

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan gadget teknologi seperti komputer, ponsel pintar atau *smartphone*, laptop, tablet, dan perangkat lainnya selalu berkorelasi dengan kemudahan mengakses internet dalam menggunakan media sosial. Gadget fisik ini mudah digunakan di mana pun Anda berada dan kapan pun Anda mau, terutama pada ponsel cerdas, yang penggunaannya menjadikan alat ini salah satu prioritas utama mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*, 98,2% pengguna internet memiliki setidaknya satu *smartphone* (Widi, 2023).

- Perkembangan digital yang terus berkembang setiap tahunnya memiliki kaitan erat dengan peningkatan pengguna internet. Dukungan dari berbagai inovasi teknis menciptakan peluang baru untuk meningkatkan pengembangan, efektivitas, dan kualitas hidup di berbagai sektor pelayanan publik. Di sisi lain, internet memiliki potensi besar untuk memfasilitasi berbagai informasi, termasuk akses ke informasi dan kebebasan berekspresi, serta mendorong keragaman dalam agama, budaya, dan hak asasi manusia. Oleh karena itu, inovasi dan teknologi di bidang digital berkontribusi dalam akselerasi perkembangan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, dan politik.

Sebagaimana disebutkan oleh Lindgren (2017), gagasan bahwa inovasi dan teknologi dapat membawa kekayaan ke dunia, menjadi perkembangan baru di media. Karena teknologi berupa internet, media berbasis internet saat ini merupakan bentuk media yang banyak digunakan oleh masyarakat dan juga menjadi faktor munculnya media baru.

Media sosial, yang kadang-kadang disebut sebagai media baru atau media digital, telah muncul sebagai alat yang sangat efektif dalam pertukaran dan pencarian informasi dalam budaya kontemporer. Dibandingkan dengan media tradisional seperti surat kabar atau televisi, media baru telah secara signifikan mempermudah dan mempercepat akses terhadap informasi berkat kemajuan

teknologi. Media baru memberikan peluang besar bagi individu untuk berbagi opini, pengalaman, dan informasi, serta untuk terlibat dalam diskusi dan debat secara global.

Konvergensi media baru dilakukan oleh media konvensional, dengan tujuan untuk dapat bersaing dan bertahan di pasar. Tidak hanya itu, banyak media yang beralih dalam konsep multiplatform karena pesatnya penggunaan media dengan perangkat internet. Bukti bahwa media sosial mendapat perhatian lebih besar daripada dari media tradisional.



Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia
Sumber: dataindonesia.id

Berdasarkan data dari DataIndonesia.id (2022) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh We Are Social, diperkirakan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2022 mencapai 191 juta. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 12,35% dibandingkan dengan total pengguna tahun sebelumnya, yang mencapai 170 juta. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan pengguna media sosial Indonesia. Dari hasil data tersebut juga menunjukkan bahwa Instagram mendapatkan persentase sebesar 84,8%, tepat berada di urutan kedua setelah *Whatsapp* dengan persentase yang mencapai 88,7%.

Berdasarkan data yang diberikan oleh Napoleon Cat pada bulan Desember 2022, terdapat sekitar 97,17 juta pengguna Instagram di Indonesia. Platform ini telah mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah satu media sosial paling

populer di Indonesia. Menurut data yang diperoleh dari dataindonesia.id, sekitar 38% dari total populasi Indonesia yang berusia antara 18 - 24 tahun menggunakan Instagram. Selain itu, sekitar 29,8% dari kelompok usia 25 hingga 34 tahun merupakan pengguna media sosial ini. Oleh karena itu, berdasarkan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18 - 24 tahun (Mustajab, 2023).

Dalam perkembangannya, Instagram telah menjadi salah satu platform utama untuk berbagi informasi. Hal ini terjadi karena adanya peningkatan penggunaan *smartphone* dan program Instagram, serta fakta bahwa siapa pun dapat dengan mudah berbagi konten di Instagram tanpa batasan tertentu. Selain itu, *timeline* Instagram dikarakteristikan dengan beragam informasi menarik yang dapat memotivasi pengguna untuk tetap mengikuti perkembangan terkini.

Media Sosial menurut Nasution (2019) adalah alat untuk komunikasi *online* yang memungkinkan pengguna terhubung dengan orang lain, terlibat dalam percakapan, dan bertukar konten teks, gambar, dan video. Sementara menurut Andriani (2019) media sosial adalah platform *online* yang memungkinkan pengguna berbagi informasi, menghasilkan konten, dan terhubung dengan orang lain secara *online*, serta membentuk dan bergabung dengan komunitas.

Berdasarkan data dari databoks (2020), hasil yang diberikan oleh Maverick Indonesia menunjukkan bahwa menurut penelitian, diketahui bahwa sebanyak 84% kaum muda menggunakan media sosial sebagai sumber utama konsumsi berita mereka. Dari persentase tersebut, hingga 89% responden menyatakan preferensi mereka dalam membaca berita adalah melalui platform Instagram. Melalui presentase tersebut, Instagram menduduki peringkat utama setelah media sosial Youtube dengan presentase 77% dan Twitter sebanyak 66%.

Instagram telah menjadi platform media sosial yang luas digunakan oleh individu, organisasi, komunitas, dan bisnis sebagai representasi diri mereka. Fungsinya mencakup penyebaran informasi mengenai acara, pariwisata, dan masakan. Melalui akunnya di platform media sosial Instagram, pengguna dapat berbagi berbagai informasi kepada publik melalui berbagai format, seperti teks, gambar, video, audiovisual, dan teks.

Informasi dapat dibagikan secara internasional maupun domestik dan regional melalui media sosial, yang memiliki cakupan distribusi informasi yang sangat luas. Untuk skala regional, informasi yang diberikan berupa peristiwa-peristiwa yang terdapat pada suatu wilayah. Informasi yang diberikan juga cepat dan akurat, sehingga memungkinkan untuk para masyarakat yang berada di wilayah tersebut mendapatkan informasi mengenai situasi wilayahnya.

Dalam era digital saat ini, Instagram telah berkembang menjadi salah satu situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Akun Instagram lokal bahkan lebih penting karena begitu banyak orang menggunakan Instagram sebagai sumber berita dan hiburan. Akun Instagram regional menyediakan informasi yang spesifik tentang daerah atau wilayah tertentu, seperti berita lokal, acara budaya, dan juga kondisi lalu lintas wilayah, serta informasi penting lainnya.

- Akun Instagram regional memiliki fokus konten yang terkait dengan daerah atau wilayah yang menjadi fokusnya. Tujuan utama dari akun Instagram regional adalah mempromosikan dan memperkenalkan daerah tersebut kepada masyarakat luas, baik penduduk lokal maupun wisatawan. Untuk mencapai tujuan tersebut, akun Instagram regional membagikan berbagai jenis konten, termasuk informasi wisata, kuliner khas daerah, acara atau *event* yang akan diselenggarakan, berita lokal terbaru, potret kehidupan sehari-hari masyarakat di daerah tersebut, serta promosi produk lokal. Konten informasi wisata memperkenalkan atraksi lokal seperti pantai, gunung, taman, dan tempat-tempat bersejarah.

Konten kuliner memperkenalkan makanan khas daerah serta memberikan rekomendasi tempat makan yang terkenal. Konten acara atau *event* mempromosikan acara atau *event* yang akan diselenggarakan di daerah tersebut, seperti festival, konser, dan pameran. Konten berita lokal memberikan informasi terbaru tentang apa yang terjadi di daerah tersebut, baik dari media lokal maupun sumber lainnya. Konten potret kehidupan sehari-hari masyarakat di daerah tersebut menampilkan kegiatan sehari-hari, seperti pasar tradisional, perayaan hari besar, atau kegiatan masyarakat lokal. Konten promosi produk lokal membantu mempromosikan dan meningkatkan penjualan produk lokal, seperti kerajinan tangan, produk pertanian, atau produk olahan makanan. Semua jenis konten

tersebut bertujuan untuk memperkenalkan keunikan dan kekayaan daerah serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mengenal lebih jauh tentang daerah tersebut.

Selain itu, akun Instagram regional dapat memberikan informasi yang *up-to-date*. Akun Instagram regional dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi Instagram pada *smartphone*, sehingga memudahkan pengguna untuk memperoleh informasi secara *real-time* dan tanpa harus berpindah ke berbagai sumber informasi lainnya.



Account Name	Posts	Followers	Following
Tangsel Life	15.1K	243K	2,114
Tangsel dan Indonesia	22.3K	141K	5,292
Tangsel	7,196	120K	762
Tangsel Info	8,468	99.1K	106

Gambar 1.2 Berbagai Macam Instagram di Kota Tangerang Selatan
Sumber: Instagram/ diakses 4 April 2023 pukul 21.04

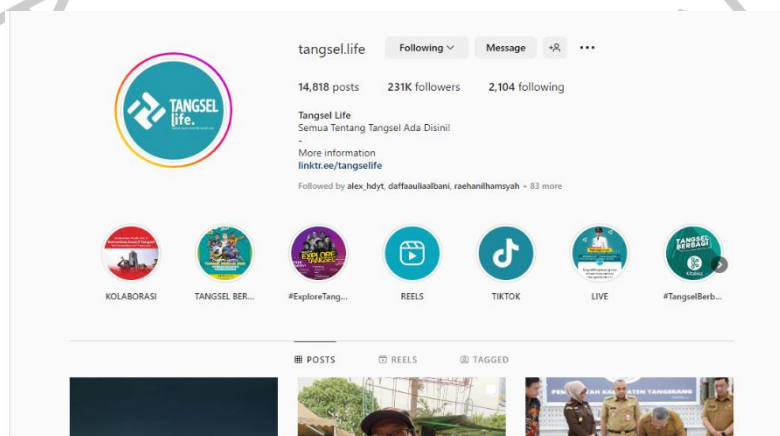
Terdapat berbagai macam akun Instagram regional pada wilayah Kota Tangerang Selatan, karena konten yang menarik dan juga informasi, serta cepat dalam memberikan informasi. Selain itu, jika dibandingkan dengan akun serupa lainnya akun Instagram @tangsel.life memiliki lebih dari 243 ribu pengikut. Akun Instagram @tangsel.life juga memberikan berbagai informasi yang menarik seperti kuliner, wisata, lalu lintas, informasi kolaborasi, bisnis, dan berbagai informasi lain mengenai Kota Tangerang Selatan. Untuk informasi lainnya, @tangsel.life juga memiliki situs *website* yang dapat dikunjungi, hal ini juga tentunya memudahkan para pengikutnya untuk mendapatkan informasi lebih detail. Karena itu, kesuksesan

@tangsel.life sebagai akun media sosial yang terkenal dan dominan di kalangan warga Tangerang Selatan merupakan contoh bagaimana kreativitas, konsistensi, dan interaksi yang baik dengan pengikut dapat membawa dampak positif dalam membangun komunitas *online* yang kuat.

Akun media sosial @tangsel.life menggunakan platform Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan informasi tentang Kota Tangerang Selatan dan sekitarnya. Melalui gambar, video, dan caption yang diposting, akun ini berupaya menyebarluaskan pengetahuan tentang berbagai hal terkait wilayah tersebut. Konten yang disajikan beragam, mulai dari peristiwa terkini, lokasi pariwisata menarik, hingga topik kuliner yang patut dicoba.

@tangsel.life adalah salah satu akun media informasi yang sangat aktif dalam berbagi informasi setiap harinya. Konten-konten terbaru yang diunggah secara rutin membantu menginformasikan pengikutnya tentang kegiatan, peristiwa, dan potensi wisata yang ada di Tangerang Selatan. Setiap gambar atau video yang diunggah disertai keterangan yang memberikan penjelasan singkat, sehingga pengguna dapat memahami konten dengan lebih baik.

Akun Instagram @tangsel.life mengandalkan informasi yang diberikan oleh penduduk setempat di Kota Tangerang Selatan yang menemukan insiden baru-baru ini, seperti kemacetan lalu lintas atau aktivitas lainnya. Dengan menghubungkan atau menandai akun @tangsel.life, informasi yang diposting di akun penduduk Kota Tangerang Selatan ditambahkan. Materi tersebut kemudian akan diunggah ulang oleh admin @tangsel.life sehingga dapat dilihat di akunnya.



Gambar 1.3 Profile Akun Instagram @tangsel.life
Sumber: Instagram/ diakses 15 Februari 2023 pukul 13.08

Pada tanggal 15 Februari 2023, akun Instagram @tangsel.life telah mengunggah sebanyak 14.818 postingan secara keseluruhan. Jumlah pengikut akun ini juga mencapai lebih dari 231.000, sementara akun tersebut sendiri mengikuti 2.104 pengguna. Dibandingkan dengan akun-akun informasi daerah lainnya di Tangerang Selatan, @tangsel.life menjadi salah satu akun dengan jumlah pengikut dan postingan terbanyak.

Selain itu, akun @tangsel.life menjelaskan secara singkat, jelas dan padat ketika sebuah informasi diberikan. Teks yang berada pada foto atau videonya menyampaikan informasi yang secara singkat dan juga jelas sehingga dapat dilihat dengan mudah. Kemudian, penjelasan lebih lanjut tentang unggahan foto yang diberikan dicantumkan pada *caption* sehingga penjelasan dari akun @tangsel.life dapat dengan mudah dimengerti.

Dari berbagai konten yang disajikan akun @tangsel.life, terpaan konten memiliki peran penting dalam mempengaruhi *followers* dalam memperoleh informasi seputar Kota Tangerang Selatan. Terpaan konten tersebut terjadi ketika konten-konten yang disajikan oleh akun @tangsel.life dapat mempengaruhi *followers*. Menurut Wahyudi (2017) menjelaskan bahwa terpaan konten adalah jumlah dan intensitas paparan atau eksposur suatu pesan atau informasi dalam media, yang dapat memengaruhi tingkat kesadaran dan pemahaman publik terhadap suatu isu tertentu.

Terpaan konten merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh platform media sosial seperti Instagram untuk menampilkan konten kepada pengguna berdasarkan preferensi dan minat *followers* terhadap suatu akun. Jika akun @tangsel.life memiliki fokus pada informasi seputar Kota Tangerang Selatan dapat dikatakan bahwa terpaan konten disesuaikan dengan ketertarikan *follower* dalam mencari informasi seputar kota Tangerang Selatan. Sebagai hasil dari menerima pengetahuan yang mereka cari, pengikut akan merasa puas. Dalam hal ini, pengikut dapat mengakses pembaruan informasi terbaru mengenai Kota Tangerang Selatan melalui akun @tangsel.life, termasuk berita, perjalanan, dan topik lainnya. Dengan adanya terpaan konten yang dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers*, kepuasan *followers* dapat tercapai.

Menurut Yunus (2020) kepuasan *followers* adalah keadaan senang, puas, dan positif yang timbul pada pengikut suatu akun media sosial setelah memperoleh pengalaman interaksi yang memuaskan. *Followers* merupakan pengguna media yang menjadi pengikut dalam akun media sosial yang diminatinya. Media bersaing dengan jenis komunikasi lainnya dalam hal pilihan, fokus, dan penggunaan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan individu. Humaizi (2018) mengatakan bahwa dalam pendekatan kegunaan dan kepuasan yang diajukan oleh Katz dkk, menjelaskan bahwa kondisi sosial dan psikologis seseorang akan membentuk kebutuhan yang kemudian menciptakan harapan terhadap media massa atau sumber komunikasi lainnya. Harapan ini berdampak pada pola penggunaan media atau keterlibatan dalam kegiatan lain yang berbeda-beda untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hasil dari pola penggunaan tersebut pada akhirnya memberikan kepuasan atas kebutuhan tersebut serta berbagai konsekuensi, termasuk beberapa yang mungkin tidak diantisipasi sebelumnya.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki fokus terhadap terpaan konten akun @tangsel.life dalam meningkatkan kepuasan *followers* dalam memberikan konten yang relevan dan bermanfaat mengenai Kota Tangerang Selatan, ketika *followers* menemukan informasi yang mereka cari dan dapat berinteraksi dengan akun tersebut, mereka akan merasa puas. Tidak dapat dipungkiri bahwa hal ini konsisten dengan teori *Uses and Gratification* yang membahas tentang bagaimana paparan konten dan kemampuan media dapat memenuhi keinginan dan kebahagiaan para pengikut. Dalam teori ini, penggunaan media dipandang sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan individu, di mana media berfungsi sebagai sarana untuk memuaskan tujuan-tujuan tertentu, seperti mencari informasi, hiburan, atau interaksi sosial. Dengan adanya keterlibatan dan pemenuhan kebutuhan ini, pengikut cenderung merasa puas dan terus berinteraksi dengan akun tersebut.

Michael Gurevitch, Elihu Katz, dan Herbert Blumler mengajukan hipotesis ini pada tahun 1974, (Permatasari, 2013) menyatakan bahwa ide *Uses and Gratification* adalah teori komunikasi yang menekankan peran individu dalam memilih dan memanfaatkan media, yang berusaha memenuhi kebutuhan dan aspirasi mereka. Menurut Berdasarkan dari penjelasan tersebut, audiens, khalayak

audiens, atau pengguna media bertanggung jawab penuh atau bertanggung jawab untuk memilih dan menggunakan media dengan cara yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi tuntutan tersebut. Ide penggunaan dan kepuasan melihat orang sebagai makhluk aktif yang cukup pilih-pilih tentang media apa yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana media sosial, terutama Instagram, dapat membantu pengguna merasa puas. Fokusnya adalah memberikan kepuasan kepada pengikut setelah mereka terpapar konten yang disajikan oleh akun Instagram @tangsel.life yang mengekspos informasi tentang Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini didasarkan pada tinjauan literatur sebelumnya yang telah dilakukan. Beberapa studi sebelumnya juga telah menggunakan teori Penggunaan dan Gratifikasi sebagai kerangka teoritis dalam konteks penggunaan media sosial. Studi-studi sebelumnya yang relevan digunakan sebagai acuan, terutama dalam menggali pemahaman tentang hubungan antara konten yang disajikan oleh akun media sosial dan kepuasan pengikutnya. Studi sebelumnya digunakan, khususnya:

Salah satu penelitian terdahulu yang mirip dengan penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Nabilla Thalita Fadis di Tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Konten Pesan “*Sex Education*” Instagram @tabu.id terhadap Kepuasan *Followers*”. Dan hasil yang diberikan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara konten pesan “*sex education*” Instagram @tabu.id terhadap kepuasan *followers* sebagai pengguna. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penggunaan metode survey. Penelitian ini hanya mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sementara perbedaannya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada fokus konten yang disajikan. Yang dimana akun Instagram @tabu.id khusus menyajikan konten-konten *sex education* sedangkan penelitian ini menggunakan akun media sosial Instagram dari @tangsel.life yang khusus menyajikan konten-konten seputar kota Tangerang Selatan.

Penelitian terdahulu lainnya juga sudah dilakukan oleh Dhety Chusumastuti dan Amienah Atthahirah pada tahun 2023 dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Konten Instagram Terhadap Kepuasan *Followers* @barkas.jogjakarta”. Adapun

hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten pada akun Instagram @barkas.jogjakarta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *followers*. Sementara perbedaannya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada fokus konten yang disajikan. Yang dimana akun Instagram @barkas.jogjakarta menyajikan konten-konten khusus barang bekas sedangkan penelitian ini menggunakan akun media sosial Instagram dari @tangsel.life yang khusus menyajikan konten-konten seputar kota Tangerang Selatan.

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memperbaharui penelitian ini dengan berfokus kepada konten di daerah Kota Tangerang Selatan. Maka, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @Tangsel.Life Terhadap Kepuasan Followers”**.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah untuk penelitian ini diperoleh berdasarkan latar belakang tersebut di atas, khususnya **“Bagaimana pengaruh terpaan konten akun media sosial Instagram @tangsel.life terhadap kepuasan untuk para *followers*?”**.

1.3. Tujuan Penelitian

Perumusan masalah penelitian, yaitu sebagai berikut, diperoleh berdasarkan konteks yang disebutkan di atas, yaitu **“Seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh akun media sosial Instagram @tangsel.life terhadap kepuasan untuk para *followers*”**.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

penelitian ini akan digunakan sebagai bahan referensi yang berharga untuk penelitian terkait di masa yang akan datang berkaitan dengan komunikasi urban khususnya tentang media sosial Instagram terhadap kepuasan *followers*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan perspektif yang bermanfaat sebagai sumber daya atau referensi bagi pengelola akun media sosial regional untuk meningkatkan strategi media sosial yang lebih efektif dalam mempengaruhi kepuasan *followers* terutama pada pengelola akun Instagram @tangsels.life.

