

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinamika kehidupan masyarakat mengalami perkembangan yang sangat pesat melalui teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pesatnya perkembangan TIK menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Dengan hadirnya *smartphone*, dan beragam aplikasi termasuk didalamnya media sosial antara lain facebook, twitter, line, whatsapp, telegram dan instagram. Media sosial menyebabkan perubahan pola perilaku masyarakat dalam budaya, etika dan norma yang berlaku. Hal inilah yang melatar belakangi perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital. Berbagai platform media sosial terus berkembang dari segi kualitas (layanan) dan kuantitas (jumlah media), dengan potensi pemanfaatannya sebagai media pembelajaran. Media sosial mempunyai banyak manfaat yang sangat penting bagi penggunanya (Pujiono, 2021).

Media sosial adalah media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Kustiawan et al., 2022). Dalam generasi saat ini, hampir semua golongan usia mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, menggunakan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari untuk memudahkan setiap pekerjaan yang dilakukan dan mendapatkan informasi dan mengkomunikasikannya kepada publik. Kemampuan media sosial dalam menghilangkan batasan-batasan waktu, geografis dan dimensional. Media sosial semakin populer karena sistem komunikasi telepon pintar atau *smartphone* yang memungkinkan orang selalu terhubung dengan alat komunikasi tanpa masalah kabel atau harus selalu duduk di depan komputer untuk mengakses situs web (Syukerti & Mulyadi, 2022).

Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah (Cahyono, 2021). Media sosial termasuk platform media yang mengutamakan kehadiran penggunanya untuk berinteraksi dan bekerja sama sehingga media sosial bisa dianggap sebagai platform online yang memperkuat hubungan antara pengguna dan menciptakan ikatan sosial. Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan saat ini.

Mahasiswa secara teratur menggunakan platform media sosial untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan menghabiskan waktu luang dalam kehidupan sehari-hari (Rabaani & Indriyani, 2024). Instagram adalah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet. Instagram dapat langsung menampilkan foto. Sehubungan dengan istilah "gram", yang berasal dari kata "telegram", fungsinya adalah mengirimkan informasi dengan sangat cepat kepada orang lain. Informasi yang ingin dikirimkan dapat diterima dengan sangat cepat, seperti halnya instagram, yang menggunakan jaringan internet untuk menyebarkan foto (Noventa et al., 2023). Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah – tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai media sosial dikehidupan sehari-harinya (Kamilah et al., 2020). Instagram termasuk sebuah aplikasi yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan *caption* (Sutrisno & Mayangsari, 2022).

Pada awal tahun 2025, angka yang dipublikasikan di alat periklanan Meta menunjukkan bahwa instagram memiliki 103 juta pengguna di Indonesia. Menurut angka perusahaan yang direvisi secara berkala, penggunaan iklan Instagram di Indonesia pada awal tahun setara dengan 36,3% dari total populasi. Namun pada saat laporan ini dibuat, 45,9% dari audiens Indonesia yang "memenuhi syarat" menggunakan Instagram, karena Meta hanya memungkinkan pengguna berusia 13 tahun ke atas untuk menggunakannya. Diantara bulan Januari 2024 dan Januari 2025, jangkauan iklan Instagram di Indonesia dapat meningkat sebesar 2,50 juta (+2,5 persen) menurut data yang dipublikasikan di alat perencanaan Meta (Simon, 2025).

Berbagai macam fitur di instagram seperti *reels* dengan pembuatan video dikreasikan melalui teks, filter, audio, serta video dari galeri pengguna tersebut, *stories filters* untuk mengabadikan kegiatan sehari-hari serta dapat membagi foto atau video, *feeds* untuk mebagikan foto atau video dengan memberi opsi like, komentar, dan menambahkan *caption* (Hamidah et al., 2024). Fitur tersebut memungkinkan penggunanya menyebarluaskan informasi melalui postingan konten dalam berbagai format. Selain itu, instagram juga memungkinkan penggunanya untuk live instagram/streaming langsung video, dan instagram juga dilengkapi dengan efek kamera, stiker,

bahkan untuk memanjakan penggunanya instagram bekerja sama dengan spotify untuk memfasilitasi integrasi lagu.

Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya seperti menambah pengetahuan, meningkatkan keterampilan, mengurangi ketidakpastian, memperoleh kepuasan dan lain sebagainya (Safira & Zurani, 2022). Instagram dapat digunakan oleh institusi pendidikan seperti perguruan tinggi sebagai media komunikasi melalui informasi yang diberikan untuk diketahui oleh mahasiswa, dosen, tenaga pendidikan, dan masyarakat umum. Dengan demikian, peneliti menjadikan *followers* dari instagram @univ.jambi sebagai pengguna yang menggunakan media dan yang memiliki motif untuk memenuhi kebutuhan informasinya dengan cara mengikuti akun instagram @univ.jambi untuk menjadi subjek penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lumintang et al., 2017) karena mudah, efisien, dan cepat, masyarakat lebih suka membaca berita melalui media online. Melalui media sosial, yaitu instagram yang menggunakan sistem daring dalam membaca atau melihat berita yang sedang terjadi saat ini dengan cepat. Penelitian yang dilakukan Helen dan Rusdi, mengenai penggunaan media sosial Instagram @Jkinfo memberikan hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan pada penggunaan media sosial Instagram @Jkinfo dengan *context, communication, collaboration* dan *connection* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Helen & Rusdi, 2019).

Sebagai platform visual instagram berfokus pada penyampaian pesan secara cepat dan menarik melalui gambar, video, dan teks singkat. Hal ini menjadi tantangan bagi akun instagram Universitas Jambi untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan oleh *followers*, seperti informasi tentang kegiatan akademik, acara kampus, jadwal penting, atau pengumuman resmi. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan memiliki informasi yang optimal untuk menjaga relevansi dan kepuasan pengikut.

Dari pernyataan diatas, keberhasilan penggunaan instagram tidak hanya diukur dari jumlah pengikut, tetapi juga dari sejauh mana kontennya mampu memenuhi kebutuhan informasi *followersnya*. Peneliti akan melakukan riset pada instagram institusi @univ.jambi dengan menggunakan salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan konten media sosial dengan menggunakan Teori 4C Chris Heuer

yang dapat digunakan sebagai teori 4c dalam media sosial, yaitu meliputi *content* (konten), *context* (konteks), *connection* (koneksi), dan *community* (komunitas).

Dengan menggunakan pendekatan ini, konten dapat dibuat tidak hanya untuk memberikan informasi yang relevan dan akurat, tetapi juga mempertimbangkan hal-hal yang relevan dengan *followers* serta membangun hubungan dengan *followers* yang aktif berinteraksi dengan akun tersebut. Tetapi, model lain seperti TAM berfokus pada penerimaan teknologi dengan mengetahui bagaimana pengguna menilai kegunaan dan kemudahan penggunaan dari suatu sistem, dan Theory of Reasoned Action (TRA) memahami keputusan perilaku dalam konteks sosial, serta menjadi dasar bagi pengembangan TAM. Oleh karena itu, salah satu inovator media baru, Chris Heuer berpikir bahwa pengelolaan media sosial berguna untuk kemudahan dan memenuhi tujuan yang telah direncanakan serta mewujudkan komunikasi yang efektif yang wajib diterapkan pada media sosial.

1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* berdasarkan teori 4C?”

1. 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* berdasarkan teori 4C.

1. 4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini akan hanya difokuskan pada akun Instagram resmi Universitas Jambi.
2. Penelitian ini tidak akan mencakup analisis mendalam tentang kualitas teknis desain grafis atau pengeditan video, tetapi hanya akan melihat pengaruh aspek visual secara umum terhadap keterlibatan dan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, berikut ini adalah manfaat penelitian secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis:

- a. Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang bagaimana kualitas sistem dan informasi di platform media sosial, khususnya Instagram, memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi pengguna.
- b. Penelitian ini memberikan kontribusi pada teori 4C, khususnya dalam konteks media sosial sebagai sumber informasi, dengan menguji bagaimana konten yang disajikan memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

2. Manfaat Praktis:

- a. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis kepada Universitas Jambi untuk mengoptimalkan strategi pengelolaan akun Instagram agar lebih efektif dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh *followers*.
- b. Penelitian ini akan memberikan panduan bagi pengelola media sosial mengenai jenis konten yang paling efektif untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) *followers*, seperti preferensi terhadap format konten tertentu atau waktu posting yang optimal.