

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari manusia tentunya tidak bisa lepas dari kegiatan untuk bersosialisasi dengan orang lain untuk bersosialisasi itu manusia memerlukan komunikasi. Maka ketika seseorang melakukan proses komunikasi dengan orang lain dibutuhkan kesamaan makna agar proses komunikasi dapat berlangsung efektif.

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Onong, 2000 : 11&16)

Media kedua yang dimaksud dalam proses komunikasi secara sekunder seperti surat, telepon, teks, surat kabar, radio, televisi, internet, dan lain-lain. Media tersebut digunakan karena letak komunikator dan komunikasi berada di tempat yang relative jauh dan tentunya agar proses komunikasi berjalan dengan lancar.

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia akan informasi menyebabkan semakin meningkat pula perkembangan teknologi dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi. Dengan kemajuan bidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang, waktu. Sebagai contoh kini orang dapat dengan mudah memperoleh berbagai macam informasi yang terjadi dibelahan dunia tanpa harus datang ke tempat tersebut. Bahkan orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai tempat di dunia ini, hanya dengan memanfaatkan seperangkat komputer yang tersambung ke internet.

Internet (interconnection networking) merupakan jaringan komputer yang dapat menggabungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang di ketahui, internet merupakan bentuk kovergensi diri beberapa teknologi penting terdahulu seperti, radio, televisi, komputer. (Bungin, 2006:135)

Dengan internet, kendala ruang atau jarak dalam berkomunikasi telah banyak diatasi. Sebelumnya dengan fasilitas yang telah ada, orang sudah bisa mengatasi jarak. Seperti telepon menggunakan fasilitas yang memungkinkan orang berkomunikasi kemana saja di dunia ini. Akan tetapi kenyataan bahwa pulsa interlokal atau internasional sangat mahal akhirnya menjadikan fasilitas tersebut tidak optimal digunakan. Dengan adanya internet, manusia diharapkan pada sebuah kemungkinan bahwa komunikasi bisa dilakukan kemana saja dengan biaya murah.

Misi awal internet adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari jumlah sumber daya perangkat keras *komputer* yang mahal. Namun sekarang internet telah bertumbuh menjadi demikian besar dan sebagai alat informasi dan komunikasi oleh pelajar karena dengan keberadaan ribuan warnet diseluruh Indonesia dengan biaya terjangkau membuat akses internet tidak lagi menjadi kegiatan yang mahal. Bahkan dimasa yang akan datang setiap rumah bisa mengakses internet, seperti saat ini orang memiliki TV dan radio (Supriyanto,2005:343).

Beberapa hal yang membedakan internet dari teknologi komunikasi yang lain adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya (laQuey, 1997 : 7). Dalam hal ini internet unggul dalam menghimpun berbagai orang, karena jarak bukanlah masalah, berbagai orang dari Negara dan latar belakang yang berbeda dapat saling bergabung berdasarkan kesamaan minat. Internet pula yang menyebabkan terbentuknya begitu banyak perkumpulan berbagai orang dan kelompok, jenis interaksi pada skala besar ini merupakan hal yang tidak mungkin terwujud tanpa adanya internet. Perkumpulan kelompok itulah yang akhirnya bisa terbentuk yang sering disebut “dunia maya”

Dunia maya menurut Benedkit Severi dan Tankard : “Dunia maya adalah realitas yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artificial atau virtual. Dalam realita ini dimana setiap komputer adalah jendela, terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik dan bukan

representasi objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni”. (Severin & tankard, 2005 ; 445)

Menurut Houghton, perkembangan internet terus berlangsung hingga kini. Di seluruh dunia jumlah pemakai internet tercatat sekitar 3 juta orang pada tahun 1994. Di tahun 1996 tercatat lonjakan dratis, jumlah pemakai internet hingga 60 juta pengguna, pada tahun 1998 angka ini meningkat tajam hingga mencapai 100 juta pengguna dan untuk tahun 2005 diprediksi jumlah pengguna internet bakal mencapai 1 milyar pengguna (Tjiptono, 2001:3). Dan dari penelitian (Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia) mengungkapkan bahwa pengguna internet pada tahun 2013 mencapai 71.19 juta dan terus meningkat sampai tahun 2014 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 107 juta. (<http://www.apji.or.id/v2/read/article/apji-at-media/223/apji-pengguna-internet-di-indonesia-terus-meningka.html>)

Begitu besarnya pengguna internet di dunia sehingga semakin banyak pula bermunculan situs-situs baru yang dapat diakses oleh para pengguna internet dan berlomba-lomba untuk mendapatkan pengguna yang sebanyak-banyaknya untuk mengakses internet. Sebagai contohnya, di era komunikasi global seperti sekarang ini banyak sekali bermunculan media sosial networking yang cukup menarik perhatian. Sosial networking adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. (Wikipedia.com). umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya, pengguna dapat meng *upload* foto dirinya dan dapat

menjadi teman dengan pengguna lainnya. Contoh media sosial networking adalah : friendster, facebook, twitter, path, dan istagram.

Dari sekian banyak media sosial di internet, salah satu yang saat ini cukup menarik banyak perhatian di internet adalah instagram. Karena aplikasi ini dapat digunakan didalam ponsel pintar yang berbasis android. Instagram tidak kalah populer dengan Paht yang sama-sama aplikasi baru yang sekarang ini mencapai 23 juta pengguna di seluruh dunia. Selain itu banyak pengguna Path yang beralih ke Instagram yang kini pengguna Instagram lebih dare 200 juta pengguna di seluruh dunia. (<http://www.tempo.co/read/news/2014/0326/072565521/Instagram-Lewati-200-juta-pengguna>)

Di Indonesia sendiri pengguna Instagram pada tahun 2012 sudah mencapai 30 juta lebih, hal ini dikemukakan oleh media online teknoup.com(<http://www.teknoup.com/news/15512/instagram-dalam-angka/>)

sekarang ini instagram telah menyaingi rifalnya yaitu path yang menurut orang path terlalu membatasi pertemanan. Situs jejaring sosial instagram yang tidak membatasi pertemanan, apa lagi sekarang banyak orang yang hanya ingin memamerkan keadaan dirinya dengan menggunakan foto atau video, dan inilah instagram mewujudkannya.

Instagram tidak kalah canggihnya, sekarang bisa digunakan dengan smartphone yang bersistem operasi IOS dan Android. Fitur yang diberikan sederhana tidak sekaya path. Namun instagram memberikan arti jejaring sosial yang sesungguhnya. Yang

membiarkan orang meng-*upload* segala sesuatu yang menarik kedalam media sosial instagram yang berupah foto dan video. informasi yang dibagikan pun tidak terkesan sederhana. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>)

Mungkin kesal, melihat orang-orang sering menulis tidak jelas kemedial sosial seperti tulisan yang kerap mengganggu yang seakan bukan menjadi hal berguna bagi orang lain. Setelah menggunakan instagram, mungkin pengguna Instagram bisa merasa lega anda tidak akan melihat tulisan – tulisan yang anda anggap tidak mendidik. Karena instagram memberikan warna baru untuk media sosial, instagram melihatkan share foto dan video yang setiap waktu ingin anda melihatnya. Instagram benar-benar digunakan untuk berbagi informasi dan momen berharga dengan orang lain

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store Dan Google Play (<http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>)

Ketika Instagram dibeli Facebook senilai Rp 9,1 triliun, orang-orang bertanya siapa di balik aplikasi ini? Instagram, aplikasi berbagi foto, dibuat dua alumnus Universitas Stanford bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. Tapi meskipun telah dibeli oleh Facebook Instagram tetap fokus pada foto dan video yang di share. Meskipun begitu di Instagram kita juga bisa berkomunikasi dengan meng-koment foto atau video yang telah di *upload* kita bisa menggunakan tanda “like” untuk mengisyaratkan bawah kita suka foto atau video yang di *upload* (<http://www.republika.co.id/berita/trendtek/gadget/12/04/10/m28mm6-pencipta-instagram-kaya-raya-mendadak>)

Salah satu hal yang menarik, Instagram memiliki fitur untuk mengedit foto yang akan diposting dengan berbagai pilihan. Pilihan filterpun beragam, mulai dari *Ansel* dengan warna hitam-putih, instan yang menampilkan efek *Sephia*, dan berbagai fitur lain yang membuat tampilan foto seperti diambil dari kamera *lomo*. Fitur-fitu menarik inilah yang menyebabkan pengguna Instagram bertambah terus sekian harinya.

Instagram tidak ditujukan sebagai jejaring sosial semata, tetapi juga sebagai eksistensi penggunanya, karena dalam aplikasi ini pengguna dapat meng *upload* segala bentuk foto juga video yang sekiranya menurut penggunanya menarik dan ingin dilihatkan kepada orang banyak untuk eksistensi dirinya, yang akan dikemntari oleh orang lain apakah foto atau video yang telah di *upload* itu disukai banyak orang atau hanya sekedar menampilkan segala aktifitasnya. selain itu di Instagram dilengkapi

foursquare yang dimana pengguna dapat memberitahukan dimana lokasi foto itu *diupload*.

Pada instagram pengguna juga bisa menghubungkannya dengan beberapa sosial networking lainnya seperti *facebook* dan *twitter*. Dimana jika pengguna meng-*upload* foto atau video secara otomatis akan muncul di akaun facebook dan twitter hal ini memudahkan pengguna yang memiliki akun twitter dan facebook karena tidak repot untuk membuka kedua sosial networking tersebut.(Cyber,2009 : 8)

Peneliti memilih instagram sebagai ajang penelitian karena instagram adalah media komunikasi melalui internet yang akhir-akhir ini mulai banyak digunakan orang untuk mencari teman, baik itu teman baru atau teman lama yang bisa terhubung kembali, instagram bisa dijadikan alat untuk mengumumkan kabar terbaru dari penggunanya, instagram juga memudahkan kolaborasi internal dan komunikasi dalam sebuah kelompok. Karena itulah instagram kini menjadi gaya hidup baru bagi mereka, dan dapat dipastikan hampir setiap orang yang menggunakan ponsel pintar berbasis android atau OS mempunyai account instgram.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap fenomena komunikasi terjadi di internet melalui situs instagram ini. Fenomena tersebut menyangkut instagram sebagai media komunikasi yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh pengguna karena melalui instagram mereka lebih cepat up date untuk mencari informasi dari teman-teman mereka. Peneliti ingin meneliti dan mencari tahu secara mendalam melalui penelitian deskriptif mengenai

motif pengguna instagram di kalangan mahasiswa, yang dapat di cari mungkin dari fitur-fitur instagram yang dapat mengkomodasi kebutuhan berkomunikasi dan kebutuhan akan informasi, atau mungkin pengguna instagram yang menggunakan instagram dengan cara lain

Dengan adanya fasilitas yang tersedia dalam instgram, setiap pengguna bisa menjaga pertemanan mencari informasi dan sebagai pengenalan diri. dan inilah beberapa fasilitas dalam instagram, antara lain :

1. Bekomunikasi

Dengan instagram, para penggunanya bisa saling berkemuikasi, dan saling bertukar informasi juga foto.

2. Mencari informasi

Dengan instgram, para pengguna bisa mencari berbagai informasi yang diinginkan

3. Private

Instagram bisa membatasi pertemana yang sekiranya pengguna tidak ingin orang lain berteman begitu saja

4. Fitur menarik

Instagram menyediakan filter yang menarik yang bisa digunakan sebelum pengguna meng-*upload* foto mereka. Selain itu juga ada fitur momen yang akan menjelaskan pengguna berada

5. Tempat kritik dan saran

Melalui instagram, pengguna dapat menerima masukan, saran atau kritik dari pengguna lain.

6. Mencari solusi

Mencari pertimbangan pertimbangan pendapat untuk memperoleh solusi yang terbaik mengenai permasalahan yang ada.

7. Aktualisasi diri

Dengan berbagai pendapat dengan teman-teman sesama pengguna, mereka bisa mengetahui tentang bakat, potensi dan kemampuan yang dimiliki dan juga bagaimana cara mengembangkan atau memanfaatkannya.

8. Eksistensi diri

Dengan meng-*upload* foto dan video pengguna ingin cara tersebut bisa dikenal banyak orang dengan cepat.

9. Media promosi

Bila mempunyai dagangan atau barang yang memiliki nilai jual dan ingin menjualnya, mungkin pengguna bisa menjualnya melalui instagram

Berdasarkan beberapa fitur tersebut diatas maka penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagai mana motif pengguna dalam penggunaan instgram sebagai media komunikasi, difokuskan pada motif pengguna media yang didasarkan pada pendapat McQuail(2002:72), yakni : 1. Informasi 2. Identitas 3.integerasi dan interaksi sosial, serta 4. Hiburan. Motif tersebut didasarkan ketertarikan peneliti terhadap instgram, maka sebagai penjabaran dari empat hal yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian terhadap instgram yang mengacu kepada keempat motif, yaitu :

1. Motif informasi (surveillance) yang cenderung mengarah kepada keinginan pengguna (mahasiswa surabaya) untuk mencari informasi tentang instgram, seperti mencari informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan perkembangan di Indonesia maupun internasional melalui instgram.
2. Motif identitas pribadi (personal identity) yaitu pengguna instgram diharapkan bisa mengkplorasi semua potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri, dan nilai-nilai positif yang dimiliki pengguna untuk dijadikan acuan dalam berperilaku dan bersikap di lingkungan masyarakat dengan baik. Karena umumnya pengguna instgram mencari nilai-nilai pribadi mereka sesama pengguna.
3. Motif integerasi dan interaksi sosial (personal relationship) dengan hanya pengguna instgram (mahasiswa Surabaya) tersebut bisa dijadikan acuan untuk membina hubungan baik dengan sesama pengguna, misalnya mempererat tali silaturahmi antar sesama pengguna.

4. Motif hiburan (diversi) kerana pengguna instgram disini yakin mahasiswa surabaya berusaha untuk mengemas lebih santai sehingga pemenuhan kebutuhan akan motif hiburan (diversi) bisa terpenuhi dan dapat pula untuk mengisi waktu istirahat sehingga ketika akan melakukan aktivitas menjadi lebih semangat dengan ide-ide baru.

Selain empat motif menurut McQuail peneliti membutuhkan motif lain untuk melengkapi penelitian ini. Peneliti menggunakan motif menurut Papacharissi dan Rubin dalam buku (Teori Komunikasi, 2002 ; 388) adapun motif tersebut sebagai berikut :

5. Motif Utility (keperluan Interpesonal)

Dalam hal ini kebutuhan interpersonal merupakan suatu motif penggunaan internet pada penelitian ini khususnya penggunaan Instagram, kebutuhan inter personal ini meliputi relaksasi melepaskan diri, dan membangkitkan semangat.

Berdasarkan hal tersebut, saat ini banyak orang menggunakan media internet terutama instgram sebagai sarana untuk memperluas jaringan komunikasi serta informasikan tentang kegiatan mereka. dari fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana motif pengguna instgram sebagai media komunikasi. Ketertarikan itu didasari pada asumsi bahwa setiap individu mempunyai kebutuhan dalam hidupnya baik itu kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan informasi untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada disekitarnya, dimana kebutuhan suatu individu dengan individu lain tidak ada yang sama.

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*, dimana sebenarnya khlayak adalah pihak yang aktif dengan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. (Rakhmat,2001 :65). dalam hal ini khlayak dalam mengakses aplikasi intagram didasarkan atas kebutuhan-kebutuhan yang ini dipenuhinya yang nantinya kan menimbulkan motif-motif untuk mengakses aplikasi instagram, sehingga dengan menggunakan teori ini dapat menjelaskan bagaimana motif mahasiswa Surabaya dalam mengakses aplikasi instagram.

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa karena mahasiswa cenderung mengikuti trend yang berkembang di masyarakat serta mempunyai tingkat keingintahuan yang tinggi (selalu ingi tahu) terhadap sesuatu yang baru. Hal ini di jelaskan dengan survey Berdasarkan data terbaru yang dilansir oleh *Instagram Press Center, Pew Internet and American Life Project, dan Populagram* Untuk kisaran umur pemakai, pengguna Instagram terbanyak ialah ABG berusia 18 hingga 24 tahun sebanyak 34%, lalu disusul dengan dewasa muda berusia 25 hingga 34 tahun sebanyak 33%, lalu disusul dengan ABG belia berusia 12-17 tahun sebanyak 20%. Sedangkan untuk usia 35-44 tahun dan 45-54 tahun hanya berhasil meraup porsi sebanyak 8 dan 5 persen saja. Maka peneliti mefokuskan penelitian kepada mahasiswa. (<http://www.teknoup.com/news/23248/inilah-statistik-pengguna-instagram-saat-ini/>)

Lokasi penelitian ini dilakukan di Surabaya sehingga untuk objek penelitian ini adalah mahasiswa surabaya. Pemelihan ibu kota jawa timur ini karena Surabaya

merupakan kota kedua terbesar yang mempunyai jumlah mahasiswa terbanyak di Jawa Timur.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut “Bagaimana Motif mahasiswa Surabaya dalam menggunakan aplikasi Instagram ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa Surabaya dalam menggunakan aplikasi Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan motif khalayak dalam berkomunikasi melalui internet sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengguna yang berkaitan dengan motif dan penggunaannya dalam menggunakan Instagram