

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan globalisasi tidak lepas dengan adanya kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi. Tentunya perkembangan tersebut tidak terlepas dari berkembangnya situs internet yang membuat dunia seakan dalam genggaman tangan. Dalam perkembangan dunia internet yang sangat signifikan ini, pengguna internet seakan dimanjakan dalam berkomunikasi.

Internet membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan nyata yaitu internet semakin membuat jarak tidak terasa lagi. Membuat segalanya menjadi semakin mudah dalam mengekspresikan keinginannya melalui internet. Untuk menarik simpati khalayak umum, internet menyajikan berbagai inovasi-inovasi baru mengikuti perkembangan zaman.

Perkembangan teknologi komunikasi di bidang elektronika, telah melahirkan teknologi internet yang semakin menjadikan dunia seolah tanpa batas. Dalam Nia Ramadhani (Junaedi, 2007:16). Fenomena kemunculan berbagai situs media sosial pada internet telah menjadi suatu hal yang sangat menarik. Terlebih lagi, saat ini banyak media sosial yang menarik minat masyarakat dan media tersebut memiliki banyak aplikasi seperti: *Facebook, Twitter, Path, Vlog, Youtube, Tinder, Snapchat, Periscope, Bigo, Ask.fm dan Instagram*.

Media sosial *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring *social*, termasuk milik *instagram* sendiri. Media Sosial *Instagram* yang mulai diluncurkan pada 6 Oktober, dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger berhasil menggemparkan seluruh jagat raya dengan mengunggah sebuah foto dan video yang membuat banyak orang berlomba-lomba untuk mendapatkan *Like* dan *Follow*¹

Namun belum beberapa lama ini, *Instagram* sendiri telah membuat inovasi baru untuk mendorong pengguna agar membuat dan menerbitkan *content* lebih banyak lagi pada *Platform* yaitu *Instagram Stories* sebuah fitur yang memungkinkan pengguna mengirim foto dan video yang akan menghilang setelah 24 jam. Dengan adanya fitur *Instagram Stories* yang mengakibatkan para pengguna *instagram* lebih suka mengunggah kegiatan kesehari-harian mereka di dalam *instagram stories* yang akan dilihat oleh *following* maupun *non-following*.

Dilansir dari laman Liputan6.com yang menyatakan bahwa sebanyak 22 juta pengguna *instagram* di indonesia secara aktif menggunakan *instagram stories*, jumlah konten yang di unggah oleh orang indonesia di *instagram stories* pun dua kali lipat di banding yang di unggah oleh pengguna region lain².

Adapun perbandingan aplikasi yang menggunakan fitur yang serupa dengan *instagram stories* selama 1x24 jam di dalam *play store* dan *app store* adalah sebagai berikut:

¹<https://www.gudangilmukomputer.com/sejarahdanperkembangaplikasisosialmediainstagram/> diakses pada 29/09/2017

²<https://tekno.liputan6.com/trikrahasiainstagramstoriessudahpernahcoba/> diakses pada 29/09/2017

Tabel 1.1

Jumlah Pengikut Aplikasi Media Sosial

| No. | Aplikasi Media Sosial | Jumlah Pengikut |
|-----|-----------------------|-----------------|
| 1 | INSTAGRAM | 80.000 ribu |
| 2 | WHATS APP | 67.800 ribu |
| 3 | FACEBOOK | 1,14 ribu |
| 4 | SNAPCHAT | 270 ribu |

Sumber: *App store dan play store*

Instagram mendapatkan 80rb pengikut yang menginstall aplikasi dibandingkan dengan 3 media sosial lainnya yang juga menggunakan fitur *stories* 1x24jam. Dengan *Instagram Stories*, pembatas keingintahuan para pengguna tentang kegiatan kesehari-harian yang selama ini terbatas menjadi terbuka lebar. Mereka bisa melihat foto dan menonton video yang ada di dalam *Instagram Stories*, bagaimana kesibukannya, makanan, pertemanan, bahkan hingga ungkapan hati bisa juga di tuangkan dalam fitur tersebut. Hal-hal yang mungkin tidak mereka ketahui tentang kehidupan seseorang.

Selain itu adapun fitur-fitur yang di tawarkan *instagram stories* yaitu; Fitur *liveinstagram* merupakan fitur yang dapat menayangkan si pemilik akun secara *live* atau langsung, adapun setelah selesai siaran *live*, pemilik akun tersebut dapat meng-*share* kembali siaran *live* yang dia lakukan kedalam *instagram stories*; Fitur Normal *Instagram Stories* merupakan fitur yang digunakan apabila diklik sekali akan menjadi foto, dan apabila di *hold* akan menjadi video; Fitur *Boomerang*

merupakan yang tersedia langsung di *stories* camera dengan format repeat atau mengulang-ulang kembali video yang pertama kali terekam. Fitur *Superzoom* Instagram Stories merupakan fitur yang apabila di klik dengan otomatis akan ter zoom sendiri dan di latar belakang dengan adanya *backsound*; Fitur *Stop-Motion* Instagram Stories merupakan fitur yang sang pemilik akun bisa foto sebanyak-banyaknya dan apabila di post akan menjadi sebuah video. Fitur *Rewind* instagram stories merupakan fitur yang apabila kita merekam video, maka video tersebut akanberjalan mundur seperti *boomerang*, tapi tidak bolak-balik; Fitur *Hands-free* instagram stories merupakan fitur untuk merekam video si pemilik akun, hanya dengan cara mengklik sekali dan akan terekam sendiri.

Hal seperti ini menarik dikaji lebih dalam, oleh karena melihat begitu banyak dizaman sekarang ini menjadikan *Instagram Stories* sebagai tempat untuk mengunggah banyak hal. Para pengguna *Instagram Stories* merasa nyaman mengunggah perasaan, dan kegiatan mereka di dunia nyata ke dunia virtual.Masyarakat tertarik untuk berkomunikasi di dunia maya atau dunia virtual yang didukung oleh aplikasi jejaringan sosial *Instagram Stories*. Sebagai wadah dalam menyalurkan rasa keingintahuan mereka. Hal tersebut menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam mengenai fenomena penggunaan *Instagram Stories*.

Sebagai salah satu pengguna aktif media sosial *Instagram Stories* penulis mencoba mengamati motif dan fenomena para pengguna media sosial *Instagram Stories*di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.Sebab melihat fenomena penggunaan media sosial, banyak sekali alasan yangmereka ungkapkan

mengapa mereka tertarik menggunakan jejaring sosial *Instagram Stories* sebagai media komunikasi dalam dunia sosial virtual sesama pengguna jejaring sosial itu sendiri. Dengan adanya kemajuan teknologi yang ada, membuat komunikasi tatap muka berubah menjadi komunikasi virtual, yang tidak mengharuskan mereka bertemu secara langsung, namun dengan komunikasi melalui jejaring sosial ini mereka bisa saling menyapa bahkan menjalin komunikasi yang lebih *intens* di media virtual ini. Banyaknya kelebihan yang ditawarkan media sosial *Instagram Stories* tersebut tentunya membuat banyak orang tertarik untuk menggunakannya. Tapi fenomena sebenarnya penggunaan *Instagram Stories* bagi para pengguna khususnya para pengguna dalam ruang lingkup Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, sehingga banyak dari mereka memilih untuk menggunakan jejaring sosial *Instagram Stories* sebagai media komunikasi virtual diantara mereka.

Peneliti melakukan *prasurvei* pada kelas media massa A semester 7. *Pra survei* yang peneliti lihat dari jumlah keseluruhan siswa 30 orang. Peneliti melihat 10 mahasiswa yang selalu menyampaikan atau mengunggah aktivitas keseharian di dalam *instagram stories*. Dimana rata-rata mereka pada lebih mengekspresikan perasaan mereka ke fitur tersebut dan langsung mengupdatenya. Contohnya seperti di pagi hari mereka *update* tentang dimana keadaan di kampus. Dan ada pula yang hanya *update* dengan berlatar belakang hitam dan membuat kata-kata, contohnya seperti kata-kata yang menggambarkan apa yang sedang di rasakan oleh pemilik akun. Dan siang hari pun mereka lebih mengupdate tentang makanan

ataupun tentang aktivitas yang sedang dilakukannya, begitu pula dengan malam harinya.

Adapun gambar dari *instagram stories* tersebut dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

Gambar 1.1
Contoh Capture Instagram Stories



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Gambar di atas adalah salah satu contoh *capture instagram stories* mahasiswi fakultas ilmu komunikasi. Dimana *instagram stories* menjadi pilihan bagi mereka untuk *share* setiap momen, foto, selfie, video, lagu, *quotes*, dan lainnya agar setiap orang yang melihat *instagram stories* mengetahui aktifitas dan perasaan yang mereka ekspos.

Merujuk pada fenomena diatas dapat dikatakan bahwa penggunaan *Instagram Stories* bukan hanya sebagai fenomena yang biasa. Penelitian ini akan mengungkapkan yang lebih mendalam tentang fenomena penggunaan *Instagram Stories* bagi para pengguna di dalam dunia maya ini. Peneliti mencoba mengkaitkan fenomena *Instagram Stories* dengan menggunakan pendekatan Fenomenologi.

Yang penulis amati dalam penelitian ini adalah fenomena penggunaan *Instagram Storis* bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau tersebut dengan jumlah 1.022 mahasiswa dan mahasiswi, maka yang nantinya peneliti akan memfokuskan kepada mahasiswa/i yang aktif menggunakan *instagram stories*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ini berusaha mengkaji tentang “Fenomena Penggunaan *Instagram Stories* Bagi Mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau”

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Mengacu pada latar belakang diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sebanyak 22 juta pengguna *instagram* di indonesia secara aktif menggunakan *Instagram Stories*.
2. Banyaknya kelebihan yang ditawarkan oleh *instagram stories* untuk membuat peminat untuk menggunakan media aplikasi tersebut.

3. Instagram stories memungkinkan para penggunanya mengetahui kegiatan sehari-hari, hal-hal secara emosional, konten hiburan, dan informasi yang bersifat publik.
4. Fenomena *Instagram Stories* bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini di fokuskan kepada Fenomena *instagram stories* bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana Fenomena Penggunaan *Instagram Stories* bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.”

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus penelitian maka tujuan penelitian sebagai berikut:

Untuk mengetahui fenomena penggunaan *instagram stories* bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan juga bisa menambah literatur atau salah satu sumber pedoman di dalam perkembangan penelitian kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan penggunaan *instagram stories* bagi mahasiswa di fakultas ilmu komunikasi universitas islam riau.

b. Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi mereka yang tertarik pada media komunikasi massa yang mengacu pada pemahaman fenomena penggunaan *Instagram Stories* bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih untuk pengguna *Instagram Stories* dimanapun untuk dapat lebih mempertimbangkan penggunaan jejaring sosial.