

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Interaksi yang dilakukan manusia sebagai makhluk sosial merupakan bentuk dari sifat dasar alamiahnya, dengan membawa sebuah gagasan dan pikiran yang sangat bervariasi membuat setiap individu memiliki informasi yang beragam tentu saja dengan demikian tidak semua individu bisa memiliki semua kesamaan pasti memiliki perbedaan masing masing di setiap pembawaannya, dengan membawa perbedaan itu individu saling berinteraksi dan bertukar pikiran untuk mendapatkan pemahaman yang berbeda dengan pemahaman yang dimiliki individu itu sendiri, dengan interaksi yang dilakukan tiap individu muncullah pengetahuan baru yang bisa disebut informasi dengan demikian individu mengetahui pengetahuan yang belum pernah mereka ketahui sebelumnya.

Sosial media merupakan media untuk menyebarkan informasi secara cepat efisien dan komunikatif di dalam ranah dunia maya, teknologi memanjakan tiap penggunaanya saat menyebar luaskan informasi yang dimiliki secara luas dan cepat sosial media juga sangat efisien sebab di dalam penggunaannya hanya bermodalkan jaringan internet dari smartphone yang dimiliki dan juga koneksi data atau yang sering disebut paketan internet, paket internet ini sering disebut kuota karena dengan menggunakan kuota internet kita bisa berselancar di dunia maya, dengan keterjangkauan harga serta kemudahan menggunakan jadi bisa banyak sekali yang menggunakannya dengan banyak nya pengguna justru membuat hal ini lebih komunikatif dalam menyampaikan informasi.

Pendapat Nasrullah (2015) media sosial merupakan tempat di internet dimana yang di dalamnya membuat seseorang bisa membentuk dirinya dan melakukan interaksi, kerja sama, membagi, melakukan komunikasi kepada orang lain sehingga terbentuk ikatan sosial di dunia virtual. Tahap media sosial, ada tiga bentuk yang termasuk pada arti sosial yaitu pengenalan *cognition*, komunikasi *communicate* dan kerja sama *cooperation*. Fenomena ini yang menjadikan sebuah

patokan kepada setiap masyarakat yang memiliki media sosial bisa melakukan interaksi di dunia maya dengan cara virtual, dengan berkembangnya jaman telah membuat pengguna melakukan transisi dari menggunakan media biasa beralih kepada media sosial yang lebih mudah dan lebih luas cakupannya.

Dengan begini sosial media menjadikan sesuatu kebutuhan untuk pengguna mendapat informasi, lain dari itu sosial media juga bisa memberikan sebuah informasi yang sangat cepat dan disini pengguna bisa memilih informasi yang mereka butuhkan, kecepatan mendapatkan informasi pasti membuat seseorang berfikir untuk beralih dalam memilih untuk menggunakan sosial media. di indonesia termasuk negara yang sering berselancar di internet sebanyak 93,4% *user*. Informasi di dapat dari global web index, hingga semua media sosial digunakan oleh setiap orang terkoneksi internet di indonesia. Media sosial juga tentu saja bisa menarik lebih banyak digunakan di tahun 2015. Seperti media sosial yang diantaranya adalah twitter,youtube,instagram,path, dan linkedin.(portal cbn,2015).

Media sosial diprediksi akan berkembang dan semakin pesat di indonesia pada tahun 2015. Ini didasari dengan banyaknya orang yang memiliki handphone pintar (smartphone) dengan harga yang semakin bisa dijangkau, hal ini yang mempermudah para user untuk mengoneksi ke internet, bahkan di media sosial sering dijadikan tempat untuk saling berbagi banyak hal,(portal cbn,2015).

Sosial media seperti yang paling trending saat ini di setiap mahasiswa yaitu instagram. Instagram merupakan aplikasi yang untuk bisa online menggunakan internet juga bisa melakukan interaksi sosial dan bisa juga untuk berbagi gambar dalam bentuk digital. Para pengguna aplikasi biasanya menggunakan aplikasi ini untuk langsung bisa memposting hasil foto mereka sendiri. Ada juga beberapa orang yang memanfaatkan kesempatan ini untuk melakukan promosi jual online (sulantia, 2015 : 119).

Sosial media instagram berguna untuk membagi foto yang menceritakan kegiatan serta sebuah aktivitas yang seseorang lakukan, instagram juga memberikan sebuah

kemudahan dalam memberikan siaran video yang disebut *instastory* ada juga istilah live instagram, hal tersebut membuat para pengguna instastory bisa lebih leluasa saat bercerita kegiatan yang mereka lakukan oleh seseorang, dengan kemudahan ini merekamemanfaatkan semaksimal mungkin gambar dan video yang mereka miliki. Yang menggunakan instagram di indonesia mengalami perkembangan yang signifikan melihat presentase sebanyak 215%. informasi di dapat dari data global web index di tahun 2014, *instagram* bisa mengalahkan *twitter*, *facebook*, dan juga *pinterest* dalam mendapatkan pengguna. (portal cbn,2015).

Bedasarkan fakta yang sudah di jelaskan sebelumnya *instagram* memiliki banyak pengguna dengan demikian maka keefektifan dalam mengkomunikasikan sebuah pesan bisa sangat efektif melihat banyak sekali pengguna yang secara tidak langsung juga menikmati konten yang ada di dalam *instagram*, *instagram* juga memfasilitasi untuk berbagi foto dan video di mana di dalamnya bisa kita berikan kegiatan yang sedang berlangsung disekitar kita untuk menjelaskan hal yang kita minati agar bisa dilihat oleh pengguna lain, dan itu juga bisa menimbulkan ketertarikan dengan kegiatan yang sedang kita lakukan.

Perkembangan teknologi komunikasi telah memberikan kita kemudahan dalam memberikan informasi seperti hal nya instagram, dengan adanya aplikasi ini bisa dengan mudah memberikan informasi dalam bentuk gambar dan video sehingga bermunculan pada lini masa di setiap pengguna – pengguna instagram lain, ini yang membuat sebuah teknologi informasi yang menghantarkan kita pada kemudahan yang sangat berguna pada kehidupan kita dengan media sosial yang kita akses,

Bill gates (1997) seperti yang dikutip oleh lestari (2011 : 300) mengatakan bahwa “kita sedang melintasi suatu batas teknologi yang akan senantiasa merubah cara kita belajar, bekerja, bergaul, dan berbelanja”. Dengan adanya media sosial membuat sesuatu yang awalnya mustahil menjadi mungkin dan dapat dirasakan seperti yang bisa kita lakukan pada saat ini. Media sosial tidak membatasi kita

dalam melakukan interaksi yang dibedakan oleh jarak dan waktu. Hal ini persis dengan yang diramalkan oleh McLuhan di tahun 1950-an tentang perkembangan teknologi yang memungkinkan kita menjadi *global village* menjadi kenyataan seperti yang dirasakan saat ini. Littlejohn juga menyebutkan bahwa prediksi McLuhan telah menjadi kenyataan tiba dengan adanya internet.(Utari, 2011: 52).

Munculnya internet web 2.0 yaitu media sosial bisa dirasakan cukup hebat dibandingkan dengan web 1.0. ini dikarenakan adanya interaksi yang tidak seperti sebelumnya yang hanya satu arah, kita juga bisa ikut andil dalam menyebarkan informasi di dalamnya. Juga mempermudah kita dalam mencari jaringan pertemanan dan melakukan interaksi, bertukar pikiran, saling komentar, mengirim file, bergabi hal baru, dan lain sebagainya.(Retno dan Tambunan, 2011:163).

Sampainya komunikasi bisa dilihat dengan adanya umpan balik dari pesan yang sudah kita sampaikan pesan tersebut bisa berupa tulisan atau ucapan, jika kita melihat aplikasi instagram yang memberikan kemudahan pengguna untuk mengirim gambar atau video di bagian inilah kita bisa menyampaikan pesan kita dalam bentuk gambar dan video, yang nantinya akan di lihat oleh para pengguna yang lain jika pesan yang disampaikan efektif maka akan ada umpan balik berupa komentar dan like dari para *user instagram* lain, sistemasi dari instagram terdiri dari kita memiliki akun di instagram dan memposting foto dan video kegiatan yang sedang kita lakukan, dari sini kita bisa memberikan caption pada bagian kolom di bawah foto untuk mendeskripsikan tentang kegiatan yang sedang kita lakukan, dari sinilah muncul umpan balik yang akan kita terima apabila pengguna lain yang melihat juga tertarik dengan kegiatan yang sedang kita lakukan,

di sini ada sebuah keefektifan yang terjadi dengan dilihatnya sebuah kolom komentar dan like yang diterima, dengan demikian pesan ini bisa kita sebut sampai karena adanya umpan balik dari gambar atau video yang sudah kita posting sebelumnya. Instagram memberikan kita kemudahan dalam memberikan pesan yang kita sampaikan dalam bentuk gambar dan video tinggal bagaimana

kita bisa menyampaikan sebuah pesan dengan baik dan sesuai sasaran. Banyak sekali pengguna instagram yang memanfaatkan sesuai dengan kebutuhannya seperti online shop, volunterr, dan komunitas untuk melakukan publikasi sebuah produk serta kegiatan yang sudah dilakukan seperti halnya komunitas sering kali memposting foto tentang kegiatan – kegiatan edukatif yang mereka posting berupa kegiatan formal ataupun informal pasti mereka posting sebagai bentuk dokumentasi serta mengajak para pengguna lain agar bisa gabung dan ikut serta untuk melakukan kegiatan positif yang akan berguna bagi kita untuk memanfaatkan waktu luang yang bisa kita isi dengan kegiatan – kegiatan untuk menambah wawasan.

Komunitas publik speaking di Universitas Trunojoyo Madura merupakan komunitas yang bergerak di bidang cara berbicara di depan umum, komunitas ini memiliki anggota – anggota dengan minat yang sama yaitu ingin bisa berbicara di depan publik, karena berbicara di depan publik adalah skill yang wajib dimiliki oleh kita khususnya mahasiswa dalam melakukan presentasi ataupun sosialisasi di masyarakat nanti, berdirinya komunitas ini karena keinginan untuk bisa berbicara di depan umum pada awalnya komunitas ini hanya memiliki 15 anggota dan awalnya anggota ini berkumpul karena kenal dan pada akhirnya mereka memiliki niat untuk membangun komunitas publik speaking di kampus trunojoyo,

komunitas ini sangat aktif di media sosial karena bagi komunitas ini media sosial merupakan tempat untuk menyalurkan kegiatan mereka serta sebagai alat promosi untuk mendapatkan anggota baru dengan keinginan yang sama yaitu berbicara di depan umum, komunitas ini didirikan oleh taufik hidayat yang sekaligus menjadi Pembina pada komunitas ini, pada awalnya banyak sekali yang tertarik dengan kemampuan berbicara di depan umum yang dimiliki oleh taufik karena ketertarikannya itu mas taufik dan teman – teman berinisiatif untuk membangun sebuah komunitas ini yang nantinya diharapkan bisa mencetuskan anggota – anggota baru dengan harapan bisa berbicara di depan umum dengan baik dan benar, karena dengan didirikannya komunitas ini sebagai cara untuk

anggota bisa mengasah bakat berbicara di depan umum dengan cara melakukan latihan se sering mungkin,

setelah latihan biasanya selalu ada sesi mengambil gambar untuk dijadikan dokumentasi sebagai bentuk kegiatan yang sedang berlangsung yang nantinya akan di posting di media sosial facebook dan instagram diharapkan bisa mengkomunikasikan pesan melalui visual gambar yang sedang berlangsungnya kegiatan latihan rutin di tiap sore, media sosial dinilai komunikatif untuk memberikan pesan untuk memperkenalkan kepada public khususnya mahasiswa universitas trunojoyo madura yang diharapkan mendapat *feedback* berupa komentar dan *like* di media sosial publik speaking.

Alasan penulis memilih komunitas public speaking sebagai objek penelitian adalah

- Komunitas publik speaking sangat aktif dalam menggunakan media sosial
- Komunitas public speaking tidak ikut expo (pengenalan organisasi pada saat ospek kepada mahasiswa baru) hanya promosi melalui media sosial instagram dan brosur tetapi memiliki peminat yang bahkan bisa disebut melebihi jumlah pengikut organisasi yang lain.
- Dengan berkomunikasi melalui media sosial komunitas ini sering mendapatkan komentar positif dan *like* yang tertarik dengan publik speaking

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas fenomena tersebut dengan judul **“KOMUNIKASI KOMUNITAS PUBLIK SPEAKING UTM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”** penulis mencoba untuk mengkaji fenomena tersebut secara teoritis maupun praktis, dengan menggunakan teori – teori yang sudah dipelajari

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara Komunikasi komunitas publik speaking UTM melalui media sosial instagram dalam memperkenalkan komunitas dan menambah anggota baru ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui cara Komunikasi komunitas publik speaking UTM melalui media sosial instagram dalam memperkenalkan komunitas dan menambah anggota baru

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan “Komunikasi komunitas publik speaking UTM melalui media sosial instagram”.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi siapa saja untuk menambah ilmu pengetahuan dan perkembangan ilmu komunikasi khususnya pada komunikasi dengan “Komunikasi komunitas publik speaking UTM melalui media sosial instagram “.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini akan fokus pada Komunikasi komunitas publik speaking UTM melalui media sosial instagram.