

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi era digital dewasa ini sangat pesat. Dengan begitu banyak bermunculan teknologi yang semakin canggih dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan perkembangan informasi yang sangat cepat serta mempermudah individu dalam berkomunikasi satu dengan lainnya.

Komunikasi merupakan hal yang terpenting atau vital bagi manusia. Manusia menyampaikan pesan dari satu individu kepada individu lainnya melalui proses komunikasi. Komunikasi yang dilakukan manusia juga merupakan perilaku sosial untuk membantu mengungkapkan suatu hal atau dapat pula untuk memecahkan suatu masalah dengan individu lain di dalam kehidupan sosial. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia bisa dipastikan akan 'tersesat', karena ia tidak bisa menaruh dirinya dalam lingkungan sosial (Dedy Mulyana, 2003: 5).

Pentingnya komunikasi, terlihat dari semakin inovatifnya perkembangan teknologi komunikasi itu sendiri. Perkembangan media komunikasi sangat pesat pada masa sekarang ini. Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas.

Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Internet muncul pada tahun 1960-an melalui sebuah sistem jaringan ARPANET yang dirintis oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat melalui *Advanced Research Projects Agency (ARPA)* untuk kebutuhan militer. Internet mulai digunakan pada tahun 1980-an secara terbatas untuk menghubungkan beberapa universitas terkemuka di Amerika Serikat. Awalnya, informasi yang dapat diperoleh melalui internet hanyalah informasi berbasis teks. Pada tahun 1990, layanan berbasis tampilan grafis yaitu *World Wide Web (WWW)* mulai dikembangkan oleh CERN. Indonesia mulai menggunakan internet pada sekitar tahun 1994 (Arief, 2005 : 3).

Menurut Katz (2007), saat ini di Amerika sudah 70% orang yang menggunakan internet baik di rumah, tempat kerja, sekolah, atau tempat lain. Dengan menggunakan internet, kita bisa memilih sendiri apa yang sedang kita cari atau memilih *website* apa yang kita pilih untuk kunjungi. “*You choose where to click and how long to stay there.*”

Pada masa kini, internet sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat. Penggunaan internet saat ini sudah tidak hanya untuk mengirim *e-mail*, atau *browsing*. Perkembangan teknologi yang cukup pesat menyebabkan banyak terjadi perubahan dalam fungsi internet. Internet kini menjadi sebuah media sosial

masyarakat. Dalam media sosial ini, masyarakat dapat berbagi informasi secara mudah dan dalam waktu yang singkat. Selama pengguna Internet saling terhubung, mereka dapat berkomunikasi dan berinteraksi. Berkat Internet, segala macam peristiwa yang terjadi di belahan negara lain, dapat dinikmati pada saat itu juga.

Situs jejaring sosial yang populer saat ini adalah *twitter*. *Twitter* merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sangat populer di kalangan remaja. *Twitter* juga merupakan media sosial yang disebut-sebut sebagai situs microblogging terbaik di dunia. Hal ini terjadi karena *twitter* merupakan jejaring sosial mikroblogging yang diawali dengan kemunculan *Friendster* (2002), *Facebook* (2004), dan yang populer saat ini adalah *twitter* (2006). (Baran, 2012: 271-272) Pengguna *twitter* di Indonesia berada di posisi kelima dengan jumlah akun 19,5 juta (<http://www.tempo.co/read/news/2012/02/02/072381323/Indonesia-Pengguna-Twitter-Terb Besar-Kelima-Dunia>).

Sebagian besar pengguna *twitter* adalah remaja. Dengan adanya kemampuan untuk mengikuti orang (*Follow People*) ataupun mempunyai pengikut (Follower) maka *twitter* pun telah menjadi semacam *social messaging*, dimana masyarakat bisa berkomunikasi dengan orang-orang yang menjadi pengikut (*followers*) atau dengan orang yang di-*follow*. Dengan adanya *twitter*, penggunanya bisa dengan cepat dan mudah berkomunikasi dan mengumpulkan orang atau teman-teman. Komunikasi itu bisa dilakukan dengan mengirimkan pesan singkat maksimal 140 karakter.

Bukti nyata dari kemunculan teknologi baru ini adalah informasi dapat lebih cepat disebarkan. Oleh karena itu, *twitter* banyak dimanfaatkan orang banyak untuk mengakses informasi. Dengan menggunakan *twitter*, informasi terkini dapat dengan mudah didapatkan. Selain itu *twitter* juga dapat dengan cepat menyebarkan informasi kepada orang banyak. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan di jejaring sosial *twitter* ini dapat dikatakan komunikasi massa. Hal ini sejalan dengan ciri-ciri komunikasi massa yang dikemukakan Wright (1959) dalam Severin dan Tankard Jr. (2010:4) dalam Tamburaka (2012:15) antara lain:

1. Komunikasi massa diarahkan pada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonym.
2. Pesan yang disebarkan secara umum.
3. Komunikator cenderung berada dalam sebuah organisasi.

Pemanfaatan *twitter* dalam mengakses berita juga dilatar belakangi oleh popularitas *twitter* di Indonesia. Jejaring sosial ini populer karena dapat menghubungkan secara cepat individu-individu yang berada di segala penjuru dunia. Jika dibedakan usia penggunanya, maka akan didapatkan pengguna usia remaja dan usia dewasa. Jejaring sosial seperti *twitter* sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa ditinggalkan bagi masyarakat modern. Hal tersebut di atas sejalan dengan pernyataan Watkins (2009:4) yang mengatakan keberadaan jejaring sosial *twitter* ini dapat membuat orang betah berlama-lama di depan laptop, termasuk pelajar saat ini yang masuk dalam generasi Y.

Generasi Y adalah generasi yang lahir pada kisaran tahun 1982 sampai tahun 2000. Generasi ini dikenal dengan sebutan “*Millennials*” yang memiliki karakteristik remaja atau dewasa muda (Saphira, 2008). Kelompok mahasiswa yang dibahas digolongkan ke dalam generasi Y. Karena penggunaan *twitter* merupakan sebuah kebutuhan dan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kesehariannya. Segala kebutuhan informasi berita ingin secara instan didapatkan. Cara paling mudah untuk mengakses informasi tersebut adalah dengan internet melalui ponsel. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses Kompas.com di *twitter*.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat banyak mempengaruhi cara orang memperoleh informasi. Pada masa sekarang ini, informasi tidak hanya diperoleh dari wahana (*platform*) kertas, seperti yang telah disajikan Kompas selama 40 tahun, tetapi sejak tahun 1990-an informasi dapat diakses dari wahana internet. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut, maka banyak bermunculan berbagai bentuk teknologi alat komunikasi untuk memperoleh informasi. Pada tahun 2011, tercatat lebih dari 40 juta orang Indonesia mengakses internet, dan akan terus meningkat jumlahnya di tahun mendatang. Kompas menggeluti dunia digital sejak tahun 2010 dengan menerapkan strategi 3M (*multimedia, multichannel, multiplatform*), yang intinya konten Kompas harus bisa dibaca melalui segala wahana (kertas, komputer, TV, *mobile phone*, dll). Bagi Kompas, kehadirannya secara multimedia adalah mutlak. Ke depan, Kompas ingin menjadi *content provider* yang bisa disajikan oleh media-media lain, tidak hanya Kompas.com, tetapi juga unit industri media di

lingkungan Kompas Gramedia. Seperti yang dibahas dalam penelitian ini, Kompas.com dapat diakses melalui jejaring sosial *twitter* yang menyediakan kapasitas 140 karakter dengan disertakan fitur *hyperlink* untuk dapat mengakses berita lengkapnya pada *web* Kompas.com (Sularto, 2011:273-275).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut :

- Apakah ada hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*?
- Apakah ada kepuasan dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*, serta untuk mengetahui ada atau tidaknya kepuasan khalayak dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk kajian mengenai motif pengguna dan kepuasan dalam menggunakan media jejaring sosial, khususnya *twitter*, terkait dengan teori *Uses and Gratification*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh redaksi Kompas.com dalam mengelola akun Kompas.com di media jejaring sosial *twitter* untuk menjadi sebuah sumber informasi yang memuaskan berdasarkan motif penggunaanya.

Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk praktisi media yang berkeinginan menelaah studi terkait media jejaring sosial berdasarkan motif pengguna dan tingkat kepuasannya.

UMMN