



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era *digital* ini kebutuhan manusia akan informasi semakin meningkat dimana saat ini masyarakat membutuhkan informasi yang *update* yang dapat mereka akses kapanpun dan dimanapun, karena dengan informasi ini masyarakat dapat mengetahui segala sesuatu yang telah terjadi di lingkungan sekitarnya maupun berita dari mancanegara sekalipun. Awal kemunculan media massa di lingkungan masyarakat terlihat dari keberadaan teknologi dan jurnalisme yang tidak bisa dipisahkan. Mulai dari media cetak dan jurnalisme yang hadir seiring dengan ditemukannya mesin cetak. Setelah itu, teknologi berkembang dengan hadirnya media penyiaran setelah ditemukannya radio dan televisi.

Media massa mempunyai peran strategis, yakni sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat pengguna media tersebut secara bersamaan. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi melahirkan media massa baru, yaitu media *online*. Media *online* ini membawa banyak perubahan seperti banyak dari media massa yang ada salah satunya cetak dan televisi membentuk versi *online* agar memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Untuk memperkuat posisinya, perusahaan media berusaha membuat strategi inovasi yang mampu menarik perhatian dan menjangkau pasar yang lebih luas. Versi *online* ini merupakan bentuk media massa dalam menyikapi dan mengantisipasi tuntutan zaman. Saat ini, berbagai macam

bentuk digitalisasi media cetak telah muncul dalam bentuk *e-paper* dan juga *e-mobile*.

Pengguna media *online* sebagai sarana memperoleh informasi dikalangan masyarakat umum semakin menjamur. Hal ini dikarenakan media *online* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media lainnya, penyajian berita dan informasi yang sangat cepat, praktis dan fleksibel karena dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Masyarakat mulai intensif menggunakan jaringan *internet* karena sebagai media, media *online* ini mampu memberikan informasi dalam waktu yang sangat cepat. Media *online* sangat disukai oleh masyarakat Indonesia, terlihat dari penggunaan *internet* yang terus menanjak dari tahun ke tahun. Dengan total 83,7 juta pengguna pada tahun 2014, pengguna *internet* diproyeksikan akan meningkat hingga 103 juta pengguna pada tahun 2015 (Yusuf, 2015).

Penggunaan media *online* ini didukung oleh *internet* yang akan memberi akses terhadap masyarakat dalam mencari informasi. *Internet* memberikan efektifitas dan efisiensi dalam hal waktu, biaya, dan juga tenaga. Melalui *internet* waktu distribusi dapat dipersingkat hingga kehitungan detik atau menit. Jaringan *internet* memelopori terjadinya revolusi teknologi. Pengaruh akannya *internet* ini telah membawa perubahan yang berarti dalam kehidupan manusia. Secara tidak langsung *internet* telah mengubah pola kehidupan sehari-hari, perilaku pengguna teknologi dan berbagai konsep serta sistem bisnis pemerintahan, pendidikan, hubungan sosial dan tidak terkecuali jurnalistik (Oetomo, 2001, h.1-2). Begitu banyaknya pengguna *internet* di

dunia sehingga semakin banyak pula bermunculan situs-situs baru atau media massa yang dapat dipilih dan diakses oleh pengguna *internet*.

Berdasarkan survei yang dikutip dari *detik.com* saat ini terdapat kecenderungan semakin banyaknya orang yang mencari berita melalui situs *online* daripada melalui media cetak. Hal ini dimungkinkan karena perkembangan *website* atau berita semakin banyak dan terbukti dalam hal kemampuan menyajikan berita-berita hangat secara cepat dan juga mudah diakses daripada yang dilakukan oleh media massa lainnya (Widiantoro, 2011, para 2). Media massa berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan para pengguna sebanyak-banyaknya untuk mengakses portal media mereka. Dalam penelitian ini peneliti ingin menjelaskan bagaimana perempuan begitu sering diidentifikasi dengan konsumsi, secara khusus dengan konsumsi massa (Thornham, 2010, h.172).

Pencarian informasi terhadap media online dapat dilakukan oleh kalangan manapun, dari orang tua hingga anak-anak dapat mengakses media ini. Salah satunya adalah perempuan, dimana saat ini banyak media massa yang menyajikan informasi seputar kehidupan perempuan. Terlihat pada masa ini pergeseran peran perempuan tidak dapat dipungkiri di lingkungan masyarakat, dimana perempuan mulai banyak yang bekerja sehingga membuat pola konsumsi media mereka berubah (Sumiyatiningsih, 2016). Aktifitas dan mobilitas yang tinggi membuat perempuan dan semua kebutuhan mereka banyak dikuasai oleh media cetak, terutama pada remaja perempuan yang

lebih menyoroti majalah-majalah remaja seperti Go Girl, KawanKu, Cosmogirl, Looks dan lain sebagainya.

Seperti salah satunya media *online* melihat hal tersebut merupakan suatu perkembangan pada media *online* yang mulai memunculkan berita-berita yang menyediakan seputar dunia gaya dan juga kecantikan perempuan. Pada tahun 2010 telah hadir media *online* yang memiliki target marketing para perempuan sebagai segmentasi utama mereka, media tersebut merupakan media online *Wolipop.com*. *Wolipop.com* adalah situs berita *online* yang berdiri pada tanggal 17 Februari 2010. Situs *Wolipop.com* ini menetapkan dirinya sebagai sebuah situs yang khusus membahas seputar dunia perempuan dan tema yang dibahas di dalam situs ini adalah tema-tema yang berkaitan dengan perempuan seperti *fashion, beauty, entertainment, love & sex*, dan masih banyak lagi. *Wolipop.com* merupakan sebuah informasi perempuan *modern* yang selalu *update* dan akan sangat membantu banyak perempuan dalam mendapatkan informasi seputar dunia gaya dan kecantikan perempuan yang selalu *update* berita dengan intensitas waktu yang sangat cepat disetiap harinya.

Dunia kecantikan (*beauty*) sangat identik dengan perempuan yang saat ini dimana penggunaan *make up* pada perempuan merupakan suatu hal yang wajib bagi para perempuan gunakan untuk mempercantik diri mereka untuk menampilkan kesan rapih ketika mereka bepergian keluar. Hal tersebut didukung oleh Zulkifli (2005, h.17) dimana dalam perkembangan kognitif pada remaja tahap akhir merupakan suatu masa memasuki tahapan kematangan intelek, sehingga memiliki cara berpikir yang kausalitas, yaitu

menyangkut hubungan sebab dan akibat serta mulai mampu berpikir mengenai konsep, berfikir menggunakan proporsi dan perbandingan, mengembangkan teori dan hal-hal yang bersifat etis, termasuk dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan dunia kecantikan.

Topik ini menurut peneliti perlu dikaji berdasarkan pada suatu motif pengguna dalam mencari informasi dan kepuasan mereka dalam memperoleh informasi tersebut. Peneliti ingin mencari tahu dimana motif dengan tingkat kepuasan khalayak dalam menggunakan media *online Wolipop.com* memiliki perbedaan atau tidaknya dari masyarakat dalam mendapatkan informasi yang diinginkan oleh khalayak perempuan.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini bermaksud untuk menguji bagaimana kepuasan khalayak perempuan pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com*. Perumusan masalah tersebut dalam penelitian ini adalah, ‘Apakah ada perbedaan antara motif pencarian informasi mengenai *content beauty* pada portal *Wolipop.com* dengan kepuasan setelah memperoleh informasi oleh khalayak perempuan?’

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh bukti empiris mengenai ada atau tidaknya perbedaan antara motif pencarian informasi mengenai content beauty pada portal Wolipop.com dengan kepuasan setelah memperoleh informasi oleh khalayak perempuan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah perbendaharaan kepustakaan bagi jurusan Ilmu Komunikasi dan menjadi sumber referensi dan informasi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya mengenai kepuasan khalayak untuk mendapatkan informasi tentang kecantikan (*content beauty*) terutama pada perempuan dalam portal *Wolipop.com*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti iningin melihat bagaimana tingkat kepuasan para khalayak perempuan dalam mendapatkan informasi mengenai *content beauty* pada portal *Wolipop.com*. Peneliti juga berharap dapat memberi masukan pada pelaku industri media terutama kepuasan terhadap media *Wolipop.com*.