

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi (*information technology*) dan komunikasi mulai berkembang pesat semenjak awal tahun 1980-an. Teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas. Pada dasarnya teknologi informasi ini dibangun dengan basis utama teknologi komputer.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memacu suatu cara baru dalam kehidupan, yang dikenal dengan *e-life* yang artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik.

Kini media elektronik khususnya internet menjadi hal yang sangat essential dalam menunjang kehidupan sehari-hari. Terbukti dari sebuah survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi negara ini. Sedangkan di tahun 2013 ini diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna dan akan terus tumbuh menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015. Diketahui pula bahwa jumlah terbesar pengguna internet di Indonesia ternyata berada di pulau Jawa. Survei tersebut dilakukan di 42 kota di 31 propinsi antara April hingga Juli

2012, dengan jumlah 2.000 orang responden dari kategori umur 12-65 tahun, status ekonomi sosial A-C. Bahkan ternyata mayoritas paling besar pengguna internet merupakan kategori usia 15-35 tahun. Dari melihat rentang usia yang demikian terbilang muda, hal itu menjadi salah satu latar belakang penulis memilih mahasiswa sebagai responden.

Meledaknya jumlah pengguna internet itu tidak terlepas dari maraknya kini penggunaan *smartphone* di kalangan masyarakat, yang akhirnya menjurus pada semakin mudahnya akses dan penggunaan media sosial melalui internet.

Media sosial menurut Safko dalam bukunya *The Social Media Bible* adalah bagaimana kita menggunakan seluruh teknologi secara efektif untuk mencapai dan berhubungan dengan orang lain, membentuk hubungan dan membangun kepercayaan atau sebuah perangkat, alat teknologi baru yang membuat kita menjadi lebih efisien dalam membina dan membangun hubungan dengan orang lain. Singkatnya, media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi.

Di dalam media sosial tersebut terbagi menjadi beberapa kategori yaitu: (1) Social Networking, (2) Photo Sharing, (3) Audio, (4) Video, (5) Microblogging, (6) Livecasting, (7) Virtual Worlds, (8) Gaming, (9) RSS and Aggregators, (10) Search, (11) Mobile, (12) Interpersonal. Kategori social networking merupakan bagian dari social media yang paling banyak digunakan fungsinya untuk saling berhubungan, berbagi, mengedukasi, berinteraksi dan membangun kepercayaan.

Salah satu contoh aplikasi dari *social networking* yang kini digunakan oleh 200 juta pengguna di seluruh dunia adalah bernama Twitter. Twitter yang dibangun sejak tahun 2006 oleh Jack Dorsey telah menggapai popularitas yang luar biasa. Dikatakan

demikian sebab sejak saat muncul, Twitter telah digunakan hampir oleh seluruh orang, selebriti, bahkan presiden Amerika juga memiliki akun Twitter.

Penyampaian pesan melalui Twitter nyatanya cukup terbatas yaitu orang hanya disediakan 140 karakter untuk menyampaikan pesan. Namun dengan keterbatasannya itu, Twitter memampukan penggunanya untuk mengikuti (Follow/Following) akun milik orang lain sehingga dapat melihat, membaca dan mengcopy (ReTweet) semua pesan yang orang tersebut sampaikan. Kemudian sebaliknya, pengguna juga dapat memiliki pengikut (Followers) yaitu orang-orang yang mengikuti akunnya, sehingga dapat melihat, membaca dan mengcopy (ReTweet) semua pesan juga.

Dengan demikian, informasi terkini dapat dengan mudah didapatkan juga mudah disebarkan kepada orang banyak. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan di jejaring sosial *twitter* ini dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Dikatakan demikian sebab sejalan dengan ciri-ciri komunikasi massa yang dikemukakan Wright (1959) dalam Severin dan Tankard Jr. 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.

Perannya sebagai komunikasi massa juga diperkuat pada kenyataan yang dinyatakan oleh Luckie bahwa untuk jurnalis dan media berita, Twitter adalah cara yang luar biasa untuk berbagi mengenai berita yang sedang terjadi dan untuk menyebarkannya segera kepada jutaan pengguna Twitter. Banyak media berita yang sudah *mainstream* kini

memiliki setidaknya satu akun Twitter dan lebih banyak lagi yang dipunya oleh para reporter dan staffnya untuk mendengarkan dan ikut berbincang dengan para *audience* nya. Media-media berita kini memiliki jutaan followers di akun Twitternya yang digunakan untuk berbagi berita dan *engage* dalam perbincangan aktif dengan para followers nya.

Twitter biasanya digunakan sebagai alat untuk mem *posting* dan membagikan *breaking news* dan karena itu telah mengubah secara signifikan siklus berita tradisional. Berita sering di *post* di Twitter ketika saat itu terjadi dan dengan sangat cepat tersebar di antara akun para pengguna yang seringkali kecepatannya bahkan dalam hitungan menit dan jauh sebelum berita tersebut diterbitkan oleh media tradisional. Twitter memantapkan statusnya sebagai salah satu alat untuk menyampaikan *breaking news* semenjak tahun 2008 ketika ada pengeboman di Mumbai, ketika para saksi dan korban menggunakannya untuk melaporkan serangan tersebut saat itu terjadi, sebelum media berita utama sempat datang meliput ke tempat kejadian. Sekarang, baik itu masyarakat biasa dan para jurnalis sering menggunakan Twitter untuk secara instan membagikan *breaking news* dengan orang lain.

Di Indonesia sendiri tercatat oleh Kominfo pada November 2012, terdapat 19,5 juta pengguna Twitter. Kondisi tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara kelima terbesar pengguna Twitter di bawah Inggris dan negara besar lainnya.

Dari sejumlah 19,5 juta pengguna Twitter di Indonesia, salah satu akun aktif yang dimiliki oleh salah satu media berita yaitu Metro TV. Menggunakan nama akun @Metro_TV, akun twitter ini merupakan akun *official* dari metrotvnews.com, dan kini akun tersebut tercatat memiliki 3,9 juta, hampir 4 juta followers. Bahkan ternyata metrotvnews.com merupakan media online dari televisi news pertama di Indonesia.

Adapun hasil survei dari Frontier Consulting Group Indonesia mengenai perilaku digital remaja Indonesia menunjukkan adanya peningkatan drastis pada perilaku digital remaja hanya dalam kurun waktu satu tahun saja. Responden survei merupakan remaja yang berusia antara 16-22 tahun dan sedang duduk di bangku SMA-Perkuliahan. Survei diadakan di enam kota besar di Indonesia pada tahun 2011 dan 2012. Di tahun 2011, hasil survei menunjukkan bahwa 91,2% remaja memiliki akun media sosial. Persentasi ini meningkat pada tahun 2012 dimana sebanyak 97,5% remaja memiliki akun media sosial. Peningkatan terbesar adalah perilaku mereka dalam melakukan *download* atau *upload* yang semula hanya 48,8% di tahun 2011, menjadi 71,1% di Tahun 2012.

UMN adalah kampus yang dibentuk oleh Kompas Gramedia Group, memiliki penjurusan komunikasi jurnalistik. Mahasiswa di jurusan komunikasi jurnalistik 2010 memiliki usia antara 20-22 Tahun, serta 90% dari mereka memiliki akun media twitter, dan sebanyak 52 mahasiswa (30% mahasiswa jurnalistik 2010) mengikuti akun twitter metro_tv.

Dari fakta diatas, peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara motivasi dan kepuasan mahasiswa jurnalistik UMN angkatan 2010 dalam mereka mengikuti akun twitter metro tv.

1.2. Rumusan Masalah

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

Seberapa besarkah tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun twitter

@Metro_TV?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Metro_TV 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 Metrotvnews.com dalam mengelola akun Metro_TV di media jejaring sosial Twitter agar menjadi sebuah informasi yang memuaskan berdasarkan motif penggunaannya.

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

UMMN