

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini berkembang semakin pesat. Dahulu hal-hal yang susah dijangkau kini sudah mampu dijangkau melalui internet. Internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintah, komersial, organisasi, maupun perorangan (Iskandar, 2009). Internet sangat berperan penting dalam dunia ekonomi dan bisnis, keagamaan, serta sosial. Melalui internet semua orang dapat berkomunikasi dengan siapapun di daerah yang berbeda dan dalam waktu yang tidak terbatas. Berbagai layanan media dan situs-situs seperti *facebook*, *twitter*, *plurk* tersedia untuk memfasilitasi komunikasi para pengguna internet.

Saat ini *facebook* merupakan situs jejaring sosial yang sedang populer. Di dunia pengguna *facebook* mencapai lebih dari 300.000.000 orang dan pertumbuhannya akan terus meningkat setiap minggu. Banyak hal perihal berkomunikasi disajikan oleh *facebook*, bahkan *facebook* memberikan sarana komunikasi yang baru. Orang-orang menggunakan *facebook* untuk terkoneksi dengan keluarga, teman, dan relasi, dengan *facebook* jaringan relasi akan semakin luas. *Facebook* membuka gerbang komunikasi sehingga komunikasi dapat dilakukan sesering mungkin. Saat ini orang-orang dengan latar belakang pendidikan, usia, dan status sosial atau ekonomi memiliki keinginan untuk

mempelajari internet demi mengekspresikan diri pada *facebook*. Ekspresi tersebut salah satunya dapat berupa perilaku narsis seperti facebooker yang mengidentifikasikan diri yang paling personal ke publik, melalui identitas sosial, hobi, aktivitas, status dan lain sebagainya. Narsis didefinisikan sebagai pencinta diri, mempunyai ketertarikan terhadap diri sendiri, membanggakan diri sendiri, termasuk keunggulan dan kemampuan secara mental dan fisik. Menurut Garner seorang psikolog dari sebuah universitas mengatakan bahwa internet merupakan cara termudah untuk berekspresi, menyalurkan rasa narsis dalam mempromosikan diri sendiri. *Facebook* memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan halaman atau *page* bagi dirinya sendiri dengan demikian facebooker dapat mempromosikan diri sebebas-bebasnya tanpa membayar (Juju dan Sulianta, 2010). *Facebook* menjadi media untuk berekspresi, facebooker senang menggunakan status sebagai bagian dari ekspresi. Status mungkin berisi tentang berita, luapan perasaan, ucapan terimakasih, atau berbagai aktivitas dan pemikiran. Perilaku tersebut biasanya dilatarbelakangi dengan motivasi tertentu.

Motivasi adalah penggerak tingkah laku manusia. Setiap tindakan manusia digerakan, dilatarbelakangi oleh motif tertentu. Tanpa motivasi orang tidak mampu berbuat apa-apa (Handoko, 1992). Jika ditelusuri motivasi dapat dibagi menjadi dua faktor penggerak yaitu faktor pendorong intrinsik dan faktor pendorong ekstrinsik. Faktor pendorong intrinsik adalah dorongan atau

keinginan yang tidak perlu disertai perangsang dari luar, sedangkan faktor ekstrinsik adalah dorongan yang datang dari luar diri seseorang.

Minwo Han, Yeibeech Jang, dan Hyunsik Park melakukan penelitian di Korea (2008) tentang *Bloggers Intrinsic Motivation and Electronic Word-of-Mouth Marketing*, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik blogger terhadap perilaku posting. Faktor-faktor motivasi intrinsik yang digunakan adalah antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor yang mempengaruhi perilaku *blog* posting. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor motivasi intrinsik tersebut tidak memiliki efek langsung pada frekuensi *blog* posting. Namun, ditemukan bahwa kebutuhan keunikan memotivasi blogger untuk membagi informasi secara *online*. Dalam penelitian ini penulis meneliti motivasi intrinsik facebooker. Penelitian ini menggunakan tiga faktor motivasi intrinsik yang diambil dari jurnal Minwo Han, Yeibeech Jang, dan Hyunsik Park (2008) yaitu antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor dari para facebooker. Bagaimana faktor-faktor motivasi intrinsik tersebut mempengaruhi *information sharing* dan frekuensi posting status pada *facebook*. Bagaimana pengaruh *information sharing* terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik terhadap *information sharing* ?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik terhadap frekuensi posting status pada *facebook* ?
3. Bagaimana pengaruh *information sharing* terhadap frekuensi posting status pada *facebook* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dirumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengkaji pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik terhadap *information sharing*.
2. Mengkaji pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.
3. Mengkaji pengaruh *information sharing* terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan, informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat bermanfaat baik secara akademik maupun praktis.

1. Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai penyajian model penelitian khususnya untuk motivasi intrinsik facebooker.

2. Marketing

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan yang memasarkan produk melalui *facebook*. Perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk sesuai dengan motivasi facebooker.

3. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pemikiran bagi dunia bisnis, dan masyarakat secara umum, menjadi masukan yang membangun bagi orang lain atau organisasi, dalam rangka mengembangkan pemikiran dan pengetahuan mengenai faktor-faktor motivasi intrinsik facebooker. Kemudian juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya terkait dengan topik yang sama.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab yang berisi beberapa sub bab, yaitu:

1. Bab satu yaitu bab pendahuluan mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
2. Bab dua yang berisi landasan teori yang membahas mengenai motivasi intrinsik facebooker.
3. Bab tiga membahas tentang metode penelitian yang berisi lokasi penelitian, populasi, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan uji instrumen penelitian. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana.
4. Bab empat adalah analisis dan pembahasan yang memuat tentang gambaran umum motivasi intrinsik facebooker dan pengujian instrumen penelitian mencakup hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitas, analisis dan pembahasan demografi responden, dan analisis regresi linear berganda, regresi linear sederhana, dan pembahasannya.
5. Bab lima yang mencakup kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi dan saran.