

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan TIK menjadikan internet sebagai sarana komunikasi utama yang diminati oleh masyarakat. Hal ini yang melatar belakangi perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern seperti media sosial.

Di Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan populasi tertinggi di dunia yaitu 273 juta jiwa yang membuat Indonesia menjadi pasar bisnis yang bagus di berbagai aspek, salah satunya TIK termasuk media sosial di dalamnya. Media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Dari berbagai kalangan dan usia menggunakan media sosial sebagai sarana dalam menyampaikan informasi. Menurut survey Hootsuite pada bulan Januari 2021, sebanyak 170 juta atau sekitar 61,8% penduduk Indonesia menggunakan media sosial. Angka tersebut naik 6,3% jika dibandingkan pada bulan Januari 2020.

Facebook, Twitter dan Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan saat ini. Ketiga media sosial tersebut dianggap wadah yang efektif untuk menyebar luaskan informasi. Tak sedikit juga tren yang berkembang di tengah masyarakat dikarenakan media sosial. Hal ini membuktikan bahwa media sosial memiliki peran aktif dalam merubah gaya hidup dan budaya seseorang maupun masyarakat dalam lingkup yang besar. Banyak tren yang akhir-akhir ini

muncul dan menjadi kebiasaan baru seperti mengoleksi tanaman, memasak, tren di bidang fashion maupun olahraga seperti sepeda.

Tren sepeda saat ini sangat digemari oleh masyarakat, baik sebagai olahraga maupun sekedar hobi. Hal tersebut dapat dilihat dengan naiknya pengguna sepeda di berbagai kota di Indonesia. Berdasarkan survei The Institute for Transportation and Development Policy (ITDP), pengguna sepeda di Indonesia meningkat hingga 10 kali lipat atau meningkat 1000 persen dibandingkan pada Oktober 2019. Bersepeda dianggap sebagai gaya hidup sehat. Berbagai kalangan turut andil dalam berkembangnya tren sepeda, sehingga membuat penjualan sepeda juga mengalami peningkatan yang signifikan dengan berbagai merek dan rentang harga.

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan juga turut mengalami berkembangnya tren sepeda. Hal ini dapat dilihat dengan keramaian yang terjadi di beberapa tempat di kota Medan sebagai titik kumpul bagi para pesepeda. Berbagai kalangan usia dapat terlihat mulai dari anak-anak hingga orang tua. Faktor kepadatan kendaraan dan kemacetan juga memicu masyarakat di kota Medan untuk menggunakan sepeda sebagai alat transportasi.

Namun pada akhirnya, tren sepeda banyak dijadikan sebagai penunjang gaya hidup di media sosial. Banyak pesepeda yang kerap memposting kegiatan bersepedanya di media sosial baik secara individu maupun kelompok. Atensi terhadap merek serta harga sepeda juga menjadi landasan seseorang untuk memposting kegiatan bersepeda. Banyak aspek yang juga turut dimasukkan dalam setiap postingan, seperti tagar, *caption*, lokasi dan penanda orang (tag). Tagar

merupakan salah satu aspek yang terdapat dalam postingan. Tagar seperti “#ayobersepeda” sering muncul di postingan para pesepeda. Dengan adanya tagar seperti ini, para pesepeda dapat mengumpulkan postingan mereka serta menumbuhkan semangat bersepeda kepada orang lain. Selain tagar “#ayobersepeda” ada juga tagar “#biketowork” yang ditujukan untuk mengampanyekan penggunaan sepeda sebagai alat transportasi ketika pergi bekerja. Namun di lain hal, tagar juga sering diisi dengan merek sepeda seperti “#brompton” atau “#alexmoulton” yang merupakan merek sepeda dengan harga fantastis. Tagar seperti ini tentunya dapat meningkatkan gaya hidup si pengguna media sosial karena mengandung merek sepeda dengan harga fantastis.

Media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter juga memfasilitasi para pengguna dengan kolom *caption* yang memungkinkan pengguna untuk membuat deskripsi terkait postingannya. Kolom *caption* ini juga sering digunakan oleh para pesepeda untuk mendeskripsikan kegiatan bersepeda mereka dengan maksud mengampanyekan sepeda itu sendiri, atau hanya sekedar penjelasan yang menyenangkan di *caption*. Setiap kali bersepeda, tentunya para pesepeda memiliki destinasi atau tujuan yang juga sering disertakan di dalam postingan, hal ini bertujuan untuk menginformasikan kepada pengguna lain mengenai destinasi mereka ketika bersepeda. Ada cara lain juga yang sering digunakan pesepeda untuk menginformasikan destinasi dengan cara merekam jalur bersepeda yang dilalui menggunakan aplikasi khusus seperti Strava atau Relive. Aplikasi tersebut dapat merekam jalur yang dilalui, menginformasikan jarak tempuh serta kecepatan rata-rata yang diraih ketika bersepeda. Nantinya aplikasi tersebut

menjadikan hasil rekaman berupa foto yang dapat diunggah para pesepeda di akun media sosialnya. Satu hal penting yang tak boleh ketinggalan dalam setiap postingan adalah penanda orang (tag). Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menandai orang yang berada dalam postingan.

Hal ini membuktikan bahwa media sosial adalah ranah yang dirasa tepat untuk meningkatkan eksistensi. Latar belakang lain yang juga mendasari para pesepeda memposting kegiatan bersepeda adalah untuk tujuan berpolitik baik dalam skala kecil maupun besar. Dari latar belakang ini, peneliti ingin mencari tau sejauh apa pengaruh media sosial terhadap eksistensi pesepeda di Kota Medan, sebagai mana yang kita ketahui bahwa media sosial telah menjadi aspek penting di era teknologi untuk menginformasikan banyak hal dengan latar belakang yang beragam.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa identifikasi masalah pada penelitian ini adalah pengaruh media sosial terhadap eksistensi pesepeda di Kota Medan.

C. Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini adalah tren bersepeda yang dijadikan sarana eksistensi pesepeda di media sosial (Facebook, Instagram, dan Twitter) dalam lingkup Kota Medan.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh fitur yang disediakan platform media sosial terhadap postingan pesepeda di Kota Medan?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi pesepeda di Kota Medan mengunggah hasil kegiatan bersepedanya di media sosial ?

E. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan media sosial untuk meningkatkan eksistensi pesepeda di Kota Medan
2. Untuk mengetahui faktor yang melatarbelakangi pesepeda di Kota Medan mengunggah kegiatan bersepedanya di media social.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat seperti manfaat akademis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Manfaat akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi akademisi atau mahasiswa yang tertarik dalam bidang perubahan sosial yang terjadi di dunia maya.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini mampu memberikan informasi dan membangun kesadaran kepada masyarakat agar lebih peduli akan perubahan sosial yang terjadi di dunia maya.

