

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah melek terhadap penggunaan Internet. Internet sudah menjadi konsumsi sehari-hari oleh masyarakat Indonesia dalam pemenuhan terhadap berbagai jenis informasi, baik berita, ilmu pengetahuan, hiburan, dan lain sebagainya. Supriyanto (2005 : 15) berpendapat bahwa dengan adanya internet, manusia yang saat ini menggunakannya seolah dapat membuat dunia berada di genggaman mereka. Selain sebagai sumber informasi, internet saat ini juga berperan dalam membantu proses interaksi, komunikasi, dan pertukaran informasi jarak jauh.

Berdasarkan hasil survey APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) tahun 2020, pengguna internet aktif di Indonesia saat ini mencapai 196,7 juta orang dengan penetrasi sebesar 73,7%. Diambil dari data laporan *We Are Social* pada Januari 2021 (wearesocial.com), tercatat ada sekitar 170 juta orang Indonesia menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang menjadi tren adalah *instagram*, dengan 1,22 miliar pengguna aktif setiap bulannya dan 85 juta diantaranya merupakan pengguna dari Indonesia yang menjadikan Indonesia berada di posisi ke empat dalam jumlah pengguna *instagram* di dunia.

Media sosial memberikan dampak besar pada pola konsumsi masyarakat dalam pemenuhan informasi. Hal ini membuat banyak akun *instagram* berfokus untuk menyajikan informasi sesuai target pasar masing-masing. Contohnya adalah akun gosip seperti @lambeturah, akun berita lokal seperti @infosumbar, akun keagamaan @indonesiabertauhid, dan akun *marketplace* lowongan kerja seperti @glintsid.

*Marketplace* adalah sebuah website yang menghubungkan seorang penjual dan pembeli melalui internet. Saat ini, terdapat banyak akun *instagram* dari situs dan *marketplace* lowongan kerja yang menyebarkan informasi tentang lowongan kerja terbaru. Akun dari situs dan

*marketplace* lowongan kerja, @glintsid tidak hanya memberikan informasi seputar lowongan kerja, namun juga memberikan konten tips dan informasi sesuai dengan isu yang sedang hangat lowongan dan pelamaran kerja. Seperti akun *instagram* @jobstreetindonesia dan @maukerjaid. Sedangkan akun @glintsid memiliki konten yang konsisten dengan membahas masalah yang sering terjadi di lingkungan kerja. Tampilan dari halaman depan *website Glints* dapat dilihat pada Lampiran 4

*Glints* merupakan *platform* penyedia layanan karir dan rekrutmen yang berasal dari Singapura. *Glints* didirikan pada Agustus 2013 oleh tiga orang pemuda Singapura yakni Oswald Yeo, Looi Qin En, dan Seah Ying Cong. Situs web dari *platform* ini baru diluncurkan pada Januari 2014, yang kemudian Wong Yong Jie dan Steve Anderson ikut bergabung dan menjadi *co-founder* tim teknologi dan bisnis Indonesia pada tahun 2014 dan 2015. Tampilan dari akun *instagram* @glintsid dapat dilihat pada Lampiran 5

Akun @glintsid merupakan akun *instagram* cabang Indonesia dari *Glints* yang sudah memiliki 579 ribu *followers*. Berdasarkan data statistik dari situs web *socialblade.com* (2021), akun *instagram*@glintsid memiliki peningkatan signifikan pada jumlah *followers*-nya, yaitu dengan rata-rata peningkatan lebih kurang 400 *followers* setiap harinya. Sebagai salah satu akun yang membahas tentang dunia kerja di *instagram*, rata-rata peningkatan *followers* akun @glintsid memiliki daya tarik lebih tinggi jika dibandingkan dengan akun @maukerjaid yang memiliki konten serupa dengan rata-rata peningkatan lebih kurang 300 *followers* setiap harinya. Tampilan dari statistik akun @glintsid dan @maukerjaid melalui *socialblade.com* dapat dilihat pada Lampiran 6 dan 7

Pada *Instagram* terdapat berbagai macam tipe konten postingan, seperti foto atau gambar, *behind the scene* sebuah proyek, konten *repost*, konten edukasi, konten *influencer*, konten motivasi, dan lain sebagainya. Sebagai akun *marketplace* lowongan kerja, akun @glintsid menyuguhkan konten edukasi dengan memaparkan hal-hal terkait permasalahan

dalam dunia kerja. Masalah yang diangkat bisa dari sudut pandang pelamar kerja , sudut pandang karyawan, sudut pandang atasan dengan jabatan tertentu, ataupun dari sudut pandang sebagai mahasiswa yang melakukan kerja sampingan. Tampilan dari postingan akun @glintsid dapat dilihat pada Lampiran 8 dan 9

Peneliti mengamati melalui *tab follower* akun @glintsid, terdapat banyak orang yang peneliti kenal melakukan *following* pada akun tersebut. Sebagian besar orang yang peneliti ketahui tersebut adalah alumni dari universitas yang berbeda, mahasiswa tahun menengah dan tahun akhir dari universitas yang berbeda, dan alumni yang belum lama lulus dari universitas yang berbeda. Alumni yang belum lama lulus dan ataupun memperoleh gelar dari institusi pendidikan dapat dikatakan telah menyandang sebuah status yang disebut sebagai *Fresh Graduate*. Menurut *Oxford Dictionary* (dalam Bacan & Nuriyah, 2010), istilah *fresh graduate* berasal dari dua suku kata, yaitu *fresh* yang berarti baru dan belum pernah digunakan sebelumnya, sedangkan *graduate* berarti lulus atau berhasil menyelesaikan suatu tingkatan pendidikan dan belum memiliki pengalaman bekerja. Seseorang yang menyandang status sebagai *Fresh Graduate* Akan dihadapkan kepada pilihan antara melanjutkan studi ke jenjang selanjutnya atau bekerja dan mengambil peran dalam masyarakat (Montgomery & Cote, 2003).

Peneliti melakukan survey awal kepada 10 orang responden yang mengikuti akun @glintsid, yang terdiri dari 5 orang mahasiswa tahun akhir, dan 5 orang *Fresh Graduate*. Dari hasil survey awal tersebut, 8 orang menyebutkan alasan mereka mengikuti akun tersebut sebagai sumber informasi, karena konten-konten yang disajikan menarik. Responden juga menyatakan, bahwa konten dari akun @glintsid memberikan jawaban atas pertanyaan seputar dunia kerja, baik itu dari segi pergaulan, iklim lingkungan kerja di berbagai perusahaan, maupun suka duka dari berbagai jabatan. Sedangkan 2 responden lain menyatakan bahwa mereka hanya sekedar mengikuti akun @glintsid dan sesekali mengamati kolom komentar.

Dari 10 orang responden yang telah peneliti amati tersebut, motif informasi menjadi alasan mereka mengikuti akun @glintsid. Untuk motif informasi seputar dunia kerja, 10 responden tersebut mengatakan bahwa mereka juga mengikuti beberapa akun lain yang menyajikan informasi yang serupa, seperti @liputankerja, @maukerjaid, dan akun twitter @hrdbacot. Diantara 10 responden, 7 diantaranya mengikuti antara dua atau tiga akun tersebut, sedangkan 3 responden sisanya hanya mengikuti akun @glintsid dan tidak mengikuti akun lain yang serupa.

Melalui survey awal tersebut, 8 dari 10 responden yang peneliti pilih mengakui bahwa mereka memanfaatkan dan mengamati kolom komentar akun @glintsid dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi terkait permasalahan yang sering terjadi di dunia kerja, dengan tujuan menambah wawasan, *update* terhadap informasi terbaru, serta memahami berbagai jenis permasalahan yang terjadi ketika mereka bekerja atau akan bekerja kelak. Dorongan atau yang disebut motif tersebut merupakan suatu pengertian yang mencakup segala penggerak, baik berupa alasan-alasan maupun dorongan dari dalam diri manusia sehingga membuat ia ingin melakukan sesuatu (Gerungan, 1996 : 140). Peneliti mengkaji motif melalui motif penggunaan media yang terdapat pada teori *uses and gratification*, yang mana membahas tentang audiens yang secara aktif memilih dan memilah media yang dipilih dalam memuaskan kebutuhan. Melalui pendekatan menggunakan teori *uses and gratification* secara khusus dapat membantu memahami bagaimana manusia memanfaatkan *World, Wide, Web, e-mail*, maupun aspek-aspek lainnya dari dunia (Severin & Tankard, 2001 : 363).

Teori *uses and gratification* juga melihat media massa dengan pendekatan manusia menggunakan konsep *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). Dalam memenuhi kebutuhan, seseorang cenderung memilih media yang memberikan kepuasan sesuai dengan motif atau keinginan (GS). Ketepatan dalam memilih media yang akan dikonsumsi

akan mempengaruhi kepuasan, yang mana akan muncul jika kebutuhan yang didapat sama atau lebih banyak dibanding dengan kebutuhan yang diinginkan (GO)

Berdasarkan fakta tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**Hubungan Antara Motif dan Kepuasan *Follower* pada Akun *Instagram* @glintsid.**

## 1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana motif dari *fresh graduate followers* akun *Instagram* @glintsid dalam mendapatkan informasi tentang dunia kerja ?
2. Bagaimana kepuasan yang diperoleh *fresh graduate followers* akun *Instagram* @glintsid dalam mendapatkan informasi tentang dunia kerja ?
3. Apakah terdapat hubungan motif dan kepuasan yang diperoleh *fresh graduate followers* akun *Instagram* @glintsid dalam mendapatkan informasi tentang dunia kerja ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti tetapkan, adapun tujuan yang ingin peneliti capai dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui motif dari *fresh graduate followers* akun *Instagram* @glintsid dalam mendapatkan informasi tentang dunia kerja.
2. Untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh *fresh graduate followers* akun *Instagram* @glintsid dalam mendapatkan informasi tentang dunia kerja.
3. Untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan yang diperoleh *fresh graduate followers* akun *Instagram* @glintsid dalam mendapatkan informasi tentang dunia kerja.

## 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat :

1. Memberikan sumbangan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam kajian *uses and gratifications* khususnya yang berkaitan dengan media sosial.
2. Dijadikan sebagai referensi kepada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, dan menjadi rujukan dalam penelitian.
3. Melihat hubungan antara motif dan kepuasan *followers* dari akun *instagram*.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada pengguna media sosial *Instagram* dalam :

1. Mengetahui perkembangan informasi seputar dunia kerja yang beredar pada media sosial dan bagaimana media sosial memberikan wawasan baru kepada penggunanya.
2. Mengambil keputusan secara selektif dalam menentukan konsumsi informasi seputar dunia kerja beserta permasalahan yang ada

