



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 Masalah

Perkembangan teknologi internet yang pesat telah membawa perubahan bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu, keberadaan internet semakin menyebar luas dan mudah untuk diakses. Sebagian besar masyarakat dunia, khususnya masyarakat Indonesia, tentunya sudah terhubung dengan internet dan mengakses internet setiap harinya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia hingga akhir tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta orang atau sekitar 54,68% dari jumlah total populasi penduduk di Indonesia (APJII, 2017).

Internet telah menjadi suatu hal yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Kecanggihan internet secara tidak langsung telah membentuk manusia menjadi lebih informatif dan komunikatif. Internet memungkinkan manusia untuk saling terhubung satu sama lain (Wood dan Smith, 2005, h. 1). Kegiatan komunikasi dapat dilakukan tanpa harus selalu tatap muka karena bisa dimediasi oleh teknologi internet (Wood dan Smith, 2005, h. 4).

Di era modern seperti sekarang ini, manusia berkomunikasi menggunakan media. Effendy (2006, h. 28) mengatakan bahwa komunikasi bermedia menjadi semakin efektif dan efisien karena didorong oleh kemajuan dan kecanggihan teknologi komunikasi. Oleh karena itu, kemajuan teknologi internet telah mendorong

perkembangan komunikasi manusia. Fidler (2003, h. 103) mengungkapkan bahwa terdapat tiga tahapan perkembangan komunikasi manusia, mulai dari komunikasi lisan, komunikasi tulisan, hingga komunikasi digital. Saat ini, komunikasi manusia telah mencapai tahap komunikasi digital, dimana kegiatan komunikasi dilakukan dengan menggunakan angka atau pengkodean dalam memproses informasi dan diterjemahkan ke dalam perhitungan matematis, sehingga manusia dapat saling berkomunikasi, meskipun terpisah oleh jarak dan waktu (Fidler, 2003, h. 107).

Tidak hanya dalam berkomunikasi, internet juga telah memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. Internet telah mengubah dunia yang tadinya tertutup, menjadi lebih terbuka. Segala informasi dapat diakses menggunakan internet. Akbar (2006, h. 16) menyebutkan, keberadaan internet menyebabkan terjadinya revolusi informasi, dimana informasi selalu tersedia dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun, sehingga manusia tidak lagi kekurangan informasi. Berbeda dengan era sebelumnya, yang mengandalkan media massa konvensional (cetak dan elektronik) sebagai sumber utama untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Berdasarkan survei *UC Browser* (2016, dikutip dalam Mailanto, 2016, para. 2), sebesar 95,4% dari pengguna internet aktif di Indonesia, menggunakan *smartphone* untuk mengakses informasi berita. Sedangkan, televisi hanya sebesar 45,9%, koran dan majalah sebesar 20,9% dan radio sebesar 6,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa, internet secara tidak langsung telah menggeser media konvensional sebagai sarana penyedia informasi.

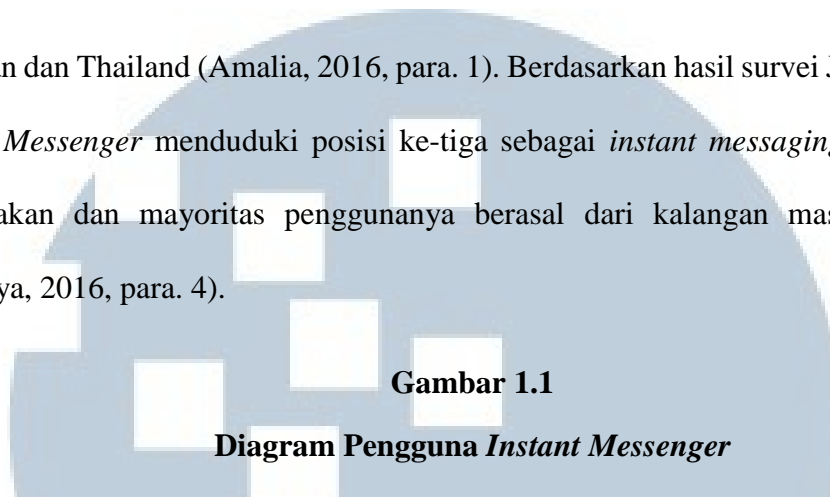
Internet terus berkembang seiring perubahan kebutuhan manusia. Oleh karena itu, banyak bermunculan media sosial yang dapat menjadi alternatif untuk bertukar

pesan. Menurut Kotler dan Keller (2012, h. 568), media sosial merupakan media yang digunakan untuk berbagi pesan atau informasi berupa teks, gambar, suara dan video kepada orang lain. Dalam komunikasi berbasis media sosial, komunikator menyampaikan pesannya melalui berbagai *platform*. Media sosial bersifat interaktif, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang menghubungkan antar individu dan kelompok. Media sosial juga memungkinkan adanya *user-generated content*, dimana pengguna dapat membuat dan menyebarkan kontennya sendiri kepada khalayak luas (Kaplan dan Haenlein, 2010, h. 61).

LINE Messenger merupakan salah satu media sosial yang cukup populer. *LINE Messenger* adalah sebuah aplikasi *instant messaging* yang dikembangkan oleh perusahaan Jepang yang bernama *NHN Corporation*. *LINE Messenger* pertama kali dirilis pada Juni 2011. *LINE Messenger* menggunakan sistem nomor telepon selular sebagai ID dan dapat digunakan pada perangkat bergerak, seperti *smartphone*, *laptop*, *pc*, dan *tablet*. *LINE Messenger* banyak digunakan masyarakat Indonesia untuk sarana penyampaian pesan, sarana untuk berkomunikasi dengan orang lain, serta sarana penyebaran dan penerimaan informasi. Proses komunikasi melalui *LINE Messenger* dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan ekonomis, baik secara nasional maupun internasional.

LINE Messenger telah memiliki 220 juta pengguna di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, *LINE Messenger* sudah digunakan oleh lebih dari 90 juta pengguna, dimana sebanyak 80% diantaranya adalah pengguna aktif dan menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia setelah Jepang,

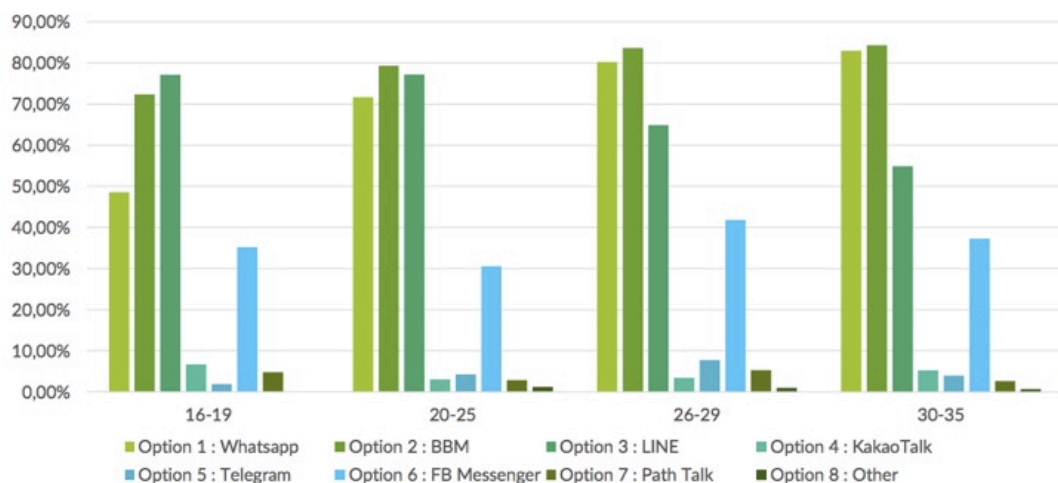
Taiwan dan Thailand (Amalia, 2016, para. 1). Berdasarkan hasil survei JAKPAT 2016, *LINE Messenger* menduduki posisi ke-tiga sebagai *instant messaging* yang banyak digunakan dan mayoritas penggunaanya berasal dari kalangan masyarakat muda (Wijaya, 2016, para. 4).



Gambar 1.1

Diagram Pengguna *Instant Messenger*

What Messenger App Do You Use Most Often?
(Divided per Age Range)

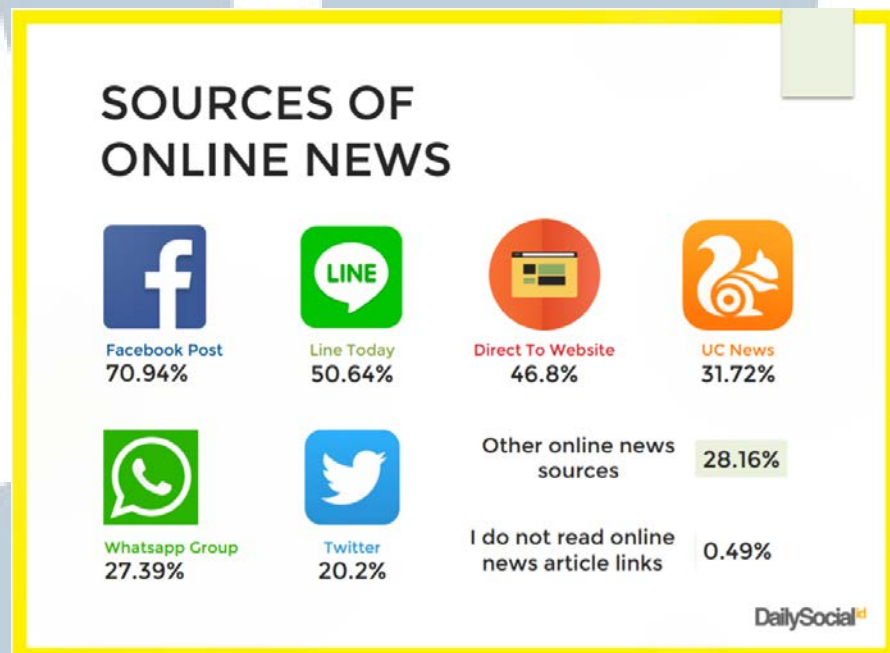


(Sumber: JAKPAT, 2016, dikutip dalam Wijaya, 2016)

Kehadiran *LINE Messenger* membawa kenyamanan dan kemudahan dalam berkomunikasi dan bertukar informasi. *LINE Messenger* menyediakan berbagai fitur menarik dalam satu aplikasi, mulai dari *chatting*, *free call*, *group chat*, *stickers*, hingga *video call*. *LINE Messenger* terus berkembang dan pada awal tahun 2016, *LINE Messenger* memperkenalkan fitur terbarunya, yaitu *LINE Today*. *LINE Today* merupakan fitur *news aggregator* yang dirancang untuk memberikan kemudahan

mengakses informasi. *LINE Today* dapat diakses melalui aplikasi *LINE Messenger* dan *Official Website LINE Today*, <https://today.line.me/ID/pc>. Hingga tahun 2017, *LINE Today* sudah memiliki 150 juta pengguna aktif di berbagai negara, melonjak hingga 280% dari tahun sebelumnya (Rahman, 2017, para. 7).

Gambar 1.2
Pencarian Informasi Masyarakat Indonesia

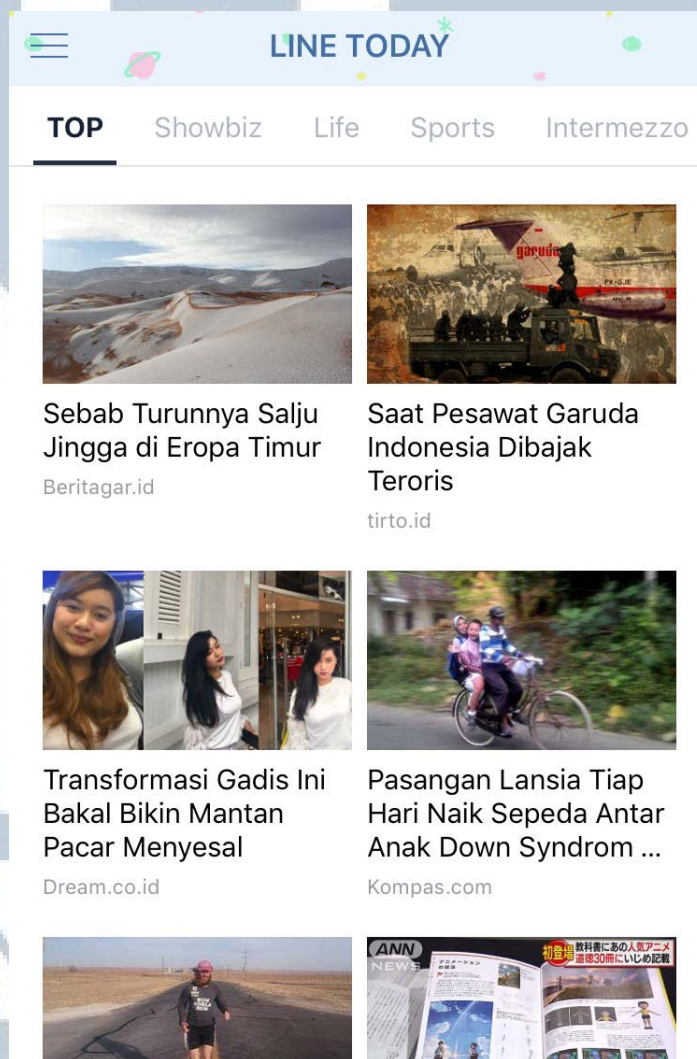


(Sumber: Daily Social Indonesia, 2017)

LINE Today menyediakan berbagai informasi dan konten berita seputar isu-isu yang sedang *trending* dan *viral*, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. *LINE Today* merangkum informasi tersebut ke dalam beberapa kategori, yaitu *Top*, *Showbiz*, *Life*, *Sports*, *Intermezzo*, *News*, dan *Sci-Tech*. *LINE Today* juga menyediakan rubrik *Webtoon* dan *Channel*, yang sekaligus dapat menjadi sebagai sarana hiburan. Segala

informasi yang disajikan *LINE Today* berasal dari berbagai media massa *online* kredibel, yang sudah bekerjasama dengan pihak *LINE Corporation*. *LINE Today* sudah menggandeng kurang lebih 70 portal berita sebagai mitra (Fauziah, 2017, para. 4).

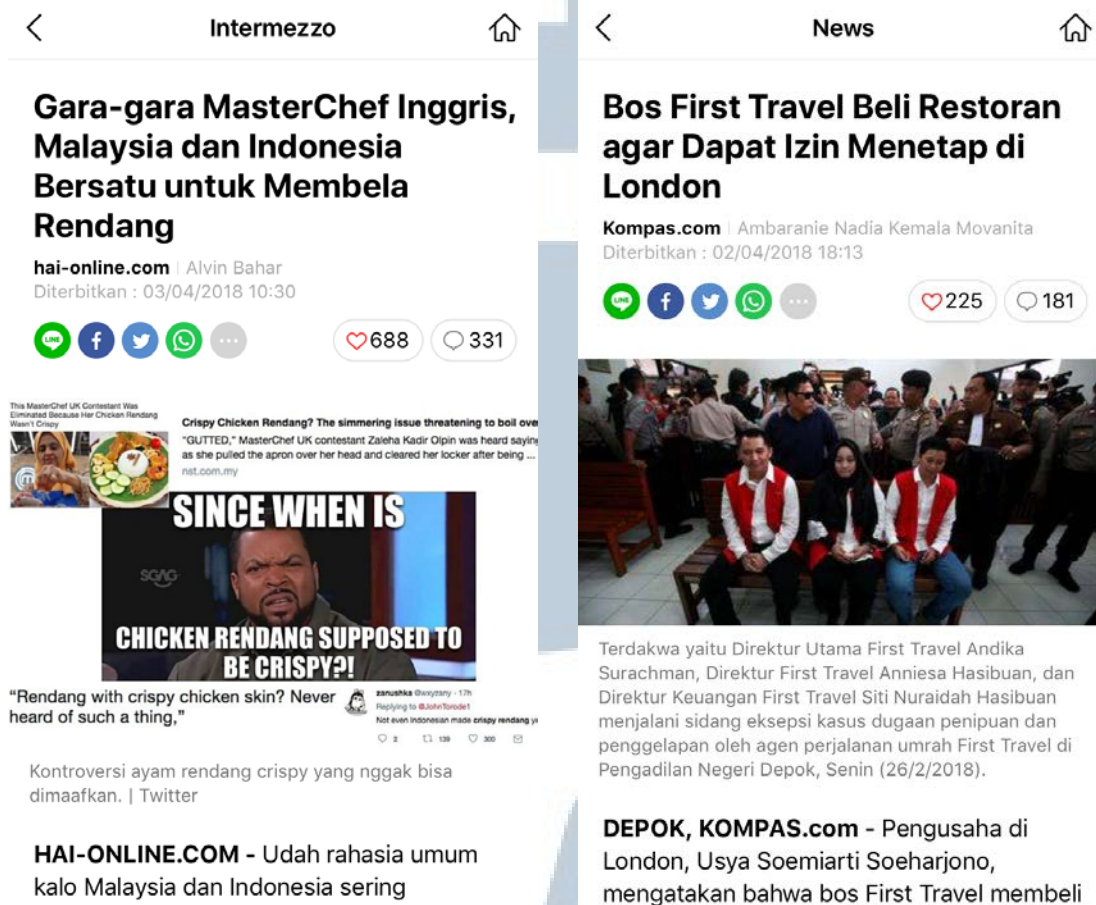
Gambar 1.3
Tampilan Fitur *LINE Today* pada *LINE Messenger*



(Sumber: Dok. Pribadi, 2018)

Gambar 1.4

Tampilan Berita pada Fitur *LINE Today*

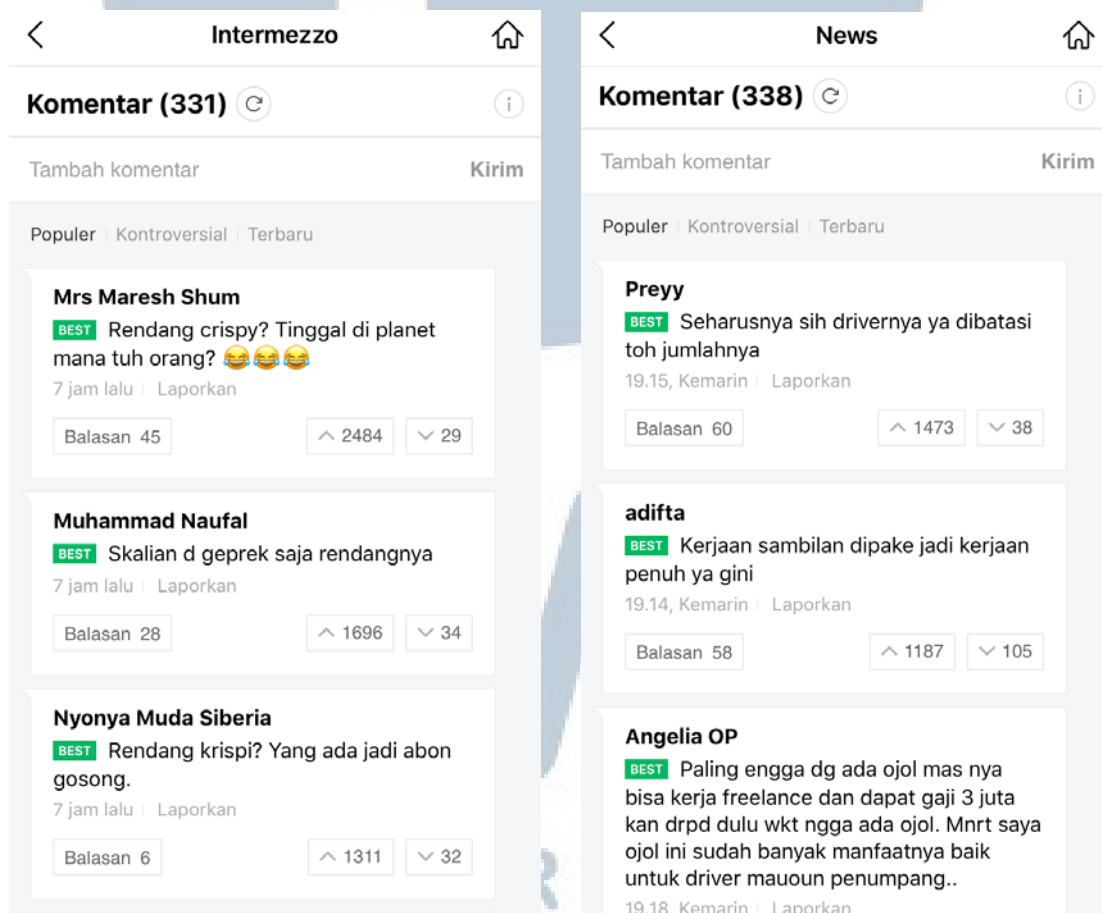


(Sumber: Dok. Pribadi, 2018)

Keberadaan *LINE Today* dapat dijadikan alternatif bagi pemenuhan informasi. Pencarian dan penyebaran informasi dapat dilakukan secara praktis dalam satu genggam. Pengguna tidak perlu repot menggunakan media konvensional atau mengakses situs berita untuk mencari informasi. Untuk menarik minat para pengguna, *LINE Today* seringkali menyisipkan foto dan video ke dalam artikel berita. *LINE Today* juga menyediakan fitur *share* yang memungkinkan pengguna untuk membagikan

konten berita ke ruang obrolan privat atau grup di aplikasi *LINE Messenger*, bahkan ke *platform* media sosial lainnya. Selain itu, *LINE Today* juga menyediakan kolom komentar, dimana pengguna dapat memberikan respon dan tanggapan mengenai informasi yang disajikan, hingga saling berdiskusi.

Gambar 1.5
Tampilan Kolom Komentar pada Fitur *LINE Today*



(Sumber: Dok. Pribadi, 2018)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Meskipun menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses informasi, *LINE Today* tidak selalu mendapatkan respon positif dari para penggunanya. Hal tersebut dapat dilihat dari kolom komentar pada artikel berita, yang berisi respon atau tanggapan mengenai pemberitaan yang disajikan dalam *LINE Today*. Tanggapan yang diberikan dapat berupa tanggapan positif maupun negatif, tergantung pada sudut pandang masing-masing pengguna. Namun, fitur *LINE Today* dapat dikatakan cukup efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi. *LINE Today* menyediakan berbagai pilihan informasi berita, mulai dari politik, ekonomi, sosial, olahraga, teknologi, gaya hidup, hiburan, dan sebagainya. Pengguna dapat dengan bebas memilih sendiri informasi yang diinginkan dan dibutuhkan, sehingga *LINE Today* diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi para penggunanya.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan antara motif penggunaan fitur *LINE Today* dengan kepuasan yang diperoleh?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya atau tidaknya perbedaan antara motif penggunaan fitur *LINE Today* dengan kepuasan yang diperoleh.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu komunikasi, terkait teori *Uses and Gratification* yang berfokus pada motif dan kepuasan khalayak dalam penggunaan *new media*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan evaluasi bagi media berbasis *news aggregator*, khususnya *LINE Today* agar mengembangkan kualitas kontennya, sehingga mampu menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.

1.4.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pembentukan kesadaran, pengetahuan, dan sikap khalayak agar lebih selektif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA