BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi berbagai bidang terus dikembangkan untuk mendukung masa hidup suatu organisasi atau perinstagraman. Bahkan suatu bangsa dapat dikatakan telah mengalami kemajuan salah satunya dengan melalui inovasi teknologi yang telah diciptakan. Sehingga terjadi perbandingan lurus ketika perkembangan industri yang pesat diiringi pula dengan persaingan industri yang semakin ketat. Teknologi tidak bisa dipungkiri sangat berjasa pada perkembangan kemajuan pembangunan sebuah negara, dengan teknologi yang maju dapat membantu mendorong sebuah negara mencapai target yang dicita citakan bersama, rakyat sebuah negara sebagai salah satu modal penting sebagai bagain darai sumber daya alam yang sangat potensial perlu mendapatkan perhatian yang lebih. Sumber daya manusia yang siap dan sanggup bersaing di kawasan global akan memberikan dapak positif bagi sebuah negara. Dalam ekala perinstagraman kesiapan sumber daya manusia untuk menjalankan perinstagraman sangatlah penting. Teknologi yang maju dan berkembangan tanpa penguasaan yang benar akan sangat idak efektif dan percuma saja, seperti halnya teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat melahirkan media media komunikasi yang lebih efisien dan lebih murah tanpa harus bertatap muka langsung, penemuan internet menjadi jalan lebar terbukanya saluran informasi ke segala arah baik secara individu maupun organisasi. Perkembangan internet memunculkan beragam media sosial sebagai penghubung berbagai hal yang menyangkut kehidupan manusia sebagai makluk sosial secara global diseluruh dunia.

Lahirnya era Industri 4.0 sebagai momentum awal perkembangan dan tren digitalisasi yang sangat berpengaruh dan menjadi dasar kuat terhadap kehidupan masyarakat dunia. Salah satunya yakni kehadiran ponsel pintar (*smartphone*) sebagai alat komunikasi paling canggih saat ini. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada tahun 2018 pengguna ponsel pintar di Indonesia

bertumbuh dengan pesat dari jumlah penduduk 250 juta jiwa, sebanyak lebih dari 100 juta penduduk merupakan pengguna aktif ponsel pintar.

Menurut data terbaru Kementerian Komunikasi dan Informatika (KEMENKOMINFO) pada tahun 2021, menyatakan jumlah pengguna telah mencapai 167 juta jiwa yaitu 89% dari total seluruh penduduk Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah menggunakan ponsel pintar dalam menunjang aktivitas sehari harinya. Peningkatan jumlah pengguna ponsel pintar dapat diketahui karena fungsinya yang dinilai praktis dan efektif ditunjang dengan fitur internet dan tarif *internet provider* yang terbilang murah. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh para pengembang aplikasi untuk menciptakan teknologi media komunikasi yang lebih menarik. Internet mengambil peranan penting pada perkembangan industri saat ini, berbasis industri 4.0 masyarakat global dituntut untuk bertindak cerdas dengan memaksimalkan potensi instagram melalui pemanfaatan teknologi informasi. Pada periode yang sama dengan perkembangan teknologi komputasi dan transfer internet, kemunculan media komunikasi atau biasa dikenal dengan media sosial diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang di seluruh dunia. Dari ponsel pintar (*smartphone*) pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi dan berkomunikasi dengan pengguna lain di seluruh penjuru dunia dengan mudah.

Pada rentang waktu terakhir banyak sekali bermunculan *platform* media sosial mulai dari, *Friendster, Facebook, Twitter*, hingga *Instagram*. Rata-rata usia pengguna media sosial di Indonesia berkisar antara usia 19-34 tahun dimana rentang usia tersebut dikuasai oleh kelompok generasi milenial dan generasi Z. Istilah generasi Milenial disematkan untuk generasi penduduk yang lahir pada Januari 1977 hingga Desember 1997 sedangkan generasi Z adalah penduduk yang lahir mulai Januari 1998 hingga sekarang. Generasi ini dikenal dengan generasi *digital native* yaitu kelompok generasi yang sebagian besar menghabiskan waktunya untuk berselancar di media sosial, Tapscott (2009 hal.11-16) dalam "Penggunaan Media Sosial oleh *Digital Native*", Supratman, Lucy Pujasari (2018) Berdasarkan riset Hootsuite dan We Are Social (2021), jumlah pengguna internet

di Indonesia sebanyak 202,6 juta orang dan yang aktif ber-medsos sekitar 170 juta orang. Kemudian Statista (portal data dan statistik) mengklasifikasikan pengguna berdasarkan usia, yaitu usia 18-24 tahun menduduki peringkat tertinggi, disusul usia 25-34 tahun, usia 35-54 tahun, dan 55-65 tahun ke atas.

Platform media sosial populer saat ini salah satunya adalah Instagram. Instagram yang dikembangkan oleh Kevin Systrom ini merupakan aplikasi yang dapat diunduh oleh segala penduduk di dunia tersedia gratis. Pemilik dapat memanfaatkan fitur berbagi foto dan video, instastories (berupa stiker, *filter*, *boomerang*, *superzoom*, *rewind*, *slow motion*), link informasi belanja, menyimpan foto, tag akun yang dapat diakses secara umum maupun *privat*. Dengan ini kelompok generasi *digital native* mendapatkan lebih banyak kemudahan mengakses informasi seputar makanan, informasi terkini terkait artis, tokoh masyarakat, politik, ekonomi, bergabung dengan komunitas, berinteraksi dengan teman, atau sekedar mencari lokasi wisata dan belanja produk melalui akun akun yang mereka ikuti (*follow*) di Instagram. Keberagamanan kebutuhan berbagai informasi seperti inilah yang kemudian melahirkan akun- berbasis pada industri pemasaran digital melalui sosial media (*Social Media Marketing*). Dengan menyajikan informasi-informasi terbaru, sebuah akan mendapatkan banyak pengikut (*follower*) sehingga unggahannya akan dilihat oleh lebih banyak orang. Peningkatan jumlah pengikut sebuah akan semakin menarik minat penginstagram untuk beriklan pada tersebut.

Instagram merupakan salah satu favorit para generasi digital native, terbukti dari tingginya pengguna Instagram. Hal ini dapat dikonfirmasi bahwa aplikasi Instagram merupakan aplikasi dengan peringkat terbanyak pencarian manusia pada saat ini untuk memaksimalkan penggunaan digitalisasi. (Hermawan.2017). Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan jumlah pengguna Instagram dari tahun ketahun. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia(APJII) hingga 2022, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,9 juta pengguna aktif. Pengelolaan media sosial *Instagram* dengan mengandalkan *internet* dinilai mudah karena jangkauan pasar yang sangat luas, meminimalisir biaya operasional, dan peluang terbukanya distribusi secara *online* lebih besar. Pada

tahun 2018, Badan Pusat Statistik (BPS) menyajikan data subsektor ekonomi kreatif berkontribusi besar dengan menyumbang sebanyak 7,44 persen terhadap produk domestic bruto (PDB) yaitu dengan jumlah sekitar 8,2 juta instagram kreatif di bidang instagram kuliner, kriya dan *fashion*. Selain itu terdapat pertumbuhan subsektor tercepat ada pada TV, radio, film, animasi, desain komunikasi visual dan seni pertunjukan. Melihat peluang tersebut maka, dengan adanya akun- akun media sosial sebagai alat pendukung pemasaran digital menjadi salah satu kunci strategi untuk mendukung pertumbuhan instagram ekonomi kreatif di Indonesia.

Penyelarasan strategi bisnis dan penggunaan teknologi akan memberikan dampak yang positif bagi produktivitas perinstagraman secara keseluruhan. Alih teknologi memegang kendali penting dalam pelaksanaan dan pengendalian kegiatan instagram. UNESCAP menyebutkan ada empat komponen utama yang mendasari pelaksanaan proses alih teknologi yaitu *Technoware, Infoware, Humanware* dan *Organoware*. Komponen *Humanware* menjadi elemen kunci yang dibutuhkan untuk membangun, memperbaiki, memasang dan mengoperasikan *technoware* (Linstone,2002 dalam Ririnama,2015). Kemampuan insani, yang disebut *humanware*, merupakan person-embodied technology. Kemampuan insani ini mencakup pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skills*), kebijakan (*wisdom*), kreativitas (*creativity*), dan pengalaman (*experience*). Sehingga *Humanware* dapat dikatakan sebagai salah satu aset penting pada proses alih teknologi.

Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang memiliki jejak digital yang cukup baik berkaitan dengan upaya perwujudan kota pintar. Apalagi Kota Surakarta dulu pernah terpilih menjadi penerima salah satu penghargaan atas implementasi program Smart City dengan kategori Smart Society dalam program Gerakan Menuju Smart City 2021 dari Kominfo RI. Sehingga ketika generasi *digital native* pada khususnya dan publik pada umumnya akan berlibur ke kota Surakarta atau melakukan kunjungan, kota ini memiliki banyak akun sosial media yang bisa dimanfaatkan untuk memperoleh informasi. Informasi yang dibagikan

oleh akun-akun sosial media tersebut komplit dari tempat wisata, kuliner, hingga informasi bermanfaat lainnya.

Generasi *digital native* yang sangat agresif bersosial media tentunya akan memanfaatkan akun akun sosial media tersebut terpopuler untuk mendapatkan informasi dan lainnya, tidak hanya berporos pada penawaran jasa, perinstagraman dengan basis pemasaran digital saja, media sosial Instagram sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas dan siap dalam menghadapi setiap perubahan termasuk perkembangan managemen instagram selanjutnya. Namun pada pelaksaannya masih menghadapi banyak kendala dalam mengadopsi teknologi saat ini. Hambatan yang diidentifikasi termasuk pada alat digital terbatas, tenaga kerja dengan keterampilan digital kurang ataupun masalah fitur media yang terus dikembangkan oleh penyedia layanan dan pemilik akun akun instagram tersebut.

Pemilik akun- harus lebih jeli dalam menangkap kebutuhan para generasi *digital native* dengan mengambil langkah inovasi selaras yang sesuai fitur fitur baru yang ditawarkan oleh pengembang Instagram agar tercapai tujuan kinerja yang optimal. Setelah melalui beberapa pendapat dan uraian latar belakang tersebut sehingga hal ini menarik dan perlu dilakukannya penelitian untuk mengetahui tingkat kesiapan *humanware* pada proses alih teknologi dalam pemanfaatan media sosial instagram terpopuler di kota Surakarta.

1.2 Perumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan pada penelitian ini, maka dapat diperoleh rumusan masalah yaitu tentang bagaimana tingkat kesiapan *humanware* terkait proses alih teknologi dalam pemanfaatan media sosial Instagram terpopuler dalam ruang lingkup kota Surakarta?

1.3 Batasan Masalah

Guna memperjelas lingkup permasalahan yang dilakukan pada penelitian ini maka perlu ditentukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Bidang penelitian ini dilakukan pada beberapa pemilik akun-akun media sosial Instagram yang banyak diminati di wilayah Surakarta.
2. Penilaian dilakukan hanya pada elemen teknologi *humanware*.
3. Data penelitian didasarkan pada wawancara dan kuesioner terbuka pada pemilik akun media sosial Instagram terpopuler di Kota Surakarta.
4. Penelitian hanya dilakukan sampai pada tahap usulan pengembangan instagram, tidak sampai pada tahap implementasi dan atau pengawasan pengembangan tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kesiapan *humanware* pada proses alih teknologi dalam pemanfaatan media sosial instagram terpopuler di kota Surakarta.
2. Memberikan solusi alternatif kepada pemilik dan pengguna akun aktif media sosial instagram terpopuler di kota Surakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

   Diharapkan dapat menerapkan ilmu yang sudah diperoleh selama belajar dibangku kuliah dan mengimplementasikan ilmu tersebut didalam kondisi yang nyata.

2. Bagi Pemilik

   Diharapkan dapat mengetahui kesiapan dalam bidang penerapan teknologi ketika menghadapi kemajuan zaman. Sehingga para pemilik akun bisa memperbaiki kualitas terbaik demi terciptanya harapan kemajuan generasi digital native yang lebih baik lagi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pemilik instagram sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan instagram dan pengelolaan manajemen instagram secara optimal.

3. Bagi pembaca

   Sebagai informasi untuk membuka wawasan mengenai penggunaan media sosaial instagram dalam menghadapi alih teknologi dan perkembangan jaman sehingga bisa menjadi rujukan untuk penelitian yang akan datang . Selain itu, dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan Tugas Akhir yaitu dapat dijelaskan pada setiap bab seperti dibawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi latar belakang, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang diharapkan mampu memberikan gambaran permasalahan penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II berisi konsep dasar yang melatar belakangi pembahasan yaitu berupa landasan teori yang diperoleh dari buku, jurnal atau sumber literatur lainnya yang diharapkan dapat mendukung penyelesaian permasalahan yang berkaitan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab III berisi tentang tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian yaitu menentukan objek penelitian, metode pengumpulan data, pelaksanaan penelitian dan pengujian data serta analisa penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan bagaimana data yang sudah diperoleh kemudian data tersebut untuk diolah dan dilakukan anaslisa untuk menjelaskan hasil yang didapatkan mengenai penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab V merupakan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa dari penelitian yang telah dilakukan serta saran bagi penelitian ini.