

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 132,7 juta orang, yang artinya hampir setengah dari penduduk Indonesia adalah pengguna internet aktif. Berdasarkan hasil survey Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 mengungkapkan bahwa tercatat ada lebih dari 129 juta orang Indonesia menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah *instagram*. *Instagram* saat ini menjadi salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak, yaitu 700 juta pengguna aktif setiap bulannya dan 45 jutanya merupakan pengguna dari Indonesia yang menjadikan Indonesia sebagai komunitas pengguna *instagram* terbesar di Asia Pasifik (<https://bisnis.tempo.co/>, 2017).

Media sosial sebagai *New Media* memberi dampak yang besar dalam kehidupan masyarakat. Hal ini telah membuat banyak munculnya fenomena-fenomena dalam kehidupan kemasyarakatan, salah satu contohnya adalah fenomena banyak munculnya artis-artis dadakan hingga kepada gerakan masyarakat yang berbasis digital atau *digital activism*, contohnya adalah gerakan akun-akun anonim seperti @indonesiabertauhidid, @mahadewi161, @suararakyat23 dan akun-akun lainnya yang mengatasnamakan dirinya sebagai bagian dari *Muslim Cyber Army* pada media sosial, khususnya pada *instagram*.

Media digunakan dengan berbagai macam motif yang berbeda-beda. Menurut McQuail (2007) motif memiliki empat indikator, yaitu motif informasi, motif integrasi dan interaksi sosial, motif identitas pribadi, serta motif hiburan.

Motif seseorang menggunakan media juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan kegunaan media yang digunakan. Dengan demikian, penyebab penggunaan media terletak dalam lingkungan sosial atau psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media digunakan untuk menanggulangi masalah itu (pemuasan kebutuhan)” (McQuail, 2007).

Banyaknya akun-akun dan komunitas yang ada di *Instagram* membuat pengguna menjadi aktif dan selektif dalam memilih akun mana yang akan ia ikuti. Setiap orang memiliki motif dan kepuasan yang berbeda-beda berdasarkan media yang ia konsumsi. Kebutuhan dan tingkat kepuasan yang berbeda itu diasosiasikan kepada kepribadian individu tersebut, tahap-tahap kedewasaannya, latar belakang, hingga peran sosialnya. Menurut teori *uses & gratifications*, pengguna media memainkan peran aktif dalam mengkonsumsi media berdasarkan motif-motif tertentu, bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*)(Kriyantono,2007:65).

Pada saat ini, banyak dari akun-akun dan komunitas di media sosial, khususnya pada aplikasi *Instagram* yang berisikan tentang pesan dakwah. Akun dakwah dengan ciri keIslaman di media sosial biasanya berisikan pesan-pesan keagamaan, seperti akun *instagram* @indonesiabertauhidOfficial, @tausiyahcinta, dan @dakwah.tauhid. Sedangkan akun @indonesiabertauhidid memiliki konten yang beragam, tidak hanya masalah dakwah, namun juga membahas masalah politik, dan juga info dunia Islam.



Gambar 1.1 Akun @indonesiabertauhid sebelum diblokir oleh Instagram

Sumber : change.org

Akun @indonesiabertauhidid merupakan pengganti dari akun sebelumnya, yaitu akun @indonesiabertauhid yang memiliki follower hingga 723 ribu hingga pertengahan tahun 2017. Namun sesuai data statistik dari *Socialblade.com* (2017), akun tersebut dinonaktifkan oleh pihak *instagram* pada bulan Juli 2017 dan berpindah ke akun @indonesiabertauhidid yang kembali aktif dan saat ini telah memiliki jumlah *follower* mencapai 275 ribu.



Gambar 1.2 Akun @indonesiabertauhidid yang baru

Sumber : dokumentasi peneliti 2018

Pergantian akun @indonesiabertauhid menjadi @indonesiabertauhidid telah disampaikan oleh akun @indonesiabertauhid sebelumnya melalui postingan akun tersebut, bahwa akun @indonesiabertauhidid merupakan akun cadangan yang disiapkan apabila akun tersebut dibanned pihak *instagram*. Pada gambar 1.1 dan 1.2 tampak perbedaan jumlah *follower* sebelum dan sesudah akun @indonesiabertauhid berganti menjadi @indonesiabertauhidid.

Instagram Statistics Summary for detikcom							
FOLLOWERS	FOLLOWING	PICTURES UPLOADED	AVG DAILY FOLLOWERS	INSTAGRAM ID	FULL NAME		
609,461	14	1,417	1,086	1527886079	Detikcom		

Gambar 1.3 Data statistik akun *instagram @detikcom*

Sumber : *Socialblade.com*

Pada gambar 1.3 dan 1.4 berdasarkan data statistik dari website *Socialblade.com* (2018) yang menunjukkan peningkatan signifikan pada jumlah *follower* akun *instagram @indonesiabertauhidid*, yaitu dengan rata-rata 1300 *followers* bertambah setiap harinya. Sebagai media anonim atau akun yang identitasnya belum jelas, peningkatan rata-rata jumlah *follower* ini menjadi menarik karena lebih tinggi jika dibandingkan dengan akun *instagram* portal media online seperti *detik.com* yang memiliki peningkatan jumlah *follower* 1000 setiap harinya.



Instagram Statistics Summary for indonesiabertauhidid							
FOLLOWERS	FOLLOWING	PICTURES UPLOADED	AVG DAILY FOLLOWERS	INSTAGRAM ID	FULL NAME		
282,856	513	3,764	1,360	3639431312	INDONESIA BERTAUHID REBORN		

Gambar 1.4 Data statistik akun *instagram @indonesiabertauhidid*

Sumber : *Socialblade.com*

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan terhadap 10 orang responden yang mengikuti akun *@indonesiabertauhidid*, 9 orang mengatakan bahwa alasan mereka mengikuti akun tersebut adalah untuk alasan informasi, karena konten-konten yang dipost oleh akun tersebut bagus dan menarik. Seperti yang dikatakan oleh seorang responden, bahwa ia mengikuti akun *@indonesiabertauhidid* karena kontennya bagus dan menarik, dimana akun ini

tidak hanya membahas masalah dakwah, namun juga masalah politik, ekonomi, dan akhir zaman. Sedangkan 1 orang sisanya mengatakan bahwa tidak tahu alasan mengikuti akun tersebut, hanya mengikuti saja.

Dari 10 orang yang peneliti jadikan responden tersebut, motif informasi menjadi alasan bagi mereka mengikuti akun @indonesiabertauhidid. Untuk motif informasi seputar dakwah, 10 responden tersebut mengatakan bahwa mereka memang mengikuti akun-akun lainnya yang memiliki konten post dakwah. Sedangkan untuk motif informasi politik, ketika peneliti menanyakan apakah mereka juga mengikuti akun-akun portal berita lainnya seperti detik.com, tempo.co, dan kompas.com, 2 responden mengatakan bahwa mereka mengikuti akun tersebut sedangkan 8 responden sisanya mengatakan bahwa mereka tidak mengikuti akun-akun portal berita tersebut. Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan ini, responden yang tidak mengikuti akun-akun portal berita ini dan memanfaatkan akun @indonesiabertauhidid sebagai sarana untuk memenuhi kepuasan informasi mereka, hal ini seperti yang diakui oleh 9 responden yang mengatakan bahwa alasan mereka mengikuti akun @indonesiabertauhidid adalah untuk menambah wawasan, agar *up-to-date* dan mengikuti perkembangan khususnya terkait isu Islam.

Berdasarkan fenomena dan fakta-fakta yang ada, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Follower Pada Akun Instagram @indonesiabertauhidid.**

1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, penulis menetapkan batasan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan serta kepuasan pada *follower* akun *instagram* @indonesiabertauhidid.

Sedangkan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa yang menjadi motif *follower* mengikuti akun *instagram* @indonesiabertauhidid?
2. Bagaimana tingkat kepuasan *follower* setelah mengikuti akun *instagram* @indonesiabertauhidid?
3. Apakah akun *instagram* @indonesiabertauhidid memuaskan *follower*-nya ?
4. Adakah hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan *follower* pada akun *instagram* @indonesiabertauhidid?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti tentukan, maka yang hendak peneliti capai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui motif *follower* pada akun *instagram* @indonesiabertauhidid
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan *follower* pada akun *instagram* @indonesiabertauhidid
3. Untuk mengetahui apakah akun *instagram* @indonesiabertauhidid memuaskan *follower*-nya

4. Untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan *follower* pada akun *instagram @indonesiabertauhidid*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan wawasan dan wacana dalam ilmu pengetahuan sosial, khususnya dalam ranah komunikasi yang berkaitan dengan media sosial. Bagaimana hubungan antara motif dan kepuasan *follower* akun-akun di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai perkembangan media sosial dan bagaimana media sosial juga memberikan dampak sosial dalam masyarakat.

