

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi baru semakin maju, internet semakin mudah diakses, aplikasi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi semakin banyak. Setiap orang dengan akses internet (handphone, laptop, komputer ataupun perangkat lainnya) bisa dengan mudah menggunakannya. Salah satu produk layanan yang lahir berkat adanya akses internet adalah jejaringan sosial. Jejaringan sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak seakan tidak terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan.

Saat ini manusia lebih sering komunikasi melalui media sosial, karena mempermudah interaksi dan komunikasi yang tanpa batas. Dengan kemudahan tersebut, jutaan manusia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs jejaringan sosial. Keberadaan situs jejaringan sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi secara mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan menggunakan telepon (Aleman & Wartman, 2009). Selain itu, dengan adanya situs jejaringan sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat (Lin & Atkin, 2002).

Pada awal kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Perkembangan media baru (termasuk jejaringan sosial) dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya (*virtual/cyber community*). Salah satu dari sekian banyak media sosial itu adalah *instagram*. *Instagram* secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS* dan *Android* dimana pengguna dapat mengedit dan mengirim foto atau video ke halaman utama *instagram* dan jejaringan sosial lainnya.

*Instagram* dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, *Burbn, Inc*. Sampai akhirnya diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012. Awalnya di Indonesia kebanyakan orang menggunakan *instagram* hanya sebatas untuk mengisi waktu luang, berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga dan mencari teman baru. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antar penggunanya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka (Nasrullah, 2015).

Definisi media sosial *instagram* menurut Macarthy (2015) *Instagram* merupakan aplikasi media sosial yang dilandasi terhadap seseorang yang suka

dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh orang banyak.

Menurut Nisrina dalam Giantika (2019) *Instagram* sebuah aplikasi yang digunakan untuk mebagikan foto atau vidio. *Instagram* merupakan bagian dari fecebook yang memungkinkan teman fecebook kita mengikuti akun *instagram* kita. Makin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto atau vidio. Tujuan umum dari *instagram* itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana mempublikasikan kegiatan,tempat atau dirinya sendiri. *Instagram* menjadi media yang populer dari tahun 2019 hingga saat ini rata-rata semua orang memiliki *instagram*.

Hal yang didapatkan menggunakan *instagram* sangat banyak mulai dari mencari informasi,pemberitahuan,dan lain-lain. Melakukan interaksi dengan berbagai kalangan masyarakat mulai dari *public figure* hingga masyarakat umum. Banyak kalangan anak-anak muda yang menggunakan *instagram* sebagai tempat mempublikasikan aktivitas maupun kreatifitas mereka seperti mengunggah atau upload foto,vidio yang mereka abadikan untuk dipublikasikan kepada pengguna *instagram*.

Palembang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, telah memperkenalkan LRT sebagai salah satu alternatif transportasi massal yang efisien dan ramah lingkungan. dalam upaya meningkatkan pengalaman pengguna LRT dan meningkatkan efisiensi operasional, penerapan meda

komunikasi menjadi penting dalam aktivitas LRT Palembang. LRT sebagai sistem angkutan cepat dengan model Lintas Rel Terpadu yang dibangun di Palembang yang menghubungkan Bandar Udara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II sampai OPI (Ogan Permata Indah) Berdasarkan observasi awal peneliti, jadwal operasional LRT Palembang saat ini belum dioptimalkan. Terlihat dari informasi di *instagram* @lrtsumselofficial bahwa saat ini jadwal hanya bekisaran kurang lebih 14 jam operasional. Dimulai dari pukul 05.05 WIB saat kereta pertama berangkat dari stasiun DJKA lalu pukul 19.55 WIB kereta terakhir dari stasiun LRT Bandara.

Penggunaan media komunikasi dalam aktivitas LRT Palembang memberikan berbagai manfaat, seperti meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman penumpang, dan memperluas jangkauan pemasaran. Dengan terus memanfaatkan potensi media komunikasi, LRT Palembang dapat menjadi sistem transportasi yang lebih terkoneksi, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Kemunculan media komunikasi berdampak sangat besar dalam dunia komunikasi. Adanya internet dapat membuat manusia terkoneksi tanpa terbatas wilayah dan waktu, sehingga dapat berinteraksi dengan khalayak luas dan dapat mengakses informasi apapun yang tersedia kapan pun. Salah satu contoh media komunikasi adalah handphone dan internet. Handphone dan internet salah satu hasil dari kemajuan media komunikasi, oleh karena itu penggunaan handphone dan internet (*instagram*) dalam LRT Palembang mencakup berbagai aspek, seperti: Informasi penumpang, penumpang dapat mengakses informasi jadwal

keberangkatan. Pemberitahuan dan Pengumuman, instagram memberikan pengumuman dan pemberitahuan kepada penumpang secara efektif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, ada beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Transportasi LRT (Light Rail Transit) Palembang penggunanya masih rendah
2. LRT (Light Rail Transit) Palembang sosialisasikan *instagram* LRT ke masyarakat

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti menemukan rumusan masalah yang akan diteliti yaitu Bagaimana Penggunaan *Instagram* LRT(Light Rail Transit) Sebagai Media Informasi Masyarakat Palembang?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari peneliti ini Untuk mengetahui penggunaan *instagram* LRT sebagai media informasi masyarakat Palembang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan mendapatkan manfaat baik untuk penulis, instansi yang terkait dan bagi para pembaca, Adapun manfaat yang akan didapat antara lain:

### **1.5.1 Manfaat secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi pemikiran,

informasi dan pengetahuan dalam ilmu komunikasi yang terkhusus berkaitan dengan penggunaan *instagram* LRT (*Light Rail Transit*) Sebagai Media Informasi Masyarakat Palembang.

### **1.5.2 Manfaat secara Praktisi**

Penelitian memberikan kontribusi berupa pemanfaatan *instagram* sebagai media informasi masyarakat

### **1.6 Ruang Lingkup**

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari pokok dan tujuan penelitian yang ingin dibahas, maka penelitian hanya membatasi ruang lingkup penelitian dan hanya membahas mengenai tentang penggunaan *instagram* LRT (*Light Rail Transit*) sebagai media informasi masyarakat palembang.