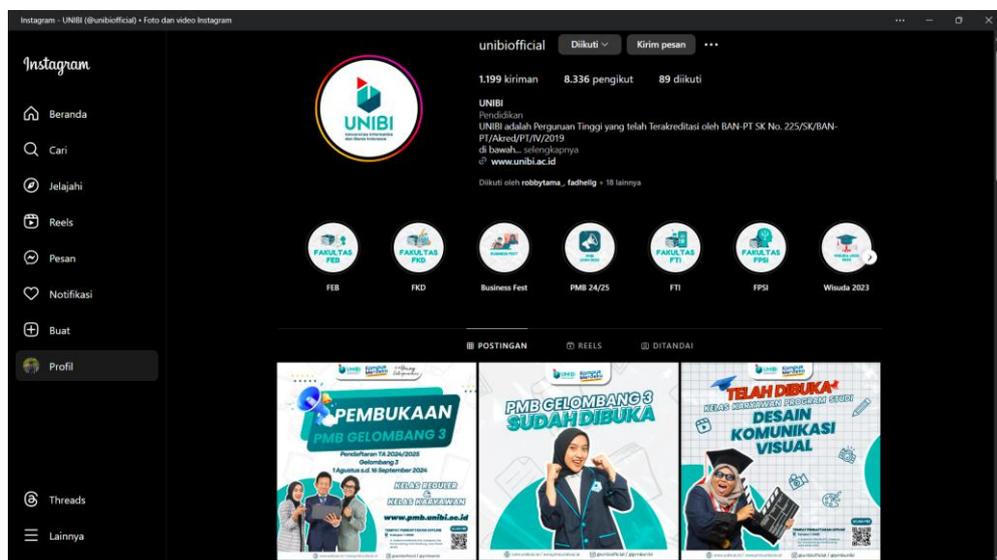


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang sangat efektif, terutama di kalangan institusi pendidikan tinggi. Penggunaan media sosial di perguruan tinggi, khususnya Instagram, semakin penting dalam mendukung komunikasi, publikasi, dan pemasaran. Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI), sebuah perguruan tinggi swasta di kota Bandung, telah memanfaatkan akun Instagram resmi mereka, @unibiofficial, sebagai salah satu alat utama untuk berkomunikasi dengan mahasiswanya. Melalui akun ini, UNIBI mengumumkan berita dan acara terbaru, menyebarkan informasi tentang program akademik dan layanan mahasiswa, berbagi tips dan saran, serta membangun komunitas di antara mahasiswa.



Gambar 1.1
Akun Instagram @unibiofficial

Instagram @unibiofficial, sebagai akun resmi Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI), memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa dan masyarakat luas. Konten yang diposting di akun ini beragam, mulai dari pengumuman akademik, kegiatan mahasiswa, hingga

informasi pendaftaran. Setiap konten dioptimalkan dengan penggunaan visual berkualitas tinggi dan caption yang informatif, serta hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan (engagement) pengguna.



Gambar 1.2
Salah satu contoh postingan Instagram @unibiofficial
Sumber: akun Instagram @unibiofficial

Di Indonesia, peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna internet dan media sosial, terutama Instagram, menandakan potensi besar bagi institusi pendidikan seperti UNIBI untuk menggunakan platform ini sebagai media informasi dan komunikasi. Instagram telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan mahasiswa, yang tidak hanya menggunakannya untuk berbagi foto dan video pribadi, tetapi juga sebagai media informasi.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Media sosial yaitu sebuah media untuk proses interaksi antar individu tanpa bertemu langsung yang lebih sering disebut *online* dan sangat mempermudah proses interaksi karena tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial juga mengakibatkan suatu fenomena baru dan berpengaruh besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara – negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepataannya, media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita – berita. Setiap individu pasti memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda dalam menggunakan

media sosial. Hal ini sesuai dengan tujuan awal mengapa media sosial dibuat, yaitu memungkinkan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia untuk mencari teman baru, pasangan hidup, berbisnis, bahkan berpolitik (dalam Cahyono,2016).

Pada Februari 2022, Indonesia memiliki sekitar 167 juta pengguna media sosial aktif, menjadikannya yang terbesar di Asia Tenggara dan menempati peringkat ketiga di wilayah Asia Pasifik (setelah China dan India).¹ Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan mahasiswa. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, telah digunakan secara luas tidak hanya untuk berbagi foto dan video pribadi, tetapi juga sebagai media informasi. Instagram juga merupakan media sosial yang cukup sering digunakan untuk tujuan hal pribadi maupun kelompok tertentu.

Pada periode Januari hingga Mei 2020, terdapat sekitar 69,2 juta pengguna Instagram di Indonesia, dengan pertumbuhan yang konsisten setiap bulan. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berada dalam kelompok usia 18-24 tahun, dengan total sekitar 34,4 juta pengguna. Dari jumlah tersebut, sekitar 20% adalah perempuan dan 17,2% adalah laki-laki. Instagram banyak digunakan oleh kedua jenis kelamin dan berbagai kelompok usia di negara ini.²³ Selain Instagram, platform media sosial populer lainnya di Indonesia meliputi Facebook (digunakan oleh 81,6% pengguna internet) dan TikTok (digunakan oleh 73,5% pengguna internet). Instagram menempati peringkat kedua, dengan 85,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan platform ini.⁴

Pada tahun 2024, penggunaan media sosial di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Menurut laporan terbaru dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 191

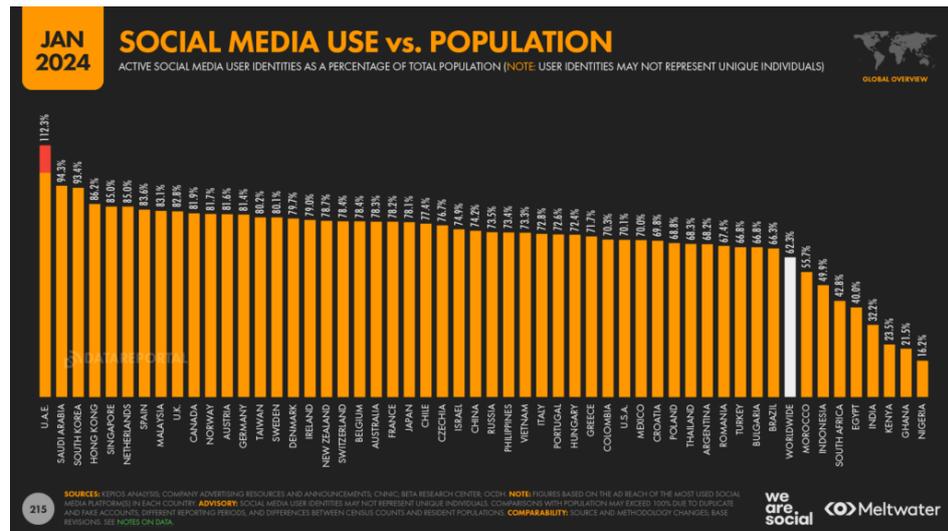
¹<https://www.statista.com/topics/8306/social-media-in-indonesia/>

²[Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial \(goodnewsfromindonesia.id\)](#)

³ [Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021 \(katadata.co.id\)](#)

⁴ [Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024 \(katadata.co.id\)](#)

juta, yang merupakan sekitar 70% dari total populasi.⁵ Instagram, sebagai salah satu platform yang paling populer, mencatat lebih dari 100 juta pengguna aktif di Indonesia. Platform ini terutama populer di kalangan generasi muda dan mahasiswa, yang menggunakan Instagram tidak hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi dan media komunikasi.



Grafik 1.1
data penggunaan media sosial
Sumber: wearesocial.com

Berdasarkan data Statista dan DataReportal, pengguna Instagram di Indonesia cenderung meningkat setiap tahunnya, dengan angka pertumbuhan yang stabil sejak tahun 2020.⁶ Penggunaan Instagram di Indonesia dipengaruhi oleh tingginya penetrasi smartphone dan akses internet yang semakin mudah dan terjangkau di berbagai wilayah. Selain itu, Instagram juga digunakan oleh banyak institusi pendidikan, termasuk perguruan tinggi, sebagai platform untuk menyebarkan informasi resmi dan berinteraksi dengan mahasiswa.

Berdasarkan data dan fenomena yang ada, dapat disimpulkan bahwa Instagram telah menjadi salah satu media utama bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi, di samping sebagai sarana hiburan. Namun, meskipun Instagram telah

⁵ [Digital 2024: 5 billion social media users - We Are Social Indonesia](#)

⁶ [Digital 2024 - We Are Social Indonesia](#)

dimanfaatkan oleh UNIBI, masih kurangnya penelitian yang mendalam mengenai bagaimana mahasiswa UNIBI menggunakan dan memanfaatkan Instagram sebagai media informasi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DI PERGURUAN TINGGI (Studi Deskriptif Mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram @Unibiofficial Sebagai Media Informasi Mahasiswa)”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dan memberikan wawasan mengenai penggunaan Instagram UNIBI sebagai media informasi oleh mahasiswa.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan di paparkan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Fokus penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka fokus penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @unibiofficial sebagai media informasi bagi mahasiswa ?

1.2.2 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis memaparkan beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana UNIBI menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana informasi bagi mahasiswa?
2. Apa saja jenis konten yang dibagikan melalui akun Instagram UNIBI?
3. Bagaimana respon mahasiswa UNIBI terhadap penggunaan Instagram sebagai media informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis susun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan UNIBI menggunakan Instagram sebagai media informasi bagi mahasiswanya.
2. Untuk mendeskripsikan konten – konten yang dibagikan di Instagram UNIBI.
3. Untuk mengetahui respon mahasiswa UNIBI terhadap penggunaan Instagram UNIBI sebagai media informasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu manfaat praktis dan teoritis, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran dan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu komunikasi dengan kaitanya terhadap penggunaan media social Instagram sebagai media informasi mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama menjalani perkuliahan serta memperluas wawasan berfikir secara ilmiah dalam bidang ilmu komunikasi.

b. Bagi instansi

- 1) Memberikan informasi untuk bahan *monitoring* dan evaluasi kepada UNIBI tentang efektivitas penggunaan Instagram sebagai media informasi bagi mahasiswanya.
- 2) Memberikan masukan kepada UNIBI untuk meningkatkan penggunaan Instagram sebagai media informasi bagi mahasiswanya.

3) Memberikan informasi kepada mahasiswa UNIBI tentang jenis informasi yang dapat mereka peroleh dari Instagram UNIBI.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai referensi yang dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama pada masa yang akan datang.