BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Eksistensi media pada setiap dekade selalu menjadi penunjang bagi manusia dalam berbagi informasi, seperti pada perkembangan media komunikasi yang memiliki berbagai media untuk menyebarkan informasi pada setiap eranya. Menurut Abrar media komunikasi dibagi menjadi empat era, yaitu: pertama, pada era komunikasi tulisan. Kedua, era komunikasi cetak. Ketiga, era telekomunikasi. Keempat, era komunikasi interaktif (Prasetya & Ryan, 2022). Saat ini dunia termasuk Indonesia, sudah memasuki era komunikasi interaktif ditandai dengan adanya kemunculan jaringan, yang membawa media ke dalam bentuk lebih canggih. Kemunculan sebuah jaringan ini membuat pola kehidupan masyarakatnya, mengalami perubahan secara besar-besaran dari era sebelumnya. Perubahan ini membuat persaingan yang sengit pada kemunculan berbagai jenis media, yang akan berkompetisi di era komunikasi interaktif.

Perkembangan media komunikasi yang tanpa henti berkembang dalam setiap peradaban manusia membawa, pada era komunikasi interaktif yang membuat perubahan pada media komunikasi. Perubahan ini dimulai dari kehadiran sebuah jaringan yang bernama internet, membuat media menjadi sangat penting untuk kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan internet memiliki efek dominan dalam penyebaran ke audiensnya, menurut Vivian & John dalam Syaban (2018) internet dapat diartikan sebagai jaringan kabel atau telepon dan satelit yang menghubungkan ke komputer. Kemunculan internet ini membawa perubahan pada segala aspek kehidupan termasuk perubahan media, yang tadinya menggunakan tulisan, mesin cetak, telekomunikasi kini semua media beralih menggunakan internet. Perubahan ini menandakan adanya dominasi dari efek internet, yang membawa semua media bergabung kedalam bentuk digital. Adanya penggabungan dari berbagai media ini disebut sebagai konvergensi media, dimana kondisi ini semuanya didukung oleh jaringan global internet, termasuk pada media massa dan jaringan yang telah berintegrasi satu sama lainnya (Straubhaar & Larose, 2006).

Pengaruh Penggunaan.., Qorina Nadya Salfi, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Namun terjadinya konvergensi media bukan hanya sekedar saling terintegrasi media dengan satu dan lainnya, tetapi juga mempengaruhi cara individu mengakses media tersebut.

Konvergensi media ini dinilai sebagai kemajuan perkembangan teknologi sekaligus menjadi tantangan dalam, industri media untuk berkembang mengikuti zaman. Terjadinya konvergensi media ini menurut Flew (Khumairoh, 2021) merupakan hasil dari tiga unsur media baru, yang menggabungkan komunikasi teknologi informasi dan konten media. Posisi media baru ini menggeser media lama dalam tatanan kehidupan masyarakatnya. Media baru dinilai sebagai sarana dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas, dengan menggunakan teknologi digital atau dapat disebut sebagai jaringan komunikasi dimana media baru menggunakan internet, memiliki halaman web, serta komputer multimedia (Vera, 2016). Media baru memiliki banyak jenis media yang berkembang dan memiliki karakteristik yang interaktif, serta dapat menjangkau semua khalayaknya tanpa adanya batas waktu, tempat dan biaya yang terjangkau. Kemunculan media baru dinilai dapat secara aktif berkomunikasi, dengan para penggunanya dan mengesampingkan segala batasan yang dimiliki dari media tradisional. Hal ini membuktikan bahwasanya telah terjadi pergeseran secara besar-besaran, yang menyatukan berbagai media ke dalam satu kesatuan yang sama di dalam format digital.

Adanya konvergensi media membuat perusahaan media besar berbondong-bondong mengikuti pergeseran tersebut, agar tetap eksis di masa depan untuk memenuhi kebutuhan para audiensnya. Media massa di Indonesia telah merubah format ke dalam bentuk digital, kini media massa dapat ditemukan di media online yang masuk dalam jenis media baru sebagai media pencari informasi seperti penggunaan WWW (*World Wide Web*), blog, situs web dan lainnya yang berbasis internet. Dalam konteks jurnalistik, media online ini merupakan sebuah media massa yang dapat ditemukan secara online di situs web internet (Romli, 2014). Hal ini dapat dirasakan pada setiap industri media seperti stasiun tv, koran, majalah, yang sudah ikut berintegrasi ke dalam website dan portal berita milik mereka

sendiri. Peralihan ini membuat perbedaan dari mulai cara produksi berita, distribusi hingga konsumsi informasi yang dilakukan oleh para konsumen melalui portal web berbasis internet. Bukan hanya itu konsumen juga dapat berkomentar di halaman web, serta dapat mengakses berita secara berulang-ulang. Adanya media online ini sangat membantu, dalam menjangkau audiensnya lebih luas lagi. Di indonesia sendiri media online yang berhasil berdiri tanpa bantuan media cetak adalah Detik.com, di tengah para pesaing masih berusaha berintegrasi dari cetak ke online.

Media baru menghasilkan berbagai jenis media termasuk seperti media online. Adapun jenis media baru yaitu media sosial yang merupakan media partisipasi kolektif, dalam klasifikasinya pada media baru (McQuail, 2011). Media sosial ini sebagai wadah dalam adanya pertukaran berita dan informasi, pengalaman, hiburan, pengetahuan dan wawasan yang dijalin melalui internet kepada sesama pengguna. Media sosial menjadi sangat relevan karena menciptakan kemudahan dalam berbagai hal, yang dilalui di kehidupan hanya dengan satu media saja. Para konsumen berita di media online ikut beralih menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan berita, yang lebih beragam dengan isi yang disajikan secara bervariatif. Bukan hanya itu adanya media online yang ikut bergabung pada platform media sosial, juga sebagai bentuk untuk memperluas jangkauan audiens. Hal ini dilakukan oleh para pemilik media, untuk dapat mempertahankan eksistensi informasi yang mereka buat dan bersaing, dengan audiens yang memberikan informasi layaknya jurnalis. Kondisi ini membuktikan bahwasanya konvergensi media tidak hanya terjadi, pada perubahan teknologi tetapi juga mengubah cara berinteraksi khalayak yang dilakukan di media sosial.

Konvergensi media membuat adanya kolaborasi antar media satu sama lainnya menjadi satu kesatuan, dimana media online turut hadir pada media sosial membuat perubahan, pada khalayak menjadi lebih aktif dalam partisipasinya di ruang digital. Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Jenkins dalam Mardhiyyah, (2023) bahwasanya konvergensi media meliputi perubahan teknologi, industri, budaya dan sosial, yang meliputi mengenai adanya konten di berbagai platform media, kolaborasi di industri media serta perubahan perilaku pada khalayak di

media yang menginginkan informasi untuk menambah wawasan atau pengetahuan, pengalaman dan hiburan. Hal ini membuat nilai-nilai baru hadir di dalam media sosial sebagai hasil dari interaksi yang dilakukan oleh khalayak dalam berbagi pengalaman, opini, persepsi dan membuat informasi atau berita semakin beragam serta dibuat secara anonim seperti di media sosial. Aktivitas yang aktif ini membawa banyak dampak negatif bagi para pengguna dalam mengkonsumsi informasi, seperti terpaparnya pesan, atau berita yang mengandung kebohongan, tidak adanya sensor terhadap unsur sara, kekerasan serta etika pada privasi setiap pengguna media sosial yang tidak dapat di kontrol. Meskipun hal negatif itu terjadi, di satu sisi dampak positif yang dirasakan adalah perkembangan media sosial yang semakin canggih, dalam memberikan kemudahan untuk mencari informasi atau berita secara fleksibel dan isi pesan berita atau informasi lebih beragam dan interaktif.

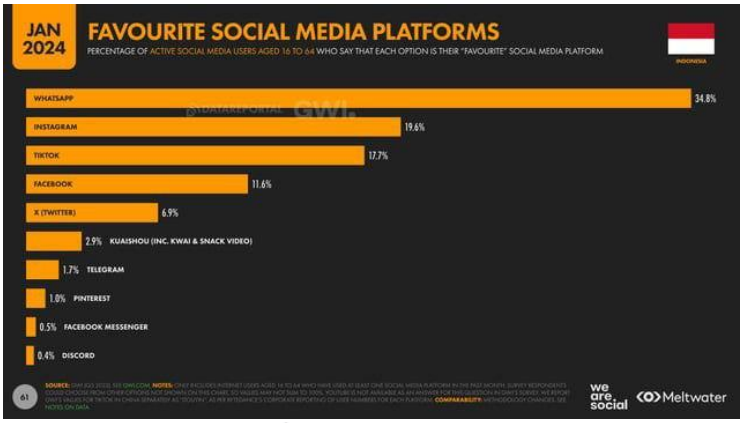
Transformasi media saat ini sangat menarik bagi audiens muda yang mengharapkan perkembangan teknologi lebih maju, seperti adanya personalisasi konten, integrasi teknologi yang lebih maju, dan kualitas informasi yang memadai (Safitri dan Muzi, 2024). Akses yang sangat mudah dan interaktif membuat audiens menginginkan isi yang lebih beragam, seperti platform yang didukung oleh fitur agar lebih praktis dan simpel serta pesan berupa konten video yang banyak jenisnya, foto, bukan lagi kualitas sederhana berupa halaman web dengan link yang panjang. Hal ini membuat para lembaga media dan audiens di media sosial bersaing, dalam membuat berbagai informasi dan berita secara cepat, akurat dan kreatif. Kebaruan dalam penyebaran informasi dan berita di media sosial, menimbulkan adanya minat untuk menggunakan media tertentu dan mencari informasi melalui beberapa sumber yang dinginkan dan menjadi sangat populer. Adanya perubahan ini membawa pergeseran komunikasi yang dilakukan semakin intensif dan interaktif dalam mengkonsumsi informasi.

Pesatnya perubahan pada pergeseran komunikasi yang dilakukan melalui media sosial ini, membuat masyarakat ingin merasakan cara komunikasi baru melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat yang diberikan oleh Chris Brogan,

(2010) bahwasanya media sosial merupakan sebuah alat komunikasi dan kolaborasi baru, yang memiliki kemungkinan dalam terjadinya berbagai jenis interaksi yang belum pernah dirasakan oleh orang awam. Media sosial memfasilitasi segala bentuk kebutuhan hidup masyarakat. Interaksi sosial mulai berpindah ke media sosial tanpa disadari oleh masyarakat, ruang online kini terasa lebih nyaman daripada ruang yang dilakukan secara tatap muka. Berbagai kebaruan yang diciptakan media sosial membuat interaksi di dalamnya semakin terbuka lebar dengan para pengguna anonim yang tidak diketahui.

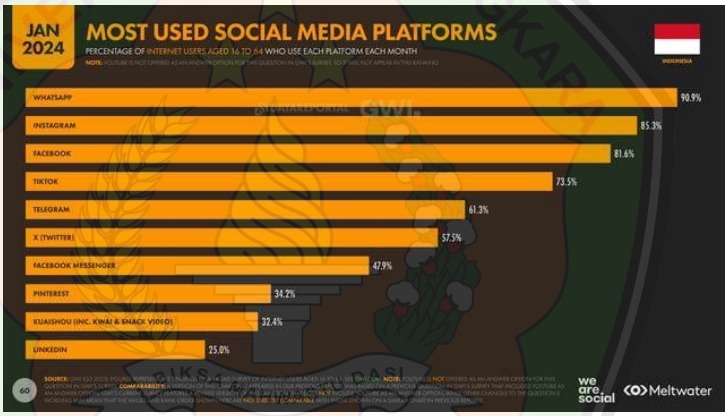
Media sosial kini merajalela dikalangan masyarakat muda dan tua, bahkan di dalam media sosial saat ini mulai meluncurkan berbagai fitur-fitur baru untuk menunjang pencarian informasi yang lebih relevan. Hal ini sejalan dengan banyaknya pemakai media sosial di Indonesia, berdasarkan data dari Indonesia id jumlah pengguna aktif media sosial ada 167 juta orang pada awal tahun 2023, yang berarti setara dengan 60,4% dari populasi masyarakat Indonesia (Widi, 2023). Tidak mengherankan apabila media sosial menjadi ruang baru, dalam memenuhi kebutuhan audiensnya. Hal ini juga terjadi pada media sosial WhatsApp yang berkembang pesat, dalam memberikan kenyamanan dan pengalaman baru bagi para audiens nya untuk memperoleh informasi.

WhatsApp merupakan media sosial pesan instan berbasis internet atau jaringan sosial, yang menghubungkan ke semua penggunanya. Media sosial WhatsApp merupakan media yang digunakan untuk mengirim pesan teks, audio, dokumen, atau pesan suara. WhatsApp bukan lagi media yang asing bagi masyarakat indonesia. Kemudahan dalam penggunaan WhatsApp membuat media ini sangat populer di Indonesia, hal tersebut didukung dengan data dari sumber survey yang lakukan oleh *We Are Social* bahwasanya WhatsApp menjadi salah satu media paling banyak digunakan pada tahun 2024 tepatnya di Indonesia yang ditunjukan pada gambar 1 dan gambar 2 bahwasanya WhatsApp merupakan media sosial yang paling banyak diminati oleh pengguna media sosial di Indonesia.



Gambar 1.1 ***Favorite Social Media Platforms***

Sumber: *We Are Social, 2024*



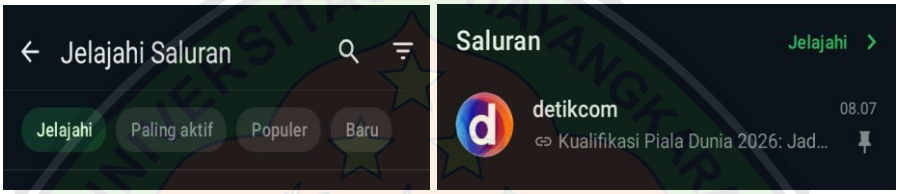
Gambar 1.2 ***Most used media platforms***

Sumber: *We Are Social, 2024*

Popularitas WhatsApp membuat media sosial ini digunakan, oleh seluruh masyarakat Indonesia dalam interaksinya di ruang digital. Media sosial WhatsApp digunakan untuk berinteraksi secara pribadi, dalam memberikan informasi kepada teman, kerabat, keluarga, organisasi atau pada para petinggi.

Kehadiran WhatsApp yang sangat populer di Indonesia, membuat kepentingan penggunaanya terealisasikan dalam interaksi berbasis internet. WhatsApp sendiri merupakan media sosial yang berfokus pada pengiriman pesan pribadi. Namun kini WhatsApp berinovasi menjadi media yang multifungsi, menyediakan fitur baru yaitu fitur saluran WhatsApp. Fitur baru yang diberi nama

saluran WhatsApp rilis, pada 13 September 2023 di 150 negara termasuk Indonesia (Kompas, 2023). Fitur saluran WhatsApp memiliki tema saluran mulai dari olahraga, gaya hidup dan berita. Saluran WhatsApp juga memberikan kenyamanan mengenai privasi data untuk para pengguna dan pembuat saluran WhatsApp. Pada saluran WhatsApp ini juga terdapat fitur yang populer, paling aktif, dan terbaru serta yang lainnya. Fitur saluran WhatsApp ini berisikan berbagai informasi menarik terkini, yang bisa di akses secara gratis sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Berbagai organisasi, orang-orang bergabung dalam saluran, termasuk mitra-mitra yang sudah memiliki kerjasama oleh WhatsApp.



Gambar 1.3 Fitur Saluran WhatsApp

Sumber: WhatsApp, 2024

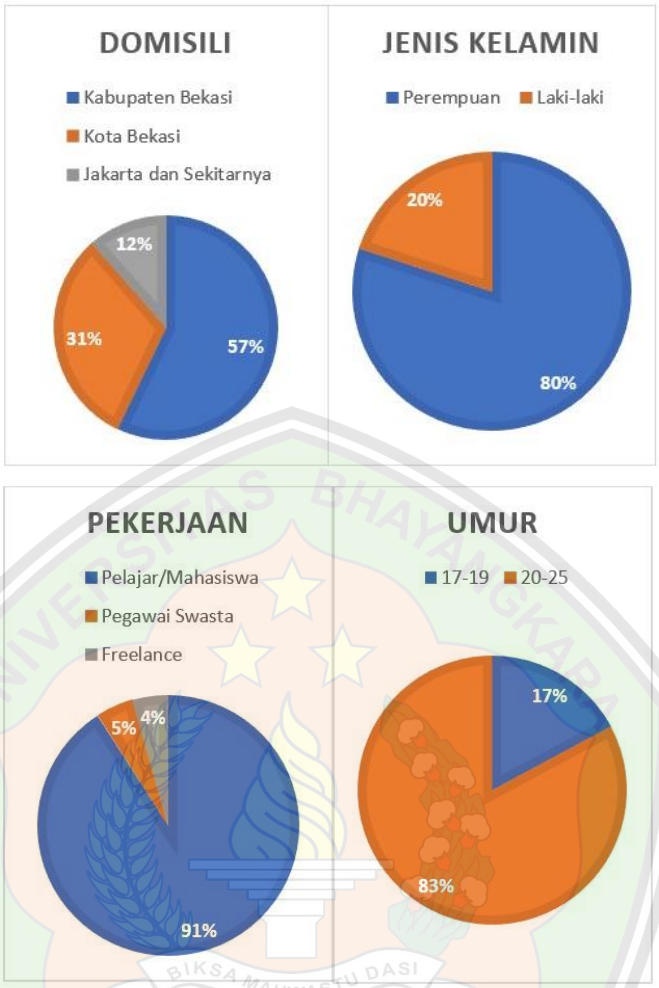
Era digital yang penuh akan inovasi memberikan kesempatan untuk keberlangsungan media agar tetap eksis dalam memberikan informasi, apalagi saat ini informasi merupakan salah satu hal yang penting bagi setiap individu (Situmeang, 2020). Informasi kini bisa didapatkan melalui saluran WhatsApp sebagai inovasi, yang memberikan kontrol sepenuhnya kepada pengguna WhatsApp, untuk memilih mana saluran yang sesuai dengan keinginan Salah satu saluran WhatsApp yang populer dan menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat, yaitu berita yang memuat informasi mengenai peristiwa lokal, nasional serta internasional. Saluran WhatsApp berita ini menyediakan beberapa jenis berita dari media online yang populer seperti, Detik.com, CNN, Liputan6, Kompas.com dan yang lainnya. Setiap saluran berita yang diberikan mendukung terciptanya berbagai berita, dengan format yang beragam. Hal ini tentu sangat memudahkan para pengguna WhatsApp dalam mencari dan berbagi informasi berita yang relevan dan akurat langsung dari sumber beritanya.

Saluran WhatsApp berita hadir di era digital dimana para khalayak sangat suka mengonsumsi informasi. Namun di satu sisi dalam fenomena perkembangan media sosial juga terjadi, adanya banyak berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kredibilitasnya bahkan memuat hoax. Hal ini akan berpengaruh pada wawasan yang diterima oleh pengguna, karena akan tercemar informasi atau berita yang menimbulkan adanya kebohongan. Saluran WhatsApp berita memberi kebaruan dalam proses komunikasi, yang dilakukan untuk para penggunanya berupa komunikasi satu arah yang dibuat secara unik untuk pengguna saluran WhatsApp berita. Maraknya fitur media sosial yang melangsungkan banyak *feedback* atau timbal balik antar sesama pengguna media, menjadi pesaing utama dalam saluran WhatsApp berita. Meskipun dilakukan satu arah, namun para pengikut saluran WhatsApp berita tetap bisa memberikan umpan balik berupa *reaction* emoji, polling dan dapat berdiskusi setelah membagikan informasi tersebut ke pengguna lainnya. Pengguna juga dapat berdiskusi melalui platform chat, karena informasinya dapat dibagikan. Hadirnya fitur saluran WhatsApp berita membuat semakin efektif dan efisien, dalam menarik penggunanya untuk selalu menggunakan WhatsApp.

Ketersedian data informasi menjadi salah satu hal yang menarik untuk membuka jendela baru, mencari pengetahuan lebih luas bagi para pengguna. Saluran WhatsApp Detik.com ini memberikan pengalaman baru, dalam mencari berita untuk mendapatkan informasi terkini. Saluran WhatsApp Detik.com ini hadir menciptakan kekuatan pada penyebaran informasi langsung dari sumber berita. Bukan hanya itu saluran WhatsApp Detik.com juga menyediakan isi pesan berita dengan berbagai jenis konten mulai dari video, foto, teks berita, hingga link berita website, yang dibuat secara ringkas di tengah persaingan informasi yang dibuat oleh para audiens di media sosial. Detik.com sendiri juga sudah sangat populer dan diminati oleh banyak orang, hal ini didukung dengan kategori media yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024 yang dikutip dari Databoks (2024) 50% responden indonesia mengakses Detik.com disusul dengan berbagai media online lainnya. Meski saluran WhatsApp Detik.com ini tergolong masih baru,

namun tidak memungkiri akan digunakan oleh banyak orang Indonesia, termasuk remaja akhir

Fenomena di era digital ini mengenai audiens muda menurut Safitri & Muzi (2024) sangat menarik, karena banyak audiens yang terus menerus beralih dari satu media ke media lainnya yang dinilai praktis dan modern. Remaja akhir sebagai audiens di media memanfaatkannya dalam mendapatkan berita, termasuk pada penggunaan saluran WhatsApp Detik.com sebagai fitur baru yang praktis dan modern. Hal ini sejalan dengan penggunaan internet di Indonesia yang digunakan untuk memperoleh informasi, berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2024, pengguna internet mencapai 79,5% dan mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya (Nurya dan Tri, 2023). Dalam segi umur APJII didominasi oleh umur 17-25 tahun sebanyak 34,40%, yang berarti remaja akhir mendominasi penggunaan media sosial. Menurut kategori umur dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 25 tahun 2014 remaja akhir berumur 17-25 tahun (Depkes, 2009). Remaja akhir dinilai mampu menerima informasi dengan baik, sehingga nantinya bisa mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki. Hal ini menandakan bahwasanya internet dan media sosial, khususnya saluran WhatsApp Detik.com yang memudahkan remaja akhir dalam mendapatkan fakta menarik di dunia. Berdasarkan dengan tinjauan awal yang telah dilakukan pada remaja akhir yang merupakan pengguna WhatsApp yang mengikuti saluran WhatsApp Detik.com di bulan September 2024, sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Demografi Pengikut Saluran WhatsApp Detik.com 2024

Sumber: Survei Pra-Penelitian 2024

Berdasarkan pada gambar di atas, hasil yang didapat bahwasanya ada pengikut saluran WhatsApp Detik.com pada kategori domisili yaitu, mayoritas pada Kabupaten Bekasi sebesar 57%, 31% Kota Bekasi serta wilayah Jakarta dan sekitarnya diperoleh 12%. Adapun dalam kategori jenis kelamin yang mayoritas pada perempuan 80% dan Laki-laki 20%. Adapun perolehan data umur mayoritas pada umur 20-25 sebanyak 79% dan 17-19 sebanyak 21%. Dan dalam kategori pekerjaan mayoritas Pelajar/Mahasiswa sebanyak 91% dan disusul oleh *freelance* sebanyak 5%.

Tabel 1.1 Karakteristik Responden yang Mengikuti Saluran WhatsApp Detik.com

1. Apakah anda merupakan pengikut saluran whatsapp detik.com?	FREKUENSI	PRESENTASE
Iya	70	100%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Pra-Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas, dari hasil yang didapatkan menyimpulkan bahwasanya ada remaja akhir yang mengikuti saluran WhatsApp Detik.com dari beberapa wilayah seperti Kabupaten Bekasi, Kota Bekasi serta Jakarta dan sekitarnya diperoleh sebanyak 70 orang atau sebesar 100%.

Tabel 1.2 Karakteristik Responden yang Mengikuti Saluran WhatsApp Detik.com

2. Berapa lama anda mengikuti saluran whatsApp detik.com?	FREKUENSI	PERSENTASE
2 Bulan	35	50%
3 Bulan	24	34%
4 Bulan	11	16%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Pra-Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.2 di atas, dari hasil yang didapatkan menunjukan bahwa dari 70 responden dalam pra-penelitian “Berapa lama anda mengikuti saluran WhatsApp Detik.com?” untuk pertanyaan pertama dapat dilihat yang memilih kategori jawaban “2 Bulan” menghasilkan 35 responden atau sebesar 50%, kategori jawaban “3 Bulan” menghasilkan 24 responden atau sebesar 34%. Kategori “4 Bulan” menghasilkan 11 responden atau sebesar 16%. Hal ini menunjukan bahwasanya 50% responden mayoritas sudah mengikuti saluran

WhatsApp Detik.com selama 2 bulan terakhir sejak dirilisnya saluran WhatsApp Detik.com pada 23 september 2023.

Tabel 1.3 Karakteristik Responden yang Mengikuti Saluran WhatsApp Detik.com

3. Berapa lama anda membuka saluran whatsapp detik.com dalam satu hari?	FREKUENSI	PERSENTASE
Kurang dari 30 menit	33	47%
30 menit	32	46%
1 jam	5	7%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Pra-Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.3 di atas, hasil yang didapatkan menunjukan bahwasanya dari 70 responden dalam pra-penelitian "Berapa lama anda membuka saluran WhatsApp Detik.com dalam satu hari?" untuk pertanyaan kedua dapat dilihat yang memilih kategori jawaban "Kurang dari 30 menit" menghasilkan 33 responden atau sebesar 47%, kategori jawaban "30 menit" menghasilkan 32 responden atau sebesar 46%. Kategori "1 jam" menghasilkan 5 responden atau sebesar 7%. Hal ini menunjukan bahwasanya mayoritas responden yang menjawab "kurang dari 30 menit" sebanyak 47%, namun hasil ini berbeda tipis dengan kategori jawaban "30 menit" sebesar 46%, yang berarti responden mayoritas membuka saluran WhatsApp Detik.com paling lama 30 menit atau kurang dari 30 menit.

Tabel 1.4 Karakteristik Responden yang Mengikuti Saluran WhastApp Detik.com

4. Apakah anda setelah mengikuti saluran whatsApp detik.com sering mengaksesnya?	FREKUENSI	PERSENTASE
Iya	61	87%
Tidak	9	13%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Pra-Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.4 di atas, hasil yang didapatkan menunjukan bahwa dari 70 responden dalam pra-penelitian "Apakah anda setelah mengikuti saluran WhatsApp Detik.com sering mengaksesnya?" untuk pertanyaan ketiga dapat dilihat yang memilih kategori jawaban "Iya" menghasilkan 61 responden atau sebesar 87%, kategori jawaban "Tidak" menghasilkan 9 responden atau sebesar 13%. Hal ini menunjukan bahwasanya mayoritas responden yang menjawab "iya" sebesar 87%, yang berarti responden sering mengakses saluran WhatsApp Detik.com setelah mengikuti saluran WhatsApp Detik.com.

Tabel 1.5 Karakteristik Responden yang Mengikuti Saluran WhastApp Detik.com

5. Apakah anda sering mengakses saluran whatsApp detik.com di saat senggang?	FREKUENSI	PERSENTASE
Iya	63	90%
Tidak	7	10%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Pra-Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.5 di atas, hasil yang didapatkan menunjukan bahwa dari 70 responden dalam pra-penelitian "Apakah anda sering mengakses

saluran WhatsApp Detik.com di saat senggang?" untuk pertanyaan keempat dapat dilihat yang memilih kategori jawaban "Iya" menghasilkan 63 responden atau sebesar 90%, kategori jawaban "Tidak" menghasilkan 7 responden atau sebesar 10%. Hal ini menunjukan bahwasanya mayoritas responden sebesar 90% sering mengakses saluran WhatsApp Detik.com saat senggang.

Tabel 1.6 Karakteristik Responden yang Mengikuti Saluran WhatsApp Detik.com

6. Berapa kali dalam seminggu anda mengakses saluran whatsApp detik.com?	FREKUENSI	PERSENTASE
1-4 kali	56	80%
5-7 kali	14	20%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Pra-Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.6 di atas, hasil yang didapatkan menunjukan bahwa dari 70 responden dalam pra-penelitian "Berapa kali dalam seminggu anda mengakses saluran WhatsApp Detik.com?" untuk pertanyaan kelima dapat dilihat yang memilih kategori jawaban "1-4 kali" menghasilkan 56 responden atau sebesar 80%, kategori jawaban "5-7 kali" menghasilkan 20 responden atau sebesar 20%. Hal ini menunjukan bahwasanya mayoritas responden sebesar 80% dalam seminggu mengakses saluran WhatsApp Detik.com sebanyak "1-4 kali".

Adapun hasil dari pra-penelitian yang peneliti lakukan pada pengguna WhatsApp yang mengikuti saluran WhatsApp Detik.com pada remaja akhir yaitu S (21 tahun), Mahasiswi mengatakan sebagai berikut:

> *Saya mengikuti saluran WhatsApp Detik.com 2 bulan yang lalu. Saat saya sudah mengikuti saluran WhatsApp Detik.com, saya kurang lebih membuka 5 sampai 6 kali dalam sehari. Selama mengikuti saluran WhatsApp Detik.com saya pernah membuka 4 kali dalam seminggu, namun hanya sekitar 20 menit an saja dalam membuka saluran WhatsApp Detik.com untuk membaca berita. Saya menyisihkan*

waktu untuk membuka saluran WhatsApp Detik.com diwaktu senggang atau sebelum tidur. Saya menggunakan saluran WhatsApp Detik.com selain menjadi inovasi baru juga beritanya yang di update selalu berita-berita terkini.

Adapun pengguna WhatsApp yang mengikuti saluran WhatsApp.Detik.com yaitu TJ (17 tahun) Pelajar mengatakan sebagai berikut:

Saya ngikutin saluran WhatsApp Detik.com 1 bulan. Saya buka saluran setiap ada notifikasinya 2 sampai 3 kali. Kalau misal dalam kurun satu minggu saya membuka saluran WhatsApp lebih dari 5 kali. Saya biasanya menyisihkan waktu tertentu untuk membuka saluran WhatsApp, saya saat membuka saluran WhatsApp Detik.com kurang dari 1 jam. Saya menggunakan saluran WhatsApp Detik.com dikarenakan beritanya fokus sama kejadian lokal terus tampilannya ringkas dan to the point serta tidak perlu repot mengunjungi website atau aplikasi lain.

Selain itu pengguna WhatsApp yang mengikuti saluran WhatsApp Detik.com yaitu L (18) tahun Mahasiswa mengatakan sebagai berikut:

Saya mengikuti saluran WhatsApp Detik.com sekitar 2 bulan, Kalau dalam seminggu saya buka 10 kali, biasanya buka saluran WhatsApp Detik.com pas lagi senggang atau istirahat aja. Saya butuh kurang dari 1 jam saat membuka saluran WhatsApp. Saya mengikuti saluran WhatsApp Detik.com itu karena kecepatan informasinya sama, yang menarik beritanya beragam gak melulu tentang politik serta bentuk berita bisa berupa link ringkas dan video.

Berdasarkan penelitian yang relevan, yaitu penelitian terdahulu oleh Syafrial Hamzah, Toddy Aditya, Korry El Yana (2024) dengan judul, *Pemanfaatan Saluran WhatsApp terhadap Kepuasan Literasi Informasi di Kabupaten Tangerang* Hasil penelitian menyimpulkan bahwasanya saluran WhatsApp bisa memuaskan literasi masyarakat informasi di Kabupaten Tangerang. Adapun Penelitian selanjutnya Siti Nurhalimatussa'adiah (2024) dengan judul, P*andangan para pengguna WhatsApp Channel mengenai manfaat saluran Tribunnews.com: penelitian pada mahasiswa Jurnalistik tahun 2020.* Hasil penelitian menunjukan bahwa mahasiswa jurnalistik tahun 2020 memanfaatkan fitur WhatsApp channel Tribunnews.com dalam membentuk ekspresi budaya mereka dan membantu dalam

mengakses berita serta membantu dalam menambah wawasan jurnalistik. Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu telah ditemukan gap penelitian mengenai inovasi dari perkembangan media, yang menghadirkan adanya situs berita online di media sosial WhatsApp yaitu saluran WhatsApp Detik.com. Saluran WhatsApp Detik.com memberikan informasi berupa berita, yang dapat diakses tanpa membuka platform lain. Kehadiran saluran WhatsApp Detik.com akan memiliki peluang untuk diminati oleh remaja akhir dalam mencari berita untuk memenuhi kebutuhan informasinya, terutama dalam menarik minat membaca berita. Minat membaca berita harus dikembangkan di tengah era digitalisasi, yang banyak memuat berita berupa konten video dan dari banyaknya berita yang mengandung kebohongan serta tidak dapat dipertanggungjawabkan. Melalui saluran WhatsApp Detik.com, para pengikut diberi kesempatan dalam kemudahan untuk membaca dan menambah wawasan. Pemilihan fitur saluran WhatsApp Detik.com ini didasari, sebagai inovasi sekaligus rujukan dalam membaca berita serta memilih berita yang akurat cepat, beragam, di tengah banyaknya pesaing dan berita yang mengandung kebohongan.

Saluran WhatsApp Detik.com memiliki manfaat untuk menunjang dalam membaca berita yang diberikan, di balik popularitas media sosial dengan berbagai dinamikanya. Fitur saluran WhatsApp Detik.com ini hadir di tengah banyaknya fitur media sosial lainnya, yang bersaing untuk memberikan informasi dan berita. Namun dibalik megahnya era digitalisasi ini tidak dapat dipungkiri, para audiens seakan terlena dengan beragam konten yang dapat ditonton secara singkat dan cepat. Di Indonesia minat menonton video berita yang singkat, sangat banyak diminati hal ini terlihat dari data yang diperoleh melalui *Reuters Institute*, Indonesia menempati angka sebesar 78% yang gemar menonton dan berada diposisi ke lima sama dengan Taiwan (Santika, 2024). Hal ini juga sejalan dengan survei *Reuters Institute for the Study of Journalism*, bahwasanya 23% responden remaja akhir menonton tayangan konten berita dan 43 % sisanya mereka mencari informasi atau hal lainnya di platform media sosial. Berdasarkan hasil survey yang diperoleh mereka tidak lagi tertarik untuk membaca berita atau informasi. Permasalahan

mengenai minat membaca berita di era digital ini membawa pada remaja akhir, yang masih belum memiliki ketertarikan dalam membaca berita. Hal ini tentu menjadikan minat membaca perlu ditingkatkan di era digitalisasi ini.

Minat membaca berita di era digital ini beberapa kali menjadi sorotan menurut *Digital News Report* dalam Harian Kompas, Indonesia menduduki peringkat ke-12 dari 46 negara, yang diteliti dalam mengonsumsi berita melalui media sosial. Adapun hasil dari survei tersebut bahwasanya audiens indonesia menggemari membaca berita berupa teks di media sosial sebanyak 69%, adapun mengonsumsi berita melalui video sebanyak 12% dan secara hibrida sebanyak 16%. Namun pada beberapa dekade ini telah terjadinya pergeseran dalam cara mengonsumsi berita, yang dilatarbelakangi oleh faktor usia audiens yang membuat cara mengonsumsi beritanya berbeda. Hal ini dilansir dari *Digital News Report*, konsumsi minat membaca berita berupa teks di Indonesia sendiri berkurang seiring mudanya usia para audiens, ditemukan dari hasil survey di usia 55 tahun ada 65% orang di Indonesia yang menyukai berita berbentuk teks, Adapun di usia 17-25 tahun hanya 55% remaja akhir yang mengkonsumsi atau berminat membaca berita berupa teks (Krisdamarjati, 2022). Konsumsi membaca berita dikalangan remaja akhir menurun, hal ini didasari dari adanya kurang minat membaca berita, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya membaca informasi berita di tengah maraknya berbagai isu politik, sosial, budaya, ekonomi, yang mengharuskan remaja sebagai generasi muda memiliki kegemaran dalam membaca berita. Remaja terutama remaja akhir harus memiliki minat membaca agar dapat memahami suatu informasi dengan jelas dan terhindar dari berbagai jenis berita yang mengandung kebohongan. Hal ini tentu akan berdampak pada peningkatan minat membaca berita di era digitalisasi. Banyaknya informasi yang datang membuat para remaja akhir harus memiliki kegemaran atau ketertarikan membaca, untuk menambah pengetahuan dan terhindar dari adanya miskomunikasi atau disinformasi

Kurangnya minat membaca terutama minat membaca berita ini akan membuat remaja akhir, sering terpapar berita yang mengandung kebohongan. Di salah satu wilayah Jawa Barat tepatnya di Kabupaten Bekasi juga mengalami hal

serupa, yaitu kurangnya minat membaca berita. Pada beberapa dekade ini dalam persoalan kurangnya minat membaca, individu harus memiliki kegemaran atau ketertarikan dalam membaca agar memiliki minat. Maka dari itu kegemaran membaca pun harus ditingkatkan agar dapat memiliki kemampuan membaca, yang dikatakan baik terhadap banyaknya informasi mengandung kebohongan. Dilansir dari RadarBekasi.id (2023) masalah rendah minat membaca di Kabupaten Bekasi, masih terus diupayakan dalam meningkatkan kegemaran membaca dan mensosialisasikan hal tersebut, kata Kepala Bidang Pembinaan dan Pengembangan Perpustakaan Dinas Arsip Kabupaten Bekasi. Kesadaran akan pentingnya minat membaca berita harus disadari oleh remaja akhir pada era banjirnya informasi, yang banyak menimbulkan dinamika dalam penggunaan medianya. Kekhawatiran tersebut akan berimbas pada kredibilitas informasi atau berita yang disebarkan secara anonim untuk kepentingan aktor tertentu.

Kelompok remaja akhir ini sangat melekat dengan teknologi informasi dan komunikasi, pada masa perkembangannya diiringi oleh jaringan internet yang membentuk adanya media baru termasuk pada media sosial. Tidak heran apabila media sosial sangat didominasi oleh remaja akhir yang merupakan bagian dari khalayak yang aktif di media sosial. Bukan hanya itu remaja pada periode ini sangat aktif dalam kegiatannya menjelajah media sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Levy dan Windahl dalam Sunarwan (2014). kegiatan atau aktivitas khalayak ini memiliki arti bahwasanya, mereka mengarahkan dirinya sendiri pada adanya proses komunikasi. Pada penggunaan medianya saat di era komunikasi interaktif ini, khalayak yang aktif termasuk dalam karakteristik khalayak internet dimana mereka memiliki beragam pilihan isi atau konten dan ruang yang luas dalam pola penggunaannya. Remaja akhir sebagai khalayak aktif mengarahkan dirinya pada sebuah proses komunikasi yang akan mengarahkannya pada konten beragam dalam media dan akan memutuskan media mana yang akan digunakan.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh remaja akhir terhadap media menggambarkan, bahwasanya mereka tertarik dengan segala sesuatu yang baru. Saluran WhatsApp Detik.com sebagai fitur baru pada media sosial WhatsApp,

memberikan kemudahan dalam akses informasi berita diantara fitur media sosial lainnya. Namun meski persaingan media sosial tidak pernah berhenti, media sosial WhatsApp memiliki keunggulan tersendiri dengan menjadi media sosial paling populer. Hal ini dilansir dari Data.goodstats (2024), menunjukan media sosial yang populer di kalangan remaja berumur 17 sampai 25 tahun di 2024 adalah WhatsApp di posisi pertama dengan persentase 92%, Discord di posisi kedua dengan persentase 3% dan Line di posisi ketiga dengan persentase 2%.

Banyaknya pengguna media sosial WhatsApp di kalangan remaja akhir, membuat kesadaran akan dominasi, yang dimiliki remaja saat ini membawa dampak positif maupun negatif untuk negara dan bangsa. Kehadiran remaja yang sangat mendominasi ini dibuktikan pada banyaknya populasi remaja sebanyak satu juta jiwa, yang berada di jawa barat salah satunya adalah wilayah Bekasi. Kabupaten Bekasi memiliki jumlah sebanyak satu juta tiga puluh satu jiwa sebagai wilayah dengan, populasi terbanyak remaja setelah bogor dan Kabupaten Bandung (Bagaskara, 2023). Bukan hanya sebagai populasi remaja terbanyak, namun Bekasi jadi salah satu wilayah yang akses internetnya sangat cepat. Hal ini dilansir dari Kompas, yang menyatakan menurut survey Ookla dalam laporan *Speedtest Global Index* dimana Bekasi menempati urutan ke 127, peringkat ini naik dari pada sebelumnya pada saat November 2022 yang berada di peringkat 134, bahkan wilayah Bekasi melampaui Jakarta dalam akses internetnya yang cepat (Maulida, 2023). Maka dari itu pemilihan Kabupaten Bekasi dalam penelitian ini didasari dari adanya minat membaca yang kurang, serta sebagai wilayah dengan populasi remaja yang banyak dan akses internet yang memadai. Adanya hal tersebut mendukung kehadiran remaja akhir dalam mengakses platform media sosial untuk membuka gerbang baru, dimana remaja akhir dapat mencari informasi berita serta dapat manfaat atas informasi yang diperoleh.

Berdasarkan hasil dari latar belakang, yang telah disampaikan. Penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan saluran WhatsApp Detik.com terhadap minat membaca berita pada remaja akhir di Kabupaten Bekasi. Dimana remaja akhir ini sebagai khalayak aktif yang mampu memilih media untuk

memenuhi kebutuhannya, saluran WhatsApp Detik.com hadir dengan fitur multi fungsinya yang membuatnya terhubung ke semua berita langsung dari sumbernya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dapat diketahui melalui fenomena yang muncul dalam konvergensi media membawa pada adanya penggabungan media online, yang saat ini turut hadir di media sosial untuk menjangkau audiensnya lebih luas lagi, yaitu saluran WhatsApp Detik.com. Penggabungan media membawa pada penggunaan media yang aktif oleh para remaja akhir dan membuat minat menonton berita yang semakin tinggi, namun dalam minat membaca berita semakin menurun. Kehadiran saluran WhatsApp Detik.com masih baru dan hadir dari adanya penggabungan media yang membuat beragam konten bukan hanya video, tetapi juga teks serta link dalam mempermudah audiens membaca berita. Maka fenomena ini berujung dalam menentukan mengenai pengaruh penggunaan remaja akhir pada saluran WhatsApp Detik.com yang akan memberikan pengaruh terhadap minat membaca berita mereka.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini dibuat untuk mengacu latar belakang di atas, dalam penelitian ini dibatasi pada masalah yakni, Apakah terdapat pengaruh peggunaan saluran WhatsApp Detik.com terhadap minat membaca berita remaja akhir di Kabupaten Bekasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, Adapun tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh penggunaan saluran WhatsApp Detik.com terhadap minat membaca berita remaja akhir di Kabupaten Bekasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat diharapkan dapat berguna dengan sangat baik secara teoritis maupun praktis**.**

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dengan sangat baik, dalam kontribusinya terhadap literatur yang ada mengenai pengaruh penggunaan saluran WhatsApp Detik.com terhadap minat membaca berita. Studi ini dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi terkhusus dalam bidang *new media*, media sosial. Serta akan berguna bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan, dengan saluran WhatsApp Detik.com dan minat membaca berita.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan memberi kegunaan yang sangat bermanfaat dan mampu menjadi acuan maupun suatu masukan khususnya bagi mahasiswa, masyarakat, guru, dosen, pemangku kepentingan pemilik media, dan pada remaja akhir yang akan memilih serta memahami efek atau dampak media sosial. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan khususnya, pada fitur terbaru media sosial WhatsApp yaitu saluran WhatsApp yang akan mempengaruhi minat membaca berita remaja akhir.