

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi mendorong dunia pada saat ini untuk berkembang dengan lebih cepat, dan ini adalah faktor yang mendorong masyarakat ke era pertumbuhan dan perkembangan yang luar biasa dalam berbagai bidang, termasuk pada aspek teknologi yang menjadi perhatian utama dalam kehidupan abad ke-21. Perkembangan teknologi yang semakin canggih dan modern membuat orang banyak dimudahkan akan hal tersebut. Saat ini kita dapat terhubung kemanapun didunia hanya dengan berbekalkan ponsel pintar dan kuota serta dapat melakukan apapun dengan mudah dan juga cepat, salah satunya adalah dengan menggunakan atau memanfaatkan media sosial yang efektif sebagai instrumen dalam melakukan komunikasi.

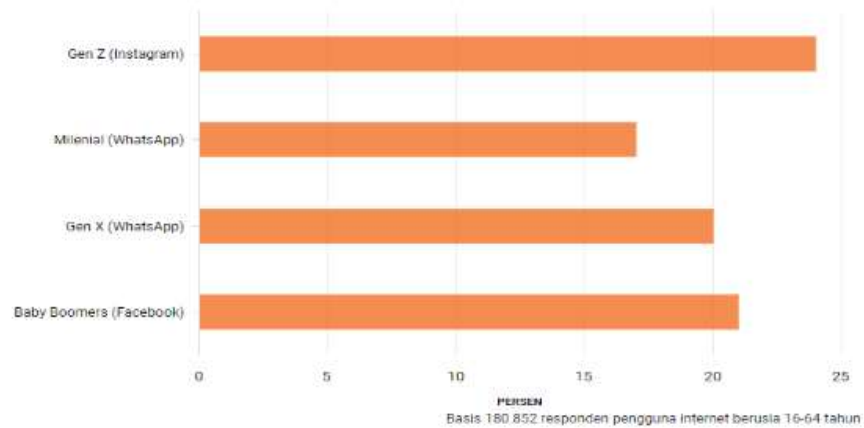
Dewasa ini paparan media sudah sangat umum dimasyarakat modern. Meskipun kita tidak menyadarinya, media dengan segala isi selalu ada dalam kehidupan manusia. Kehadiran media yang semakin beragam dan berkembang seiring berjalannya waktu tentu akan mempengaruhi segala sistem dari kehidupan manusia itu sendiri. Pada awalnya komunikasi pada media hanya berjalan searah, artinya penikmat dari media hanya dapat menikmati konten yang disajikan oleh sumbernya saja, dimana audiens hanya bisa menerima informasi melalui konten yang mereka konsumisi tanpa bisa memberikan *feedback* atau respon terhadap informasi tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu orang awam sebagai

penikmat media tidak lagi hanya sekedar menjadi penikmat konten saja, tetapi juga sudah dapat ikut serta dalam mengisi konten pada media tersebut.

Berdasarkan pernyataan Michael Cross, (2013) media sosial adalah tempat untuk mengacu pada berbagai teknologi yang digunakan untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan berinteraksi melalui pesan yang berbasis web. Berbagai macam teknologi dan fitur yang dapat diakses oleh pengguna terus berubah karena perkembangan yang terus terjadi. Ini membuat media sosial lebih *hypernym* daripada referensi khusus (Watie, 2016).

Berdasarkan dari laporan *Hootsuite dan We Are Social*, pada Oktober 2022 Facabook memiliki 2,93 miliar pengguna aktif yang menjadikannya sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak didunia, sedangkan Youtube dengan 2,51 miliar pengguna aktif, kemudian diikuti Whatsapp dengan 2 miliar pengguna aktif dan terakhir instagram dengan 1,38 miliar pengguna aktif (Yelvita, 2022) .

Dilihat melalui data, media sosial ternyata juga memiliki klasifikasi atau kelompok penggunanya tersendiri. Misalnya generasi milenial yang cenderung lebih banyak menggunakan aplikasi whatsapp, kemudian disusul oleh generasi X yang juga lebih dominan menggunakan aplikasi whatsapp, untuk selanjutnya pada generasi baby boomers yang cenderung tertarik menggunakan aplikasi atau sosial media facebook, dan yang terakhir adalah generasi Z yang lebih banyak aktif di media sosial instagram.



Gambar 1.1 Pemilihan media sosial berdasarkan asal generasi

sumber: databoks

Berbicara tentang Instagram, ini adalah jenis jejaring sosial yang memungkinkan orang berbagi foto dan video satu sama lain. Pengguna dapat mengunggah media dengan filter, tagar, dan penandaan geografis melalui aplikasi yang dimiliki oleh perusahaan Amerika Metta. Unggahan dapat dibagikan dengan pengikut yang telah disetujui sebelumnya atau secara publik, dengan menggunakan *tag* dan lokasi konten pengguna dapat melihat konten yang sedang *tren*, menyukai foto, dan mengikuti pengguna lain untuk menambah konten ke *feed* pribadi mereka.

Menghitung usia pada generasi sekarang, maka yang terhitung remaja hingga remaja dewasa ialah yang biasa disebut sebagai generasi Z. Generasi Z yang dilahirkan pada tahun 2020 adalah sekelompok anak remaja yang mulai menunjukkan tanda-tanda peningkatan perkembangan jiwa seperti mencapai identitas diri, mencapai tahap genital dari perkembangan psikis dan seksual

(Khrishananto & Adriansyah, 2021). Mereka merupakan generasi yang dikategorikan sebagai generasi pengguna media sosial instagram yang paling aktif.

Instagram merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh Kevin Systrom, yang merupakan lulusan Universitas Stanford berusia 27 tahun . Kevin Systrom bekerja di startup perjalanan Nextstop. Sebelumnya Systrom bekerja di *associate corporate development* di Google (GOOG) dan magang di Odeo, yang kemudian berubah menjadi Twitter (TWTR). Systrom tidak memiliki pelatihan ilmu komputer, sehingga dia belajar kode di Nextstop setiap malam dan akhir pekan. Kevin Systrom akhirnya membuat aplikasi web prototipe yang disebut dengan Burbn, terinspirasi oleh seleranya akan wiski dan bourbon yang enak.

Awal munculnya instagram adalah aplikasi Burbn. Meskipun aplikasi *check-in* berbasis lokasi sangat populer pada saat itu, fitur Burbn sangat unik. Pada Maret 2010 merupakan titik balik saat Systrom datang pesta untuk Hunch, yang merupakan sebuah *startup* berbasis di Silicon Valley. Systrom bertemu dengan dua orang sebagai pemodal ventura dari Baseline Ventures dan Andreessen Horowitz. Ketika memperlihatkan prototipe aplikasinya kepada mereka, selanjutnya mereka membahas lebih lanjut. Setelah pertemuan itu, Systrom mengambil keputusan untuk berhenti bekerja dan berfokus pada Burbn. Dua minggu, dia mendapat dana 500.00 dollar AS untuk pendaan di awal yang berasal dari Baseline dan Andreessen ini bertujuan untuk lebih dapat mengembangkan kewirausahaannya.

Orang pertama yang masuk bergabung dengan Systrom adalah Mike Krieger berusia 25 tahun. Mike Krieger juga merupakan lulusan dari Stanford.

Sebelumnya Mike bekerja sebagai insinyur serta perancang dari pengalaman pengguna platform media sosial Meebo. Kecerdasan yang mereka miliki membuat fitur yang menarik sehingga dapat digunakan di foto, yaitu *filter*. Oleh karena itu mereka mengembalikan Burbn kepada fungsi foto, *likes* dan komentar. Setelah itu, mereka mengubah nama aplikasi menjadi instagram, dengan mengabungkan kata instan dan telegram.

Empat alasan remaja aktif menggunakan media sosial yang pertama adalah keinginan untuk mendapat perhatian orang lain. Menurut penelitian *Pew Research Center* menunjukkan bahwa remaja menyukai aktivitas seperti berbagi informasi di media sosial, berbagi informasi ini bertujuan untuk mendapatkan perhatian lebih. Alasan yang kedua adalah remaja saat ini sering meminta pendapat rekan-rekannya saat memutuskan sesuatu. Didunia nyata hal tersebut merupakan keadaan yang terlihat wajar, akan tetapi ketika itu terjadi hal tersebut menjadi sesuatu yang berlebihan dilakukan di media sosial. Disamping itu dengan hadirnya media sosial membuat remaja selalu meminta pendapat rekannya tentang hal-hal kecil. Kemudian alasan yang ketiga yaitu media sosial dapat membangun citra diri. Ini karena media sosial tidak dapat menggambarkan secara akurat siapa penggunanya. Akibatnya, remaja menggunakan media sosial yang dapat meningkatkan *prespektif* positif. Alasan terakhir adalah menjadi ketagihan, dari apa yang dilakukan oleh remaja akan mengalami kesulitan. Individu akan terjebak dalam lingkaran konflik media sosial yang sebenarnya mereka juga termasuk pelaku didalamnya.

Instagram memiliki efek positif dan negatif seperti semua *platform* media sosial lainnya. Dampak positif yang dapat diberikan dari adanya media sosial

instagram adalah memudahkan hubungan dengan kerabat atau teman, baik yang kita kenal sejak lama maupun yang belum kita ketahui. Baik mereka yang sangat dekat dengan kita dan juga dengan mereka yang jauh dengan kita. Menggunakan media sosial, artinya kita dapat berhubungan dengan setiap teman kita tanpa mengalami kendala yang signifikan. Kemudian cara kita melakukan komunikasi di instagram dengan teman yaitu dengan memberikan komentar pada postingan teman kita.

Salah satu aktivitas pada media sosial instagram yang sering dilakukan remaja SMA adalah menggunakan instagram secara aktif, dengan berbagi postingan yang di publikasikannya pada akun instagram mereka. Pengguna lainnya akan mengetahui dan memberikan pertanyaan kepada kita. Melakukan publikasi pada instagram, remaja akan merasa keadaan mereka diakui atau divalidasi oleh orang banyak.

Dampak positif yang sudah dijelaskan diatas, media sosial juga memiliki dampak negatif dalam penggunaannya terkhusus bagi para remaja sebagai pengguna aktif dari media ini. Diketahui bahwa penggunaan Instagram berdampak negatif bagi perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online. Kemudahan yang diberikan oleh Instagram membuat remaja semakin gemar mengkonsumsi barang yang tidak menjadi prioritas utama mereka, dengan kata lain bahwa remaja lebih senang membeli barang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan lagi (Khairunnisa, 2014). Salah satu contohnya yaitu kebanyakan remaja melakukan publikasi barang dengan harga yang cukup mahal, baik itu berupa sepatu,tas, pakaian, dan lain-lain.

Keintensitasan remaja menggunakan media sosial mengakibatkan semakin sering pula remaja akan terkena terpaan isi dari konten-konten media sosial instagram. Dengan keintensitasan penggunaan media sosial instagram, remaja merasa semua kebutuhan mereka dapat dipenuhi dari instagram. Mulai dari informasi seputar pendidikan, *fashion*, kecantikan, dan sebagainya. Hal ini menjadikan remaja sebagai pengguna aktif lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk menonton konten-konten yang terdapat pada media sosial instagram dari pada melakukan hal berguna lainnya.

Kurangnya pengetahuan literasi media oleh usia remaja, membuat remaja sebagai pengguna aktif tidak melakukan penyaringan atas setiap konten yang akan ditonton. Oleh karena itu tidak sedikit remaja akan mengalami perubahan dari kepribadiannya. Kepribadian seseorang akan berubah karena beberapa faktor seperti pengalaman, pembawaan serta kebudayaan yang ada.

Perubahan kepribadian remaja merupakan dampak yang ditimbulkan dari keintensitasan terpaan konten media sosial instagram. Pusat perhatian sangat besar ditujukan pada media sosial instagram, dibandingkan dengan orang-orang yang berada didekat mereka. Tidak jarang kepribadian seperti ini memberikan rasa tidak nyaman oleh orang yang ada didekat mereka. Perubahan kepribadian remaja berkaitan dengan keintensitasan penggunaan media sosial instagram menjadi perhatian yang cukup serius.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah awal yang sangat penting dalam proses penyusunan penelitian. Ini melibatkan pengidentifikasian dan pemahaman secara mendalam terhadap masalah atau isu yang diteliti. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah media sosial instagram dapat mempengaruhi karakter pribadi remaja, serta kebebasan dalam penggunaan instagram dapat membuat remaja lebih banyak melihat pengekspresian diri di instagram, sehingga bisa mempengaruhi karakter pribadi dari pengguna.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka masalah akan dibatasi karena keterbatasan dari penulis baik segi waktu, kemampuan, tenaga dan biaya. Dengan demikian penggunaan media sosial instagram dalam penelitian ini dibatasi oleh dimensi interaktivitas seperti durasi, ketertarikan, frekuensi dan penghayatan konten di instagram pada karakter pribadi remaja di SMAN 05 Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat agar masalah lebih fokus, sehingga inti dari permasalahan dapat diatasi serta membuat lebih mudah untuk dilakukan penelitian. Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu:

1. Seberapa tinggi tingkat terpaan menonton konten media sosial instagram pada remaja

2. Seberapa besar terpaan konten media instagram dapat mempengaruhi karakter pribadi remaja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan maka maksud penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa tinggi terpaan menonton konten media sosial instagram pada remaja.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar terpaan konten media sosial instagram dapat mempengaruhi karakter pribadi remaja.

1.6 Manfaat Teori

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan untuk kemajuan dalam ilmu komunikasi dan ilmu komunikasi media.
2. Diharapkan bahwa pengetahuan yang saya peroleh selama perkuliahan akan meningkatkan kapasitas saya sebagai penulis dan mengajarkan saya untuk berpikir kritis.
3. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan dalam konteks dan tempat yang lebih luas.
4. Memiliki kemampuan untuk meningkatkan konsep yang mendukung teknologi, terutama platform media sosial.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun kegunaan praktisi yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dapat menjelaskan adanya rasa kepuasan menggunakan media sosial instagram.
2. Penelitian ini dapat memberikan rasa kesadaran kepada remaja untuk menggunakan media sosial instagram pada sisi positif.
3. Penelitian ini dapat menjelaskan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan karakter pribadi pada remaja.
4. Peneliti berharap penelitian yang dibuat dapat dijadikan referensi semua pihak yang membutuhkan, seumbangan pemikiran dalam hal terpaan konten media sosial instagram.