

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sejak zaman dahulu manusia sudah diciptakan sebagai makhluk sosial. Makhluk sosial adalah makhluk yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia membutuhkan manusia yang lain untuk bersosialisasi. Salah satu cara yang dipakai oleh manusia untuk bersosialisasi adalah dengan komunikasi.

Komunikasi adalah sebuah proses sosial di mana individu – individu yang ada menggunakan simbol – simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan hidup mereka (West dan Turner 2008).

Sejak dulu manusia telah menciptakan berbagai alat komunikasi, khususnya untuk komunikasi jarak jauh. Sejarah perkembangan komunikasi terus mengalami perubahan di setiap masa. Mulai dari mengirim pesan melalui merpati pos, menggunakan telegraf, telegram, pager, telepon kabel, telepon seluler, hingga *email* yang menggunakan *Internet*. Semuanya dimulai dari zaman prasejarah hingga zaman yang sudah *modern* seperti sekarang ini.

Pada zaman sekarang ini komunikasi tidak hanya dilakukan secara fisik tetapi dapat dilakukan melalui media komputer dan *Internet*. Melalui perangkat komputer dan telepon seluler yang sudah canggih, akses *Internet* pun sudah bisa dipakai dengan mudah. Meluasnya jaringan *Internet* ke seluruh dunia, membuat teknologi komunikasi semakin meningkat. Dari situ muncul beberapa media baru dalam ilmu komunikasi, yaitu media *Internet* atau yang biasa disebut dengan media *online*.

Di dalam media *online*, banyak situs dan aplikasi jejaring social yang muncul untuk mempermudah manusia berkomunikasi ke seluruh penjuru dunia. Beberapa contoh situs dan aplikasi jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Blog*, *Instagram*, *Path* dan berbagai jejaring sosial lainnya.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi sekarang ini, ada banyak aplikasi jejaring sosial yang sedang populer di kalangan masyarakat saat ini, salah satunya *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto berbasis telepon genggam yang hingga saat ini hanya tersedia bagi sistem operasi *Apple IOS* dan *Android*. *Instagram* memberikan keluasaan para penggunanya untuk mengambil foto dan *video*, mengeditnya dan kemudian membagikan hasilnya ke *followers* dan masyarakat di seluruh dunia.

Instagram pertama kali muncul sebagai sebuah aplikasi yang ditujukan kepada para pengguna *Apple* khususnya *Iphone* sebagai *platform* pertamanya. Pada 6 Oktober 2010 Kevin Systrom dan Mike Krieger merilis aplikasi *Instagram* ini ke *App Store*. Pada Desember 2011 pengguna *Instagram* telah mencapai 14 juta pengguna dan memiliki 400 juta foto yang telah di unggah oleh para pengguna. Sehingga aplikasi *Instagram* dinobatkan sebagai *Apps Of The Year* oleh *Itunes store* selaku penyebar pertama dari aplikasi *Instagram* (Tsukayama 2013).

Semakin populernya *Instagram*, banyak masyarakat yang tertarik menggunakan *Instagram* sebagai salah satu media komunikasi. Salah satunya adalah Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 yang banyak menggunakan *Instagram*. Penulis adalah salah satu Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 yang juga menggunakan *Instagram*. Dari pengalaman dan

pengamatan yang ada, sering sekali Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 mengunggah foto setiap *moment* ke aplikasi *Instagram*.

Tidak berhenti sampai disitu, pada tanggal 20 Juni 2013 layanan *video* diluncurkan di *Instagram*. Kini aplikasi *Instagram* tidak hanya berupa foto saja, tetapi pengguna juga dapat mengambil gambar dalam bentuk *video*. Semenjak munculnya layanan *video* pada *Instagram*, banyak kejadian yang tidak dapat diambil oleh foto tetapi dapat diperlihatkan dengan *video*.

Dari perkembangan jumlah pengguna yang sangat pesat dan fenomena yang ada, penulis ingin mengetahui motivasi Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 menggunakan *Instagram*. Setiap orang berkomunikasi pasti mempunyai motif komunikasinya. Berkomunikasi melalui foto atau *video* juga mempunyai motif komunikasi. Hal ini mengundang keingintahuan penulis untuk meneliti lebih lanjut mengenai apa yang menjadi motivasi Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 menggunakan *Instagram*.

I.2 Identifikasi Masalah

Dilihat dari perkembangan media sosial, *Instagram* termasuk aplikasi media sosial yang banyak penggunanya. Banyak orang dapat menjadi pengguna *Instagram* karena aplikasi *Instagram* dengan mudah dapat dipasang pada telepon seluler yang berbasis *IOS* atau *android*.

Belakangan ini “demam” *Instagram* sering Penulis lihat dimana – mana, khususnya di kalangan teman kuliah. Penulis kuliah di Universitas Pelita Harapan jurusan Ilmu Komunikasi 2010. Teman – teman Penulis terlihat seperti berlomba – lomba melaporkan setiap kejadian yang mereka alami ke *Instagram*. Contohnya

mereka selalu mengabadikan foto tempat – tempat yang mereka kunjungi, makanan yang mereka makan, barang yang mereka pakai, dengan siapa mereka saat itu, hal apa yang sedang mereka lakukan dan masih banyak lagi. Selain itu ada beberapa kejadian yang mungkin sulit untuk disampaikan dengan foto, mereka sampaikan dengan *video*. Dari fenomena itu, *Instagram* seperti menjadi media baru yang mereka butuhkan untuk melaporkan setiap aktivitas para penggunanya.

Sama seperti media sosial sebelumnya seperti *Facebook* dan *Twitter*, orang – orang terus menggunakan media sosial sebagai pemenuhan kebutuhan mereka. Berdasarkan dari pengalaman dan pengamatan Penulis, seseorang bisa memiliki media sosial lebih dari satu. Orang yang awalnya senang menggunakan *Facebook* bisa beralih ke *Twitter*, dan kemudian beralih ke *Instagram*. Orang dapat melakukan partisipasi aktif dalam menggunakan media sosial. Dengan bergabungnya mereka di beberapa media sosial itu menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang mereka cari pada media sosial tersebut.

Banyak orang pengguna *Facebook* yang beralih ke *Instagram*. Disebutkan dalam sebuah situs berita bbc.co.uk, pemilik perusahaan *Facebook* Mark Zuckerberg berani membeli saham *Instagram* karena pengguna *Instagram* terus bertambah. Mereka yang menggunakan *Instagram* pasti memiliki motivasi dan tujuannya tersendiri. Mereka memiliki pandangan dan tujuan yang berbeda – beda dalam menggunakan aplikasi *Instagram*.

Sehubungan dengan motivasi penggunaan *Instagram* di kalangan Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010, Penulis juga ingin menggabungkan teori Kegunaan dan Gratifikasi dalam penelitian ini. Teori ini

sangat berhubungan erat dengan motivasi penggunaan *Instagram*. Dalam penelitian ini, Peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kegunaan *Instagram* di kalangan Mahasiswi UPH jurusan Ilmu Komunikasi 2010.

I.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi permasalahan diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- I.3.1 Apa motivasi Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 menggunakan *Instagram*?
- I.3.2 Apa kegunaan *Instagram* bagi Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010?
- I.3.3 Mengapa Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 lebih memilih *Instagram* sebagai media berbagi foto dari pada media sosial lainnya?

I.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk

- I.4.1 Mengetahui motivasi Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 menggunakan *Instagram*.
- I.4.2 Mengetahui kegunaan *Instagram* bagi Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010.
- I.4.3 Mengetahui alasan Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 lebih memilih *Instagram* sebagai media berbagi foto daripada media sosial lainnya.

I.5 Kegunaan penelitian

Dengan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dalam berbagai aspek seperti berikut :

I.5.1 Kegunaan akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada peneliti dan pembaca mengenai kegunaan *Instagram* di kalangan Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010. Selain itu mengetahui motivasi mereka menggunakan *Instagram*, serta alasan mereka memilih *Instagram* sebagai salah satu media sosial pemuas kebutuhan.

I.5.2 Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada semua orang sebagai pengguna *Instagram* agar menjadi pengguna media sosial yang cerdas, selektif dan bijaksana dalam menggunakannya.

I.6 Sistematika Penulisan

Agar dapat membantu mempermudah pemahaman dari masalah – masalah yang akan diulas dalam penelitian ini dan memberikan gambaran yang sistematis, maka penulis mengelompokan hasil penelitian ini ke dalam enam bab dengan sistematika sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan mengenai latar belakang mengapa penulis tertarik untuk mengangkat tema tentang Analisis Kegunaan dan

Gratifikasi pada Mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010 sebagai pengguna *Instagram*. Bab ini akan menjelaskan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

2. BAB II OBJEK PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai objek penelitian penulis, yakni *Instagram*, kegunaan *Instagram* dan mahasiswi UPH Jurusan Ilmu Komunikasi 2010.

3. BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penjelasan – penjelasan dari teori yang akan dihubungkan dengan hasil penelitian sebagai sebuah tinjauan pustaka.

4. BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang meliputi jenis paradigma penelitian, metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, informan, teknik pengambilan informan, dan uji keabsahan data.

5. BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil dari wawancara. Pembahasan dari hasil wawancara akan dikelompokkan untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Selain itu, pembahasan juga akan dikaitkan dengan teori yang sudah ada.

6. BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari apa yang sudah diteliti dan saran dari Penulis.