percakapan: Meskipun Audiens tetap dapat mengakses konten melalui media tradisional. Sudah diketahui bahwa komunikasi dua arah bekerja lebih baik di media sosial. d) Komunitas: Komunitas dapat muncul dengan cepat di media sosial. f) menghubungkan:

Menurut Irwansyah (2011), perkembangan media sosial sebagian besar bergantung pada koneksi dengan situs web, penyedia, dan pengguna lain.

Salah satu platform media sosial yang saat ini banyak diabaikan adalah Instagram. Keberhasilan Instagram dalam mengembangkan basis penggunanya dapat dikaitkan dengan bias yang terus-menerus dari generasi saat ini terhadap populasi yang lebih tua. Salah satu penyebab utamanya adalah semakin ditingkatkannya fitur kamera smartphone yang memungkinkan kita mengambil gambar dan kemudian mengunggahnya ke Instagram.

Instagram adalah platform media sosial yang dibuat dan dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pertama kali diluncurkan pada bulan Oktober 2010. Instagram diciptakan sebagai platform yang memfasilitasi berbagi konten, seperti foto dan video, dan telah menjadi platform media sosial terpopuler kedua setelah Facebook, YouTube, dan WhatsApp, yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet yang lebih muda (databooks.katadata.com). Pada tahun 2017, terdapat sekitar 700 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia, dan 45 juta di antaranya menggunakan platform tersebut. Berkat aktifnya pengguna setiap minggunya, Indonesia kini menjadi komunitas Instagram terbesar di Asia Tenggara (antaranews.com).

Berdasarkan data yang diperoleh, sebagian besar pengguna aktif Instagram di Indonesia adalah kaum muda (18–24 tahun), sehingga mayoritas pengguna Instagram adalah perempuan. Remaja adalah masa di mana orang paling mungkin meninggal. Pada zaman dahulu, orang tidak bisa disebut “orang tua” tetapi juga tidak bisa disebut “anak-anak”. Masa remaja mengacu pada perjalanan manusia dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Ada suatu tahapan atau fase dalam perkembangan manusia yang ditandai dengan ciri-ciri atau pola-pola laku tertentu (Desmita, 2011:20).

Remaja yang memiliki rasa keingintahuan begitu besar dan rentan akan banyak hal, serta salah satu elemen masyarakat yang bisa terjangkau akibat adanya media sosial. Tentu

tidak mampu terelakan. Remaja yang masi dalam pencarian diri dan begitu lekat dengan media digital ini menetapkan Instagram sebagai salah satu media sosial ajang eksistensi diri yang mampu meningkatkan rasa percaya dirinya di hadapan banyak orang, sehingga fenomena selebgram atau selebriti Instagram yang kemudian berlang kemudian berlang kemudian pada fenomena endors pada dunia bisnis. Selain itu, beberapa perempuan pengguna akun Instagram membagikan fotonya sebagai salah satu cara mereka mengungkapkan keinginannya untuk dianggap serius sebagai influencer media sosial.

Ekspresi diri seperti ini sangat penting bagi generasi muda, karena jika remaja sudah menunjukkan eksistensinya di muka umum, maka ia cenderung akan terkucil dari lingkungan masyarakat tertentu. Kata “exist” dalam bahasa Inggris mengacu pada keberadaan sesuatu atau kemampuan untuk mempersepsikan sesuatu. Keberadaan dan kehadiran sebagai kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). yang berisi bertahan unsur. Menurut Smith, dalam bukunya yang berjudul “What Matters Most”, poin terpentingnya adalah aktualisasi diri merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari. Makna merupakan suatu konsep atau ungkapan hukum-hukum batiniah yang paling penting dalam mengatur kehidupan sehari-hari. Salah satu prinsip dasar agama Buddha yang dibahas adalah prinsip kesetaraan, yang diwujudkan dalam konsep sikap menghormati manusia, sikap menghormati sesama dan perlunya bekerja sama serta bekerja secara harmonis demi kebaikan bersama (Smith 2003:21). Sebaliknya (Abidin Zaenal 2007:16) menegaskan bahwa eksistensi merupakan suatu proses dinamis dimana sesuatu menjadi atau berubah. Hal ini sejalan dengan pengertian kata “eksistensi” itu sendiri, yakni eksistense yang berasal dari kata “melampaui” atau “mengatasi”. Oleh karena itu, keberadaannya tidak bersifat mutlak dan tidak berubah. Ia dapat menunjukkan sifat lentur atau kenyal dan mengalami pertumbuhan atau, sebaliknya, pembusukan, tergantung pada kapasitasnya untuk mewujudkan potensinya. Menurut peneliti sendiri, eksistensi adalah keadaan dimana

seorang individu yang terpinggirkan dalam masyarakat ingin diterima, khususnya dalam konteks sosial.

Korelasi antara jurnalis yang menggunakan Instagram dengan eksistensi pribadinya terlihat dari beberapa kali mereka memposting sesuatu dan semakin banyaknya orang yang mengikuti, menyukai, dan mengomentari postingan tersebut. Di sisi lain, hubungan antara eksistensi dan kebutuhan sosial bermula dari kenyataan bahwa manusia tidak mampu menjalani kehidupannya sendiri dan selalu membutuhkan bantuan orang lain untuk bertahan hidup. Interaksi antar manusia merupakan semacam kedekatan dan kemauan untuk memberi atau menerima; untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat dapat berinteraksi dan menjalin hubungan satu sama lain.

Terkait dengan eksistensi diri, hal ini juga teramati pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020. Tak sedikit dari mereka yang memanfaatkan Instagram untuk membagikan aktivitas sehari-harinya dalam bentuk foto atau video melalui instastory dan live. Sebagai platform media sosial yang sudah banyak memunculkan isu terkait pemeriksaan diri, kecil kemungkinannya Instagram akan memberikan dampak negatif terhadap calon pengantin sebagai pengguna tunggal platform tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan 2 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 mengatakan bahwa :

“Aktivitas Instagram dalam sehari bisa mencapai 4-5 jam untuk berkomunikasi dengan teman-teman ataupun membagikan informasi di media sosial, informasinya beragam berupa kehidupan sehari-hari, pendidikan ataupun hal-hal yang sedang viral, mereka juga menggunakan Instagram untuk membagikan keseharian atau hal-hal yang mereka suka atau tidak suka kepada followers di Instagram.”

Berdasarkan kutipan di atas, terlihat bahwa mereka menggunakan Instagram untuk meningkatkan eksistensi diri mereka dan bisa saja mereka menambah atau mengurangi eksistensi diri mereka. Pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan eksistensi diri diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian ini dengan judul sebagai berikut: **“KEBUTUHAN UNTUK MENINGKATKAN EKSISTENSI DIRI MELALUI *INSTAGRAM*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020).**”

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana kebutuhan untuk meningkatkan eksistensi diri melalui *Instagram* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kebutuhan untuk meningkatkan eksistensi diri melalui *Instagram* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020.

1.4. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat dari penelitian ini: teoritis dan praktis. Pemanfaatan teori bermanfaat untuk memperluas pengetahuan terkait proyek penelitian. Di sisi lain, metode praktis bermanfaat bagi berbagai organisasi yang perlu menggunakannya sebagai acuan dan melakukan penelitian lebih mendalam. Berikut penjelasan kedua manfaat tersebut.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kemajuan teoritis dan penelitian tentang perlunya penggunaan Instagram untuk meningkatkan taraf eksistensi manusia di Yurisdiksi Ilmu Komunikasi abad ke-20 serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian dilakukan sebagai respon terhadap permasalahan yang perlu ditangani. Manfaat praktisnya dapat mencakup lebih dari satu mata pelajaran, misalnya manfaat bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi. Beberapa manfaat praktis dari penelitian ini antara lain:

Memberikan gambaran kepada penulis mengenai pemanfaatan Instagram untuk komunikasi guna meningkatkan visibilitas Ilmu Komunikasi angkatan 2020.

1. Bagi prodi Ilmu Komunikasi, hasil penelitian ini akan dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan referensi dan kontribusi akademik dalam memahami komunikasi Instagram guna meningkatkan visibilitas jurusan Ilmu Komunikasi 2020.
2. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat lebih memberikan informasi dan referensi bagi peneliti lain untuk digunakan dalam melakukan penelitian.

1.5. Kerangka Pemikiran

Penulisan merancang proses penelitian adalah rencana atau garis besar yang telah diagaskan oleh penulisan. Dalam penelitian ini, penulis mengilustrasikan bagaimana seseorang dapat menggunakan Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek pribadinya guna mendapatkan perhatian—atau bahkan pengakuan—dari pengikutnya. Instagram sebagai platform media sosial berpotensi memberikan dampak positif terhadap kehidupan masyarakat, karena individu dapat menciptakan peluang penemuan jati diri melalui komunitas media sosial. Instagram merupakan platform media sosial yang memiliki banyak fungsi. Salah satu contoh fungsinya adalah sebagai media bagi seseorang untuk mendiskusikan privasi atau aktivitas sehari-harinya melalui postingan yang dibuatnya di akun pribadinya, seperti membaca buku yang pernah dibaca, berfoto bersama teman, dan berbagi prestasi yang telah diraihinya. Berkaitan dengan hal tersebut, sebagai mahasiswa Institut Komunikasi angkatan 2020 angkatan 2020 yang telah disebutkan sebelumnya bahwa mereka menggunakan Instagram tidak hanya untuk mengikuti kejadian sehari-hari tetapi juga untuk mengekspresikan diri melalui postingan kehidupan sehari-hari yang

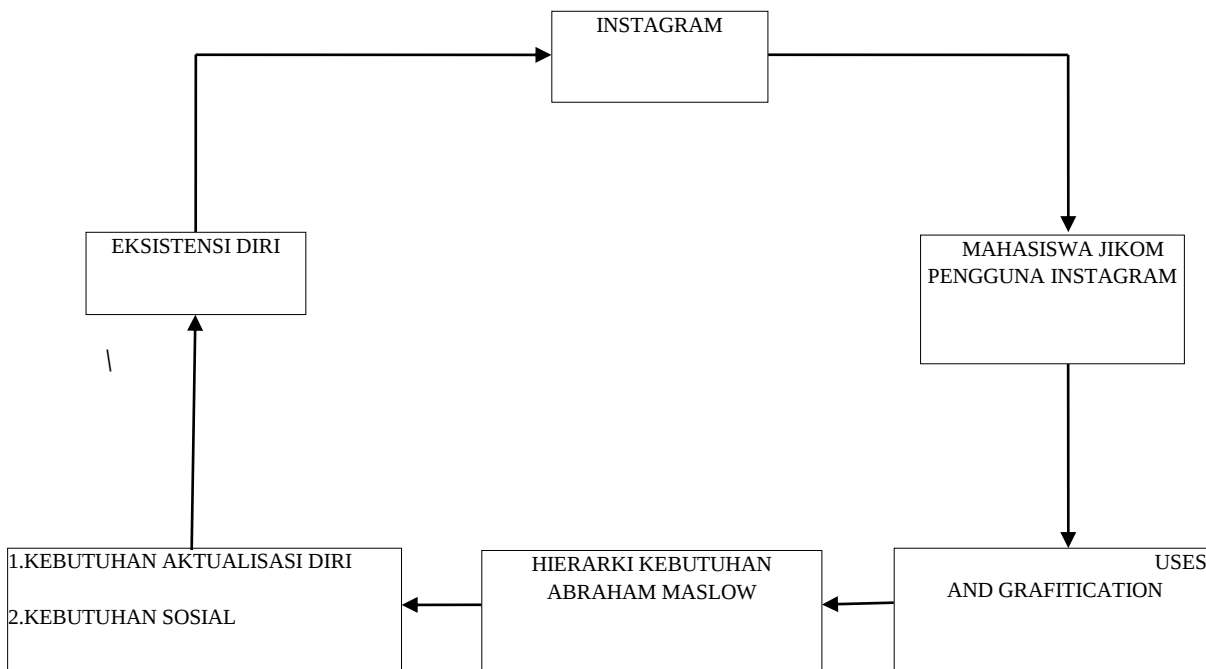
bertujuan untuk menarik perhatian. dari pengguna Instagram lainnya. Setiap studi penelitian perlu memiliki pemahaman yang jelas tentang titik tolak atau pikir landasan untuk memahami atau menyelesaikan masalahnya.

Untuk memperoleh kejelasan dalam menyelesaikan permasalahan, maka perlu diperhatikan kerangka pemikiran dalam setiap penelitian. Pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian yang akan disampaikan adalah kerangka pemikiran (Amiruddin, 2016:61-62).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji bagaimana penggunaan Instagram untuk meningkatkan kehadiran diri dalam jurus Ilmu Komunikasi abad ke-20. Kesimpulan peneliti adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1.

Kerangka berpikir



(Sumber: (olahan penulis 2023).

1.6. Asumsi

Asumsi merupakan prinsip dasar yang diterapkan peneliti pada subjek yang kemungkinan besar sudah dipelajari secara detail (Soewandi, 2012:93-94). Berdasarkan pembahasan di atas, maka asumsi penulis dalam penelitian ini adalah Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat penting bagi masyarakat untuk dapat mengenal dirinya melalui penggunaan aplikasi Instagram tersebut di atas. Terlepas dari asumsi yang dibuat peneliti, tim Angkatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 menggunakan Instagram untuk meningkatkan keengganannya sendiri.

1.7. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah kalimat yang perlu dikaji secara mendalam. Menurut Arikunto (2006:71), hipotesis adalah hipotesis yang didukung oleh data yang dikumpulkan dan mempunyai kebenaran bila diterapkan pada masalah penelitian. Berdasarkan pernyataan penulis mengenai topik tersebut di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah penggunaan Instagram untuk berkomunikasi akan meningkatkan kehadiran pribadi penulis di kalangan Sarjana Ilmu Komunikasi 2020 yang memiliki kebutuhan akan update baik pribadi maupun sosial.