

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini mengkaji mengenai respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial *instagram* Presiden Republik Indonesia @jokowi. Alasan peneliti membuat penelitian ini agar mengetahui bagaimana respon itu berdampak pada sikap mahasiswa mengenai akun media sosial *instagram* seseorang nomor satu di Indonesia yaitu Presiden RI Jokowi, akankah mengarah ke sikap positif atau negatif, karena sikap adalah bagian dari respon.

Alasan peneliti memilih mahasiswa, karena mahasiswa adalah individu yang paling aktif menggunakan gadget terutama dalam penggunaan media sosial. Gadget merupakan sebuah inovasi dari teknologi terbaru dengan kemampuan yang lebih baik dan fitur terbaru yang memiliki tujuan maupun fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Seiring perkembangan, pengertian gadget pun menjadi berkembang yang sering kali menganggap *smartphone* adalah sebuah gadget dan juga teknologi komputer ataupun laptop bila telah diluncurkan produk baru juga dianggap sebagai gadget. (voxindonesia.com)

Gadget juga banyak digunakan oleh kalangan anak muda khususnya mahasiswa. Berdasarkan www.pengertianku.net Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual. Mahasiswa adalah orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas, institut atau akademik. Mereka ialah orang-orang yang mendapat sebagai murid di suatu perguruan tinggi dapat disebut dengan mahasiswa. Peranan ataupun fungsi dari mahasiswa yaitu sebagai berikut; Pertama, sebagai Iron Stock, mahasiswa itu harus bisa menjadi pengganti orang-orang yang memimpin di pemerintahan. Kedua Agent of Change, dituntut untuk agen perubahan. Ketiga, Social Control, harus mampu mengontrol sosial yang ada di lingkungan sekitar. Keempat, Moral Force, wajib menjaga moral-moral yang sudah ada.

Bisa kita lihat disetiap waktu dan tempat dimanapun, setiap orang tidak bisa lepas dari gadget, khususnya pada remaja yang notabennya adalah seorang mahasiswa khususnya Prodi Ilmu Komunikasi. Mahasiswa Ilmu Komunikasi pasti harus mengetahui informasi atau berita terbaru dari segi apapun melalui media TV, radio bahkan internet. Mahasiswa Ilmu Komunikasi ini juga banyak mencari dan memerlukan media yang menyediakan informasi yang *up to date* di akun media sosial, khususnya *instagram* mengenai universitas guna menunjang

kewajiban sebagai mahasiswa, berita lowongan pekerjaan, maupun informasi seputar *entertainment*. Selain itu, mahasiswa adalah generasi muda penerus bangsa, jadi apabila menempatkan penelitian pada sikap yang dimana bagian dari respon mahasiswa maka dalam penelitian ini secara tidak langsung dapat menyampaikan aspirasi atau pendapat mahasiswa bagi politisi di era sekarang. Khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi pastinya juga harus mengetahui tujuan dari komunikasi itu sendiri yaitu suatu pesan, komunikator, komunikan, dan media dalam rana dunia politik, *new media*, *broadcasting* dan juga *public relation*.

Dari paparan diatas, menjelaskan bahwa alasan peneliti meneliti mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Adapula alasan mengapa memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi di Untag Surabaya karena Untag Surabaya adalah kampus swasta yang diminati oleh banyak masyarakat di Indonesia. Mahasiswanya merupakan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dan suku, khususnya di Prodi Ilmu Komunikasi. Jadi secara tidak langsung hasil dari penelitian ini nantinya berasalkan dari bagaimana hasil respon mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan berbagai macam asal daerah yang berbeda dan berbeda pula pola berpikirnya.

Di era digital ini, perkembangan teknologi pun semakin canggih. Dari waktu ke waktu, temuan hasil karya-karya yang inovatif semakin memudahkan pekerjaan manusia, terutama dalam hal berkomunikasi. Salah satu teknologi paling fenomenal dan sangat populer hingga sekarang adalah internet. Pengertian internet merupakan jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan bahkan milyaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis. Internet merupakan media komunikasi yang sangat digemari oleh masyarakat, karena internet mudah diakses, terjangkau, dan dianggap membuka jendela baru bagi masyarakat. Tidak heran jika masyarakat, khususnya mahasiswa lebih tertarik dan menyukai kegiatan sosial seperti berkomunikasi lewat internet karena dirasa cepat, praktis, dan mudah.

Kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana komunikasi memungkinkan setiap orang berkomunikasi dengan pihak lain yang terhubung dengan internet walaupun lokasi tempat tinggal mereka berjauhan. Menurut Hounhton, perkembangan internet terus berlangsung hingga kini. Diseluruh dunia jumlah pemakai internet tercatat sekitar 3 juta orang pada tahun 1994. Ditahun 1996 tercatat lonjakan drastis, jumlah pemakai internet hingga sebanyak 60 juta pengguna, pada tahun 1998 angka ini meningkat tajam

hingga mencapai 100 juta pengguna dan untuk tahun 2005 diprediksi jumlah pengguna internet bakal mencapai 1 milyar pengguna (Tjiptono, 2001:3).

Begitu besarnya pengguna internet di dunia sehingga semakin banyak pula bermunculan situs-situs baru yang dapat di akses oleh para pengguna internet dan mereka berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan pengguna internet yang sebanyak-banyaknya untuk mengakses internet. Sebagai contohnya, di era komunikasi global seperti sekarang ini banyak sekali bermunculan situs-situs *social networking* yang cukup menarik perhatian. *Social networking* adalah sebuah bentuk layanan internet yang ditujukan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang tertentu.

Dengan alasan diatas maka, makhluk sosial yaitu manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini yang mendorong manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Banyak pakar yang menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang yang hidup bermasyarakat. Seperti yang dikatakan Wilburn Schramm dalam Hafied (2004:1-2) bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat bisa terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Hal menarik berkaitan dikemukakan oleh Wilburn Schramm, dapat diambil satu kesimpulan menarik yaitu selain manusia sebagai makhluk individu, manusia sekaligus menjadi makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk sosial, bisa dikatakan seorang manusia akan kelihatan jati diri dan kemanusiannya ketika sudah terpenuhi kebutuhan sosialnya. Sebaliknya, seorang manusia akan kehilangan jati diri kemanusiannya jika mengasingkan diri dengan manusia lain. Pada saat inilah komunikasi menjadi sangat berperan sebagai salah satu manifestasi untuk memenuhi kebutuhan manusia. Melalui komunikasi manusia membangun diri dengan lingkungannya, melalui komunikasi juga peradaban manusia bisa maju.

Seperti yang kita rasakan bahwa saat ini kebutuhan akan informasi semakin meningkat dan tidak lagi dapat dibatasi dengan hanya komunikasi antar personal. Informasi harus sampai pada khalayak secara cepat dan menyebar seluas-luasnya. Hal ini yang melahirkan konsep media massa yang memiliki ciri-ciri komunikasinya terlembaga, bersifat satu arah, pesannya bersifat umum, menimbulkan kesepakatan dari komunikan heterogen.

Sejak kebutuhan itu lahir, media pun hadir dengan berbagai jenis atas media massa elektronik dan media massa cetak dan salah satunya yaitu media *online*. Bukan hanya diminati, tetapi kehadiran media *online* tidak lagi dapat dihindarkan, terutama bagi mereka yang membutuhkan informasi atau berita lainnya secara cepat dan mudah di akses dimana saja.

Tak hanya khalayak saja yang menggunakan fasilitas media *online* ini, ada beberapa perusahaan atau organisasi yang memanfaatkan *website* dan *e-mail* sebagai sarana komunikasi. Selain perusahaan atau organisasi, pemerintah pun tak ingin ketinggalan zaman untuk bisa tetap dekat dengan rakyat melalui media *online* ini. Pemerintah memiliki *website* yang ditempatkan untuk menyampaikan beberapa kegiatan mereka, agar masyarakat bisa mengetahui apa saja yang mereka lakukan selama memimpin masyarakatnya tersebut. Selain itu, pemerintah juga menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Ada beberapa pemerintahan yang menggunakan media *online* untuk bisa berinteraksi langsung dengan khalayak.

Fungsi dari media *online* sendiri yaitu sebagai sarana komunikasi yang tersaji secara *online* melalui koneksi internet, seperti *email*, *website*, blog, media sosial termasuk aplikasi *chatting* seperti *Whatsapp* dan *Line*. Sebagai sarana komunikasi massa pemerintah bisa menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat dengan cepat dan lebih mudah tentunya.

Media sosial merupakan bagian dari website dan media online. Media online adalah situs website yang berfungsi sebagai forum online atau sarana interaksi sosial, pergaulan, pertemanan antara orang-orang di seluruh dunia. Forum online ini juga berfungsi sebagai alat berbagi atau bertukar informasi, saling berkomentar dan sebagainya. Yang termasuk kedalam media sosial adalah *Facebook*, *Path*, *Instagram*, *Youtube* dan masih banyak media sosial lainnya yang digunakan oleh khalayak.

Salah satu bentuk dari keberadaan New Media adalah fenomena munculnya jejaring sosial ini. Mengapa disebut jejaring sosial karena aktivitas sosial ternyata tidak hanya dapat dilakukan di dalam dunia nyata (*real*) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial. Hanya saja medianya yang berbeda.

Dengan pemanfaatan media sosial, publik dapat mengetahui secara mudah dan cepat tentang informasi yang diberikan oleh perusahaan/pemerintah tersebut. Media sosial sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan

informasi-informasi terbaru yang diberikan oleh perusahaan/pemerintah, sehingga akan lebih memuaskan para pengunjung apabila media sosial diperbaharui secara *up to date*. Selain itu, penampilan dari foto/video yang ditayangkan dalam media sosial dengan tampilan yang menarik bisa menarik perhatian masyarakat untuk melihat informasi/berita yang ditampilkan dalam media sosial tersebut.

Seperti pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia (RI) kita, untuk mengikuti perkembangan zaman demi memenuhi informasi publik sebagai pengguna. Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, Presiden RI kita sendiri juga memilih media sosial *Youtube* dan *Instagram* agar bisa lebih mendengar apa saja keluhan warga dan sebaliknya, warga bisa tahu secara lebih jelas apa saja yang akan dan sedang dilakukan oleh para Presiden dalam membangun dan memimpin Negara ini, dalam semua konten baik yang menyenangkan maupun mendidik. Melalui akun *Youtube*-Presiden Joko Widodo dan *instagramnya* @jokowi, akun ini sering terlihat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari khalayak mengenai fenomena pemanfaatan akun media sosial *instagram*.

Instagram merupakan salah satu dari berbagai macam media sosial yang banyak di gemari masyarakat. *Instagram* adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pemilik *instagram* sendiri. Satu fitur yang menarik dari *instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak *instamatic* dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh piranti bergerak (Mus;2016). Banyaknya fitur-fitur *instagram* memudahkan dan memanjakan para penggunanya, salah satu fiturnya yaitu berupa *followers* atau pengikut. Sehingga masyarakat pengguna *instagram* dapat menjadi pengikut atau mengikuti akun milik orang lain.

Data yang diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil survey pada tahun 2016 ada tiga media sosial yang banyak digunakan atau diakses oleh masyarakat Indonesia. Menurut survey tersebut *Facebook* berada pada posisi pertama sebagai media sosial yang paling banyak menyedot pengguna di Indonesia yaitu 71,6 juta pengguna atau 54% masyarakat Indonesia menggunakan facebook. Kemudian di tempat kedua disusul oleh *Instagram* yang berhasil merebut hati para pengguna internet di Indonesia terutama bagi para remaja sebanyak 19,9 juta atau 15%. Media sosial ketiga yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia adalah *YouTube*, layanan

berbagi video ini mampu menarik pengguna internet sebanyak 14,5 juta atau 11% (Wahyu;2016).

Penjelasan diatas juga adalah salah satu alasan peneliti memilih meneliti akun *instagram* milik Presiden RI yang mengikuti era dengan memilih dua media sosial yang digandrungi khalayak, yaitu *Youtube* dan *Instagram*. Walaupun akun media sosial *instagram* termasuk akun pribadi, bukan akun organisasi yang tugas khususnya memberikan informasi tentang kegiatan Presiden, tetapi Presiden RI ini memanfaatkan akun *instagram*nya untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya terhadap khalayak melalui akun *instagram*nya tersebut. Hal utama inilah yang menjadikan peneliti melakukan penelitian mengenai *instagram* orang nomor satu di Indonesia. Isi konten akun media sosial *instagram* Jokowi baik dari segi kegiatan sehari-hari, politik maupun hiburan pun akan menjadi pusat perhatian lebih dan panutan banyak masyarakat. Jokowi juga termasuk dari *instagramer* dan *youtubers* yang aktif di dunia maya (media sosial).

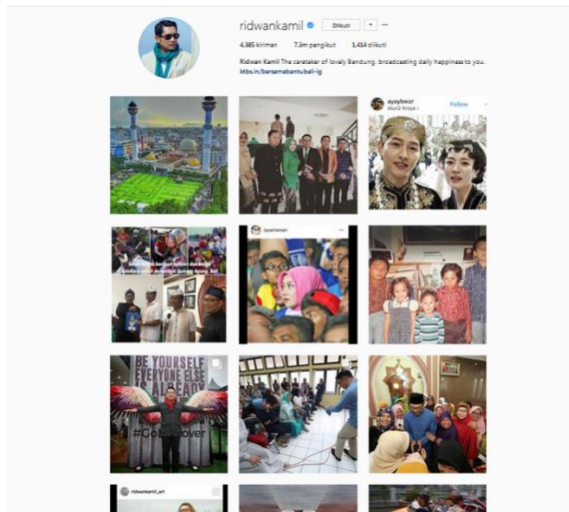
Konten *instagram* miliknya ini 70% memberikan informasi tentang kegiatan apa saja yang sedang dilakukan oleh Presiden RI dalam menata lebih baik lagi negara ini. Selain itu memberikan informasi-informasi berita hangat tentang Indonesia baik berita buruk seperti datang ke penngungsian bencana alam, hal-hal yang mendidik, pembangunan di berbagai daerah, maupun kebijakan lainnya yang perlu diketahui oleh khalayak luas. Dengan Presiden RI aktif di *instagram*, masyarakat di Indonesia bisa menulis keluhan maupun dukungan lewat kolom komentar dan suka. Informasi yang didapat didalam *instagram* Presiden RI bisa dipastikan akurat dan faktual, jika ada berita hoax yang menyebar dikalangan masyarakat lalu secepat mungkin Presiden RI menanggapi dengan meng-*update* di akun media sosial *instagram*nya apakah berita itu benar atau tidak. Hal semacam ini membuat Presiden RI menjadi lebih dekat dengan masyarakat di Indonesia.

Alasan media sosial *instagram* yang dipilih karena *instagram* salah satu sosial media yang saat ini marak digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dengan *instagram* dapat mengetahui segala macam bentuk-bentuk informasi, baik berita maupun kejadian yang sedang hangat diperbincangkan. Sebagai media yang berhasil menyedot pengguna di Indonesia yang menduduki urutan ke dua, *instagram* masih kalah dibandingkan dengan *facebook* yang masih menduduki posisi pertama sebagai media sosial yang sering diakses di Indonesia. Namun beberapa kalangan mahasiswa saat ini mengaku lebih senang menggunakan aplikasi *instagram* daripada *facebook*. Banyak mahasiswa mengaku masih menggunakan *facebook* namun *instagram* dinilai lebih simple dan mempunyai daya tarik sendiri bagi kalangan mahasiswa. Selain itu, Presiden

RI, Joko Widodo juga cukup aktif di *instagram*. Selain itu jika tujuan Jokowi menggunakan media sosial sebagai media pendekatan dengan warganya, khususnya bagi para anak muda dan mahasiswa mungkin bisa dibilang cara ini cukup efektif.

Fenomena *instagram* yang sedang marak saat ini yaitu banyaknya politisi pemerintahan yang menggunakan akun media sosial sebagai kepentingan politik seperti berkampanye atau memberikan info berita terkini sehingga orang bisa tahu dengan cepat berita tersebut. Bisa dirasakan bahwa banyak pemerintah maupun politisi yang juga mengikuti dan menyesuaikan perkembangan zaman dengan aktif di media sosial dengan menggunggah kesehariannya maupun menghadiri acara penting di akun pribadi para politisi. Sebagai contoh adalah akun media sosial milik walikota Bandung yaitu Ridwan Kamil. Akun media sosial *instagram* yang dikelola sendiri oleh walikota Bandung ini semata-mata tidak hanya tentang informasi politik tetapi juga menyelipkan postingan hiburan di akun *instagram* Ridwan Kamil ini.

Gambar 1.1 Contoh Akun Instagram Pemerintahan, Ridwan Kamil



Gambar 1.2 Contoh Akun Instagram Pemerintahan, Ridwan Kamil



Gambar 1.3 Contoh Akun Instagram Pemerintahan, Ridwan Kamil

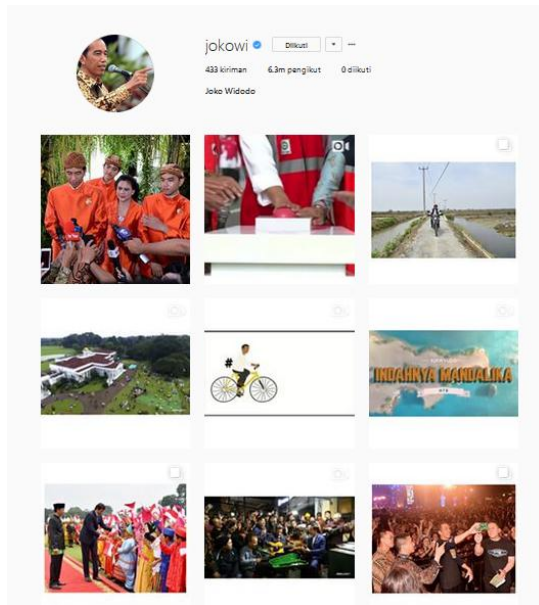


Sumber: *Olahan Peneliti*

Di Ambil Pada Tanggal 8 November 2017 Pukul 20;45 WIB

Instagram Presiden RI pun juga dikelola pribadi oleh Jokowi langsung, dan sudah memiliki banyak followers (pengikut instagram). Berikut adalah gambar dari akun media sosial instagram @jokowi:

Gambar 1.4 Akun Media Sosial Instagram Jokowi



Gambar 1.5 Akun Media Sosial Instagram Jokowi



Gambar 1.6 Akun Media Sosial Instagram Jokowi



Gambar 1.7 Akun Media Sosial Instagram Jokowi



Sumber: Olahan Peneliti.

Di Ambil Pada Tanggal 8 November 2017 Pukul 20;50 WIB

Peneliti meyakini dan menjadikan penelitian mengenai akun media sosial *instagram* Jokowi sebagai masalah dalam penelitian ini dengan alasan kuat dimana tidak semua orang khususnya mahasiswa bersikap positif terhadap akun media sosial seorang Presiden RI. Terdapat juga komentar maupun respon negatif, ditinjau dari postingan di konten *instagram* Jokowi ini, bisa dilihat secara langsung bahwa pada postingan hiburan soal keluarga Jokowi (pada gambar 1.5)

ada yang berkomentar baik maupun kurang baik. Oleh karena itu, peneliti ingin menspesifikasikan dengan sasaran kepada bagaimana respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya dengan alasan yang sudah dijelaskan diatas. Berdasarkan apa yang penulis paparkan di latar belakang masalah ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Respon Mahasiswa Tentang Akun Media Sosial Instagram @jokowi (Studi Deskriptif Kuantitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini secara khusus akan membahas permasalahan:

- 1.2.1 Bagaimana respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial *Instagram @jokowi*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui respon dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial *Instagram @jokowi*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Aspek Teoritis

1. Dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan terhadap kajian ilmu komunikasi, khususnya pada konsentrasi Public Relation dan juga New Media agar dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi rekan mahasiswa yang lain untuk melakukan penelitian mengenai media sosial *Instagram* dalam sebuah pemerintahan.
2. Melengkapi kepustakaan mengenai peran teknologi di pemerintahan sebagai media komunikasi yang dapat memberikan informasi yang cepat bagi publiknya.

1.4.2 Aspek Praktis

1. Menambah wawasan pengetahuan terutama dalam bidang kajian ilmu Public Relation dan juga New Media yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi komunikasi yang ada pada saat ini