

PEMANFAATAN INSTAGRAM INDOZONE.ID SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN INFORMASI DAN HIBURAN BAGI PENGGUNA INSTAGRAM

Angga Saputra

Anggaputrassa01@gmail.com

Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom

laksmi.ozil@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The purpose of this research is to find how the use of social media instagram indozone.id as the information and entertainment for instagram users. A problem of this research is how the utilization of social media instagram as a medium the fulfillment of information and entertainment for instagram users. The research is a qualitative approach. A method of case study method was used in the study. The subject of this study is instagram users following instagram indozone.id account And one public relation of indozone.id. The object of this research is indozone.id as a medium of information and entertainment. The theory research is a theory computer mediated communication, into three parts cyberspace, cybersociety, cyberculture. The results of the study users instagram especially a follower of indozone.id use instagram for information and entertainment, by using the theory communication computer mediated the researchers found the fact that in addition to a follower of indozone.id use instagram as a source of information was also the researchers found social interaction that occurs in a column indozone.id comments, consume information was also needs to high because of society itself depend on the internet facilities including social media instagram to find a information, with the facilities consisting of content that adjusts the information needs of the reader it also creates groups that suit the same desires, hobbies and interests.

Keywords: Social Media, Instagram, Information, Entertainment

Pendahuluan

Teknologi dan informasi berkembang dengan sangat pesat, membuat perubahan yang besar dan sangat nyata terhadap kehidupan manusia di era saat ini. Awalnya semua serba tradisional berkomunikasi dan bertukar informasi dengan sangat sederhana dan membutuhkan waktu yang sangat lama dengan menggunakan surat.

Kini telah beralih ke era modern dimana *smartphone* hadir memberikan dampak yang luar biasa yang dapat merubah kehidupan manusia, dengan fitur nya kita bisa bertukar informasi dan berkomunikasi dengan siapa saja menjadi lebih mudah asal terhubung dengan internet kita juga bisa mendapatkan

informasi serta hiburan dari seluruh penjuru dunia.

Media baru merupakan sarana dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau yang disebut sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan menggunakan perangkat komputer dan *smartphone*.

Media baru di zaman sekarang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup sosial didalam masyarakat, media masa juga gambaran dari keberhasilan teknologi informasi dan komunikasi yang menjadi

sumber pengetahuan dan informasi, karena kebutuhan informasi yang sangat cepat membuat perubahan besar berkat hadirnya jaringan internet.

Berdasarkan data WeAreSocial.net dan Hootsuite 2019 diakses peneliti pada tanggal 22 Maret 2019 pukul 01:10, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 150 juta jiwa, Lebih dari 69% masyarakat Indonesia mengakses internet dengan menggunakan perangkat *mobile* atau *smartphone*, angka tersebut juga melampaui penggunaan internet via *mobile* secara global, yakni 50%, yang merupakan tertinggi ke empat di dunia.

Pengguna Internet Di Indonesia



Sumber: <https://.slideshare.net>

Dari gambar diatas menunjukan bahwa dari 268,2 juta jiwa populasi masyarakat di Indonesia penggunaan internet dan pengguna aktif media sosial di Indonesia dengan jumlah 150 juta jiwa, dan pengguna media sosial *mobile* sebanyak 130 juta jiwa, data di atas juga menunjukan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia sudah banyak yang sadar tentang internet dan peran media sosial dalam pertukaran informasi yang dibutuhkan.

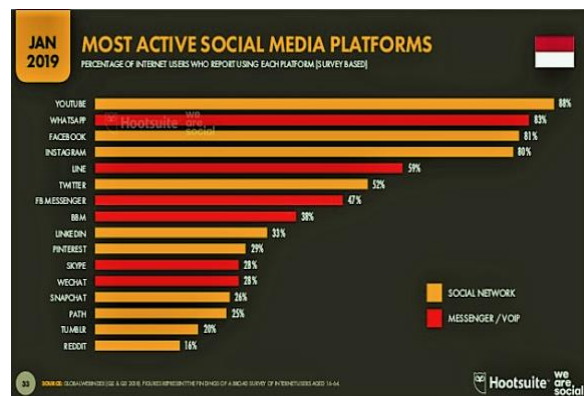
Media sosial sangat populer saat ini, media sosial memungkinkan penggunaannya untuk saling berinteraksi satu sama lainnya dengan cara membagikan aktivitas sehari-hari tidak hanya dengan teks tetapi juga dengan foto, video yang bisa menarik perhatian orang memungkinkan banyak pertukaran informasi tentang apa yang terjadi saat ini.

Media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia terbagi menjadi beberapa kategori media sosial yaitu media jejaring sosial (*social network*) dan juga media

pengirim pesan personal (*messenger*) yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, pembagian tersebut berdasarkan penggunaannya dan juga dalam penyebaran informasi. Berikut adalah media jejaring sosial (*social network*) dan media pengirim pesan (*messenger*) yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia;

Pengguna Sosial Media Aktif Di Indonesia

Sumber: <https://.slideshare.net>



Berdasarkan gambar tersebut media sosial yang sering digunakan di Indonesia, di posisi pertama di duduki oleh media jejaring sosial (*social network*) Youtube dengan pengguna di Indonesia sebanyak 88%, yang kedua dari media pengirim pesan (*messenger*) Whatsapp dengan 83%, yang ketiga ada Facebook dengan 81%. Dan ke empat Instagram sebagai media jejaring sosial (*social network*) sebanyak 80% penggunaannya di Indonesia.

Dari sekian banyaknya media jejaring sosial (*social networking*) dan dari berbagai segi penggunaan serta tujuannya salah satu yang banyak dipakai dan sering digunakan oleh masyarakat adalah *instagram* yang awalnya dipakai untuk mengisi waktu luang, berbagi momen kebahagiaan, bersosialisasi dengan keluarga teman dekat hingga mencari teman baru melalui *instagram* kini telah mengalami perkembangan serta berevolusi dengan sangat inovatif sehingga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber pengetahuan.

Instagram adalah media sosial yang berbasis video, foto, serta teks yang berupa narasi sehingga penggunaannya bisa menulis apa saja sesuai dengan video atau gambar serta

bisa dilihat berkali – kali. Sebagian dari masyarakat sudah rutin dengan penggunaan media sosial *instagram* ini karena semua kebutuhan informasi dan juga hiburan dapat mereka temukan di media ini. Pengguna media *instagram* juga bisa menjadi komunikator maupun komunikan, karena apapun yang mereka unggah akan dilihat oleh siapa saja dan diterima oleh pengikut dari pengguna akun yang menjadi komunikator tersebut.

Seiring berjalannya waktu, banyak portal berita telah berkembang dan berkonvergensi sehingga memanfaatkan *instagram* sebagai media untuk menyebarkan informasi atau memuat sebuah berita, salah satunya portal berita yang memanfaatkan *instagram* sebagai media untuk menyebarkan informasi adalah *indozone.id*.

Indozone.id hadir pertama kali di *instagram* pada tanggal 18 september 2014 hingga kini terkenal dengan *tagline* nya #KAMUHARUSTAHU. Tidak hanya menyajikan konten yang aktual dan konten informatif *indozone.id* juga memiliki konten–konten yang edukatif yang bertujuan membangun Indonesia yang lebih baik, juga memberikan dampak positif terhadap generasi *millennial* dan *gen z*.

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yaitu sebuah teori dimana terdapat pergeseran pola komunikais dimasyarakat berkat adanya sebuah konvergensi antara teknologi komunikasi (*smartphone*, komputer atau PC, tab, dll), yang di mediasi oleh jaringan internet, serta di dukung oleh aplikasi–aplikasi tertentu, agar dapat terhubung satu sama lainnya.

Dalam teori *Computer Mediated Communication* (CMC) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu *Cyberspace*, *Cybersociety*, *Cyberculture*. Dimana pada masing–masing teori tersebut menjelaskan bahwa terdapat interaksi antara sesama pengguna internet, meningkatnya kebutuhan akan sebuah informasi di dalam masyarakat itu sendiri sehingga membuat masyarakat khususnya pengguna internet menjadi tergantung oleh fasilitas–fasilitas yang telah di sediakan, dan yang ketiga membuat sebuah komunitas baru yang terbentuk atas dasar memiliki kesamaan

dalam hal, kesukaan, hobi, minat bukan berdasarkan geografis.

Oleh sebab itu, dengan *cyberspace*, *cybersociety*, *cyberculture* peneliti ingin mengetahui bagaimana masing–masing ke 3 bagian teori CMC tersebut dengan melihat bagaimana interaksi yang terjadi antara sesama pengguna *instagram* khususnya pengikut akun *instagram* *indozone.id*, lalu meningkatnya kebutuhan akan sebuah informasi dan membentuk sebuah kelompok yang berdasarkan kesukaan, minat, dan hobi yang sama dari para pengikut *indozone.id* tersebut.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* *indozone.id* sebagai media pemenuhan informasi dan hiburan bagi pengguna *instagram*?

Serta tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial *instagram* *indozone.id* sebagai pemenuhan informasi dan hiburan bagi pengguna *instagram*.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *instagram* *indozone.id* sebagai media pemenuhan informasi dan hiburan bagi pengguna *instagram*. Dengan melakukan pendekatan langsung kepada subyek guna mendapatkan hasil berupa kata – kata dari informan.

Menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. (Moleong, 2013:5)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus penelitian dengan metode studi kasus adalah menjelaskan sebuah peristiwa yang terjadi di masyarakat, dengan melalui objek yang ada, lalu menggambarkan realitas yang terjadi saat ini yang berkembang di dalam masyarakat.

Menurut Kriyantono (2006:69) tujuan metode studi kasus adalah membuat kasus secara sistematis, aktual, dan akurat tentang fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau objek tertentu, penelitian ini untuk menggambarkan realitas yang terjadi tanpa menjelaskan hubungan variable.

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti ialah data primer dan data skunder.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, wawancara adalah percakapan antara periset atau seorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan yaitu seorang yang di asumsikan mempunyai informasi penting tentang objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumbernya. (Rakhmat 2005:100)

Wawancara adalah cara menjanging informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan. Wawancara berdasarkan tingkat formalitasnya dibedakan menjadi tiga yaitu;

1. Wawancara tidak terstruktur
Peneliti sedikit memberikan kendali atas pembicaraan jalanya pembicaraan diarahkan oleh respon dari responden dari pada agenda yang dimiliki peneliti.
2. Wawancara semi- terstruktur
Dalam wawancara ini peneliti tidak mengajukan persoalan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah di siapkan, topik atau isu – isu lah yang menentukan arah pembicaraan.
3. Wawancara terstruktur
Wawancara ini berangkat dari serangkaian pertanyaan yang elah disiapkan dan dinyatakan menurut urutan yang telah ditentukan. (Suwartono 2014:48-51)

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara terstruktur peneliti memberikan pertanyaan yang telah disiapkan kepada informan dengan memintanya, alat yang digunakan untuk menunjang kebutuhan dalam proses mengumpulkan data dan informasi dengan menggunakan

handphone dalam proses wawancara terkait seputar objek pada penelitian ini yaitu akun *instagram* indozone.id.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi infromatif bagi pihak lain. (Kriyantono, 2006:42).

Pada penelitian ini, peneliti juga akan melengkapi data-data dari berbagai sumber lainnya untuk mendukung penelitian ini. Dengan cara mencari sumber bacaan, buku-buku, karya ilmiah dan internet.

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif analisis. Deskriptif adalah data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci apa yang diteliti. (Moleong, 2013 : 3)

Metode deskriptif analisis merupakan hasil data yang peneliti peroleh dari informan melalui wawancara, kemudian peneliti menganalisis sesuai dengan pokok permasalahan. Melalui data tersebut maka peneliti akan mendapatkan jawaban dari penelitian yang sedang dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Dengan dikaitkan menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yang menjadi landasan dasar penelitian ini, didalam teori *Computer Mediated Communication* terdapat 3 katagori bagian yaitu *cyberspace*, *cybersociety*, *cyberculture*, berikut adalah pembahasannya dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan.

Cyberspace itu sendiri merupakan sebuah hubungan interaksi sosial yang terjadi lewat dunia virtual atau maya, seluruh aktivitas dalam berkomunikasi maupun bersosialisasi dalam *cyberspace* itu sendiri memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan lawan bicara kita tidak perlu melakukan kontak fisik, artinya kita perlu menggunakan teknologi komunikasi seperti *smartphone*, laptop, pc, tab, serta didukung oleh jaringan internet lalu dengan

menggunakan aplikasi yang sama dengan lawan bicara kita agar sama-sama terhubung.

Salah satu fitur yang merupakan keuntungan yang kita dapatkan di *instagram* adalah kita dapat mengomentari, memberikan *like*, dan membagikan unggahan dari akun *instagram* yang telah kita ikuti maupun tidak kita ikuti jika akun itu tidak di kunci oleh pemegang akun *instagram* tersebut.

Seperti akun *instagram* *indozone.id* yang memiliki pengikut yang banyak, dan sering mendapatkan, *like*, komentar atau opini dari pengikutnya sendiri dalam setiap berita dan informasi yang di unggah oleh *indozone.id*.

Interaksi Di Kolom



Komentar Indozone.id

Sumber : *Instagram.com*

Cybersociety istilah dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang termediasi oleh internet, *cybersociety* juga membuat kebutuhan informasi menjadi tinggi, baik itu informasi mengenai ilmu pengetahuan sosial, umum, politik, sampai informasi hingga tentang gosip-gosip para artis.

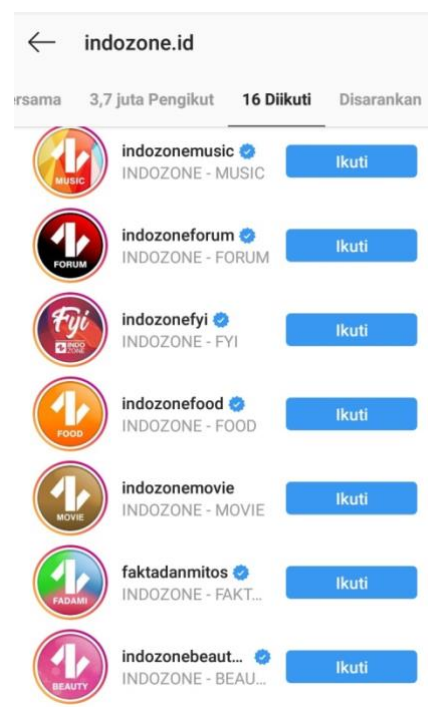
Kebutuhan informasi yang tinggi, membuat sumber informasi menjadi semakin banyak, banyak portal berita yang bermunculan, mulai portal berita lokal sampai portal berita besar dengan skala nasional,

portal berita tersebut menggunakan teknologi komunikasi yang di mediasi oleh internet, banyak juga portal berita yang menggunakan sosial media seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, *youtube* dll.

Dengan banyaknya portal berita yang menggunakan media sosial, berdampak pula dengan masyarakat yang menjadi terbiasa jika ingin mencari sebuah informasi harus menggunakan media sosial karena dengan sangat mudah untuk di dapatkan, dengan didukung oleh internet serta ditambah dengan aplikasi-aplikasi tertentu, masyarakat sudah bisa saling berbagi dan mendapatkan informasi sesama pengguna aplikasi yang sama.

Dengan masyarakat yang lama-lama terbiasa menggunakan fasilitas-fasilitas di internet untuk mencari sebuah informasi di media sosial membuat *indozone.id* juga hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dari masyarakat yang tinggi dengan target segmentasi nya yaitu anak-anak *millenials* dan *gen z*.

Channels Indozone.id



Sumber : *Instagram.com*

Indozone.id menyadari bahwa kebutuhan informasi dari masyarakat yang bermacam-macam dan minat baca masyarakat

menjadi tinggi sehingga indozone.id menampung itu semua dan menjadi wadah untuk semua kebutuhan informasi yang diperlukan oleh masyarakat, karena itu indozone.id memiliki 14 rubrik atau konten *channel* yang masing-masing membahas topik yang berbeda, selain itu juga indozone.id juga memiliki akun *instagram* yaitu indozone.id yang hanya satu akun sudah membahas semua macam-macam informasi baik sport, kesehatan, politik, games, makanan, tempat rekreasi, sampai goisp para artis dll, sehingga mempermudah pengikutnya untuk cukup mengikuti satu akun saja yaitu akun *instagram* indozone.id dan semua itu sudah mencakupi semua rubrik dan konten yang disediakan oleh indozone.id.

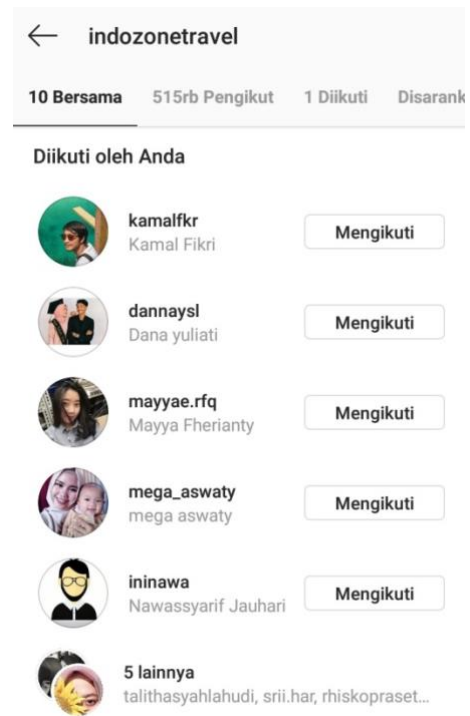
Cyberculture adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial berinteraksi satu sama yang lainnya tidak berdasarkan geografis, budaya ini muncul dari masyarakat yang menggunakan teknologi komunikasi didukung oleh internet untuk saling berkomunikasi, mencari hiburan, informasi tentang apa yang dibutuhkan, hingga bermain *game online* dll yang menjadi keperluan dan kebutuhan penggunanya masing-masing.

Cyberculture sebuah studi dimana fenomena sosial yang terjadi saat ini dan berkembang sesuai dengan trend yang terjadi, dimana masyarakat terbentuk menjadi sebuah kelompok-kelompok yang berdasarkan kesukaan, minat, hobi yang sama, misalnya para penyuka *game online* maka yang mereka butuhkan hanya informasi tentang game atau orang-orang yang suka dengan teknologi maka yang di cari dan di ikuti adalah akun-akun yang membahas tentang teknologi tersebut.

Pada akun *instagram* indozone.id itu sendiri menyediakan *channel-channel* yang membahas bermacam-macam baik itu yang bersifat hiburan ataupun bersifat informasi yang mengedukasi sampai berita-berita reche seputar artis pun menjadi bahan pemberitaan oleh portal berita hingga indozone.id. seperti informan yang mengatakan bahwa mereka menyukai dan mencari berita atau informasi seputar musik, tempat makan yang lagi hits atau makana yang bisa di tiru dirumah, tempat

jalan-jalan seru dengan teman-teman atau keluarga.

Pembentukan Sebuah Kelompok Di Indozone.id



Sumber : *Instagram.com*

Cyberculture pada akun *instagram* indozone.id merupakan sebuah pengelompokan dari orang-orang yang memiliki sebuah kesukaan yang sama, hobi, serta minat terhadap informasi apa yang hanya dia butuhkan, jadi pengikut indozonettravel ini hanya membutuhkan informasi yang diunggah oleh indozonettravel, tidak akan menerima informasi lain apapun selain yang di unggah oleh indozonettravel karena memang itu yang mereka sukai dan minati.

Cyberculture juga merupakan sebuah perubahan budaya yang terjadi di masyarakat bahwa perubahan budaya berupa pola komunikasi di internet juga merubah kebiasaan manusia yang awalnya membaca berita lewat koran, kini berkat hadirnya internet dan jaringan teknologi komunikasi membuat masyarakat menjadi terbiasa ketika ingin membaca berita tidak lagi lewat koran namun lewat media digital seperti *website* dan media sosial seperti *instagram*.

Indozone.id sendiri juga menjalankan sebagaimana dengan fungsi dari komunikasi

massa, yaitu sebagai sumber, informasi sebagai pendidikan, sebagai hiburan, menciptakan rasa kebersamaan, fungsi integrasi dan empati, transmisi budaya, *Surveillance* (pengawasan), meningkatkan aktivitas politik, fungsi meyakinkan (Vera. 2016:17-22)

Simpulan

Berdasarkan dari permasalahan, tujuan penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah di jabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa akun *instagram* indozone.id bisa di manfaatkan oleh pengikutnya sebagai media untuk memenuhi kebutuhan dalam informasi dan hiburan bagi pengikutnya di *instagram*, dengan adanya informasi yang menarik serta informatif yang diberikan membuat pengikut akun *instagram* indozone.id mendapatkan informasi, hiburan dan sekaligus pengetahuan yang bisa dibagikan atau dimanfaatkan di kehidupan nyata.

Penelitian ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yang terdapat 3 bagian yaitu *Cyberspace*, *Cybersciety*, dan *Cyberculture* yang menjadi acuan oleh peneliti, didalam akun *instagram* indozone.id terdapat interaksi oleh pengikutnya, kebutuhann akan sebuah informasi menjadi tinggi karna pengguna internet khususnya pengguna *instagram* menjadi terbiasa dan bergantung jika ingin mencari sebuah informasi mereka akan membuka *instagram* dan akun *instagram* indozone.id salah satu yang mereka gunakan untuk mencari informasi, selain itu kebutuhan akan sebuah informasi juga membentuk sebuah kelompok yang berdasarkan kesamaan di antara pengguna *instagram* tersebut yang sesuai dengan kebutuhan, kesukaan, hobi dan minat dari para pengguna *instagram* itu sendiri.

Indozone.id sebagai media *multi-platform* juga menjalankan sebagaimana fungsi-fungsi dari komunikasi massa yaitu sebagai media yang meyediakan informasi, hiburan, pendidikan, fungsi meyakinkan, meciptakan sebuah kelompok dan memberikan rasa kebersamaan, fungsi integrasi dan empati, transmisi budaya,

pengawasan, dan meningkatkan aktivitas politik.

Bagi para pengguna *instagram* khususnya pengikut akun *instagram* indozone.id, berharap indozone.id bisa menjadi sumber informasi dan hiburan memberikan berita aktual, menarik, dan memberikan pengetahuan tentang fakta-fakta yang belum di ketahui oleh orang kebanyakan, serta dapat mengembangkan terus dengan berita-berita yang memang disukai dan diminati para *millenials* dan *gen z*,

Daftar Pustaka

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Riset Praktis Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasara)*. Jakarta : Kencana Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remajak Rosdakarya
- Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Thurlow, Crispin, Lengel Laura, Tomic Alice (2004). *Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet*. California : SAGE Publication Inc.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Sri Hadijah Arnus. *COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC)*, Pola Baru Berkomunikasi. 2015.

Sumber Online:

- <https://slideshare.net> diakses pada tanggal 22 maret 2019
- <http://instagram.com>