

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi individu dengan individu yang lain. Dalam proses interaksi sosial sebagai upaya kelangsungan hidup manusia, komunikasi memiliki peran penting dalam proses tersebut. Selain untuk penghubung antar satu dengan yang lain, komunikasi juga dijadikan sebagai media penyampaian pesan serta sarana mengekspresikan diri. Salah satu media penyampaian pesan itu adalah *Instastory*. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan jejaring sosial memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Kegunaan jejaring sosial saat ini tidak hanya untuk informasi dan hiburan saja, melainkan menjadi *life style* dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah jejaring sosial yang menciptakan sebuah komunikasi virtual.

Komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian dan penerima pesan dilakukan dengan melalui *cyberspace* atau biasa disebut dunia maya. Bentuk-bentuk komunikasi virtual disukai setiap orang dan dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja. salah satu bentuk komunikasi virtual adalah pada penggunaan internet. Internet adalah media komunikasi yang cukup efektif dan efisien dengan menyediakan layanan fasilitas seperti *Web*, *Chatting* (*mIR chat*) *Email*, *Facebook*, dan *Instagram*. Begitu banyak fasilitas yang

ditawarkan dunia maya untuk melakukan komunikasi salah satunya adalah *Instastory* (Burhan Bungin, 2006: 167).

Instastory menjadi salah satu jejaring sosial yang saat ini digunakan banyak orang, dari fitur menarik yang ditawarkan *Instastory*, mengakibatkan mahasiswa cenderung lebih suka berinteraksi di jejaring sosial daripada bertatap muka karena penyampaian pesan dalam *Instastory* didukung oleh fitur menarik tersebut. Komunikasi bersifat fleksibel yang mana dapat dilakukan kapanpun, siapapun dan melalui media apapun. Sebagaimana salah satu syarat komunikasi efektif yaitu antar komunikator dan komunikan dapat memahami pesan yang disampaikan serta memberikan *feedback*.

Instastory merupakan sebuah bagian aplikasi dari *Instagram* yang penggunaannya dapat membuat foto dan video selama 24 jam menjadi lebih ramai dengan menambah teks dan coretan pensil serta banyak fitur-fitur, simbol-simbol saat ini yang semakin mewarnai *Instastory*, sehingga semakin memiliki ketertarikan oleh masyarakat Indonesia termasuk mahasiswa. *Instagram* telah bekerja sama dengan *Snapchat* dan berhasil meng-*upgrade* menjadi fitur *Instastory* saat ini. Berdasarkan fenomena yang terjadi, komunikasi yang dilakukan di dunia maya secara sosial lebih menarik dari pada komunikasi yang dilakukan di dunia nyata. Mahasiswa menggunakan *Instastory* untuk mengabadikan setiap moment atau memberitahu bagaimana keadaan mereka pada saat itu agar yang melihat *Instastory* nya mengetahui aktivitas apa yang dilakukan oleh mahasiswa.

Menurut relis dari sebuah media online *ww.detik.com* merilis bahwa jejaring sosial, Indonesia menyandang status sebagai negeri jejaring sosial serta media

sosial, hal ini disebabkan bahwa pengguna jejaring sosial di negara kita yang notabene negara berkembang, jauh lebih aktif dibandingkan para pengguna di negara maju. Indonesia tercatat menjadi salah satu elemen pemilik jejaring sosial dan media sosial populer. Fenomena ini yang tidak mengejutkan dengan karakter masyarakat kita yang sosial, senang berbagi, hobi eksis, maka jejaring sosial menjadi medium komunikasi yang sangat representatif. Karena itulah, mengacu pada survei yang dilakukan oleh portal media detik.com bahwa tahun lalu kepada 151 responden, didapatkan data bahwa tingkat penggunaannya demikian tinggi. Hampir 40% responden sudah tak bisa lepas dari media sosial tiap harinya, dengan intensitas penggunaan lebih dari 2 kali per hari. Hanya 20,1% yang mengaku mengakses media sosialnya hanya 1 kali dalam satu hari. Berdasarkan data ini tentu dapat dikatakan betapa masyarakat sudah sulit lepas, terutama media sosial yang populer.¹

Hal ini juga dibenarkan oleh harian kompas *online* dalam harian *kompas.com*, memberitakan *Instastory* yang berlaku mencetak fitur *Snapchat*, mampu mengalahkan performa *Snapchat*. Saat ini pengguna dibawah 25tahun rata-rata menghabiskan waktu 32menit per hari di *Instastory* sebagaimana dihimpun oleh Kompas, sementara itu pengguna diatas 25 tahun rata-rata menghabiskan waktu 24 menit per hari di *Instastory*. Hal ini tak lepas dari berbagai fitur di *Instastory* yang membuat *netizen* betah berlama-lama. Tak kurang dari 50% akun bisnis di *Instagram* pun telah memanfaatkan *Instastory* untuk berbagi momen. Hal

¹(<https://inet.detik.com/cyberlife/d-2538258/alkisah-negeri-media-sosial> - Diberitakan 27-03-2014, diakses 22-03-2018)

ini dianggap efektif untuk membangun ikatan dengan pelanggan dan menyebarkan promosi.²

Observasi awal yang peneliti lakukan terlihat mahasiswa lebih tertarik menggunakan *Instastory* lebih dibandingkan jejaring sosial lainnya karena menurut informan *Instastory* mempunyai banyak fitur yang menarik sehingga membuat remaja terutama mahasiswa menjadi lebih senang menggunakan *Instastory*. Mahasiswa Unand cenderung menggunakan *Instastory* untuk menyimpan foto serta video yang kemudian dapat disimpan pada profil akun *Instagram* tersebut. Cara kerja *Instastory* dengan memberikan durasi kepada penggunanya untuk *memposting* foto ataupun video selama 24 jam. Foto dan video ini, bisa dilihat secara terus menerus apabila si pemilik akun menambahkan pada kategori *highlight* pada *Instastory*. *Instastory* juga memiliki lebih banyak pilihan kreatif yang tersedia untuk mempersonalisasi. Mulai dari simbol-simbol, efek, *boomerang*, *filter* yang unik serta pengguna *Instastory* bisa juga *Live* dalam kesehariannya, bahkan *Live* saat ini sudah bisa bergabung dengan *followers*, teman bahkan kerabat yang ingin bergabung dengan *Live-an* di *Instastory* pengguna.



² (<http://tekno.kompas.com/read/2017/08/03/14402767/durasi-penggunaan-instagram-stories-lampau-snapchat> - Diberitakan 03-08-2017-di akses 07-10-2017)



UNIVERSITAS ANDALAS

Gambar 1.1 Instastory

Sumber: <https://www.instagram.com/aufarahima>

Saat ini *Instastory* meluncurkan fitur barunya dimana pengguna bisa mengunggah *Instastory* dengan tulisan, fitur ini bernama “*Type*” ini memungkinkan pengguna bisa menulis status dengan beberapa jenis tulisan yang berbeda. Mereka juga menggonta-ganti latar tulisan dengan warna-warna yang *eye catchy*. Fitur-fitur baru lainnya tentu juga banyak yang menarik perhatian, para pengguna *Instastory*. Bagi mahasiswa, mengunggah sesuatu hal pada *Instastory* pribadi mereka, dirasakan memiliki kepuasan tersendiri.

Berdasarkan fenomena yang didukung oleh observasi awal, peneliti menemukan banyak hal lainnya yang membuat *Instastory* menjadi hal yang menarik bagi mahasiswa, mahasiswa *memposting* hampir semua kegiatannya seperti sedang melakukan perkuliahan, sedang melakukan kegiatan, dan mahasiswa *memposting* sesuatu hal yang bagi mereka menimbulkan kepuasan, setelah mengunggahnya pada jejaring sosial *Instastory*. Di *Instastory* mereka juga *memposting* fitur *polling*, yang cenderung digunakan untuk menceritakan sesuatu, seperti contohnya, disaat pengguna *Instastory* merasa ragu dalam menentukan

pilihan. Dengan menggunakan fitur *polling* pengguna dapat menanyakan pada *followers* nya, pilihan apa yang akan di ambil.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini, karena komunikasi virtual sangat erat kaitannya dengan komunikasi menggunakan digital. maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi virtual pengguna *Instastory* di kalangan mahasiswa Unand. Penelitian ini bukanlah penelitian baru didalam media sosial karena penelitian sebelumnya sudah pernah dilakukan, antara lain; Ekky Puspika Sari, (2013), Judul Penelitian “Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial *Path* di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial *Path* di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung)”. Novia Ika Setyani, (2013), Judul Penelitiannya, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial *Twitter*, *Facebook*, dan *Blog* sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Akademi Berbagi Surakarta)”

Devita Maulida Choiru Uma, (2014), Judul Penelitian “Media Sosial dan Perkembangan *Fashion* Hijab (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Motif, Pola, dan Pengaruh Penggunaan Media Sosial dalam Perkembangan Fashion Hijab pada Komunitas Solo Hijabers)”. Arnold Giovanni Pinem, (2014) Judul Penelitian “Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media *Path* di Kalangan Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media *Path* di Kalangan Mahasiswa)”. Rini Ramadhani, (2015), Judul Penelitian “Motif Virtual *Display Of Affection* (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna *Snapchat* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Bandung)”.

Namun penelitian ini menjadi menarik karena *Instastory* belum pernah dilakukan penelitiannya di Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Andalas. Berdasarkan fenomena dan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “**Bagaimana Komunikasi Virtual di Kalangan Mahasiswa Universitas Andalas**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk fokus pada permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi virtual pengguna *Instastory* dikalangan mahasiswa Universitas Andalas?
2. Apa kelebihan *Instastory* bagi mahasiswa Universitas Andalas?
3. Bagaimana penggunaan *Instastory* di kalangan Universitas Andalas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka penelitian bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui komunikasi virtual pengguna *Instastory* dikalangan mahasiswa Universitas Andalas.
2. Untuk mengetahui kelebihan *Instastory* bagi mahasiswa Universitas Andalas.
3. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan *Instastory* di kalangan mahasiswa Universitas Andalas.



1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu pengetahuan. Berkaitan dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi manfaat akademis dan manfaat praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

Manfaat penelitian ini dapat dilihat secara akademis dan praktis:

a. Akademis

1. Kegunaan secara teoritis dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan terutama mengenai fenomena *New Media* penggunaan jejaring sosial

b. Praktis

1. Menambah wawasan pengetahuan terutama bidang kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan fenomena *New Media*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pemikiran bagi peneliti lainnya terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam hal penggunaan teknologi dalam kehidupan sosial.
3. Dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.

