

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyampaian pesan atau informasi dapat dilakukan melalui berbagai media komunikasi, salah satunya adalah media massa. Dengan memakai media massa, kita dapat menyampaikan pesan atau informasi secara meluas dan cepat.

Media massa merupakan alat yang cukup penting bagi kehidupan kita, dimana media massa menyediakan kebutuhan informasi untuk manusia. Bahkan, media massa menjadi salah satu ornamen penting dalam membantu kemerdekaan Indonesia, dimana para juang dengan gagah berani dan tidak takut memakai media massa buatan Belanda untuk menyebarluaskan semangat kemerdekaan ke seluruh penjuru Nusantara.

Munculnya media massa ini disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah kebutuhan informasi dari masyarakat yang tinggi, terutama masih pada masa penjajahan kolonial, yang dimana para wartawan pribumi sangat berani menyebarluaskan berita yang dapat mengancam nyawanya sendiri.

Media massa memiliki jenis yang terbarunya yaitu media baru. Kita semua tahu bahwa media elektronik dan media cetak termasuk dalam kategori media konvensional atau media tradisional. Sedangkan, media baru merupakan salah satu efek nyata dari perkembangan teknologi-komunikasi yang pesat, yang memakai perangkat jaringan, yang dinamakan Internet.

Berkembangnya teknologi-komunikasi ke arah yang lebih canggih dan modern, membuat tren pemakaian media komunikasi dalam penerimaan pesan dari khalayak pun berubah, yang dimana manusia lebih rutin dalam pemakaian media baru ini, melalui *smartphone* atau *gadget* mereka masing-masing.

Di era abad-21, media cetak, khususnya koran harus berjuang keras untuk mempertahankan eksistensinya di mata masyarakat dengan perkembangan media baru, yaitu internet yang makin lama menjadi konsumsi rutin masyarakat Indonesia. Ini dibuktikan oleh hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2017, dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta orang, 54,68% merupakan pengguna internet.

Dalam internet juga menyediakan berita-berita yang lebih praktis dan cepat untuk dikonsumsi oleh masyarakat daripada koran, seperti portal media online *detik.com*, *tirto.id*, *bola.com* dan lain-lain. Sebenarnya, perkembangan jumlah konsumsi internet merupakan dampak domino dari keberhasilan modifikasi *smartphone* atau *gadget* dari produsen-produsen, yang semakin memajukan penggunaannya dengan dapat menyambungkannya ke internet, bahkan setiap produk barunya memiliki peningkatan kualitas.

Maka, beberapa media cetak mengikuti perkembangan zaman, yang tidak hanya berfokus kepada produksi cetak dalam bentuk fisik tetapi memanfaatkan jaringan internet dengan membuat domainnya sendiri, contohnya : koran kompas yang memiliki portal media bernama *kompas.com*, koran republik memiliki portal media online bernama *republika.co.id*, majalah topkor memiliki portal media online bernama *topskor.id* dan masih banyak lagi.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil topik untuk diteliti adalah konten berita yang dimiliki oleh media *bola.com*. Media *bola.com* adalah portal media online yang memiliki konten berita terdiri dari kira-kira 90% berfokus kepada pemberitaan sepak bola dan 10% memiliki konten pemberitaan olahraga lainnya seperti Moto GP, NBA, bulu tangkis, F1 dan lain-lain serta media *bola.com* masuk ke dalam salah satu bagian dari KLY (*Kapanlagi Youniverse*), KapanLagi *Youniverse* merupakan perusahaan media *online* dari hasil merger PT Kreatif Media Karya (KMK) dan PT KapanLagi *Networks* (KLN), yang baru terbentuk semenjak bulan Februari 2018. KLY juga merupakan bagian

dari Emtek. (<https://www.kly.id/> diakses tanggal 15/09/2019 jam 21.10 WIB). Dalam KapanLagi *Youniverse*, media yang memberitakan dalam bidang olahraga adalah media *bola.com* dan *bola.net*. Pak Iman Ariyanto, salah satu sales KLY menyatakan bahwa perbedaan antara *bola.net* dan *bola.com* adalah *bola.net* menyuguhkan berita-berita sepak bola yang lebih cenderung ke regional Internasional sedangkan *bola.com* menyuguhkan berita-berita sepak bola yang lebih cenderung ke regional nasional.

Media *bola.com* dikenal sebagai media *online* yang cukup terkenal di Indonesia, ini ditandai dengan masuknya media *bola.com* ke dalam 50 besar dari media online Indonesia menurut *Alexa.com*, yang tertulis dalam halaman berita *tegar.co* pada tanggal 10 Maret 2019 (*Peringkat 50 Besar Media Online Indonesia Menurut Alexa.com, 2019*). Selain itu, media *bola.com* dapat mengungguli portal media *online* yang serupa dengannya, seperti *bolalob.com* dan *topskor.id* dalam ranah regional atau wilayah Indonesia. Ini ditandai dengan peringkat media *bola.com* yang melesat jauh ke atas dari peringkat media *bolalob.com* dan *topskor.id* pada periode 29 Juli 2019-30 Agustus 2019 dalam *Alexa.com*, yang dimana media *bola.com* memulai dari peringkat ke-46 sampai memasuki peringkat paling tingginya yaitu ke-38. Sedangkan, media *bolalob.com* memulai peringkat ke-263 sampai peringkat ke-178 dan media *topskor.id* dari peringkat ke-275 sampai ke peringkat ke-196. Peringkat yang tercantumkan dalam *Alexa.com* terlihat dari *traffic* dari portal-portal media online atau *website*, yang salah satunya dapat dilihat dari banyaknya *visitor* atau pengguna medianya. Jumlah *visitor* atau pengguna media *bola.com* yang dapat disebut dengan pembacanya berjumlah 12.084.000 orang, yang terhitung dari www.similarweb.com pada tanggal 22 September 2019.

Konten berita dalam media *bola.com* dijadikan sebagai objek penelitian ini karena penyajian konten-konten berita di berbagai jenis olahraga yang dikemas secara menarik karena menggunakan gaya bahasa yang mudah

dimengerti oleh pembacanya atau komunikatif serta penambahan ornamen-ornamen seperti foto, gambar maupun video dalam setiap konten berita yang disajikan serta berhubungan apa yang diberitakan. Konten berita yang disuguhkan oleh media *bola*. dilengkapi nilai berita, karakteristik berita sampai unsur *5W+1H* yang disajikan di setiap beritanya. Alasan-alasan tersebut dapat menimbulkan rasa kepuasan dari pembacanya sendiri yang disebabkan adanya pemenuhan kebutuhan dalam hal informasi dan hiburan ketika menggunakan atau menyaksikan konten-konten berita yang tersajikan dalam media *bola.com*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KONTEN BERITA DALAM MEDIA BOLA.COM TERHADAP KEPUASAN PEMBACA (SURVEI PADA PEMBACA BOLA.COM)."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut yang dikemukakan, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

Apakah konten berita dalam media *bola.com* dapat berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan pembaca?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten berita dalam media *bola.com* dapat berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan pembaca.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan,dalam penelitian ini terdapat manfaat secara Akademis dan Praktis.

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini saya harapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai referensi baru dalam mata kuliah di Jurusan Ilmu Komunikasi.

2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan bagi pembaca tentang komunikasi massa, media online dan kepuasan pembaca.
3. Dengan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan berpikir terutama berkaitan dengan pengaruh konten berita dalam media *bola.com* terhadap kepuasan pembaca.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi masyarakat: Diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas tentang hal yang serupa.
2. Bagi perusahaan atau badan yang terkait: Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dari portal media *bola.com* tentang kepuasan pembaca terhadap konten beritanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Bagian ini dibuat bertujuan untuk membantu penulis mengurutkan proses penelitian berdasarkan proses penelitian berdasarkan kerangka ilmiah yang diharapkan bagi penulisan skripsi. Proposal penelitian ini akan disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi beberapa bab, antara lain;

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, diantaranya adalah teori media baru, konsep komunikasi massa, media massa & media baru, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian tentang pendekatan penelitian kuantitatif diantaranya adalah jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan data-data survei dari 100 responden, analisis variabel X (konten berita), analisis variabel Y (kepuasan pembaca), hasil uji korelasi pearson product moment, hasil uji regresi linear sederhana, hasil rata-rata skor pada setiap variabel, hasil uji koefisien determinasi dan hasil uji hipotesis

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dapat diambil selama penulisan dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Lampiran ini berisikan sertifikat toefl, Surat Keterangan Bebas Perpustakaan, lampiran A1, A1.1, A2, A3,A5, dan masih banyak lagi.