

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi semakin berkembang dengan pesat, ketersediaan teknologi yang semakin canggih membawa dampak perubahan aktivitas sehari - hari. Hal ini dapat dilihat dari kemudahan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, menjadi wadah informasi serta sarana pencarian informasi, selain itu juga teknologi mempercepat komunikasi. Salah satu perkembangan teknologi yang sangat membantu kebutuhan sehari - hari adalah internet (Arini & Sudradjat, 2023). Dengan demikian, semakin majunya perkembangan teknologi, peran aktif masyarakat sebagai pengguna internet akan jauh lebih mudah dan fleksibel untuk terhubung antara satu dengan lainnya. Salah satu platform yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia adalah media sosial (Djafar & Putri, 2020).

Media sosial sendiri sebagai media yang digunakan masyarakat untuk bertukar informasi baik berupa sebuah gambar, video, suara, maupun sebuah teks. Informasi yang tersebar di media sosial dapat diakses melalui berbagai macam perangkat seperti smartphone, Tab, komputer, dan perangkat pintar lainnya. Perkembangan teknologi juga memberikan dampak terhadap seseorang untuk menjadi seorang *content creator*. Sehingga dengan adanya perkembangan siaran menjadikan model banyak orang serta menghubungkan informasi secara kreatif dan kolaboratif. Menurut(Annur, 2024;) We Are Social dan Databoks Katadata, menunjukkan Januari 2024 terdapat sekitar 139 juta masyarakat yang aktif bermedia sosial di Indonesia, atau setara 49,9% dari total populasi. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan pengguna media sosial yang sangat besar.

Instagram menempati urutan kedua setelah WhatsApp sebagai media sosial *populer* di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam interaksi digital di kalangan masyarakat baik digunakan sebagai hiburan, berbagi informasi, maupun membangun jaringan komunikasi. Instagram sebagai salah satu aplikasi terkini yang memungkinkan penggunanya membagikan momen dan aktivitas sehari - hari mereka.

Menurut (*napoleoncat.com*), hingga Januari 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 89.891.300 orang atau sekitar 31% dari total populasi. Sementara itu, berdasarkan *dataindonesia.id*, jumlah pengguna Instagram tercatat hingga April 2024 berada di urutan keempat terbanyak di dunia setelah India (388,3 juta pengguna), Amerika Serikat (168,75 juta pengguna Instagram), dan Brasil (137,15 juta pengguna). Penggunaan media sosial Instagram terus mengalami peningkatan dikalangan masyarakat, sehingga hal ini menjadikan Instagram berupaya untuk meningkatkan kualitasnya, media sosial Instagram lebih berfokus pada visual.

Peningkatan kualitas Instagram tidak hanya memungkinkan pengguna untuk membagikan gambar ataupun video saja. Melainkan kini Instagram juga memberikan ruang untuk mengekspresikan diri. Dengan fitur - fitur yang disediakan oleh Instagram, mulai dari IGTV, *Live Story*, *Reels*, serta efek - efek terbaru, Instagram semakin mendukung kreativitas penggunanya. Selain itu, Instagram terbilang cukup unggul dalam kekuatan visualnya, sehingga visual Instagram dinilai cukup efektif sebagai wadah informasi dan sebagai media promosi bisnis karena berdampak besar.

Tabel 1. Jumlah Pengguna Media Sosial

No.	Media Sosial	Nilai
1.	WhatsApp	90,9
2.	Instagram	85,3
3.	Facebook	81,6
4.	Tik Tok	73,5
5.	Telegram	61,3
6.	X (Twitter)	57,5
7.	Facebook Messenger	47,9
8.	Pinterest	34,2
9.	Kuaishou	32,4
10.	LinkedIn	25

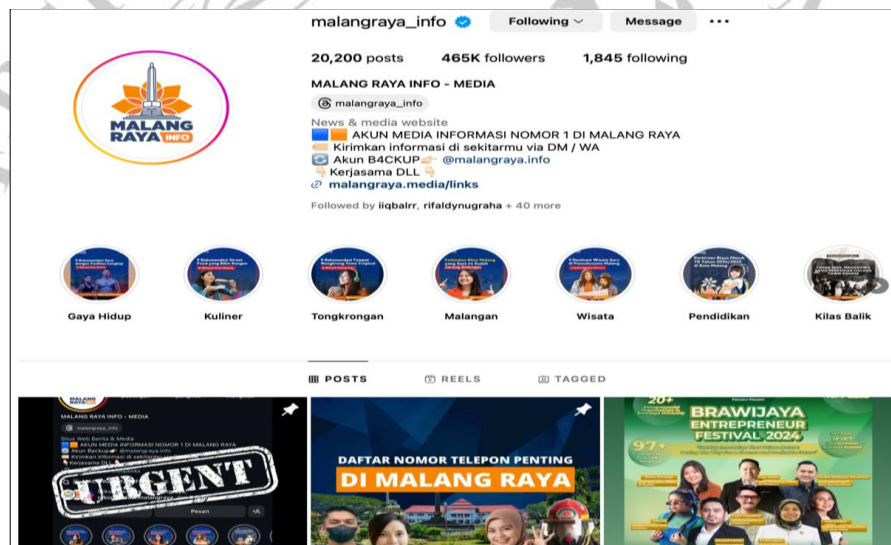
Sumber : databoks.katadata.co.id

Saat ini Instagram tidak hanya digunakan untuk penggunaan secara individu saja, namun beberapa komunitas, perusahaan, serta organisasi juga memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan informasi - informasi yang ingin disampaikan kepada publik.

Di Malang sendiri beberapa komunitas memiliki Instagram sebagai media penyebaran informasi. salah satu contohnya yaitu Instagram @infomalangraya, dengan 295 ribu pengikut dan 42.415 unggahan per tanggal 22 Oktober 2024 dengan unggahan mayoritas terkait informasi - informasi terkini di Malang Raya. Kedua yaitu, Instagram @info_malang dengan 204 ribu pengikut, dengan 4.369 unggahan per tanggal 22 Oktober 2024, unggahan terkait promosi dan informasi terkini di Malang Raya. Ketiga yaitu akun Instagram @malangraya_info dengan 465 ribu pengikut, dengan 20.200 unggahan per tanggal 22 Oktober 2024. @malangraya_info menjadi sebuah akun sumber informasi yang

berada di urutan pertama di Malang Raya, hal ini dapat terlihat dari jumlah pengikut lebih unggul dibandingkan dengan akun - akun Instagram lainnya yang sama- sama mengunggah informasi seputar Malang Raya. Sebagai media informasi terdepan akun Instagram @malangraya_info akan terus berupaya meningkatkan kualitas mengenai berita, acara, tempat wisata, kuliner, dan berbagai topik lainnya untuk menarik warga lokal serta masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap Malang Raya.

Gambar 1 Akun Instagram @malangraya_info



Sumber : Akun Instagram [@malangraya_info](https://www.instagram.com/malangraya_info)

Akun media sosial Instagram @malangraya_info merupakan sebuah platform yang berfungsi sebagai sarana informasi, menyajikan berbagai macam konten yang berisi informasi - informasi seputar Malang Raya terkini sejak November 2014. Seiring berjalannya waktu akun ini telah memasuki tahun ke-10nya. Tingginya minat dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi terkait Malang Raya secara *up to date*. Akibatnya, jumlah pengikut akun Instagram @malangraya_info jauh lebih tinggi dari akun - akun lain yang juga berperan sebagai sarana informasi seputar Malang Raya. Tentunya

Hal ini menjadi dasar peneliti untuk meneliti lebih lanjut followers Instagram @malangraya_info. Tujuannya untuk menganalisis pengaruh penggunaan Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan tersebut, terdapat dua rumusan masalah, yaitu :

1. Adakah pengaruh penggunaan media sosial Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers?
2. Berapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, yaitu :

1. Mengetahui ada tidaknya pengaruh penggunaan media sosial Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.
2. Besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

1.4 Manfaat

1. Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian mampu berkontribusi untuk pengembangan pengetahuan mengenai penggunaan media sosial sebagai referensi atau inspirasi.

Selain itu, diharapkan hasil penelitian juga memberikan kontribusi bagi perkembangan keilmuan Ilmu Komunikasi, khususnya bagi Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMM.

2. Manfaat Praktis

Semoga nantinya dari hasil penelitian ini bisa menjadi sebuah referensi atau sebagai bahan acuan pokok internal dari Instagram @malangraya_info, untuk membuat konten yang menarik dan informatif.

