

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

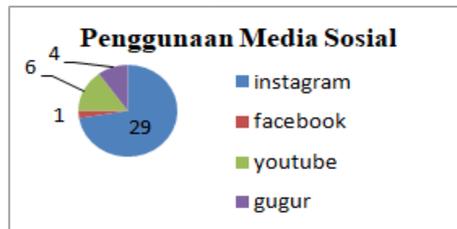
Pada zaman ini merupakan era globalisasi modern dimana dunia semakin maju dan berkembang. Menurut Giddens (1989), globalisasi adalah suatu usaha untuk meningkatkan hubungan sosial dengan menghubungkan tempat-tempat jauh sehingga peristiwa di suatu tempat dapat dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi di tempat lain. Pada era modern ini juga merupakan era berkembangnya internet. Internet sendiri adalah jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin (Ahmadi dan Hermawan, 2013). Internet sendiri masuk ke Indonesia sejak tahun 1990-an dan sampai saat ini sudah sangat pesat perkembangannya sehingga hampir disetiap rumah atau tempat memiliki akses untuk menggunakan internet (Admin ITB, 2017). Menurut data APJII (2018) di Indonesia Pulau Jawa merupakan penyumbang tertinggi dalam penggunaan internet, khususnya di Pulau Jawa Timur yang menduduki posisi ke tiga dengan sumbangsiah sebesar 13,5 % dari 55,7%.

Salah satu penggunaan internet adalah media *online* atau yang akrab di kenal sebagai media sosial. Menurut Andreas Kaplan & Michael Haenlein (2010) media sosial adalah “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*user-generated content*”. Media sosial seringkali digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman yang dimiliki individu. Saat ini seseorang dapat membagikan pengalaman atau ceritanya tanpa membutuhkan kurun waktu yang lama dan tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar. Seseorang dapat mengambil gambar dan membagikan foto tersebut pada beranda media sosial yang digunakan khususnya Instagram. Di mana pada saat ini banyak orang yang menggunakan Instagram sebagai media sosial yang paling sering dijangkau.

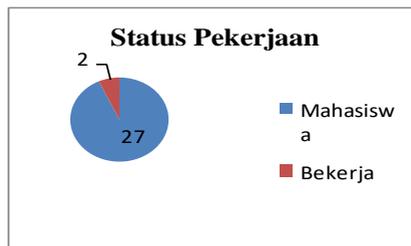
Penggunaan Instagram sangat populer dikalangan generasi milenial khususnya dewasa muda. Seseorang dapat secara intens menggunakan Instagram untuk melakukan berbagai macam hal. Seseorang melakukan suatu kegiatan dikarenakan ada dorongan dalam dirinya, dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus atau ulangan sering disebut intensif. Intensitas juga berhubungan dengan frekuensi, yaitu seberapa sering kegiatan tersebut dilakukan (Simatupang, 2011). Sedangkan menurut

Ardianto (2004) penggunaan media sosial dapat dilihat dari frekuensi dan durasi seseorang. Berikut beberapa data *preliminary* yang diperoleh oleh peneliti sebagai dasar pertimbangan melakukan penelitian ini:

Gambar 1.1. Penggunaan Media Sosial.

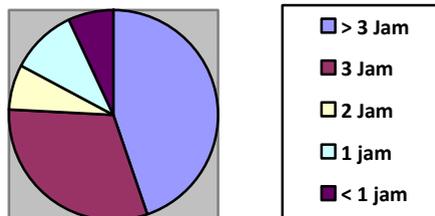


Gambar 1.2. Status Pekerjaan.



Gambar 1.2. Status Pekerjaan

### Peggunaan Instagram dalam Satuan Jam



Gambar 1.3. Penggunaan Instagram Dalam Satuan Jam.

Instagram adalah salah satu media sosial yang memfokuskan pelayanan dalam bentuk foto atau cerita. Instagram sangat digemari khususnya oleh penduduk di Indonesia. Selain data yang peneliti peroleh, peneliti juga mendapatkan bahwa menurut APJII (2018) penggunaan Instagram di Indonesia menduduki posisi kedua dari aplikasi media sosial lainnya dengan presentase sebesar 17,8%. NapoleonCat (2020) mengatakan bahwa Instagram menduduki peringkat kedua di Indonesia dengan pemakai sebanyak 65.780.000 jiwa dimana hal ini setara dengan 24,1% dari populasi di Indonesia. Dari hasil penelitian Istidha Nur Amanah peneliti Gurukuhebat (dalam Jawa Pos, 2019) mengatakan bahwa 78 persen dari 397 responden pelajar dan guru di Kota Surabaya memilih mengakses media sosial berupa Instagram dengan persentase 79,6%. Hal ini didukung dengan menyebarkan angket kepada sebanyak 40 orang mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan hasil sebanyak 29 dari 40 mahasiswa memilih paling sering menggunakan aplikasi Instagram.

Menurut data dari *Hootsuit We are Social* (2019), Instagram sangat digemari dan sering digunakan oleh seseorang yang berada dalam rentang usia 18-34 tahun. Seseorang yang berusia rata-rata 18-34 tahun tersebut dapat digolongkan sebagai generasi milenial. Menurut kementerian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak dengan badan pusat statistik mengatakan bahwa generasi milenial berada pada rentang tahun kelahiran 1980-2000 atau usia 20-40 tahun (Badan Pusat Statistik, 2018). Dari penjabaran diatas dapat dilihat bahwa data yang diperoleh dan data pada kondisi sesungguhnya bisa dikatakan dapat mendukung.

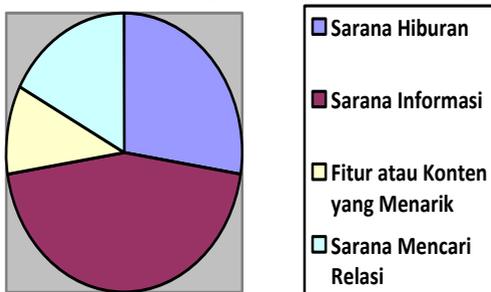
Instagram (2020) menyediakan berbagai fitur-fitur menarik yang membedakan Instagram dengan media sosial lainnya. Beberapa fitur yang diunggulkan dalam Instagram yaitu direct (mengirim pesan), Stories (cuplikan foto atau video dalam 24 jam), IGTV (video dengan durasi lebih lama), *shopping* (media untuk berbelanja *online*), *Search and explore* (mencari konten-konten lain yang menarik). Aplikasi media sosial lainnya memang memiliki beberapa atau sebagian fitur yang hampir sama dengan Instagram. Menurut Atmoko (2012) Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus. Fitur-fitur tersebutlah yang menambah minat penggunaan Instagram bagi generasi milenial.

Menurut hasil temuan Taylor Nelson Sofres (TNS), sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris. Masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman

travelling, tren terbaru, dan komunitas mobile. 97% pengguna selalu menuliskan komentar dan menandai teman-teman mereka di dalam komentar (dalam Wijaya. Ketut K., 2016). Dari data-data di atas dapat dikatakan bahwa aktivitas yang dilakukan generasi milenial di Instagram yaitu menulis komentar, menandai seseorang dan memposting foto atau video. Namun data lapangan yang peneliti peroleh, khususnya di Surabaya mengatakan bahwa generasi milenial lebih sering menggunakan Instagram untuk mencari Informasi terkait *fashions*, berita, *sports*, dan lain-lain.

Berikut data *preliminary* yang peneliti peroleh:

#### Alasan kenapa menggunakan Instagram



Gambar 1.4. Alasan kenapa Menggunakan

Dari gambar diagram diatas dapat dilihat bahwa generasi milenial di Surabaya lebih banyak memilih sarana informasi sebagai penggunaan Instagram yang paling sering digunakan. Oleh sebab itu, peneliti melihat adanya perbedaan dalam penggunaan Instagram yang menyebabkan munculnya asumsi terkait penggunaan Instagram dengan adanya pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya. Peneliti melihat dengan menggunakan Instagram seseorang bisa mendapatkan informasi terbaru, berita online, transaksi jual-beli, berkomunikasi, dan mendapatkan hiburan. Dimana hal ini terkadang menjadikan individu lupa akan waktu pada saat mengakses Instagram.

Pemakaian Instagram pada generasi milenial dikarenakan adanya keinginan untuk pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pelayanan yang Instagram sediakan tidak hanya untuk berbagi foto, cerita, atau berkomunikasi saja melainkan dapat mencari informasi-informasi terbaru seperti berita olahraga, politik, artis atau idola, trend-trend saat ini, dan lain sebagainya. Menurut Tempo.co (2013) ada empat alasan mengapa remaja gemar menggunakan media sosial antara lain ingin mendapatkan perhatian, ingin meminta pendapat, menumbuhkan citra dan

kecanduan. Dari ke empat hal tersebut dapat dikatakan bahwa penggunaan Instagram juga tidak dapat lepas dari pemenuhan kebutuhan terhadap informasi. Hal ini dikarenakan seseorang yang ingin mendapatkan perhatian atau ingin meminta pendapat pasti akan membagikan informasi yang ia miliki untuk menarik perhatian orang lain. Begitu pula dengan menumbuhkan citra, orang akan memberikan informasi-informasi dari sisi baik terhadap dirinya agar orang lain dapat melihat citra diri pada orang tersebut.

Kebutuhan merupakan hal penting bagi manusia. Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia sebagian besar didasari oleh adanya kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut paling banyak berasal dari ketidaksadaran individu dan membentuk perilaku dari individu tersebut (Murray, 1938). Murray (1938) berasumsi bahwa keadaan alami manusia adalah keadaan yang tidak seimbang, dan itulah sebabnya orang membutuhkan suatu hal untuk menciptakan adanya keseimbangan dalam diri individu. Dia membagi kebutuhan menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan biologis, sedangkan kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan psikologis. Murray mengatakan ada 27 jenis kebutuhan psikologi pada manusia dimana salah satunya merupakan kebutuhan *understanding*. Kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan untuk menganalisa, mengalami, dan mencari informasi (Murray, 1938).

Menurut Kuhlthau (1991) pemenuhan kebutuhan informasi atau ISP (*information search process*) sendiri adalah sebuah proses konstruksi (pengembangan, pembangunan) yang dilalui seseorang dari tahap ketidakpastian (*uncertainty*) menuju ke tahap kepastian (*understanding*). Carol Kuhlthau (1991) mengungkapkan terdapat beberapa tahapan dari perilaku pencarian informasi antara lain, *inisiation* (awalan), *selection* (pemilihan), *exploration* (penjelajahan), *formulation* (perumusan), *collection* (pengumpulan), dan *presentation* (penyajian). Pemenuhan kebutuhan menurut Katz, Gurevitch dan Haas (dalam Yusup, 2009) dalam teori *Uses and Gratifications* yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal.

Dari hasil penjabaran di atas maka peneliti melihat adanya perbedaan penggunaan Instagram pada generasi milenial disurabaya. Hal tersebut, dikaitkan dengan intensitas penggunaan Instagram itu sendiri. Sehingga, penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah seseorang yang memiliki tingkat pemenuhan kebutuhan informasinya tinggi juga akan mempengaruhi

intensitas dalam penggunaan media sosial Instagram. Hal ini bertujuan dengan harapan masyarakat dapat mengetahui seberapa sering individu menggunakan Instagram dalam satu hari dan apakah kebutuhan akan informasi yang tinggi juga berdampak dalam penggunaan media sosial dalam satu hari. Maka dari itu penelitian ini penting dilakukan karena ingin melihat apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya.

### **1.2. Batasan Masalah**

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian pada:

1. Variabel pada penelitian ini adalah intensitas penggunaan Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya
  - a. Intensitas yang dilihat adalah seberapa sering dan seberapa banyak individu mengakses media sosial Instagram dalam waktu satu hari.
  - b. Kebutuhan informasi yang dimaksud yaitu untuk kegiatan politik, olahraga, dunia usaha, penelitian, tenaga lapangan, artis atau idola, fashion.
2. Partisipan yang dikatakan generasi milenial adalah seseorang yang lahir pada rentang tahun 1980-2000. Erikson (1902-1994) (dalam Upton, Penney., 2012) mengatakan bahwa masa dewasa muda adalah seseorang yang berusia 19-40 tahun.
3. Partisipan dalam penelitian ini adalah dewasa muda yang berdomisili di Surabaya.
4. Penelitian ini berfokus untuk menguji hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan pengetahuan terutama dalam psikologi klinis yang sesuai dengan visi-misi fakultas dimana psikologi klinis mengarah pada sisi psikologi positif mengenai perilaku-perilaku positif yang dapat berdampak bagi lingkungan sekitar. Penelitian ini mengenai intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagi partisipan generasi milenial di Surabaya  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi generasi milenial terkait hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi sehingga partisipan dapat mengetahui kebutuhan dan aktifitas yang dilakukan saat menggunakan media sosial Instagram.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam terkait hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya.
3. Bagi masyarakat  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada generasi milenial di Surabaya.