

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kecanggihan teknologi melalui media *online* saat ini membuat informasi di dunia seperti tanpa batas, dan telah menjadi kebutuhan utama bagi kebanyakan orang untuk belajar berbagai aspek kehidupan. Dari berbagai macam aspek yang ada, salah satu yang terkena dampaknya adalah aspek komunikasi dalam masyarakat. Bentuk komunikasi dalam masyarakat dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Gambaran komunikasi secara langsung yaitu masyarakat dapat berinteraksi dengan bertatap muka, saling mengobrol. Bentuk komunikasi tidak langsung masyarakat dapat menggunakan *platforms* di media *online* seperti *instagram*, *whatsapp*, *sms*, dan lain sebagainya.¹

Internet bukanlah hal yang asing lagi, terutama bagi remaja di perkotaan. Terlihat dari survei terbaru yang diadakan oleh Spire Research & Consulting yang bekerja sama dengan Majalah Marketing (2008) mengenai tren dan kesukaan remaja Indonesia terhadap berbagai jenis kategori. Para remaja telah mengerti dan menggunakan internet dalam kegiatan sehari-harinya. Survei yang dilakukan di lima kota besar Indonesia (Jakarta, Semarang, Surabaya, Medan dan Makassar) tersebut melibatkan 1.000 responden yang berumur 13-18 tahun atau masih duduk di bangku SMP dan

¹ Landasan Teori *Uses and gratifications* Menurut Para Ahli – Asumsi dan Motifnya. Available at: <https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications/amp> (diakses 30 Juni 2019)

SMA. Dilihat dari perkembangan usianya, merupakan remaja awal yang sedang berada di dalam pencarian jati diri, cenderung mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi, mencoba hal-hal baru, mudah terpengaruh dengan teman-teman sebayanya, dan juga mulai suka memperluas hubungan antara pribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya, baik laki-laki maupun perempuan (Moenks dan Knoers: 2006, dan Sarwono, 2004: 24

Terkait dengan aktivitas internet yang telah dilakukan kalangan remaja perkotaan di Indonesia, sejumlah survei dan studi sebenarnya telah diadakan berbagai pihak sebelumnya sekitar tahun 2000 sampai dengan 2003-an yang juga mengungkap aktivitas internet remaja meskipun bukan menjadi kajian utama. Hasil dari polling deteksi Jawa Pos (2000) terhadap 252 responden pelajar SMA Surabaya didapatkan bahwa sebagian besar pengguna internet menggunakan chatting (62,3%). Penelitian lain yang dilakukan oleh Surya (2002) terhadap remaja yang duduk di bangku SMA dan perguruan tinggi di kotamadya Surabaya ditemukan juga bahwa fasilitas internet yang sering digunakan mereka adalah chatting dan emailing, disusul kemudian browsing dan downloading. Lalu, studi yang dilakukan Novanana (2003), menunjukkan juga bahwa dari 182 remaja-remaja SMA di Jakarta Selatan yang diteliti, chatting merupakan aktivitas internet yang paling dominan dilakukan, dengan jumlah responden sebanyak 50,5%. Dari hasil studi-studi tersebut dapat disimpulkan bahwa aktivitas internet yang paling banyak dilakukan kalangan remaja perkotaan di Indonesia saat itu pada umumnya adalah chatting. Gambaran penggunaan internet oleh kalangan remaja perkotaan di Indonesia yang secara khusus untuk mengetahui bagaimanakah kalangan

remaja di perkotaan mengenal dan menggunakan internet pertama kalinya dan memanfaatkan internet, aktivitas-aktivitas internet apa sajakah yang mereka lakukan saat menggunakan internet, dan termasuk untuk kepentingan apa sajakah mereka melakukan aktivitas-aktivitas internet tersebut masih belum dilakukan. Padahal, seperti yang diketahui generasi muda fasilitas internet kini sudah semakin canggih, tidak lagi hanya bisa digunakan untuk e-mail atau chatting via mIRC, seperti yang ditunjukkan pada hasil sejumlah survei atau studi yang telah diadakan sebelumnya sekitar tahun 2000 sampai dengan 2003 tapi sudah terdapat Yahoo Mesenger, Facebook, YouTube, blog.²

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memudahkan penggunaannya untuk berbagi foto dan video disertai berbagai macam filter digital. Foto dan video yang diunggahpun juga dapat diberi *tagging* yang ditujukan kepada teman lain sesama pengguna instagram. Instagram merupakan aplikasi yang unik dan lengkap karena aplikasi tersebut memiliki banyak fitur . Terdapat lima fitur utama di instagram yaitu *home page*, *comment*, *explorer*, *profile*, *new feed*. Selain lima fitur utama ada juga fitur pendukung lainnya yaitu *captions*, *hashtag*, dan lokasi. Pada instagram terdapat beberapa aktivitas like, comments, follow, mentions. Instagram juga memiliki fitur yang menarik yaitu fitur “cerita” atau “*story*”. Fitur *story* adalah fitur untuk mengunggah foto maupun video yang hanya akan muncul selama 24 jam dan setelah 24 jam *story* tersebut akan hilang. Yang menarik dari fitur

² Qomariah, Astutik Nur. Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan avaialbe at: file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Perilaku_Penggunaan_Internet_pada_Kalang.pdf. diakses 18 Agustus 2019

story selain banyaknya filter digital yaitu adanya stiker-stiker digital yang menarik dan penambahan efek-efek unik seperti efek *boomerang* yaitu perekam video selama 6 detik dengan pengulangan, *superzoom* yaitu efek perbesar yang dilengkapi berbagai varian perbesaran dan *rewind* yaitu fitur perekaman video dan selesai proses perekaman selesai, hasilnya video akan diputar mundur ke belakang³.

Berbeda dengan Instagram *feed*, pada *story* dapat dilihat *basic analytics*, yang menunjukkan berapa kali postingan dalam *story* telah dilihat dan siapa yang melihatnya. Selain itu, pengguna juga dapat dengan mudah menyembunyikan seluruh *story* dari akun yang tidak diinginkan untuk melihat *story* yang telah diunggah dengan menekan pilihan "*hide*".⁴Keuntungan yang didapat dari menggunakan *story* antara lain adanya peningkatan untuk melakukan *sharing* tanpa harus memperhatikan keindahan dan estetika sebuah foto/ video seperti yang dilakukan saat mengunggah foto/video di *feed*.⁵ Selain itu, data pada berbagai *brand* dan Instagram menemukan bahwa sebagian besar *brand* mengunggah foto/video 1 hingga 2 kali perhari

³ Hazisah, Dwi Syahnaz. Pengaruh *Instagram Story* Terhadap Eksistensi Diri Kalangan Siswa-Siswi SMAN 1 Makasar. available at: <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/25734/DWI%20SYAHNAZ%20HAZISAH%2014.pdf?sequence=1> (diunduh 29 September 2018)

⁴ Elite Marketer, "Updatean Terbaru Social Media, Instagram Meluncurkan *Instagram Story*", diakses dari <https://elitemarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-story/> pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 20.00.

⁵ Vox Media, "*Instagram Story* Kevin Systrom Interview Facebook", diakses dari <https://www.theverge.com/2018/8/2/17640632/instagram-story-kevin-systrom-interview-facebook>, pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 20.00.

pada Instagram *feed*.⁶ Namun, dengan Instagram *story* pengguna tidak perlu merasa ragu untuk mengunggah lebih banyak konten foto/video, bahkan pengguna dapat mengunggah sebanyak yang diinginkan selama satu hari penuh dengan kreatifitas tanpa batas dan tanpa membebani beranda orang lain.⁷ Melalui Instagram *story*, pengguna juga dapat saling mengomentari/berdiskusi secara personal mengenai konten yang diunggah di *story* dengan cara menekan dan mengirim pesan pribadi di Instagram *direct*.⁸ Selain itu, dengan mengunggah *story* juga dapat memberi jalan bagi pengguna untuk tetap *top-of-mind* walaupun *feed* yang diunggah tidak selalu berada pada urutan teratas *feed*, dengan kata lain pengguna dapat meningkatkan *engagement* di Instagram.⁹ Keuntungan terakhir yang didapat dalam penggunaan Instagram *story* yakni pengguna dapat meningkatkan komunikasi dengan *followers* melalui kolom Instagram *direct* dan melalui *story* “*live*” yakni mengunggah video yang dilakukan secara langsung dan interaktif.¹⁰

⁶ Union Metrics, “Brands on Instagram Whitepaper” diakses dari <https://unionmetrics.s3.amazonaws.com/wp/2014/09/Brands-on-Instagram-Whitepaper-Sept14.pdf>, pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 20.30.

⁷ Instagram, “*Story*” diakses dari <https://instagram.tumblr.com/post/148348940287/160802-story>, pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 21.30.

⁸ Elite Marketer, “Updaten Terbaru Social Media, Instagram Meluncurkan Instagram *Story*”, diakses dari <https://elitemarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-story/> pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 20.00

⁹ Elite Marketer, “Updaten Terbaru Social Media, Instagram Meluncurkan Instagram *Story*”, diakses dari <https://elitemarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-story/> pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 20.00

¹⁰ Elite Marketer, “Updaten Terbaru Social Media, Instagram Meluncurkan Instagram *Story*”, diakses dari <https://elitemarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-story/> pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 20.00

Penelitian mengenai bagaimana penggunaan instagram *story* sebagai bentuk kepuasan diri pada anak SMA di Semarang, anak usia tersebut berkisar antara 16 hingga 18 tahun dapat di kategorikan sebagai anak usia remaja. Remaja sendiri merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju masa dewasa. Pada masa ini terjadi perubahan-perubahan baik fisik maupun psikis. Dalam masa remaja biasanya seorang anak sedang mencari dan ingin menunjukkan jati dirinya kepada lingkungan sosial. Terdapat banyak cara untuk menunjukkan jati diri di lingkungan sosial, namun seiring mengikuti perkembangan jaman salah satu cara yang dilakukan adalah melalui media online instagram. Sebagai pengguna instagram anak muda usia tersebut memanfaatkannya sebagai bentuk pengekspresian diri karena instagram menawarkan berinteraksi di lingkungan sosial tanpa batas dan tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Salah satu bentuk pengekspresian diri yang dilakukan yaitu dengan menunggah foto dan video melalui instagram *story*. Dengan melakukan hal tersebut, pengguna dapat memenuhi kesenangan dan kepuasan tersendiri.¹¹

Saat ini waktu yang dihabiskan anak muda untuk bermain instagram sering kali lebih banyak daripada waktu yang digunakan untuk belajar dan berkumpul bersama keluarga. Menggunakan instagram saat makan, berjalan dan tak terkecuali pada saat belajar juga dilakukan anak muda usia SMA. Berbagai alasan menarik seperti dapat meminta pendapat, diperhatikan,

¹¹ Sarwono. 2013. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada. Hal: 42

mendapatkan banyak teman (*followers*), bahkan ajang pamer memotivasi remaja dalam menggunakan instagram¹².

Kepuasan memiliki arti perasaan atau rasa menyenangkan yang timbul apabila kebutuhan dan harapan tertentu individu tersebut terpenuhi. Kepuasan masing individu berbeda, setiap orang mempunyai cara tersendiri untuk mengekspresikan kepuasan diri mereka. Seiring dengan perkembangan jaman saat ini banyak individu yang memilih media sosial untuk memenuhi kepuasan diri¹³

Dari semuanya itu, tentu mengandung nilai positif dan negatif tergantung dari yang mereka lakukan di media sosial khususnya instagram. Dari segi positif remaja dapat menyalurkan semangat dan antusiasnya melalui instagram contoh seperti membuat konten-konten tutorial rias wajah dan di *posting* melalui akun instagram *story* yang dimiliki atau dengan *sharing* tips-tips agar menang dalam kompetisi *game online*. Hal-hal positif lainnya yang dihasilkan melalui instagram akan membuat remaja merasa bangga atas karya yang dihasilkan dan eksistensi positif dirinya dapat diakui, bahkan mereka juga dapat menghasilkan uang dari aktivitas tersebut. Namun, dari sisi negatifnya ketika mereka mengakses dan mengunggah hal-hal yang melenceng dari norma seperti pornografi, kekerasan, *bullying* dan *black*

¹² Hazisah, Dwi Syahnaz. Pengaruh *Instagram Story* Terhadap Eksistensi Kalangan Diri Siswa-Siswi SMAN 1 Makasar. available at:

<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/25734/DWI%20SYAHNAZ%20HAZISAH%2014.pdf?sequence=1>
(diunduh 29 September 2018)

¹³ Nurudin.2007. Pengantar Komunikasi Massa. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta. Hal: 183

campaign. Kegiatan seperti itu dapat justru dapat merugikan diri mereka sendiri dan orang lain¹⁴.

Penelitian yang dilakukan Hayumi pada tahun 2014 dengan judul: Penggunaan Instagram sebagai Bentuk Eksistensi Diri, menunjukkan bahwa terdapat 57% dari 30 orang responden sering menggunakan instagram. Didalamnya terdapat 70% dari 30 responden menggunakan instagram selama 1-3 jam/ hari dan 37% menggunakan instagram untuk meng-*upload* foto dan 33% untuk memberikan komentar atau “like”. Selanjutnya alasan penggunaan instagram yaitu 43% dari 30 responden menggunakan instagram untuk berbagi momentum.¹⁵

Penelitian ini dilakukan di 6 SMA di Semarang yang meliputi 3 SMA Negeri dan 3 SMA Swasta yakni SMAN 1, SMAN 3, SMAN 4, SMA Kolose Loyola, SMA Karangturi, dan SMA Kristen Tritunggal karena sekolah tersebut merupakan sekolah dengan 3 peringkat tertinggi pada SMA negeri dan SMA swasta berdasarkan nilai ujian nasional tahun 2019¹⁶. Kelima sekolah tersebut memiliki satu persamaan yaitu dapat menggunakan ponsel pada jam saat jam pembelajaran terlangsung untuk mencari materi di internet.¹⁷

Dari penelitian-peneitian sebelumnya diketahui terdapat berbagai pengaruh yang disebabkan oleh penggunaan Instagram *story*. Oleh karena

¹⁴ Mahendra, Bimo. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi) . available at: publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/.../1259 (dunduh 10 Juni 2018)

¹⁵ Hayumi, Nidya Zahra. Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri. available at: <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-4/20404709-MK-Nidya%20Zahra%20Hayumi.pdf> (diunduh 10 April 2018)

¹⁶ Kementerian pendidikan dan kebudayaan, “Laporan Hasil Ujian Nasional 2019”, diakses dari <https://hasilun.puspendik.kemdikbud.go.id/#2019!sma!capaian!03&01&999!T&T&T&1&13!&>, pada tanggal 29 Oktober 2019 pukul 14.00.

¹⁷ Wawancara dengan beberapa siswa SMA di Semarang.

itu, pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh fitur Instagram *story* terhadap siswa di enam SMA kota Semarang.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan suatu masalah penelitian yaitu:

1.2.1. Seberapa besar pengaruh fitur instagram *story* terhadap kepuasan siswa di 6 SMA kota Semarang?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fitur instagram *story* terhadap kepuasan siswa di 6 SMA kota Semarang.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna untuk menambah ilmu wawasan tentang media sosial, *new media*, dan kepuasan diri. Penelitian ini juga menambah wawasan mengenai korelasi antara *new media* dengan kepuasan diri.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna untuk menginformasikan kepada pembaca bagaimana penggunaan instagram *story* sebagai kepuasan diri supaya dapat menjadi acuan untuk pembaca ketika ada situasi yang sama.

1.5. TATAKALA PENELITIAN

NO.	KEGIATAN	2018	2019			2020												
		SEP	JULI	AGU	SEP	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUNI	JULI	AGU	SEP	
1	Perencanaan Penelitian																	
	Pengajuan Topik																	
	Penyusunan Proposal																	
	Seminar Proposal																	
2	Pelaksanaan Penelitian																	
	Pengumpulan Data																	
	Analisis Data																	
3	Penyusunan Laporan																	
	Penulisan Laporan																	
	Ujian Skripsi																	

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan penulisan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab, sebagai berikut:

Pada bab I terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, lokasi & tatakala penelitian, dan sistematika penulisan laporan akhir.

Pada bab II merupakan pemaparan tentang penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini. Selain itu, pada bab II ini memaparkan tentang kajian teori.

Pada Bab III akan menjelaskan secara lebih rinci mengenai rancangan penelitian, prosedur penelitian, teknik penarikan sampel, penetapan variable penelitian, teknik analisis dan metode-metode lainnya.

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan. Pada bab ini memaparkan proses temuan hasil penelitian, menganalisa dan memberikan bahasan. Merealisasikan antara hasil dengan teori yang ada, sekaligus dokumentasi data yang diperoleh, termasuk juga pemaparan sejarah dan profil perusahaan.

Bab V terdiri dari kesimpulan, yang merupakan inti dan rangkuman dari isi pembahasan serta adanya saran dari peneliti yang ditujukan untuk siswa SMAN 4, SMAN 14, SMAN 15, SMA Krista Mitra, dan SMA Terang Bangsa.

