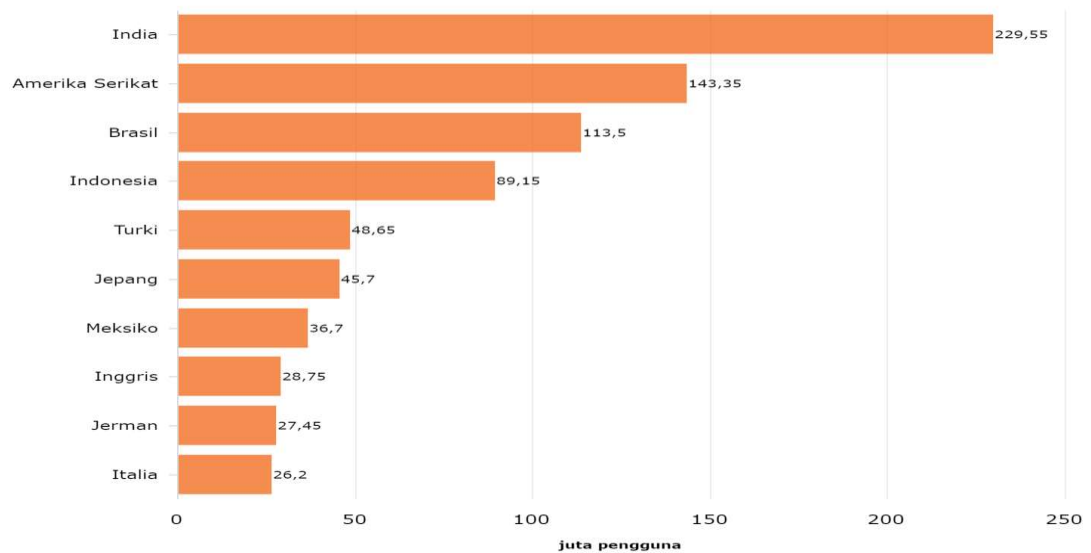


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Instagram adalah salah satu media sosial yang memudahkan pengguna atau *user* dalam berbagi foto, video serta berbagi momen aktifitas dalam bentuk foto dan video. Instagram tidak hanya dijadikan sebagai media untuk *having fun*, tetapi juga banyak dimanfaatkan oleh pengguna sebagai media informasi, promosi, iklan dan lain-lain. Menurut data yang diperoleh dari *We are Social*, Instagram menjadi salah satu media sosial yang dengan julukan media populer di dunia, bahkan di Indonesia tercatat sebagai pengguna aktif Instagram terbesar keempat di dunia yakni 89,15 juta pengguna



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Instagram Terbesar di Dunia

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto

secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram. Instagram adalah layanan jejaring sosial foto dan video-sharing dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram diluncurkan secara resmi pada Oktober tahun 2010 yang awalnya secara eksklusif hanya diperuntukkan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada April tahun 2012, barulah Instagram dirilis bagi pengguna ponsel berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November tahun 2012, lalu aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 Mobile pada April 2016 (Fallis, 2013).



Gambar 1. 2 Jumlah *Followers* Akun Instagram @semuarentangbatam
 Sumber : Akun Instagram @semuarentangbatam, 25 Februari 2023

Instagram juga dimanfaatkan oleh banyaknya pengguna di Kota Batam. Salah satunya adalah komunitas Semua Tentang Batam (STB) yang merupakan media dengan nama akun Instagram @semuatentangbatam. Berdasarkan hasil observasi, komunitas STB memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi dan pemasangan iklan yang terdiri dari informasi kehilangan yang terjadi di Kota Batam, pencurian yang terjadi di Kota Batam, lowongan kerja Batam dan informasi kriminal seputar Batam. Akun Instagram Semua Tentang Batam juga memberikan pelayanan atau pemasangan iklan dan promosi seputar Batam. Biasanya iklan yang di sajikan dalam akun tersebut berupa promosi kuliner di Kota Batam, promosi mengenai wisata, event atau kegiatan resmi di Kota Batam, dll. Semua yang berkaitan mengenai Kota Batam di sajikan langsung dalam bentuk konten. Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik. Sebuah isi pesan konten sebaiknya mampu menarik perhatian (*attention*), minat (*interest*), menumbuhkan keinginan (*desire*), dan mendorong tindakan (*action*) atau model AIDA. Kerangka kerja AIDA tersebut menjelaskan kualitas yang diinginkan dari setiap komunikasi (Tresnawati & Prasetyo, 2018).

Melalui sesi wawancara dengan admin Semua Tentang Batam, konten yang paling banyak mendapat *like* (suka) dan *comment* (komen) dari *followers* (pengikut) adalah jenis konten kehilangan atau pencurian. Pencurian yang dilakukan oleh masyarakat Batam sangat bervariasi dan tidak masuk akal. Contoh konten informasi pencurian melalui postingan Instagram STB yang telah peneliti

oberservasi yaitu Pencurian Satu Peti Cabai di Teras Rumah. Pencurian tersebut terjadi pada Rabu, 01 Februari 2023 sekitar pukul 16.55 WIB. Lokasi pencurian terjadi di Perumahan Buana Impian 1 Kota Batam. Kronologi kejadian menurut postingan yang di posting pada tanggal 7 Februari 2023, pelaku berjumlah dua orang dewasa menggunakan motor Yamaha Mio BP 4819 AM. Kedua pelaku sebanak tiga kali bolak-balik mengintai keadaan rumah korban. Kejadian pencurian ini sudah yang ke dua kalinya. Awalnya korban tidak ingin mengirim video pencurian ini ke akun Instagram *@semuatentangbatam*, namun karena kejadian ini sudah ke dua kalinya terjadi maka kami kirim agar menjadi efek jera dan proses hukum akan di lanjut, ujar korban. Postingan tersebut di *like* sebanyak 2.875 orang dan di *comments* sebanyak 55 orang. Beberapa komentar seperti “sial sekali nasibnya, dikenal karena mencuri cabai” ujar akun intagram *@andik.wi* pada postingan tersebut, komentar lain seperti “Harga cabai lagi mahal. Satu peti bisa dapat 500 sampai 700 ribu. Enak banget ya jadi pencuri tinggal ambil barang orang tanpa ada kerja. Ingat karma, masih Panjang hidup kedepan” ujar akun Instagram *@mentari_anggelika*.

Contoh konten pencurian lainnya yaitu informasi pencurian motor di parkirannya salah satu *in the* kos Bengkong Sarmen Batam. Pencurian motor ini terjadi pada tanggal 24 Januari 2023 sekitar pukul 23.10 WIB. Akibat dari pencurian ini yaitu hilangnya satu unit Honda Beat Street warna hitam dengan nomor Polisi 2788 RG yang terekam oleh CCTV. Kejadian ini sudah dilaporkan ke pihak Polsek terdekat. Postingan tersebut di *like* sebanyak 792 orang dan di *comments* oleh 21 orang. Beberapa komentar mengenai postingan tersebut contohnya seperti di kutip dari

@hilda_mtzsph “emang tidak ada *security* yah disana ? Kami saja tinggal di bengkong swadebi ada *security* malam kok”.

Melalui konten yang di posting akan mempengaruhi perilaku para pengguna Instagram. Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. *Skincare* (1938) dalam Notoatmodjo (2011) merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Melalui wawancara singkat dengan salahh satu *followers* akun @semuatentangbatam pada tanggal 1 Maret 2023, Tasya. Perilaku yang di lakukan oleh saudari Tasya ketika melihat konten informasi pencurian yaitu ketika ingin keluar rumah, saudari mengunci rumah dan amankan barang berharga terlebih dahulu. Kendaraan di masukkan ke teras rumah dan mengunci semua pintu dan pagar ketika ingin tidur malam. Perilaku ini sudah sering di lakukan agar tidak terjadi pencurian seperti konten yang sudah di posting oleh akun STB. Selain saudari Tasya, Adapula saudara Agil selaku *followers* akun Instagram STB yang melakukan tindakan atau perilaku berupa memeriksa kembali keadaan motor terkunci ganda dan menyalakan alarm pada motor. Hal ini Ia lakukan agar tidak terjadi seperti konten pencurian yang sudah Ia lihat melalui akun Instagram STB.

Berdasarkan berbagai latar belakang tersebut, maka peneliti memandang penelitian ini menarik untuk diteliti. Studi ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers*.

1.2 Identifikasi Masalah

Jadi dari latar belakang di atas dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh konten terhadap *attention followers*
2. Seberapa besar pengaruh konten terhadap *interest followers*.
3. Seberapa besar pengaruh konten terhadap *desire followers*.
4. Seberapa besar pengaruh konten terhadap *action followers*..

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan yang dibatasi oleh peneliti dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Pengaruh konten dalam penelitian ini dibatasi oleh tiga kategori menurut Business Dictionary yaitu Teks, Esensi dan Lem
2. Aspek perilaku dalam penelitian ini dibatasi oleh *Attetion, Interest, Desire* dan *Action*.
3. Objek penelitian di tunjukkan pada *followers* pada akun Instagram @semuatentangbatam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam?
2. Jika ada, seberapa besar pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1) Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* pada instagram semua tentang batam serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2) Manfaat praktis

a. Bagi penulis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang konten, perilaku, dan media social instagram.

b. Bagi peneliti selanjutnya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.