

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media menyampaikan berita dan peristiwa kepada masyarakat setiap harinya. Seperti berita Tata Chubby yang meninggal karena kasus prostitusi online. Artis AA pun terjerat kasus prostitusi online tetapi hanya berstatus sebagai saksi. Penulis membaca berita tersebut melalui media online yaitu *Detik.com* pada hari Sabtu, 9 Mei 2015. Informasi yang disampaikan oleh media akan ditanggapi atau dikomentari oleh publik dengan tanggapan pro atau kontra.

Penulis melakukan wawancara dengan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Rayadikantin pada tanggal 17 Mei 2015 pukul 19.15 WIB untuk mengetahui situs berita yang digunakan. Salah satu informan yaitu Adit mengungkapkan, “Saya lebih sering mencari berita di media online karena lebih mudah bisa diakses melalui handphone. Saya menggunakan situs *Detik.com* karena mem*follow* akun *twitter*nya jadi ketika mengakses *twitter* akan muncul judul berita yang menarik di *timeline*.”

Berdasarkan pernyataan dari informan, penulis melihat bahwa pencarian berita dilakukan melalui media online yang dianggap lebih mudah untuk diakses. Situs berita yang dipilih adalah *Detik.com*. Media sosial seperti *twitter* dapat membantu khalayak karena ketersediaan *link* yang akan langsung terhubung dengan situs berita tersebut. Senada dengan yang diungkapkan oleh informan sebelumnya. Titis menjelaskan mengenai alasannya menggunakan salah

satu media online, “Saya membaca berita melalui *Detik.com* karena kartu GSM yang saya gunakan memberikan akses gratis ke situs tersebut.”

Informan Novie mengungkapkan pengalamannya dalam menggunakan media online dan situs berita, “Saya memilih membaca informasi melalui media online karena lebih mudah dan bisa diakses kapan saja. Saya menggunakan *Detik.com* karena menyajikan informasi terbaru. *Detik.com* sudah dikenal oleh masyarakat jadi lebih percaya jika mencari berita di situs berita tersebut.” Berdasarkan pernyataan Titis dan Novie dapat disimpulkan bahwa khalayak memilih media online karena dianggap lebih mudah dan bisa diakses kapan saja. *Detik.com* dipilih sebagai sumber informasi dengan alasan tertentu. Titis menggunakan *Detik.com* karena kartu GSM yang digunakan menyediakan layanan gratis. Novie memilih *Detik.com* yang menyajikan informasi terbaru.

Penulis melanjutkan wawancara dengan informan Nayla mengenai penggunaan media online dan situs berita yang diakses, “Menurut saya mencari berita melalui media online lebih mudah, lebih cepat, dan bisa diakses kapan saja. Saya menggunakan situs berita *Detik.com*.” Setelah mengetahui situs berita yang digunakan dari empat informan. Informan Agung menyatakan situs berita yang dipilihnya, “Saya lebih sering mengakses *Detik.com* karena situs berita tersebut sudah populer.”

Jika dilihat dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pencarian berita melalui media online dianggap lebih mudah, lebih cepat dan bisa diakses kapan saja. *Detik.com* dipilih karena dianggap sebagai situs berita yang populer.

Lain halnya pernyataan dari informan Mustika yang menggunakan media online tetapi lebih memilih *Tribunnews.com*, “Saya memilih *Tribunnews.com* karena menurut saya situs tersebut lebih aktif. Link beritanya sering muncul di media sosial seperti *facebook*. Terlebih berita di media online lebih lengkap terkadang informasi yang tidak tayang di televisi ada di media online.”

Setelah mendengarkan pernyataan dari informan di atas, penulis mendapatkan hasil bahwa media online dianggap lengkap. Informasi yang disajikan di media online tidak selalu hadir di media televisi. Informan Mustika memilih *Tribunnews.com* karena dianggap lebih aktif. *Link* yang hadir di *facebook* akan membantu khalayak jika ingin membaca informasi secara lengkap. Informan lainnya yaitu Aisyah mengungkapkan tentang media yang digunakan:

“Saya mencari informasi melalui televisi selain itu melalui media online. Situs berita yang saya gunakan adalah *Detik.com*. Saya menggunakan situs tersebut karena mem*follow* akun *twitter*nya. Selain itu informasi yang disajikan *Detik.com* lebih *up to date*.” Berdasarkan pernyataan Aisyah dapat dikemukakan bahwa media online menjadi pilihan selain media televisi. Informan memilih situs berita *Detik.com* karena mengikuti akun *twitter*nya. Situs berita tersebut dianggap menyajikan berita terbaru.

Penulis mencari tahu situs berita yang sedang populer di Indonesia melalui internet. Maka didapati situs berita terpopuler menurut *Alexa.com*. Top 10 Situs Berita Paling Populer versi *Alexa*, yaitu : 1. *Detik.com*, 2. *Kompas.com*, 3. *Liputan6.com*, 4. *Viva.co.id*, 5. *Merdeka.com*, 6. *Tribunnews.com*, 7. *Jpnn.com*, 8. *Suara.com*, 9. *Kapanlagi.com*, 10. *Tempo.co*. Di luar 10 besar itu, posisi 11.

Republika.co.id, 12. Okezone, 13. Metrotvnews.com. Meski mengklaim sebagai "media online berita dan hiburan No 1 di Indonesia" dalam Meta Deskripsinya, Okezone.com yang gencar dipromosikan MNC Grup (RCTI, Global, MNCTV) ternyata belum mampu menembus posisi 10 besar versi Alexa. (Romel, <http://www.romelteamedia.com/2015/02/top-10-situs-berita-paling-populer.html>, akses 05 Mei 2015).

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan dengan tujuh informan. *Detik.com* dipilih oleh enam informan dan satu memilih *Tribunnews.com*. Berbagai alasan yang didapatkan dari pengguna yaitu, gratis akses dari kartu GSM tertentu, informasi yang disajikan lebih *up to date*, pengguna juga memfollow akun *twitter Detik.com*. Akun *twitter* membantu khalayak sebelum mengakses situsnya secara langsung. Pengguna terlebih dahulu dapat membaca judul – judul yang disajikan kemudian dengan mudah dapat memilih *link* yang disediakan untuk membaca informasi secara lengkap.

Urutan top 10 situs berita paling populer menurut *alexa.com* yang penuliskutip melalui Romel, menyebutkan bahwa *Detik.com* berada pada urutan pertama. Hasil wawancara dan urutan top 10 situs berita terpopuler, maka penulis memilih *Detik.com* sebagai obyek penelitian.

Dibalik kepopulerannya, *Detik.com* masih mendapatkan keluhan berupa banyaknya iklan dari pengguna. Titis menyatakan, "Berita *Detik.com* memang *up to date*, tetapi saya merasa kurang nyaman dengan banyaknya iklan yang ada disisi kanan dan kirinya. Meskipun tidak menghalangi berita tapi menurut saya agak mengganggu saja."Setelah mendapatkan pernyataan tersebut, maka dapat

dikemukakan *Detik.com* yang begitu populer dan menjadi salah satu tujuan saat mencari informasi secara online. Masih mendapatkan keluhan yaitu banyaknya iklan yang membuat pengguna kurang nyaman. Keluhan tidak berasal dari iklan saja melainkan dari penyajian berita yaitu judul berita berbeda tetapi dengan isi yang tidak terlalu berbeda dengan berita yang berkaitan sebelumnya.

Dipilihnya *Detik.com* oleh khalayak tentu mempunyai berbagai alasan. Mulai dari informasi yang disampaikan ataupun kemudahan dalam menggunakannya. Hasil wawancara beberapa informan mengungkapkan bahwa informasi *Detik.com* lebih *up to date*. Dilihat dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa pesan atau isi berita akan mempengaruhi khalayak. Khalayak dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Khalayak didorong oleh motif – motif tertentu. Baik itu motif kognitif yang lebih menekankan kepada kebutuhan manusia akan informasi. Atau pun motif afektif menekankan kepada aspek perasaan dan emosional manusia. Misalnya setiap orang membutuhkan berita atau peristiwa untuk memperbarui informasi. Tetapi setiap orang berbeda – beda dalam memilih sumber berita, ada yang memilih *detik.com*, *vivanews.com*, *tribunnews.com* atau *kompas.com*. Begitu pula dalam hal pemilihan bidang beritanya, bertujuan untuk membuka berita politik, olahraga, ekonomi ataupun hiburan. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui bagaimana motif khalayak dalam menggunakan *Detik.com*.

Khalayak memiliki motif untuk memilih dan menggunakan salah satu media. Setelah memiliki motif khalayak melewati berbagai peristiwa selama

menggunakan *Detik.com* dan hal tersebut akan menjadi pengalaman. Mahasiswa memiliki pengalaman seperti keluhan yang disampaikan oleh informan sebelumnya. Pengalaman dalam penelitian ini tidak hanya membahas hal tersebut. Melainkan pernyataan yang disampaikan oleh mahasiswa seperti bidang informasi yang diakses, kanal favorit, intensitas, durasi, kelebihan dari *Detik.com* dan kekurangan *Detik.com*.

Mahasiswa menggunakan *Detik.com* lalu memiliki pengalaman selama mengakses dan mendapatkan nilai setelah membaca informasi di *Detik.com*. Maka seperti dalam unsur komunikasi bahwa dalam komunikasi memilih efek komunikasi, dalam penelitian ini disebut sebagai nilai. Nilai dalam penelitian ini merupakan hal yang didapat oleh khalayak baik itu dari bertambahnya informasi, menemukan pemecahan dari masalah yang dihadapi, hiburan ataupun hal yang berkaitan dengan perasaan / emosional.

Detik.com merupakan bagian dari media online, setelah media cetak dan media elektronik. Media online menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh publik. Sama halnya seperti program televisi, koran, surat kabardan siaran radio, yaitu menyediakan berbagai informasi untuk khalayak. *Detik.com* yang begitu populer dikalangan pengguna media online tentu mempunyai khas atau kelebihan dibanding situs lain.

Media online cukup unggul karena kecepatan dan kemudahan dalam mengakses. Saat ini masyarakat terbilang aktif dalam menyampaikan dan meneruskan informasi. Misalnya seorang pengendara mobil yang menyampaikan

kemacetan lalu lintas di daerah tertentu bisa menyebarkan informasi melalui akun media sosial miliknya. Lalu komunikasi bisa saja meneruskan kembali informasi tersebut.

Penggunaan media online menarik perhatian khalayak di berbagai kalangan. Media sosial yang merupakan bagian dari media online, identik dengan remaja. Media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *path*, dan lainnya digunakan oleh mahasiswa untuk mengetahui informasi yang sedang menjadi pusat perhatian atau sekedar membagikan kejadian atau pengalaman yang dilalui pemilik akun media sosial.

Situs berita mempunyai cara agar lebih dikenal dan digunakan yaitu dengan membuat akun sosial media untuk membagikan informasi dengan memberikan *link* di *timelinenya*. Maka dari itu situs berita ingin menarik perhatian pengguna media sosial agar tidak ketinggalan informasi terbaru. Dan pengguna media sosial yang ingin penulis teliti adalah mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dibuat fokus penelitian sebagai berikut :

“Bagaimana motif mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam menggunakan situs *Detik.com*?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana motif mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam menggunakan *Detik.com*?
2. Bagaimana pengalaman Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam mengakses *Detik.com* ?
3. Bagaimana nilai yang diperoleh Universitas Bhayangkara Jakarta Raya setelah menggunakan *Detik.com* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam menggunakan *Detik.com*
2. Untuk mengetahui pengalaman mahasiswa selama menggunakan *Detik.com*
3. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui nilai apa yang didapat mahasiswa setelah menggunakan *Detik.com*

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi yaitu penggunaan media online sebagai media baru setelah media cetak dan media televisi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan mengenai peningkatan cara penyajian informasi agar mengurangi keluhan yang dirasakan dari pengguna. Serta penelitian juga diharapkan bisa membantu situs selain *Detik.com* agar lebih dikenal dan digunakan oleh publik.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi uraian latar belakang masalah yang mendasari pentingnya diadakan penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang akan dicapai serta sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas tinjauan teori yang menjelaskan mengenai pengolahan data yang berhubungan dengan pemecahan masalah. Teori yang digunakan adalah komunikasi, komunikasi massa, media massa, media online, motif, pengalaman, situs, khalayak dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini membahas uraian mengenai metode penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan keabsahan data yang digunakan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai deskripsi hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum universitas, profil informan, dan hasil penelitian yang telah dikategorikan berdasarkan pernyataan dari informan dan pembahasan hasil penelitian yang terdiri dari motif mahasiswa dalam menggunakan *Detik.com*, pengalaman selama menggunakan *Detik.com* dan nilai yang diperoleh setelah menggunakan *Detik.com*.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

