

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam masa ini khususnya media sosial, menjadi peluang baru bagi siswa-siswi dalam melakukan aktivitas sosial. Media sosial platform digital yang memudahkan pengguna untuk berpartisipasi dalam berkomunikasi, berbagi dan mengembangkan kreativitas dalam jejaring sosial (Cahyono, 2016). Salah satu media sosial yang menjadi kemudahan dalam memperkenalkan produk dalam mengembangkan bisnis (Kurnianto, 2020). Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang membangun interaksi sosial melalui platform yang memungkinkan pengguna berbagi konten dan berkomunikasi (Kaplan dan Haenlein, 2010). Instagram merupakan platform media sosial berbasis konten visual yang membagikan dan mengedit foto atau video, media yang digunakan oleh siswa sekolah. Media sosial instagram ini kaya akan beberapa fitur, instagram sendiri merupakan media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video, instagram menjadi alat koneksi sosial yang lebih luas.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto, video dengan menerapkan *filter* atau efek yang dapat mengubah tampilan dan bisa dibagikan dan dilihat oleh para pengikut instagram (Nurudin, 2020). Instagram hadir pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dalam mengakses instagram memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan oleh pengguna fitur yang terdapat pada instagram meliputi pengunggahan foto dan video, *like*, komentar, mention, hastag, lokasi, *live*, *stories*, *reels*, *highlight*, *threads*, *add note*, *like stories* dan *direct message*. Sehingga kehadiran macam-macam fitur yang berada di instagram membuat pengguna instagram bisa dengan mudah memanfaatkan dan menggunakan dari masing-masing fitur.

Instagram merupakan media sosial yang paling populer di Indonesia pada data Asosiasi penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, sebanyak 51,9% instagram digemari oleh Gen Z. Kemudahan dalam mengakses internet dan

semakin berkembangnya media sosial telah mendorong banyaknya orang menggunakan media sosial sebagai bentuk dari interaksi melalui media tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa instagram telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Pengguna instagram banyak digunakan oleh Gen Z di Indonesia, secara umum Gen Z adalah mereka yang lahir pada rentang tahun 1997-2012. Menurut Macarthy (2015), instagram merupakan aplikasi media sosial dimana seseorang yang suka dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan digunakan dalam mengabadikan foto-foto atau video yang diunggah ke halaman *reels* maupun *stories* yang dapat dilihat oleh banyak orang. Karena media sosial instagram dapat memberikan kemudahan bagi setiap pengguna, sehingga media instagram ini dimanfaatkan menjadi sarana yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas dalam mengabadikan suatu moment. Instagram menjadi *platform* paling populer di dunia, dengan jutaan pengguna aktif setiap harinya (Kartini dkk., 2022), dengan fitur interaktifnya instagram menjadi alat interaksi dan menyampaikan informasi baik dalam kepentingan bisnis, komunitas dan menyebarkan berita terkini.

Awalnya peneliti melihat dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh salah satu siswa dari SMK Negeri 1 Temanggung yang menghabiskan waktu dalam menggunakan *smartphone* dan setelah ditelusuri, bahwa siswa ini menggunakan instagram sebagai media dalam melakukan mengunggah sebuah produk atau mempromosikan produk yang di posting melalui instagram, karena merasa terbantu dengan media instagram sebagai media yang menampilkan video atau foto dalam memperlihatkan produk yang telah di buat sendiri oleh siswa. Dalam penelitian ini Gen Z yang difokuskan dalam penelitian merupakan kelahiran 2007 dan 2008 dengan usia anak antara 16 dan 17 tahun. Instagram menjadi media yang sering digunakan oleh anak sekolah yang menjadi kebutuhan dalam kegiatan akademik dan menjadi tempat untuk melakukan dalam membahas pembuatan dan mengunggah konten atau poster yang menarik. Gen Z muda yang masih bersekolah dan yang aktif dalam menggunakan media instagram merupakan mereka yang saat ini bersekolah di SMK Negeri 1 Temanggung.

Peneliti mengambil pada siswa dari kelas XI Kimia Analisis yang dimana siswa-siswi di SMK Negeri 1 Temanggung ini menggunakan *smartphone* yang digunakan dalam kegiatan sekolah. Berdasarkan hasil observasi sebelumnya yang

telah dilakukan ini menunjukkan bahwa instagram menjadi media sosial yang digemari oleh siswa di SMK Negeri 1 Temanggung. Penggunaan dalam media sosial instagram ini di haruskan terhubung dengan internet, perkembangan teknologi ini menjadi faktor utama kebutuhan manusia dengan diperoleh kemudahan dari hiburan, berinteraksi, mengakses informasi sampai (Soliha, 2015). Seringkali dalam mengakses media sosial manusia dapat menggunakan tanpa ada batasan waktu dan dapat dilakukan dimana saja, karena penyebaran yang cepat dan mudah terakses sehingga pengguna menjadi kian bertambah dan semakin luas.

Penelitian ini berjudul “Penggunaan instagram dalam melakukan interaksi sosial siswa sekolah kelas XI Kimia Analisis di SMK Negeri 1 Temanggung” berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik dalam penelitian pada sekolah SMK Negeri 1 Temanggung ini. Dimana Gen Z saat ini sangat mendominasi menggunakan *smartphone* baik dalam akademik dan non akademik. Sehingga penulis ingin mengetahui media instagram digunakan untuk kepentingan apa dan interaksi yang dilakukan melalui media instagram dalam menyebarkan konten dan poster yang dibuat oleh siswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja aktivitas menggunakan instagram oleh siswa kelas XI Kimia Analisis di SMK Negeri 1 Temanggung?
2. Bagaimana interaksi sosial siswa kelas XI Kimia Analisis di SMK Negeri 1 Temanggung dalam menggunakan instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui aktivitas menggunakan instagram oleh para siswa kelas XI Kimia Analisis di SMKN 1 Temanggung.

2. Untuk mengetahui interaksi sosial siswa kelas XI Kimia Analisis di SMKN 1 Temanggung dalam menggunakan instagram.

1.4 Tinjauan Pustaka

Bagian ini merupakan penelitian sebelum atau literatur ilmiah, penelitian ini membahas beberapa konsep yang telah dibahas mengenai media sosial instagram dan aktivitas sosial melalui instagram. Penulis telah menemukan sebanyak 4 penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik yang diteliti oleh penulis.

Pertama, dalam penelitian Anzani Novi, Satika Widya (2022), dengan judul *Pengembangan Konten Media Sosial pada Instagram @irisgarden.bic*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuannya untuk mengetahui penerapan konten media sosial instagram Iris Garden Batu nunggal Indah Club tahun tahun 2022. Pada penelitian ini, data yang diperoleh dengan teknik observasi berperanserta dan wawancara. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian penulis sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Persamaan dari penelitian tersebut dengan peneliti yang penulis lakukan dalam membahas konten yang dilakukan menggunakan instagram sebagai media mengenalkan dan mempromosikan suatu produk agar dapat dilihat oleh pengguna instagram lainnya.

Kedua, Alfia Utami, Selvi, Muhammad Fadlan, Pinasthika Alya Disti, Nurbaiti (2024) dengan judul *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Dalam Bisnis Online*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk melihat fenomena penggunaan instagram sebagai media promosi dan menilai dampak konten promosi terhadap minat beli konsumen. Pada penelitian ini, data yang diperoleh menggunakan wawancara dan analisis dokumen. Penelitian ini membahas mengenai penggunaan instagram sebagai media promosi yang memudahkan bagi pelaku usaha dalam online dan fitur instagram yang memiliki berbagai akses fitur yang menarik. Sama hal nya dengan peneliti yang dibahas saat ini mengenai fitur yang dimanfaatkan oleh siswa di SMK Negeri 1 Temanggung dalam mempromosikan produk yang dikelola oleh dari hasil karya

tangan sendiri. Dengan menggunakan fitur yang ada di instagram untuk menarik perhatian pengikut dan menjadi peluang mereka dalam melakukan bisnis.

Ketiga, M. Iqbal F, M. Dahlan R, Rofiah (2019), dengan judul *Media Sosial Instagram Dan Hubungannya Dengan Interaksi Sosial Di Sekolah Siswa Kelas VIII SMP Negeri 14 Bogor*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara media sosial instagram dengan interaksi sosial di sekolah siswa kelas VIII SMP Negeri 14 Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis korelasional. Persamaan dalam penelitian terdahulu dikalangan siswa kelas VIII SMP Negeri 14 Bogor membahas interaksi sosial dalam menggunakan instagram yang sama halnya dalam penlit yang dibahas, siswa di sekolah dapat membahas dan bekerja sama dalam kelompok untuk membahas mengenai tugas yang diberikan agar mudah mengkomunikasikan melalui mengunggah tugas.

Keempat, Shobahatus Sholihah (2024), dengan judul *Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Instagram Di SMA Islam Al Azhar 16 Semarang*. bertujuan untuk mengetahui 1) strategi pemasaran pendidikan di SMA Islam Al Azhar 16 Semarang melalui Instagram, 2) hambatan dalam strategi pemasaran pendidikan yang di SMA Islam Al Azhar 16 Semarang melalui Instagram. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan tim Humas sekolah. Perasamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang membahas mengenai instagram menjadi media dalam akademik dalam penelitian terdahulu di SMA Islam Al Azhar 16 Semarang, dijelaskan mengenai konten yang terorganisir dalam mempromosikan aktivitas sekolah. Sedangkan dari peneliti yang dibahas mengenai konten instagram digunakan dalam melakukan promosi dalam produk, pengumpulan poster ataupun kegiatan sekolah yang dijadikan konten dari aktivitas yang ada disekolah SMK Negeri 1 Temanggung.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Nama/Tahun/Topik Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
Anzani Novi, Satika Widya (2022). <i>Pengembangan</i>	Kualitatif deskriptif	Hasil perencanaan konten media sosial pada Iris Garden

<i>Konten Media Sosial pada Instagram @irisgarden.bic</i>		Batunggal Indah Club di Instagram @irisgarden.bic, peneliti memperoleh data sebagai landasan utama pembuatan konten melalui wawancara dengan Informan Utama dan Informan Pendukung. Karakteristik konten yang dibuat penulis dalam Instagram dikategorikan menjadi konten yang menghibur dan mendidik sehingga menjadi salah satu nilai tambah dan daya tarik bagi followers Instagram @irisgarden.bic.
Alfia Utami, Selvi, Muhammad Fadlan, Pinasthika Alya Disti, Nurbaiti (2024). <i>Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Dalam Bisnis Online.</i>	Kualitatif deskriptif	Instagram sebagai media promosi bisnis sudah meluas, masih banyak terdapat kekurangan dalam pemahaman tentang manfaat yang diperoleh dari penggunaan Instagram sebagai alat promosi, serta tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi oleh pemilik usaha. Penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena penggunaan Instagram sebagai media promosi dan menilai dampak

		konten promosi terhadap minat beli konsumen
M. Iqbal F, M. Dahlan R, Rofiah (2019). <i>Media Sosial Instagram Dan Hubungannya Dengan Interaksi Sosial Di Sekolah Siswa Kelas VIII SMP Negeri 14 Bogor</i>	Kuantitatif	Penggunaan media sosial dikalangan siswa kelas VIII SMP Negeri 14 Bogor berlangsung dengan baik. Mereka memanfaatkan media sosial untuk kegiatan-kegiatan positif seperti menjalin silaturahmi, memperbanyak teman, mengunggah foto/video kegiatan sekolah, mencari berbagai informasi dan berjualan. Interaksi sosial siswa disekolah juga berlangsung dengan baik. Para siswa mampu berkomunikasi, baik antar siswa, guru maupun warga sekolah lainnya. Kemudian, mereka dapat bekerja sama dalam kelompok, memiliki rasa empati terhadap sesama dan mampu bergaul dengan baik.
Shobahatus Sholihah (2024). <i>Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Instagram Di SMA Islam Al Azhar 16 Semarang</i>	Kualitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sekolah telah merencanakan konten yang terorganisir, seperti penggunaan kalender promosi

		bulanan untuk merencanakan postingan yang mencakup berbagai aktivitas sekolah dan promosi penerimaan siswa baru
--	--	---

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 Instagram

Instagram merupakan platform media sosial paling populer di dunia yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video dengan cara yang menarik. Instagram sebagai bentuk spesifik dari media sosial. Merujuk pada definisi media sosial misalnya Kaplan dan Haenlein (2010), sebagai aplikasi berbasis internet yang membangun interaksi sosial melalui *platform* yang memungkinkan pengguna berbagi konten dan berkomunikasi. Instagram adalah salah satu platform yang paling menonjol. Perbedaan utama Instagram adalah fokus kuatnya pada konten visual (foto dan video) sebagai medium utama interaksi. Aplikasi ini juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan teman-teman, keluarga, selebriti, *influencer*, bisnis bahkan berbagi moment dan mengeksplorasi dunia. Instagram menjadi media aplikasi yang memiliki keistimewaan dalam membangun koneksi yang memungkinkan penggunan untuk terhubung dengan teman, keluarga bahkan orang yang memiliki minat yang sama. Instagram menjadi tempat membagikan moment, mengekspresikan diri dan menemukan inspirasi atau membangun *brand*. Instagram adalah lebih dari sekedar aplikasi berbagi foto. Ini adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk terhubung, berbagi dan mengeksplorasi dunia secara virtual.

1.5.2 Interaksi sosial

Interaksi sosial merupakan suatu hubungan antara dua individu atau lebih dapat mempengaruhi satu dengan individu lainnya yang terjadinya hubungan timbal balik, dapat dikatakan bahwa interaksi sosial merupakan dasar proses sosial, yang menunjuk pada hubungan-hubungan sosial yang dinamis (Soekanto, 2015).

Interaksi sosial dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, dengan menggunakan media komunikasi online. Dalam melakukan interaksi sosial di instagram sebagai bentuk hubungan dan komunikasi timbal balik yang terjadi antara pengguna di dalam platform instagram. Dimana individu dapat saling berkomunikasi, berbagi informasi, mengekspresikan diri, dan membangun koneksi melalui berbagai fitur yang terdapat dalam instagram.

Seperti pendapat lain yang dikemukakan oleh Shaw (2010) interaksi sosial adalah suatu pertukaran antara pribadi yang masing-masing orang menunjukkan perilakunya satu sama lain dalam kehadiran mereka, dan masing-masing perilaku mempengaruhi satu sama lain. Kemunculan media instagram menjadikan Gen Z melakukan hubungan interaksi tanpa bertemu secara fisik, dengan demikian dikatakan bahwa instagram mempermudah para kaum Gen Z melakukan interaksi secara online melalui penggunaan *smartphone* mereka.

Berdasarkan hasil revisi skripsi, interaksi sosial menurut Herbert Blumberg menjelaskan pentingnya makna yang diberikan individu pada situasi dan simbol dalam interaksi. Dalam media sosial, individu membentuk makna dan prepsi tentang orang lain berdasarkan informasi yang mereka bagikan, gambar dan interaksi yang terjadi. Sehingga siswa melakukan interaksi sosial dalam membahas mengenai tugas proyek maupun dalam membahasan *mengunggah* konten melalui media instagram.

1.5.3 Fitur Instagram

Instagram menjadi media sosial yang cukup populer bagi kalangan Gen Z, Instagram muncul pada 2010 yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Kemunculan instagram ini membuat pengguna dapat membagikan foto dan video dengan cepat. Fitur dalam Instagram ini cukup banyak sehingga pengguna dapat memanfaatkan media tersebut dalam *stories*, *live*, atau pun *reels*. Instagram selalu *meng-update* fitur-fiturnya dalam mengikuti kebutuhan perkembangan untuk penggunaannya. Fitur yang berada dalam instgaram cukup banyak dan memiliki manfaat yang dapat bebas digunakan oleh penggunanya. Dalam fitur yang berada di instagram ini dapat memudahkan penggunanya dalam membagikan terkait konten, pengguna dapat mengirimkan pesan, dapat mengetahui aktivitas pengguna lainnya, mencari informasi, maupun promosi. Kegunaan fitur Instagram seperti

reels fitur yang digunakan untuk mengunggah video pendek, yang memberikan kemudahan sebagai konten produk mengenai suatu barang sebagai promosi, menghibur atau mengedukasi untuk menarik perhatian pengguna lainnya.

Fitur *stories* dimana fitur ini banyak digunakan oleh pengguna karena sifatnya personal dan akan terlihat secara langsung oleh pengguna lainnya baik informasi atau pun kegiatan lainnya diunggah melalui *stories* dapat langsung diterima, dimana fitur ini menampilkan selama 24 jam. Dimana dalam menggunakan instagram dapat menjadi media dalam mempromosikan suatu barang. Menurut Kotler dan Amstrong (2021), bahwa promosi aktivitas yang mengkomunikasikan atau menginformasikan keunggulan suatu produk dan menarik pelanggan untuk membeli.

- *Reels* : fitur Instagram yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek vertikal (hingga 90 detik) yang dilengkapi dengan audio (musik, suara asli), efek visual, teks, dan alat kreatif lainnya. Reels dirancang untuk menjadi menghibur, menarik, dan mudah dibagikan, mirip dengan format video pendek populer lainnya.
- *Storie* : instagram stories memungkinkan siswa sekolah untuk berbagai momen secara lebih spontan dan temporer. Karena hanya dapat dilihat selama 24 jam
- *Feed* : tampilan utama profil Instagram yang berisi kumpulan postingan (foto, video, carousel, dll.) yang diunggah oleh pengguna. Feed ini tersusun secara kronologis, dari yang terbaru hingga yang lama
- *Direct message (DM)* : fitur ini memungkinkan percakapan pribadi antara teman-teman, yang memberikan ruang bagi interaksi lebih mendalam dan intim. Siswa sekolah menggunakan DM untuk berbagi informasi pribadi, mendiskusikan hal-hal terkait sekolah atau hanya untuk berbincang santai.

1.5.4 Aktivitas

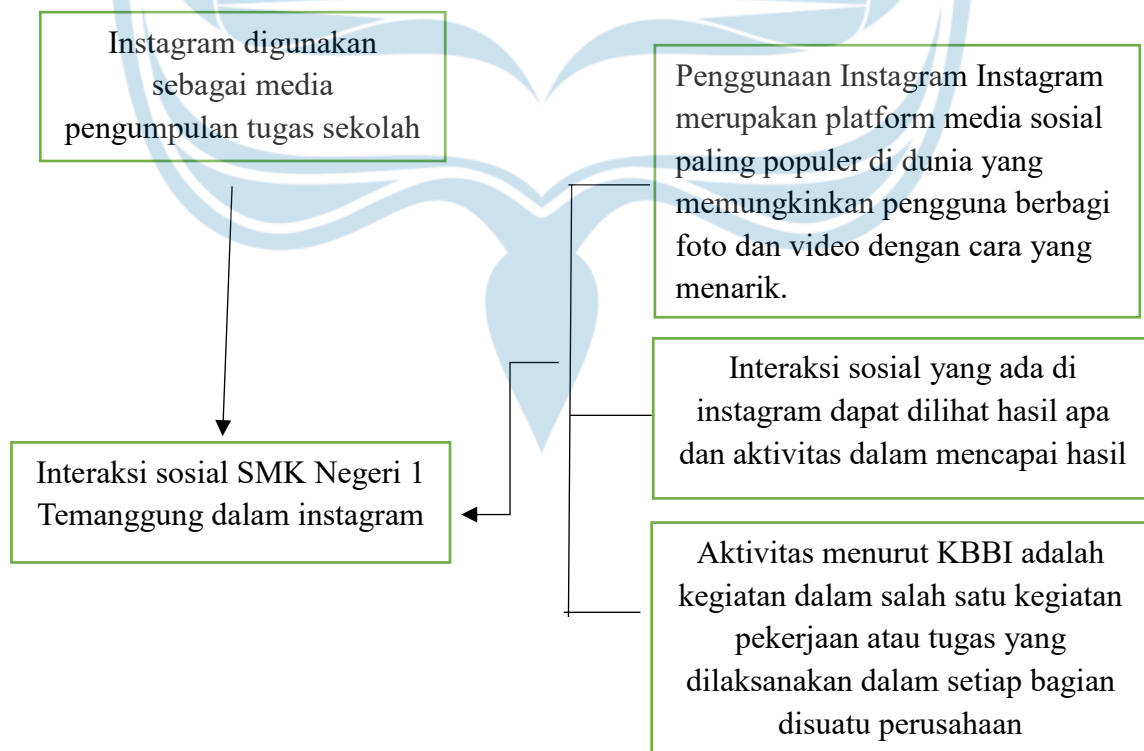
Aktivitas adalah segala bentuk kegiatan atau tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok baik fisik maupun non-fisik, yang tujuannya mencapai suatu hasil tertentu. Aktivitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diartikan kegiatan dalam salah satu kegiatan pekerjaan atau tugas yang dilaksanakan dalam setiap bagian disuatu perusahaan. Aktivitas ini jika dihubungkan dengan siswa-siswi kelas XI Kimia Analisis dalam pembuatan konten video, melakukan

pengunggahan mereka berkelompok, menyusun bagaimana konten tersebut akan di promosikan agar menarik perhatian pengguna lain dari hasil produk yang diolah sendiri. Aktivitas kegiatan banyak dilakukan baik dalam mata pelajaran dan kegiatan yang berada disekolah yang dilombakan yang dapat menjadi tugas seluruh kelas yang berada di SMK Negeri 1 Temanggung.

Berbagai macam aktivitas yang dapat dilakukan dengan menggunakan media instagram dengan mengunggah foto dan video, dengan *stories* dimana konten sementara bisa diinfokan dengan cepat, dalam menggunakan reels video berdurasi pendek dengan musik agar terlihat lebih menarik. Berbagai makan kegiatan dapat dilakukan oleh para siswa, sesuai dengan kebutuhan yang siswa inginkan dari beberapa fitur yang dapat digunakan untuk mempromosikan atau mengunggah sesuatu tampilan.

1.6 Kerangka Berpikir

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Sumber : Penulis, 2025

Dari kerangka berpikir diatas penelitian ini memetakan alur dari fenomena luas mengenai media sosial instagram. Instagram hadir dengan beragam fitur khas yang menarik perhatian generasi muda Gen Z yang berada di kelas XI Kimia Analisis yang menjadi fokus penelitian, dan interaksi sosial yang dilakukan oleh siswa XI Kimia Analisis di SMK Negeri 1 Temanggung dalam instagram. Menurut konsep, instagram digunakan oleh siswa terus menerus dan menjadi kegiatan dalam lingkungan sekolah. Instagram menjadi media yang populer di dunia, penggunaan instagram oleh siswa dapat menciptakan berbagai kegiatan atau aktivitas dalam sekolah. Menurut konsep, ini bertujuan untuk melihat aktivitas yang dilakukan penggunaan instagram dan interaksi sosial yang tercipta dengan adanya instagram dalam media yang digunakan oleh siswa kelas XI Kimia Analisis, sehingga konsep yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui interaksi sosial yang dilakukan siswa dalam tercipta kegiatan yang memanfaatkan.

1.7 Sistematika Penelitian

Penelitian sistematika dalam penelitian ini yang dibahas oleh peneliti dalam setiap bagian sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, kajian pustaka kerangka konseptual, kerangka berpikir, tujuan penelitian dan sistematika penelitian.
2. Bab II Metode Penelitian, yang berisi mengenai jenis penelitian, metode penelitian, informan, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, analisis data dan deskripsi objek atau subjek penelitian.
3. Bab III Temuan dan Pembahasan, berisi mengenai hasil temuan dari proses penelitian data dan proses dalam pengumpulan.
4. Bab IV Kesimpulan, berisi mengenai kesimpulan yang menjawab pertanyaan dari hasil dan ringkasan penelitian.