

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi berdampak pada pola komunikasi masyarakat. Mulai komunikasi individu antar individu hingga ke masyarakat luas. Perkembangan teknologi informasi yang paling terasa adalah perkembangan internet. Internet adalah salah satu bentuk media komunikasi dan informasi interaktif (Krisiyanto, 2014:01). Dengan adanya internet, mempermudah manusia untuk berkomunikasi satu sama lain tanpa dibatasi jarak.

Masyarakat modern saat ini sudah tidak asing dengan internet. Adanya perkembangan teknologi yang pesat, mengharuskan masyarakat mampu menerima serta memanfaatkan adanya teknologi baru. Internet memang bukanlah teknologi baru jaman sekarang, tetapi perkembangan internet sangat pesat hingga sekarang.

Hasil survei Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, mencatat ada sekitar 132 Juta jiwa masyarakat Indonesia adalah pengguna Internet dari total penduduk Indonesia yaitu 256,2 juta jiwa (Yudhianto, 2017).

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia sudah banyak yang menjadi pengguna internet untuk media mencari informasi ataupun berkomunikasi. Sebelumnya, berkomunikasi melalui internet

hanya berjalan satu arah yang artinya masyarakat atau pengguna internet hanya bisa menikmati konten yang ada. Seiring berjalannya waktu, internet mulai berkembang bisa digunakan untuk berkirim pesan elektronik melalui e-mail dan *chatting*, sedangkan untuk mencari informasi melalui google. Saat ini, internet tidak hanya bisa dinikmati konten-konten yang tertera ataupun berkirim pesan melalui e-mail saja, namun internet mampu melahirkan jaringan baru yang disebut dengan media sosial yang mampu membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan manusia saat ini.

Andreas Kaplan dan Micheal Haenlein dalam Zainurofiq (2016) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Media sosial dalam konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur.

Munculnya media sosial, membuat pandangan masyarakat terhadap komunikasi pun juga ikut berkembang. Media sosial membuktikan bahwa komunikasi tidak terbatas ruang dan waktu. Pengguna media sosial tidak hanya dapat berkomunikasi dengan pengguna lain dalam jarak yang tidak terbatas tetapi juga dapat bertatap muka secara tidak langsung. Ditambah lagi dengan munculnya telepon pintar atau *smartphone* yang semakin memudahkan pengguna untuk mengakses internet khususnya media sosial.

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dulu masyarakat tidak asing dengan salah satu media sosial yang disebut *Friendster* yang sedang naik daun di tahun 2000-an. Setelah *Friendster* sukses hadir di tengah-tengah masyarakat, mulai muncul banyak sekali jenis-jenis media sosial lainnya seperti *Twitter* yang didirikan oleh Jack Dorsey, *Facebook* yang didirikan oleh Mark Zuckerberg, *Instagram* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan lain-lain. Munculnya berbagai jenis media sosial tersebut juga dikarenakan banyaknya pengguna media sosial sebelumnya serta meningkatnya jumlah pengguna internet di dunia, sehingga membuat beberapa orang yang cerdas dan kreatif berinisiatif untuk membuat media sosial lainnya karena mereka tahu bahwa kedepannya masyarakat akan mulai terikat oleh media sosial khususnya Instagram. Hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring media sosial (KOMINFO, 2016).

Dari survei tersebut menandakan bahwa Instagram mulai menunjukkan eksistensinya di kalangan masyarakat. Pengguna Instagram juga tidak terbatas jenis kelamin dan usia, perempuan dan laki-laki mulai anak-anak hingga dewasa sudah mampu mengoperasikan sosial media satu ini. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Selain itu, instagram memiliki fitur-fitur yang mampu mendukung kebutuhan serta kegiatan manusia masa kini seperti

DM (*Direct Message*), *filter* foto, *InstaStory* untuk membagikan moment foto maupun video singkat yang akhir-akhir ini menjadi favorit di kalangan pengguna Instagram. Fungsi dari instagram sendiri sangatlah beragam, mulai dari hiburan, media mencari maupun menyebarkan informasi, hingga media untuk melakukan aktifitas bisnis. Menurut McQuail, fungsi utama media social adalah informasi, korelasi, kesinambungan, hiburan, dan mobilisasi. Jadi, fungsi Instagram juga tidak hanya “mendekatkan” yang jauh, tetapi juga menjadi wadah untuk berkarya serta wadah yang mampu mencakup segala aspek kebutuhan manusia termasuk dalam aspek perekonomian.

Di era digital yang semuanya memang serba canggih, menuntut masyarakat untuk lebih aktif, kreatif, dan produktif. Sehingga menimbulkan terjadinya persaingan di tengah-tengah masyarakat karena kebutuhannya masing-masing akibat dari semakin majunya teknologi dan berubahnya tatanan kehidupan. Semakin banyak penduduk, semakin banyak kebutuhan, semakin tinggi pula tingkat kebutuhan ekonominya. Tingkat kebutuhan perekonomian yang semakin tinggi membuat masyarakat membuat inovasi-inovasi baru dalam memenuhi kebutuhannya, salah satunya dengan cara memanfaatkan Instagram untuk berwirausaha atau menjadi *entrepreneur*. Media sosial yang memiliki pengguna sebanyak 700 jiwa ini memang menjadi media yang sangat sesuai untuk melakukan aktifitas bisnis (Librianty, 2017). Masyarakat sadar bahwa dengan jumlah pengguna yang banyak dan semakin

meningkat ini bisa membantu mereka dalam menjalankan bisnis serta mampu memperluas jangkauan dalam mempromosikan bisnisnya. Teknologi yang hadir mampu di manfaatkan dengan baik oleh mereka pengguna instagram untuk berbisnis sehingga dapat membantu dalam kegiatan dan kehidupan sehari-hari.

Kurniawan (2017) menyatakan wirausaha adalah seseorang yang mengorganisasikan dan mengarahkan usaha dan pengembangan baru, memperluas dan memberdayakan suatu organisasi atau perusahaan untuk memproduksi produk baru atau menawarkan jasa baru kepada pelanggan baru dalam suatu pasar yang baru. Menurut Mas'ud dan Mahmud, wirausaha adalah orang yang bertanggungjawab dalam menyusun, mengelola dan mengukur risiko bisnis, memiliki sifat kreatif dan inovatif, selalu mengembangkan diri dengan penemuan baru.

Menjadi pengusaha bukanlah pekerjaan yang asing bagi masyarakat Indonesia. Sudah dari dulu masyarakat Indonesia melakukan pekerjaan ini, seperti perusahaan Jamu IBOE, yang sudah berdiri sejak tahun 1910 (<http://www.jamuiboe.com/>), sebagai tanda bahwa masyarakat Indonesia memang sudah menjalani pekerjaan ini dari dulu. Hingga sekarang sudah semakin banyak kita temukan pengusaha besar ataupun kecil di tengah-tengah masyarakat. Tidak sedikit pula yang berhasil menjalankan usahanya di kota –kota besar sehingga merambah ke daerah-daerah kecil yang akhirnya termotivasi untuk berwirausaha. Tidak hanya dalam skala kecil, tapi sudah merambah di skala yang lebih besar. Tidak hanya

memasarkan di daerahnya saja tetapi sudah merambah di daerah lain bahkan sampai ke kota besar.

Tulungagung adalah salah satu daerah yang tidak luput juga dalam mengembangkan jiwa wirausaha masyarakatnya. Tulungagung adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Daerahnya mayoritas adalah pertanian, sehingga tidak heran jika mayoritas masyarakatnya juga bekerja sebagai petani. Selain menjadi petani, Kabupaten Tulungagung juga dikenal sebagai salah satu penghasil Tenaga Kerja Indonesia dan Tenaga Kerja Wanita. Menurut Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI), Kabupaten Tulungagung sendiri merupakan daerah penyumbang TKI terbesar di Jawa Timur setelah di Ponorogo. Menurut data yang dihimpun dari Dinas Tenaga Kerja setempat lebih dari 1000 orang diberangkatkan ke luar negeri setiap tahunnya (Purnamasari, 2015).

Selain menjadi pekerja tradisional yaitu bertani, dari data tersebut dapat dilihat bahwa pada sebelumnya masyarakat Tulungagung juga sebagai pekerja di luar negeri. Namun, tidak sedikit pula yang tidak bekerja tetapi hanya berada di rumah, mengurus rumah dan tidak produktif. Khususnya bagi para perempuan. Dulu, perempuan yang sudah menikah di daerah Tulungagung hanya menjadi seseorang di balik layar, yang maksudnya adalah hanya sebagai pengurus rumah tangga atau hanya sekedar membantu suaminya untuk bekerja seadanya. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, paradigma masyarakat Tulungagung khususnya

perempuan sudah mulai berkembang. Mereka sudah mulai bisa memegang kendali untuk turut serta mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan ekonominya maupun keluarganya. Ditambah lagi, mereka sudah mulai mengetahui hadirnya media sosial seperti *Instagram*. Perempuan kalangan muda sampai dewasa di Tulungagung menganggap kehadiran media sosial bisa menjadi wadah yang menguntungkan bagi mereka untuk membangun serta melebarkan bisnisnya di lingkup yang lebih luas lagi. Sehingga mereka bisa lebih aktif dan produktif dengan memanfaatkan kecanggihan media sosial saat ini.

Di zaman yang sudah serba canggih seperti sekarang, untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih variatif memang tidaklah sulit seperti dulu bagi masyarakat yang tinggal di daerah kecil. Media sosial sangat membantu mereka dalam mengakses informasi yang real yang ada dimana saja sesuai dengan informasi yang ingin mereka dapatkan. Alhasil masyarakat Tulungagung sudah mulai tahu bagaimana untuk memanfaatkan dengan baik hadirnya media sosial Instagram. Terlihat mulai banyak bermunculan pengusaha-pengusaha dari Tulungagung yang memanfaatkan media sosial menjadi tempat untuk berusaha, khususnya perempuan. Mulai dari berjualan kebutuhan sandang seperti pakaian, kerudung, sepatu, tas, dan lain-lai, kebutuhan pangan seperti buah-buahan hasil panen mereka sendiri hingga makanan kemasan yang mereka buat sendiri serta kebutuhan lainnya seperti jasa untuk merias. Masyarakat paham apabila dengan kecanggihan teknologi seperti media sosial saat ini

mampu dijadikan media untuk memajukan usahanya yang nantinya bisa untuk memenuhi kebutuhan perekonomian mereka di masa kini dan masa yang akan datang.

Kesadaran perempuan untuk maju dan berkembang dalam ekonomi dan keluarga membantu peningkatan dan berkembangnya bibit-bibit jiwa wirausaha perempuan. Kondisi krisis ekonomi secara tak langsung juga mendukung tumbuhnya jiwa kewirausahaan perempuan dalam rangka menciptakan kemandirian ekonomi pribadi dan keluarga. Tak dipungkiri juga, bahwa dengan berwirausaha para perempuan juga bisa memiliki kemandirian secara finansial dalam keluarga. Dengan adanya kemandirian ekonomi, perempuan bisa memiliki power dan kekuatan sendiri untuk melakukan apapun, serta membuka akses ke semua jaringan untuk memiliki kontribusi dalam ekonomi (Dini, 2011).

Hadirnya fasilitas internet yang semakin terjangkau oleh semua kalangan menjadi salah satu faktor untuk memulai dan mengembangkan bisnis secara online. Tidak terkecuali oleh kaum perempuan yang mulai banyak melirik aktifitas ini. Multiply.com, sebagai salah satu penyedia layanan *e-commerce* di Indonesia menyebutkan bahwa jumlah perempuan yang berbisnis online di Multiply.com lebih tinggi daripada laki-laki. Menurut Daniel Tumiwa, Country Manager Multiply Indonesia, peluang bisnis online ini banyak diminati perempuan. Sebanyak 60 persen perempuan tercatat berjualan di Multiply. Sementara 40 persen sisanya adalah laki-laki (Rahayu, 2017).

Instagram memberikan ruang tersendiri bagi wirausaha perempuan untuk menjadi lebih produktif. Produktif yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Berdasarkan pemaparan penulis di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Media Sosial Instagram Dalam Wirausaha Perempuan Tulungagung”. Penulis memilih judul tersebut karena sesuai dengan permasalahan yang diambil oleh penulis yaitu pada saat ini, masyarakat Tulungagung khususnya perempuan, sudah tidak lagi seperti dulu. Yang artinya, perempuan di Tulungagung saat ini sudah mampu untuk aktif memanfaatkan media sosial untuk berkarir menjadi wirausaha. Hal tersebut adalah sebuah perubahan dari perempuan di Tulungagung yang awalnya hanya bertani, menjadi Tenaga Kerja Wanita maupun ada yang membuka usaha namun hanya toko di rumah. Tapi saat ini mereka mampu mengambil peluang untuk memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Instagram adalah media sosial yang digunakan oleh para wanita tersebut dalam melakukan komunikasi pemasaran, Penulis tertarik untuk meneliti peran media sosial Instagram dalam komunikasi pemasaran wirausaha perempuan tersebut. Dengan melakukan penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui dengan jelas bagaimana peran media sosial Instagram dalam wirausaha perempuan Tulungagung. Disini peneliti membatasi objek penelitiannya itu memfokuskan pada bagaimana penggunaan media sosial Instagram untuk berbisnis bagi para perempuan di Tulungagung.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana peran media sosial Instagram dalam wirausaha perempuan Tulungagung ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial Instagram dalam wirausaha perempuan Tulungagung serta faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam mengembangkan usaha bagi perempuan Tulungagung.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi berkaitan dengan peran media sosial Instagram untuk mengembangkan jiwa wirausaha wanita di daerah-daerah, serta dapat menjadi referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi para wanita di daerah-daerah untuk memanfaatkan media sosial *Instagram* dalam mengembangkan usaha sehingga peran dari media sosial *Instagram* tersebut mampu menghasilkan dampak

positif bagi kaum wanita. Selain itu, para wanita yang akan memulai usaha melalui media sosial *Instagram* mampu mempelajari cara-cara berbisnis melalui Instagram serta mampu menjadi inspirasi bagi kaum perempuan untuk berbisnis melalui *Instagram*.