

BAB. I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial memiliki aplikasi yang terhubung dengan internet dibuat dengan ideologis menggunakan teknologi Web 2.0 yang dimana adanya user-generated content atau suatu pengguna yang membuat konten. Media sosial selalu terus berkembang dan memiliki dinamika yang baru setiap tahunnya seperti Ai, Instagram, Tik Tok dll (Kaplan, A M., & Haenlein, M 2010). Peningkatan penggunaan media sosial menurut DataReportal (Hootsuite & We Are Social) dari Januari 2024 telah mencapai 5,07 miliar identitas penggunaan media sosial. Para pengguna telah menghabiskan waktu sekitar 2 jam 50 menit perhari di media sosial dan di Indonesia angka tersebut mencapai lebih tinggi sekitar 3 sampai 3,5 jam perhari untuk membuka Instagram dan WhatsApp untuk berkomunikasi dan berinteraksi (DataReportal Indonesia).

Media sosial telah mengubah praktik jurnalisisme yang dimana para partisipasi publik berpotensi besar dalam memproses adanya penyebaran dan pengumpulan berita seperti halnya adanya fenomena kejadian sosial yang pertama kali diambil atau didokumentasikan serta disebarluaskan oleh para pengguna sosial media sebelum ada didalam media yang lebih besar seperti tv (Bruns, A., & Burgess, J. 2011). Media sosial juga memiliki dampak untuk mempromosikan suatu daerah secara interaktif dan visual seperti kota, provinsi hingga destinasi wisata sehingga bisa dijadikan iklan yang lebih dipercaya menjadikan saluran utama dalam

menyebarkan informasi tentang acara budaya, berita lokal, layanan publik. Informasi yang disajikan pun dapat menyebar cukup cepat keseluruh penduduk setempat dan kepada pihak yang berkepentingan (Bruns, A., & Burgs, J. 2011).

We are social juga mengkategorikan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan media sosial, aplikasi yang paling banyak digunakan pertama ialah whatsapp dengan presentase 90,9% pengguna dengan usia 16-64 Tahun telah memakai aplikasi tersebut lalu platform sosial media yang menduduki posisi kedua ialah Instagram

dengan presentase pengguna sebanyak 85,3% lalu disusul oleh aplikasi berikutnya yaitu facebook 81,6% , TikTok 73,5% kemudian Aplikasi Telegram ada 61,3% X sebanyak 57,5%, Facebook Messenger 47,9%, Pinterest 34,2%, Kuaishou 32,4% dan posisi terakhir terdapat pada aplikasi Linkdln sebesar 25%.

Penggunaan sosial media juga mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan jumlah pengguna mencapai 139 juta jiwa pada tahun 2024, aplikasi instagram merupakan aplikasi tertinggi nomer dua setelah whatsapp yang digunakan oleh masyarakat Indonesia We Are Social mengatakan bahwa pengguna instagram global sebanyak 1,63 Miliar serta pada bulan April 2023 yang dimana telah memperoleh kenaikan sebesar 12,2% dari pada tahun sebelumnya dan Indonesia memiliki 106 juta pengguna instagram pada tahun 2023 yang dimana pengguna tertinggi keempat di dunia.

Melihat data dari napoleonCat banyaknya pengguna instagram saat ini telah mencapai 88.861.000 pengguna yang setara dengan 31.6% dari jumlah populasi yang ada di Indonesia, mengalami penurunan dan juga kenaikan sejak oktober tahun 2023, pada oktober tahun 2023 jumlah pengguna instagram menyentuh 113.396.500 pengguna. Pengguna instagram di indonesia diduduki oleh wanita sebanyak 54,8% dengan rentan umur yaitu umur 25 tahun hingga 34 tahun sebesar 35.400.000 orang. Adanya media sosial instagram kita dapat memperoleh informasi berupa teks, gambar dan foto apapun dari tahun tahun sebelumnya sampai saat ini dari waktu ke waktu instagram terus menerus meluncurkan inovasi yang terbaru mulai dari feed ig, disusul dengan instagram story, live instagram, toko pembelian hingga reels instagram (Atmoko 2012:28). Konten yang disajikan pun sangat menarik tak hanya itu instagram juga mempunyai manfaat untuk masyarakat pengguna instagram seperti adanya konten yang lucu dan menarik yang biasa membuat pengguna instagram terhibur dengan isi isi konten yang ada di explore instagram.

Instagram juga dapat menjadi sarana komunikasi pertemanan jarak jauh karena adanya layanan untuk mengirim pesan (dm), voice note serta bisa mengirim gambar bahkan video call,dan juga dapat menghubungi teman yang diluar negeri sekalipun, instagram juga bisa merupakan media informasi karena konten yang dapat diupload,

komentar, sukai dan dibagikan kesesama pengguna instagram menjadi perantara media dari pribadi, kelompok maupun lembaga dengan adanya instagram dapat mempermudah kita untuk mendapatkan informasi atau berita tentang suatu daerah mulai dari objek wisatanya, berita yang terjadi di lingkungan, masyarakat, kuliner kuliner yang ada di setiap daerah, hingga destinasi tempat wisata atau keindahan alam yang bahkan kita belum ketahui.

Akun @sumenepsuperhits sudah ada sejak 2016 dengan berjalannya waktu akun ini sudah memiliki 52,8k followers dan postingan sebanyak 4867 jumlah followers (informasi akun pada 28 juni 2024) serta postingannya akan terus bertambah setiap harinya. Dengan postingan pertamanya di 12 Januari 2016 . Admin akun @sumenepsuperhits cukup aktif dalam memposting informasi di setiap minggunya dengan postingan yang berisikan sesuatu tentang Kota sumenep baik acara rutin, destinasi wisata, kuliner, berita kehilangan, maupun kekayaan budaya, ada juga beberapa followers yang menandai postingannya di instagram @sumenepsuperhits sehingga semakin banyak konten konten yang disajikan untuk followersnya.

Keefektifan dari Instagram sumenep super hits ini sangat menarik secara visual dengan daerah yang memiliki potensi alam seperti pantai dan pulau budaya yang kaya seperti kerapan sapi, keraton, batik serta isu isu social yang sedang terjadi hingga kuliner yang khas dengan konten yang disajikan secara visual yang menarik yang tentu akan menarik para pengguna Instagram atau masyarakat umum hal ini mempengaruhi niat perjalanan terkait perjalanan di Instagram (Yoo, K. H., Lee, J., & Lee, Y. 2019) Keefektifan dari akun sumenep super hits juga menggunakan fitur hastag, stories, tagging dan mempublikasikan ulang atau merepost konten yang telah dikirim oleh penduduk lokal hal ini menunjukkan bahwa Sumenep merupakan destinasi yang dicintai tentu kredibilitas ini sangat penting (Mkono, M., & Sundaram, A. 2017).

Penelitian ini berfokus kepada pemanfaat media sosial instagram untuk media informasi Kota Sumenep dan dilihat dari jumlah like serta comment pada postingan yang di upload oleh @sumenepsuperhits dapat disimpulkan bahwa akun ini merupakan akun pertama yang menjadi objek informasi dan gagasan serta kritik

melalui sosial media instagram, berdasarkan hal tersebut kesempatan untuk melihat bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai kebutuhan informasi bagi masyarakat Kota Sumenep dengan memiliki tujuan untuk mengoptimalkan akun tersebut untuk dijadikan sumber informasi yang utama serta akun informasi yang paling banyak diikuti oleh masyarakat Kota Sumenep, belum adanya penelitian yang berkaitan dengan objek tersebut. Dengan demikian, keterbaruan dari penelitian ini yaitu menganalisis efektivitas media sosial instagram @sumenepsuperhits sebagai kebutuhan informasi masyarakat Kota Sumenep.

Walaupun hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari kualitas informasi serta kredibilitas akun terhadap efektivitas pemenuhan kebutuhan informasi, tetap perlu dipertanyakan apakah efektivitas tersebut benar-benar telah tercapai pada akun @sumenepsuperhits. Efektivitas suatu media informasi tidak hanya ditentukan oleh banyaknya konten yang disajikan, tetapi juga ditinjau dari sejauh mana konten tersebut mampu memenuhi ekspektasi serta kebutuhan nyata masyarakat, khususnya masyarakat Kota Sumenep. Dalam hal ini, kualitas informasi memegang peranan penting. Informasi yang berkualitas adalah informasi yang akurat, faktual, jelas, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Jika informasi yang disajikan tidak akurat, mengandung kesalahan, atau tidak sesuai dengan kondisi faktual di lapangan, maka masyarakat akan meragukan nilai kebermanfaatannya. Akibatnya, akun tersebut tidak akan efektif dalam menjalankan fungsinya sebagai sumber informasi utama.

Demikian pula, faktor kredibilitas juga tidak kalah pentingnya. Kredibilitas menyangkut tingkat kepercayaan masyarakat terhadap akun, baik dari sisi konsistensi penyajian informasi, reputasi pengelola, maupun kejelasan sumber yang digunakan. Jika akun @sumenepsuperhits tidak mampu mempertahankan kredibilitasnya, maka informasi yang diunggah akan kehilangan legitimasi di mata pengikutnya. Kondisi ini tentu akan menurunkan tingkat efektivitas karena masyarakat cenderung memilih beralih ke akun atau media informasi lain yang dianggap lebih terpercaya dan mampu memberikan konten sesuai kebutuhan mereka. Dengan kata lain, efektivitas tidak dapat dicapai hanya dengan keberadaan akun dan aktivitas unggahan semata, tetapi

sangat ditentukan oleh sejauh mana kualitas informasi dan kredibilitas dapat dijaga serta sesuai dengan harapan masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah mengkaji secara komprehensif mengenai pengaruh efektivitas instagram sebagai kebutuhan informasi online, dimana kredibilitas sumber berpengaruh pada efektivitas persuasif pesan. Artinya, dimensi kredibilitas sumber di Instagram menjadi penentu kunci respon audiens terhadap informasi (Mucundorfeanu et al., 2025). Lebih lanjut, penelitian dari D'haeseleer et al., (2024) menemukan bahwa kredibilitas pesan dari kredibilitas sumber sementara label verifikasi dan komposisi visual ikut berperan. Ini menunjukkan mekanisme bagaimana kredibilitas sumber meningkatkan kepercayaan dan efektivitas kebutuhan informasi di Instagram. Sedangkan, dari segi aspek kualitas informasi, kualitas informasi menentukan risiko mis informasi dan secara implisit efektivitas Instagram sebagai saluran edukasi publik (Denniss et al., 2024). Meskipun sebagian besar penelitian menyatakan bahwa kredibilitas sumber dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap efektivitas Instagram sebagai media informasi, temuan empiris masih menunjukkan inkonsistensi. Sebagai contoh, penelitian eksperimental menemukan bahwa mediasi kredibilitas sumber yang dirasakan pada hubungan antara influencer dan efektivitas informasi tidak selalu signifikan (Kim & Wang, 2024). Sementara itu, meta-analisis terbaru juga mengidentifikasi adanya jalur parsial maupun tidak langsung yang gagal menunjukkan signifikansi (Barari et al., 2025). Artinya terdapat inkonsistensi atau kesenjangan antara penelitian sebelumnya, sehingga dalam penelitian ini bertujuan menganalisis secara simultan dari kedua variabel tersebut, untuk menjawab temuan sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini berfokus pada upaya untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media sosial Instagram, khususnya akun @sumenepsuperhits, dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kota Sumenep. Media sosial dewasa ini telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Tidak hanya sebagai medium hiburan, media sosial juga telah berkembang menjadi ruang publik

baru yang mampu menyajikan informasi dengan cepat, mudah diakses, dan menjangkau audiens yang luas. Dalam konteks tersebut, akun @sumenepsuperhits hadir dengan menawarkan berbagai konten yang berhubungan dengan informasi seputar Sumenep, baik berupa berita, pengetahuan umum, maupun hal-hal menarik yang terjadi di lingkungan masyarakat. Kehadiran akun ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana perannya dapat benar-benar dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber informasi yang relevan dan bermanfaat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai efektivitas pemanfaatan akun @sumenepsuperhits sebagai media informasi yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat Sumenep. Efektivitas tersebut tidak hanya diukur dari sisi banyaknya informasi yang disampaikan, melainkan juga ditinjau dari kualitas, akurasi, dan kredibilitas informasi yang diunggah. Apabila akun ini mampu menyajikan informasi yang faktual, jelas, dan sesuai dengan realitas, maka masyarakat akan lebih mudah menjadikan akun tersebut sebagai referensi utama dalam memperoleh informasi seputar daerahnya. Sebaliknya, apabila konten yang ditampilkan kurang berkualitas, tidak sesuai fakta, atau tidak relevan dengan kebutuhan masyarakat, maka akun ini tidak akan efektif, karena masyarakat akan memilih beralih ke sumber informasi lain yang dinilai lebih kredibel dan bermanfaat.

Lebih jauh, penelitian ini juga bertujuan untuk menilai bagaimana akun @sumenepsuperhits dapat berfungsi bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai media yang mampu membangun interaksi sosial dan memperkuat hubungan antara pengelola akun dengan pengikutnya. Hal ini sangat penting, sebab kepercayaan dan kedekatan emosional dari masyarakat akan memengaruhi tingkat perhatian mereka terhadap konten yang disajikan. Ketika informasi dianggap bernilai, bermanfaat, dan sesuai dengan harapan masyarakat, maka hal itu dapat memicu masyarakat untuk terus mengikuti, berpartisipasi, dan mempercayai akun @sumenepsuperhits sebagai salah satu sumber informasi utama di media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini menekankan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram, khususnya akun @sumenepsuperhits, tidak hanya sekadar mengenai keberadaan akun itu sendiri, melainkan juga bagaimana akun tersebut dapat berfungsi

efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Efektivitas ini akan terlihat apabila informasi yang dihadirkan mampu menarik perhatian, memberikan manfaat nyata, serta mendorong partisipasi masyarakat untuk terus mengikuti akun tersebut. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran akun @sumenepsuperhits sebagai media informasi sekaligus media komunikasi modern yang mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Kota Sumenep.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan, yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : Apakah terdapat pengaruh dan seberapa kuat pengaruh dari kualitas dan kredibilitas informasi terhadap efektivitas instagram @sumenepsuperhits sebagai kebutuhan informasi masyarakat kota Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh serta seberapa kuat pengaruh dari kualitas dan kredibilitas informasi terhadap efektivitas instagram @sumenepsuperhits sebagai kebutuhan informasi masyarakat Kota Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media pembelajaran, sarana informasi dan sumber ilmu serta menambah pengetahuan yang berhubungan khusus tentang efektivitas penggunaan media sosial akun instagram sebagai kebutuhan informasi.

2. Secara Praktis

- a) Salah satu syarat peneliti untuk memenuhi tugas akhir gelar sarjana strata satu (S1) Pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
- b) Hasil penelitian semoga dapat memberikan saran, ide, gagasan serta masukan untuk admin akun @sumenepsuperhits
- c) Agar menjadi refrensi dan acuan bagi peneliti yang akan meneliti terutama tentang efektifitas sosial media instagram sebagai media informasi.

