

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

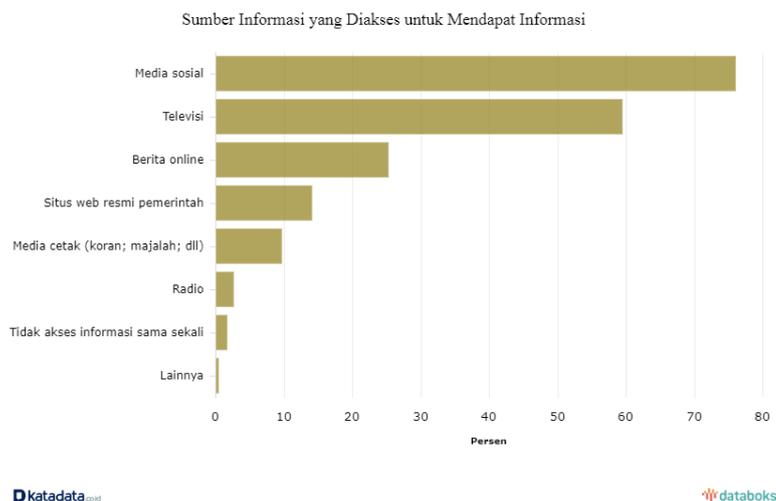
Dalam kehidupan sehari – hari, manusia tidak bisa melepaskan diri dari pengaruh manusia lain. Di kesehariannya, akan selalu ada interaksi dan sosialisasi yang dilakukan dengan cara berkomunikasi baik secara verbal maupun non-verbal. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan sehari – hari. Ditambah, seiring berkembangnya zaman saat ini komunikasi menjadi hal yang mudah dilakukan oleh siapa saja dengan adanya dukungan teknologi. Adanya kemudahan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi secara cepat merupakan beberapa hal dari pentingnya teknologi diciptakan. Salah satu bentuk perkembangan di era globalisasi yang membawa perubahan dalam hidup manusia khususnya dalam kegiatan komunikasi adalah munculnya internet. Internet sudah menjadi kebutuhan masyarakat global di era teknologi saat ini. Dengan adanya internet, seseorang dapat dengan mudah berkomunikasi dan mencari informasi apapun. Internet muncul sekitar pertengahan 1990-an sebagai media massa baru. Internet dapat membuat orang berkomunikasi satu sama lain, tidak hanya menerima pesan, mereka juga dapat melakukan komunikasi secara *real-time*.

Adapun faktor yang menyebabkan peningkatan penggunaan internet terjadi antara lain karena infrastruktur yang mulai merata di beberapa daerah serta adanya ketersediaan perangkat seperti komputer, laptop, ataupun *smartphone* yang bisa digunakan untuk mengakses internet. Menurut Headline.co.id berdasarkan laporan yang dibuat oleh *Hootsuite* dan *We Are Social* menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau sebesar 73,7 persen dari total populasi terbesar yakni 274,9 juta jiwa pada Januari 2021 (Sadam, 2021).

Meskipun internet masih tergolong baru di Indonesia, namun perkembangannya sangat pesat. Masyarakat di seluruh dunia, khususnya di Indonesia, telah mengesampingkan media konvensional seperti televisi,

radio, dan surat kabar. Bahkan akses media konvensional sekarang sudah berbasis internet. Beberapa stasiun televisi sudah menyediakan layanan *live streaming* bagi para penontonnya yang tidak sempat menonton acara berita secara langsung di televisi. Hal ini juga sesuai dengan data yang dirangkum oleh Kompas yang ditulis oleh Stephanie, berdasarkan survei yang dilakukan *We Are Social* pada bulan Februari 2021, waktu yang dihabiskan orang Indonesia mengakses internet per hari rata-rata adalah 8 jam 52 menit (Stephanie, 2021).

Jika dibandingkan dengan konten lain seperti hiburan, berita, dan layanan publik, media sosial adalah yang paling populer di kalangan pengguna internet Indonesia karena media sosial merupakan sarana utama para pengguna internet dalam mendapatkan informasi. Hal ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dapat dilihat pada Gambar 1, sebanyak 76% responden memilih media sosial sebagai sumber informasi yang paling mudah diakses (Pusparisa, 2020).



Gambar 1. Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapat Informasi

Munculnya media sosial tidak diragukan lagi memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, terutama dalam hal mencari informasi dan komunikasi. Tercatat sebanyak 170 juta pengguna aktif media sosial dari 274,9 juta populasi yang ada di Indonesia. Artinya, jumlah pengguna media

sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021 (Stephanie, 2021). Salah satu media sosial yang menjadi tren saat ini adalah *Instagram*. Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Conney Stephanie (2021) yang berjudul “Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?” yang dirilis oleh Tekno Kompas, *Instagram* berada di peringkat ke-3 dalam “*Most-Used Social Media Platform*” sesuai dengan data statistik *We Are Social* dan *Hootsuite* pada Januari 2021 dengan tingkat pengguna 86,6% dimana berada dibawah *Youtube* dengan jumlah pengguna 93,8% dan *Whatsapp* dengan jumlah pengguna 87,7% .

Instagram adalah platform media sosial untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk menerapkan filter digital dan mengedit foto dan video mereka. Namun, *instagram* yang semula hanya digunakan untuk bertukar foto dan video, kini juga menjadi tempat berbagi berita. Masyarakat tidak perlu lagi mengakses portal berita melalui website karena semua informasi yang mereka butuhkan dapat ditemukan dalam satu platform yaitu *Instagram*. Pengguna juga dapat memperoleh berita yang relevan dengan mereka melalui *Instagram* karena berita yang muncul di timeline *Instagram* sesuai dengan akun yang mereka ikuti. *Instagram* memungkinkan pengguna untuk dengan mudah bertukar informasi satu sama lain. Misalnya, jika pengguna ingin mencari informasi terkait berita terkini tentang suatu kota tertentu, dia dapat mengikuti akun terpisah yang dibuat untuk konten kota tersebut. Bagaimanapun, sekarang ini media berita juga bisa ditemukan secara online melalui akun-akun penyebar berita khususnya di media sosial *Instagram* seperti: @depok24jam, @folkactive, @bogor.terkini atau akun akun lainnya yang tersebar di berbagai media sosial lain.

Salah satu akun yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya kota Jakarta adalah akun @jktinfo. @jktinfo yang dibuat pada tahun 2016 merupakan akun yang memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk menyebarkan informasi seputar kota Jakarta dan sekitarnya. Informasi yang paling sering disebar adalah mengenai kondisi lalu lintas kota Jakarta.

Saat ini ada banyak akun *Instagram* yang dibuat untuk memberikan informasi tentang Jakarta, dengan jumlah pengikut yang banyak yang memposting foto dan informasi dengan berbagai *caption* yang menarik. Berikut ini adalah beberapa akun yang menyebarkan informasi dan berita terkini terkait Kota Jakarta serta jumlah pengikutnya.

Tabel 1. Daftar Akun yang Menyebarkan Informasi dan Berita Terkini Terkait Jakarta

No.	Akun	Jumlah Pengikut
1.	@jktinfo	2.800.000
2.	@dkiinfo	220.000
3.	@infojktku	183.000
4.	@jakartainformasi	100.000
5.	@jktinfo24jam	19.500
6.	@jktinfo_id	14.900
7.	@jakarta_info_	7.013

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Alasan peneliti memilih akun @jktinfo adalah karena akun *Instagram* tersebut memiliki jumlah pengikut terbanyak dari beberapa akun yang sudah disebutkan diatas. Akun yang memiliki sekitar 2 juta pengikut ini dapat berjalan berkat kontribusi dari para pengikut nya yang turut serta membagikan informasi sekitar kota Jakarta. Dengan jumlah pengikut di akun *Instagram* yang cukup banyak maka dapat dikatakan bahwa khalayak percaya akun tersebut merupakan salah satu akun yang efektif dalam membagikan informasi terkini terkait kota Jakarta. Informasi diunggah dalam konten-konten berupa foto, video dan *caption*. Informasi yang dibagikan oleh akun *Instagram* @jktinfo sebagian besar bersumber dari komunitas dan pengikut akun tersebut yang kemudian nanti disebar kembali oleh akun @jktinfo dengan fitur *repost*. Fokus dari akun ini adalah memberikan informasi terbaru mengenai kondisi dan berita terkini terkait Kota Jakarta seperti kondisi lalu lintas, informasi terkait banjir, kecelakaan,

kebakaran, cuaca, kuliner hingga politik. Akun ini juga membuat konten dengan bentuk seperti berita resmi yang diunggah media online dengan cara penulisan yang baku tetapi tetap menarik karena dikemas dengan narasi yang singkat dan tidak bertele-tele. Hal inilah yang membedakan akun @jktinfo berbeda dengan akun lainnya sehingga mampu memiliki jumlah pengikut terbanyak jika dibandingkan dengan akun sejenis.

Munculnya berbagai media berita yang juga bisa ditemukan secara online melalui akun-akun penyebar berita khususnya di media sosial *Instagram* ini membuka kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas “reportase” yaitu melaporkan dan menginformasikan kejadian tertentu yang sedang terjadi. Istilah *citizen journalism* kemudian muncul mengacu pada adanya peran aktif masyarakat dalam proses pengumpulan, pelaporan, serta penyajian berita. Kehadiran *citizen journalism* ini muncul seiring dengan semakin meluasnya media komunikasi yang kemudian membawa dampak yang menguntungkan karena saat ini siapa saja dapat dengan mudah menyalurkan opini, cerita, dan informasi melalui jejaring sosial yang disediakan oleh dunia maya (Puji et al., 2019). Dengan maraknya media berita yang muncul secara online juga dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan sumber informasi dengan cepat dan juga *ter-update* secara *real time* atau langsung, karena posisi *citizen journalism* ini yang mengirimkan langsung di lokasi kejadian (Lestari & Rachmia, 2021).

Berangkat dari fenomena *citizen journalism* di media online, muncul berbagai opini yang menimbulkan sejumlah tantangan. Diantaranya konten informasi yang dibuat tidak selalu sesuai dengan standar jurnalistik. Banyak juga yang meragukan kredibilitas informasi yang disebarkan melalui media online tersebut. Selain itu, ketika unsur sebuah berita tidak terpenuhi, timbul berbagai dampak yang dapat membuat masyarakat sulit memahami pesan dan berita yang disajikan. Mulai dari ketidakpuasan yang dihasilkan oleh informasi yang hanya sepele, kesalahpahaman yang disebabkan oleh penulisan informasi yang bias, penyebaran massal informasi yang tidak akurat atau salah di antara banyak orang, hingga skenario yang berpotensi

menimbulkan keadaan yang berbahaya seperti kerusuhan dan kepanikan sosial (Dwicika, 2019).

Hal ini juga sesuai dengan beberapa penelitian terkait efektivitas praktek *citizen journalism*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurhadi & Mujiyanto (2020), sebanyak 77% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring dapat menyajikan berbagai kejadian/peristiwa penting yang sedang terjadi. Akan tetapi, sebanyak 51% responden juga setuju terhadap pernyataan kecurigaan akan adanya kecurangan informasi (hoaks) yang disajikan media massa daring. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas penulisan pelaporan berita di media online *Facebook* masih sangat sederhana dan apa adanya, serta sebagian besar belum sesuai dengan standar baku jurnalistik antara lain 5W+1H yang kurang lengkap (Arsydani & Wijaya, 2015).

Kualitas informasi dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sebuah informasi merupakan aspek penting dalam membuat keputusan bagi masyarakat. Berdasarkan penelitian Rawat & Gupta (2018) media sosial telah menjadi wadah yang populer bagi masyarakat untuk mengonsumsi berita. Namun yang menjadi tantangan adalah kenyataan bahwa informasi di platform media sosial masih kurang terpantau. Maka dari itu perlu dilihat lebih lanjut terkait kredibilitas informasi di platform media sosial. Menemukan berita yang tidak bias dan dapat dipercaya juga merupakan salah satu tantangan besar di media sosial. Hal ini dikarenakan informasi yang menyebar dengan begitu cepat, sehingga terkadang ada informasi palsu yang dianggap berpotensi menyebabkan dampak pada jutaan pengguna dalam waktu yang cepat. Alasan peneliti memilih akun @jktinfo sebagai objek adalah karena akun @jktinfo merupakan akun dengan pengikut Instagram terbanyak jika dibandingkan dengan beberapa akun yang telah disebutkan peneliti diatas. Hal ini berarti masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi dan berita terbaru tentang kota Jakarta melalui akun ini. Sudah sangat jelas bahwa banyak masyarakat yang tertarik mengikuti akun ini untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal inilah yang menarik perhatian peneliti untuk melihat apakah kualitas informasi

yang disajikan di media online @jktinfo juga dapat memenuhi kebutuhan para pengikutnya atau tidak.

Menurut artikel yang dirilis oleh sulselprov.go.id yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat”, penggunaan media sosial ini dapat memudahkan interaksi karena adanya kemudahan dalam mengakses bagi mereka yang tidak memungkinkan untuk melakukan pertemuan secara langsung karena adanya faktor jarak. Media sosial juga mengajak para penggunanya untuk berpartisipasi dan ikut turut serta memberikan umpan balik secara terbuka.

Masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai sumber mendapatkan informasi dan berita akan memilih serta membaca berita yang memiliki kualitas informasi yang baik. Menurut Goeth dan Davis (dalam Susanto & Erdiansyah, 2019) kepuasan pembaca dapat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang baik. Kualitas informasi dalam sebuah berita merupakan masalah yang perlu mendapat perhatian lebih terutama bagi media yang memiliki tanggung jawab atas penyampaian informasi kepada khalayak, karena khalayak akan memilih dan membaca berita yang memiliki kualitas informasi yang baik. Hanya khalayak yang dapat memutuskan media apa yang ingin mereka gunakan untuk mendapatkan informasi dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Dimensi kualitas informasi yang terkandung dalam sebuah berita dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah informasi tersebut berkualitas baik atau tidak. Pada akhirnya, berita yang disajikan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pembaca.

Selain kualitas informasi, hal lain yang juga memengaruhi pemenuhan kebutuhan dan kepuasan adalah motif seseorang dalam menggunakan media. Motif merupakan langkah awal khalayak dalam menggunakan media. Khalayak menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka dan memuaskan berbagai keinginan mereka. Motif yang muncul dapat berbeda-beda di tiap individu dan motif tersebut dapat dioperasikan dengan banyak cara. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Hanifah (2019), ada beberapa motif mahasiswa Universitas

Sebelas Maret dalam mengakses akun gosip di *Instagram*. Adapun beberapa motif tersebut antara lain: motif pencarian informasi dimana mahasiswa ingin mengetahui peristiwa nasional terbaru yang terjadi pada selebritas, motif hiburan dimana alasan mereka mengakses akun gossip karena mereka merasa terhibur dengan hal-hal di dalamnya, dan motif hubungan interpersonal dimana konten yang ada didalam akun gossip ini digunakan sebagai bahan pembicaraan mereka. Adapun motif tersebut memiliki keterkaitan dengan tercapainya pemenuhan kebutuhan mahasiswa dimana kebutuhan afektif, kognitif, dan integrasi sosial terpenuhi.

Ladipa, Aristi, dan Alnashava (2019) dalam penelitiannya juga menjelaskan motif penggunaan media sosial lain dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi penyandang disabilitas netra di Panti Pijat Enso Rilexology. Adapun motif penggunaan media sosial Facebook dari penyandang disabilitas netra dalam merepresentasikan dirinya secara virtual adalah untuk memperoleh hiburan dan membangun relasi. Dimana bentuk pemenuhan kebutuhan yang terpenuhi adalah mereka merasa memperoleh kesetaraan sosial dan melawan stereotip negatif yang sering diterima di masyarakat.

Penelitian yang sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru *Tiktok* terhadap *Personal Branding* Generasi Milenial di *Instagram*” (Debra dan Diah, 2020). Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh motif milenial dalam menggunakan *Tiktok* terhadap pembentukan *personal branding*. Generasi milenial cenderung menggunakan *Tiktok* sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hiburan mereka. Menurut McNally & Speak terdapat tiga dimensi utama yang dapat membentuk *personal branding*, yaitu kompetensi, standard dan gaya. Menurut penelitian ini, yang menjadi faktor utama dalam membentuk *personal branding* di *Tiktok* adalah dimensi standar dimana pengguna mampu menciptakan konten yang menganut nilai moral dan kepercayaan yang setara dengan pengikut mereka. Hal ini membuat mereka merasa tidak ketinggalan jaman dan dapat membuat mereka lebih dikenal di *Tiktok* (Ruth & Candraningrum, 2020). Adapun

perbedaan penelitian dalam jurnal ini adalah bahwa penelitian ini melihat bagaimana pengaruh motif penggunaan media baru terhadap *personal branding* generasi milenial. Motif dalam penelitian ini tidak dibahas terlalu rinci sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan karena dalam penelitian ini peneliti ingin melihat apakah motif penggunaan media yang terdiri dari beberapa dimensi serta kualitas informasi dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat kota.

Penelitian lain yang serupa menjelaskan bahwa terdapat tiga respon yang dimiliki oleh para pengikut sebuah akun. Respon-respon tersebut antara lain: (1) respon kognitif: pengikut bisa mendapatkan informasi lengkap yang disajikan dengan memanfaatkan foto dan *caption* yang menarik. (2) respon afektif: pengikut memiliki keinginan untuk mengunjungi tempat yang direferensikan. (3) respon behavioral: pengikut mendatangi tempat - tempat yang direkomendasikan serta mengajak teman - temannya untuk turut berkunjung. Pengikut juga memposting kegiatan berkunjung mereka di media sosial sehingga dapat menarik perhatian banyak orang (Ayutiani & Satria Putri, 2018). Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah bahwa penelitian dalam jurnal melihat bagaimana efektivitas suatu akun yang dapat menghasilkan berbagai respon kognitif (informasi), afektif (emosi) dan behavioral (tindakan) pengikutnya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya dengan cara mengakses, melihat, dan mencari postingan akun *Instagram* tersebut. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan melihat respon berupa kebutuhan informasi yang dilihat dari aspek keterkinian, kecepatan, kontinuitas, konferehensif, dan terperinci informasi yang dibutuhkan.

Pada dasarnya, manusia akan memilih sendiri media mana yang akan mereka pilih untuk mendapatkan informasi, atas dasar beberapa pertimbangan yang ada yaitu bagaimana keuntungan apa yang akan didapatkan apabila menggunakan media tersebut dan sebesar apa usaha yang harus dilakukan untuk menggunakan media tersebut. Adapun yang menjadi alasan seseorang menyukai dan menggunakan suatu media

biasanya karena sifat, karakteristik, serta kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh media tersebut. Meskipun di kesehariannya manusia tidak akan cukup hanya menggunakan dan mengonsumsi satu media saja untuk memperoleh banyak informasi. Hal ini juga terjadi pada para pengguna media sosial *Instagram* yang menggunakan media tersebut untuk berbagai hal. Pengguna platform media sosial *Instagram* memiliki beragam motif dan kebutuhan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Berdasarkan pemaparan penulis di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Akun @jktinfo Sebagai Media Berita Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Jakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Khalayak mengonsumsi media massa untuk alasan dan motif tertentu, dan media dianggap berusaha untuk mencapai tujuan tersebut. Pada dasarnya, manusia akan memilih sendiri media mana yang akan mereka pilih untuk mendapatkan informasi, atas dasar beberapa pertimbangan yang ada. Hal ini juga terjadi pada para pengguna media sosial *Instagram* yang menggunakan media tersebut untuk berbagai hal. Pengguna platform media sosial *Instagram* memiliki beragam motif dan kebutuhan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Selain motif, khalayak juga akan menilai suatu media melalui kualitas informasi yang mereka sajikan. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah;

Adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh motif penggunaan media dan kualitas informasi akun @jktinfo sebagai media berita online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat kota Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh motif penggunaan media dan kualitas informasi akun @jktinfo sebagai media berita online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat kota Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam penggunaan teori *uses* dan *gratification* dan kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengguna media.

Manfaat Praktis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat kota Jakarta khususnya pengikut akun @jktinfo. Dimana akan diketahui signifikansi kontribusi motif penggunaan media dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dalam tugas akhir ini dapat membantu penulis dalam untuk mengurutkan proses penelitian secara beruntun berdasarkan kerangka ilmiah penulisan skripsi. Adapun disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, permasalahan yang diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi gambaran penelitian terdahulu, dan menjelaskan konsep-konsep serta teori yang akan digunakan dalam penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat. Dalam bab ini juga terdapat kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi cara penelitian dilakukan. Adapun hal yang dibahas ialah pendekatan yang digunakan yakni kuantitatif, lalu populasi dan sampel, metode analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan analisis yang dilakukan. Adapun hal yang dibahas adalah deskripsi dari masing – masing pernyataan

serta analisis hasil pengujian statistik serta pembahasan hasil secara keseluruhan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari penelitian yang dilakukan serta saran yang dibuat peneliti untuk dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.