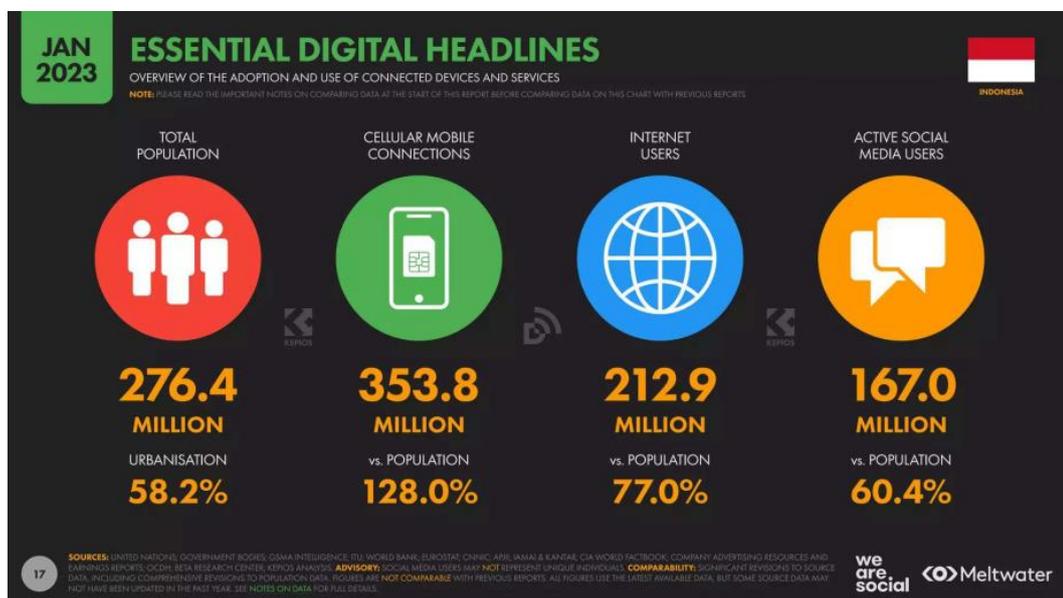


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia telah memasuki revolusi industri 4.0 dan pendidikan *society* 5.0 yaitu bergantinya zaman menuju era digital. Era digital ini ditandai dengan masyarakat yang melakukan segala sesuatunya dengan memanfaatkan internet. Internet telah menjadi salah satu hal yang sangat dibutuhkan di era modern ini, karena dengan adanya internet mempermudah masyarakat dalam menjalani aktivitasnya (Surianto & Utami, 2021). Tingginya pengguna layanan internet di Indonesia dapat dilihat dari riset We Are Social tahun 2023.

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Internet



Sumber: We Are Social (2023)

Gambar data 1.1 menunjukkan hasil riset platform manajemen sosial media HootSuite dan agensi marketing social We Are Social menunjukkan jumlah penduduk Indonesia berjumlah 276,4 juta dengan pengguna internet sebesar 212,9

Didan Galih Muhammad Yusuf, 2023

**PENGARUH TERPAAN BERITA DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS AKUN TIKTOK @METRO\_TV DALAM BERITA PEMBUNUHAN BRIGADIR JOSHUA**

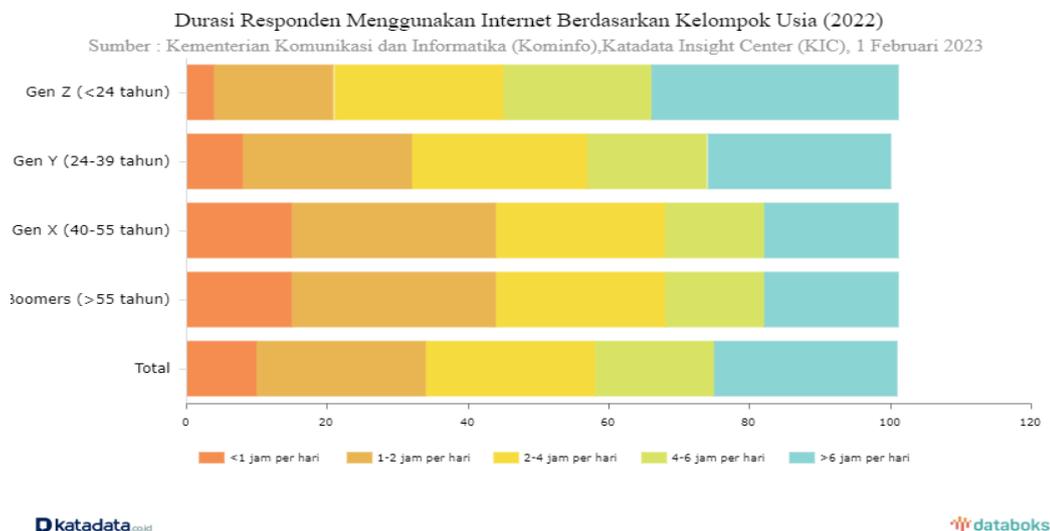
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

juta atau sekitar 77% penduduk Indonesia pengguna internet (We are social, 2023). Tingginya pengguna internet tersebut berdasarkan data pusat statistic didominasi oleh generasi Z, dapat disimpulkan bahwa 77 % penduduk Indonesia telah menggunakan internet dan saat ini didominasi Generasi Z .

generasi Z adalah generasi dengan proporsi penduduk terbanyak berdasarkan sensus penduduk 2020, yaitu 27,94% dari seluruh jumlah penduduk Indonesia (Widi, 2022). Berikut perbandingan penggunaan internet yang dilakukan oleh survey Alvara Research sebagai berikut:

Gambar 1.2 Durasi Pengguna Internet

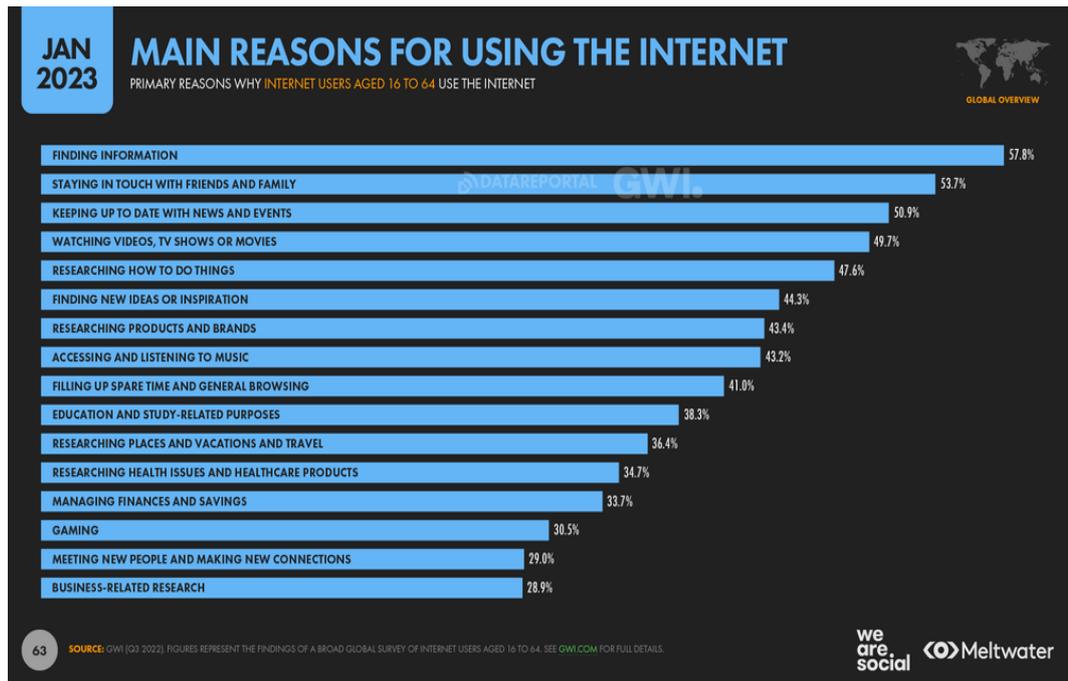


Sumber: Weare Social (2023)

Dari data Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2023 menjelaskan Generasi Z lebih menggandrungi internet ketimbang kelompok usia lainnya di Indonesia. Hal itu terlihat dari banyaknya generasi Z yang masuk dalam kategori pengguna yang kecanduan (*addicted user*) dengan durasi akses internet lebih dari tujuh jam sehari (Mahmudan, 2022). Internet saat ini digunakan oleh generasi Z dan penggunaanya untuk melakukan kegiatan berbelanja, berinteraksi, mencari hiburan, menonton video, dan mencari informasi berita melalui media *social* Instagram (Firamadhina & Krisnani, 2020).

Hal tersebut didukung oleh fakta yang menunjukkan alasan utama orang di Indonesia menggunakan internet pada tahun 2023 adalah sebanyak 57,8% menggunakan internet untuk menemukan informasi dan Sebanyak 61,4% menggunakan internet untuk mengikuti berita dan kejadian terkini sebagaimana hasil survey dibawah ini (We are social, 2023):

Gambar 1.3 Main Reason For Using Internet



Sumber: We Are Social (2023)

Pada jurnal penelitian (Susanto & Erdiansyah Rezi, 2018) menunjukkan masyarakat menggunakan internet dalam proses pencarian informasi berita yang berkualitas melalui media *online* Detik.com. Berita dan informasi yang menggunakan media sosial dengan jaringan internet didalamnya dikenal dengan *New Media*. Pada dasarnya, *New Media* tidak hanya terbatas kepada penggunaan internet saja, tetapi internet memiliki penggunaan yang sangat dominan pada era *New Media* ini. *New media* merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan oleh manusia, dengan internet didalamnya untuk menghadirkan inovasi-inovasi baru dalam teknologi dengan salah satunya adalah media sosial (Safriana & Samatan, 2021). Kehadiran perkembangan teknologi dan komunikasi memunculkan adanya new media yang memperluas dan merubah keseluruhan dari

Didan Galih Muhammad Yusuf, 2023

**PENGARUH TERPAAN BERITA DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS AKUN TIKTOK @METRO\_TV DALAM BERITA PEMBUNUHAN BRIGADIR JOSHUA**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, S1

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

aspek-aspek sosio-teknologi terhadap komunikasi public khususnya dalam komunikasi massa. Komunikasi masa merupakan hasil suatu produk yang berupa pesan-pesan komunikasi dan distribusi berbasis teknologi dan institusional dari aliran pesan berkelanjutan yang paling luas dibagikan dalam masyarakat industri (Ardianto et al., 2015).

Komunikasi massa sebagai proses dimana suatu organisasi menyebarkan dan memproduksi informasi atau berita kepada khalayak yang tersebar dimana saja melalui media cetak ataupun elektronik seperti surat kabar. Dalam penelitian ini penulis menggunakan media elektronik seperti media sosial yang terdiri atas Facebook, Whatsapp, Twitter, Line, Instagram, Path, dan Likee hingga Tiktok merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online* media. Penggunaan media *online* dewasa ini telah menggeser penggunaan media cetak seperti koran atau majalah menuju media *online* berbasis internet yang berkembang pesat mengikuti zaman (Susanto & Erdiansyah Rezi, 2018). Realita penggunaan media *online* telah menjadikan bisnis media cetak ditinggalkan para pemiliknya akibat perkembangan teknologi informasi. Kalangan anak muda kini lebih suka membuka media massa melalui ponsel, komputer, atau perangkat digital lainnya yaitu media *online* (Romadhoni, 2018). Meredupnya media cetak merupakan perubahan pola hidup manusia saat ini yang sudah beralih dengan teknologi terbaru dan digital. Masyarakat informasi merupakan gambaran dari mereka yang telah tergantung pada jaringan informasi elektronik yang rumit serta aktivitas komunikasi menjelaskan media tradisional telah banyak digantikan perannya dengan media *online*. Pembaca saat ini lebih memilih budaya *watching* dibandingkan *reading* dan di dominasi oleh generasi Z yang senantiasa menggunakan internet.

Generasi Z adalah *iGeneration* atau generasi internet, dimana generasi ini menggunakan internet dalam segala aktivitas kehidupan sehari-harinya termasuk kedalam pencarian informasi yang dibutuhkannya. Salah satu aplikasi pencarian berita yang ditawarkan yakni aplikasi informasi berita melalui media *social*. Penelitian ini mengambil aplikasi Tiktok didalamnya. Aplikasi Tiktok telah menjadi salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Berdasarkan laporan We

Are Social, Tiktok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) berusia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah ini meningkat 15,34% dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna (Rizaty, 2023).

Khalayak yang menonton TikTok saat ini telah menempatkan aplikasi TikTok sebagai pilihan media *online* yang sering digunakan khalayak penonton dari generasi Z. Windahl dan Signitzer (1992) menjelaskan khalayak sebagai *audience interm sof people who have chosen voluntarily to attend to a certain content or medium*. Khalayak dengan kesadarannya akan memilih media dan pesan yang ingin diakses (Nasrullah, 2018). *Audience* atau khalayak merupakan sekumpulan orang pembaca, pendengar, atau penonton dari sebuah media massa tertentu. Khalayak saat ini membutuhkan informasi-informasi tentang suatu peristiwa apa yang sedang terjadi di dalam maupun diluar lingkungannya, oleh karena itu dibutuhkan sebuah media sebagai perantara dalam proses komunikasi tersebut. Kebutuhan yang dibutuhkan *audience* akan menggiring mereka kepada pasar media. Penggunaan media (*media use*) oleh khalayak penonton TikTok didorong oleh motivasi untuk memuaskan kebutuhan sosial dan psikologis. Hal ini dinyatakan dalam teori *Uses and gratifications*, yang menjelaskan fungsi dari media untuk memenuhi beragam kebutuhan baik itu untuk interaksi sosial ataupun memenuhi kebutuhan psikologi seperti hiburan dan informasi,

Gambar 1.4 Delapan Negara Pengguna aktif Tiktok Terbesar di Dunia



Sumber: Rizaty (2023)

Gambar 1.4 menunjukkan tingginya pengguna TikTok di Indonesia yang menempatkan aplikasi ini sebagai aplikasi nomor dua di dunia dalam penggunaan media sosial. Salah satu konten yang ditawarkan dalam aplikasi TikTok adalah penayangan berita yang memuat informasi secara up to date. Berita sebagai sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta menarik minat khalayak pendengar TikTok memuat laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus disampaikan secepatnya kepada khalayak. Berita *online* merupakan situs atau halaman *online* mengenai berbagai jenis berita: politik, ekonomi, sosial, budaya bahkan hiburan yang bersifat hard news maupun soft news (Kencana et al., 2022). Berita *online* memiliki kelebihan secara multimedia yang dapat memuat informasi dalam bentuk teks, *audio*, video, foto secara bersamaan.

Sebuah berita *online* yang baik adalah berita yang memiliki kriteria nilai berita, dimana, nilai berita itu merupakan acuan bagi jurnalis untuk memutuskan fakta atau peristiwa mana yang pantas untuk dijadikan sebuah berita yang layak *publish* di media sosial. Mitchell V. Charnley menjabarkan syarat-syarat pencapaian kualitas berita sebagai berikut: *news is accurate* dimana berita itu harus akurat, tepat, teliti, dan seksama, *news is balanced* yang berisi berita itu harus seimbang, *news is objective* dimana berita itu harus objektif (Ariditha & Astuti, 2014). Sebuah berita yang tidak memenuhi unsur kualitas berita dapat menyebabkan kebingungan maupun kesalah pahaman bagi khalayak penonton. Terlebih lagi, ketika berita yang dipublikasikan secara *online* menyangkut peristiwa. Berita yang akan menjadi objek pada penelitian ini merupakan berita penting berisikan penegakkan hukum dalam kasus pembunuhan Brigadir Joshua yang telah menjadi *top news* berita di tahun 2023.

Berita ini menjelaskan pembunuhan yang terjadi pada Brigadir Joshua di Duren Tiga yang melibatkan Kadiv Propam Polri dan melibatkan anggota Polri yang menjalani persidangan pengadilan saat ini. Kasus ini menjadi pilar penegakan hukum di Indonesia apakah dapat berjalan secara maksimal ketika menyentuh para penegak hukum yang bersalah didalamnya. Media sosial telah banyak membahas kasus pembunuhan Brigadir Joshua, salah satu media sosial yang gencar memberitakan adalah aplikasi Tiktok. Gencarnya berita pembunuhan

Brigadir Joshua oleh media sosial menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi *followers* media sosial dalam menemukan informasi berita yang berkualitas. Menurut Obrien kualitas informasi merupakan tingkat dimana informasi memiliki nilai bagi penggunanya (Susanto & Erdiansyah Rezi, 2018). Kualitas informasi berita dalam pemberitaan pembunuhan Brigadir Joshua pada penelitian ini adalah informasi yang diberikan akun Tiktok untuk memperlihatkan sejauh mana fakta dan valid informasi yang disediakan oleh media informasi akun Tiktok dalam memenuhi kebutuhan informasi oleh *followers*.

Pemilihan akun Tiktok @metro\_tv dalam penelitian ini didasarkan dari survey Kompas yang menempatkan kenaikan pengguna Tiktok di tahun 2022 sebesar 38,1% lebih tinggi dibandingkan media sosial lainnya serta keberadaan Metro TV sebagai media peringkat pertama dalam jumlah *followers* (We are Social, 2023). Metro TV telah menjadi media yang informasi yang dicari oleh pengguna internet saat ini. Berikut hasil survey litbang Kompas tahun 2023 yang menunjukkan tingginya kenaikan *followers* media sosial TikTok diantara para pesaingnya:

Gambar 1.5 Jumlah Followers TikTok



Sumber: Kompas.id (2023)

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* untuk mengukur kepuasan menonton *followers* Tiktok akun @metro\_tv dalam mengetahui seberapa besar konten berita yang ditampilkan Tiktok dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Teori *uses and gratifications* merupakan model teori yang melihat khalayak sebagai audiens yang aktif dalam menggunakan media, teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan oleh orang terhadap media (Monica Sutanto et al., 2021). Teori *uses gratification* telah menempatkan khalayak bebas memilih media menjadi dasar dari pentingnya kualitas informasi dari terpaan berita yang ada saat ini menunjukkan hasil penelitian terjadinya pengaruh terpaan terhadap kepuasan informasi sebesar 43,9% dan sisanya sebesar 52.1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti (Negara & Riauan, 2022).

Penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian sejenis antara lain Hakim & Anggraini (2022) yang meneliti Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa dengan tujuan apakah terdapat pengaruh terpaan media (X1) dan kualitas informasi (X2) pada akun instagram @lrtjkt terhadap minat beli (Y) jasa transportasi publik LRT Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 400 responden yang diperoleh melalui rumus Slovin. Teknik analisa data yang digunakan regresi linear berganda dengan hasil penelitian terpaan media dan kualitas informasi pada akun instagram @lrtjkt berpengaruh secara positif terhadap minat beli, Penelitian Safriana & Samatan, (2021) yang meneliti *Social Media Use Motives and Quality of instagram Account information @indozone.id on Generation Z followers Satisfaction in Obtaining Information* dengan tujuan penelitian mengetahui pengaruh antara motif penggunaan media sosial dan kualitas akun Instagram @indozone.id terhadap kepuasan followers generasi Z melalui metode survey dengan teori *uses and gratification*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 385 responden yang diperoleh melalui rumus Paul Leddy. Teknik analisa data yang digunakan regresi linear berganda dengan hasil penelitian secara partial motif dan kualitas informasi mempengaruhi kepuasan followers generasi Z dalam memperoleh informasi pada media sosial.

Dari latar belakang jurnal penelitian yang ada, maka penelitian ini melakukan pembaharuan dengan menambahkan variable penelitian yang ada dari satu variabel independent menjadi dua variabel independent serta menggunakan obyek penelitian media sosial pencari berita yang banyak digunakan khalayak penonton saat ini yaitu TikTok. Studi penelitian terdahulu kedua menemukan adanya pengaruh motif dan kualitas informasi terhadap kepuasan followers generasi Z melalui metode survey dengan teori *uses and gratification* (Safriana & Samatan, 2021). Maka fokus penelitian ini melihat pengaruh terpaan dan kualitas informasi terhadap kepuasan dengan berbasis pada teori *uses and gratification*. Kepuasan disini adalah kepuasan yang dimiliki *followers* dapat memenuhi kepuasan menonton berita kasus Brigadir Joshua pada aplikasi Tiktok. Penelitian ini selanjutnya berjudul judul; **Pengaruh Terpaan Berita dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Followers Akun Tiktok @metro\_tv dalam Berita Pembunuhan Brigadir Joshua.**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan permasalahan/pertanyaan dalam penelitian adalah:

1. Apakah terdapat Pengaruh Terpaan Berita dan kualitas informasi terhadap Kepuasan *Followers* Akun Tiktok @metro\_tv dalam Berita Pembunuhan Brigadir Joshua?
2. Seberapa besar Pengaruh Terpaan Berita dan kualitas informasi terhadap Kepuasan *Followers* Akun Tiktok @metro\_tv dalam Berita Pembunuhan Brigadir Joshua?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dibuat terhadap penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.3.1 Tujuan Praktis**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan hasil penelitian yang dapat dimanfaatkan oleh *followers* akun @metro\_tv dalam menyajikan kualitas informasi berita pembunuhan Brigadir Joshua guna memenuhi kepuasan informasi *followers* dari terpaan berita media TikTok sejenis.

### **1.3.2 Tujuan Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi penggunaan teori *uses and gratification* dalam melihat adanya Pengaruh Terpaan Berita dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Followers Akun Tiktok @metro\_tv dalam Berita Pembunuhan Brigadir Joshua yang melibatkan Kadiv. Propam Polri Ferdy Sambo.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat yang bersifat akademis dan praktis. Adapun manfaat yang peneliti harapkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis hasil dari penelitian ini diharapkan untuk dapat berkontribusi pada perkembangan kajian ilmu komunikasi, terutama kajian komunikasi massa tentang pengaruh terpaan berita informasi dan kualitas informasi khususnya mengenai berita beredar yang ditayangkan oleh media sosial TikTok. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas teori *uses and gratification*, serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian dengan pembahasan yang sejenis maupun penelitian yang lebih luas.

## 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi dan sudut pandang yang berbeda bagi para pembacanya, mengetahui dan memahami tentang terpaan berita dan kualitas informasi media *followers* akun TikTok @metro\_tv terhadap kepuasan informasi berita pembunuhan Brigadir Joshua dalam menghadapi banyaknya berita yang beredar mengenai pembunuhan Brigadir Joshua.

## 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini bermanfaat untuk mengarahkan dan mempermudah peneliti dalam penyusunan proposal skripsi. Peneliti menguraikan sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan mengenai uraian tentang latar belakang penelitian beserta penelitian terdahulu, rumusan masalah, tujuan penelitian secara praktis dan teoritis, manfaat penelitian secara praktis dan akademis, serta sistematika penulisan.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan mengenai uraian konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir sebagai landasan penelitian serta untuk menguatkan dan mendukung penelitian

### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang bagaimana prosedur kegiatan penelitian dilakukan, yang terbagi menjadi gambaran mengenai objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data, serta tabel rencana waktu

### **BAB IV          HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penelitian, karakteristik

responden, tabel hasil data penelitian, hasil analisis data yang terdiri dari uji analisis klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi, serta pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi berbagai buku, jurnal, serta berbagai sumber lainnya yang dijadikan sebagai referensi dalam penyusunan penelitian

## **LAMPIRAN**