



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

Manusia dalam kehidupannya sehari-hari merupakan makhluk sosial yang setiap saat membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam hal memperluas wawasan pengetahuan. Didorong oleh rasa ingin tahu pada diri manusia terhadap sesuatu maka kebutuhan akan informasi pun semakin meningkat, semakin banyak, dan bervariasi. Dalam memenuhi kebutuhan ini masyarakat menggunakan media massa yang ada disekitarnya seperti surat kabar, majalah, televisi, radio dan media *online*. Media dalam peranannya dapat dikatakan sebagai agen sosialisasi, dimana media memberikan informasi yang akan dipelajari oleh khalayak. (Vivian, 2008:476).

Dari awal kemunculannya, jurnalisme tidak dapat dipisahkan oleh teknologi mulai dari media cetak dan jurnalisme yang hadir seiring dengan ditemukannya mesin cetak, kemudian berlanjut dengan terus berkembangnya teknologi dengan hadirnya media penyiaran setelah ditemukannya televisi dan radio. Dewasa ini pun jurnalisme diwarnai dengan munculnya teknologi terbaru, yaitu internet.

Keanekaragaman media yang ada ini memungkinkan lebih adanya keleluasan untuk memilih media mana yang dinilai masyarakat lebih cocok untuk dijadikan sumber penyampaian informasi. Namun seiring dengan berkembangnya jaman, media konvensional atau media lama mulai tergantikan oleh media baru, seperti saat ini internet sebagai media baru menjadi salah satu media yang populer di kalangan masyarakat dalam mencari informasi yang mereka butuhkan.

Internet menjadi sarana yang paling efektif karena informasi yang diberikan tidak terbatas, selalu *up to date*, dan juga fleksible karena kecepatannya dalam memberikan informasi dan kemudahan mengaksesnya dimana saja dan kapan saja kita mau. Kehadiran Internet dinilai membawa banyak pengaruh dan keuntungan bagi masyarakat. Internet memiliki sifat yang mempermudah pekerjaan manusia, Internet juga berpengaruh ke dalam kehidupan manusia dengan mengubah pola kehidupan sehari-hari, perilaku pengguna teknologi dan berbagai konsep serta sistem bisnis, pemerintahan, pendidikan, hubungan sosial dan tidak terkecuali, jurnalistik (Oetama, 2001:1-2).

Internet kemudian melahirkan media massa *online* yang terbagi menjadi beberapa aplikasi. Junaedi (2011) menyebutkan aplikasi *mass media online* yang meliputi *newspaper online*, *magazine online*, *digital radio*, dan *digital television*. Sama halnya dengan media cetak dan media elektronik, media *online* pun juga menjalankan fungsi sosialnya dalam menambah referensi bacaan baru bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Di Indonesia, kemunculan media *online* dimulai sejak tahun 1997 dengan adanya situs berita www.kompas.com yang dimiliki oleh Harian Kompas, kemudian disusul dengan majalah.tempointeraktif.com yang dimiliki oleh majalah Tempo. Setelah itu, mulai banyak bermunculan situs-situs lainnya yang merambah ke segala aspek kehidupan dan juga melirik target yang lebih spesifik.

Seperti halnya majalah yang menyajikan berbagai bidang untuk target audiens yang spesifik yaitu majalah khusus otomotif, *gadget*, desain, musik, *fashion* dan lainnya. Media *online* juga terdiri dari berbagai situs yang tak hanya ditujukan untuk umum, namun menyajikan pilihan-pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan diinginkan oleh masyarakat. Sebagai contoh, www.whiteboardjournal.com merupakan situs dalam negeri yang menyajikan informasi berkaitan dengan desain, kemudian juga untuk situs luar negeri, yaitu www.deviantart.com yang secara spesifik ditujukan kepada masyarakat para pencinta fotografi.

Tersedianya berbagai macam pilihan *media online* ini juga menarik perhatian sebagian perempuan yang memiliki ketertarikan dalam bidang *fashion* dan gaya hidup. Sebagai contohnya terdapat situs yang berasal dari luar negeri yang khusus membahas mengenai gaya hidup dan *fashion* untuk para perempuan, yaitu www.Refinery29.com. Situs ini memberikan berbagai informasi seputar kebutuhan perempuan khususnya di bidang *fashion*, informasi yang disajikan di rubrik *fashion media online* ini pun berupa informasi perkembangan *fashion* yang selalu *up-to-date*, pilihan destinasi tempat berbelanja di seluruh pelosok dunia, dan informasi lainnya seputar gaya hidup.

Situs serupa pun juga hadir di Indonesia, pertama kali berdiri pada bulan juni tahun 2012, Fimelagirl.com yang menjadi obyek penelitian disini merupakan media online yang membahas khusus seputar fashion dan gaya hidup, layaknya majalah cetak. Fimelagirl.com ini adalah adik dari situs Fimela.com, situs dengan konten serupa namun ditujukan untuk wanita dewasa, sedangkan Fimelagirl.com ditujukan untuk para remaja putri Indonesia yang modern dan memiliki mobilitas tinggi.

Fimelagirl.com memberikan informasi tak terbatas yang selalu *up to date* tiap harinya. Rubrik *fashion* situs ini terdiri dari *Shopping Info*, yang menyajikan informasi mengenai pakaian, sepatu, *make up*, hingga aksesoris lainnya ditulis lengkap dengan jenis modelnya, harga, dan juga lokasi dimana barang-barang tersebut dapat diperoleh oleh para pembaca. Kemudian *Beauty & Health* ini mengenai informasi seputar kecantikan dan kesehatan yang berkualitas, seperti *tips and trick* bagaimana merawat kecantikan kulit dan rambut bagi para remaja. *Jakarta Street Style* memberikan informasi mengenai gaya berpakaian remaja-remaja putri yang secara *random* dipilih oleh tim reporter fimelagirl.com di pusat perbelanjaan ataupun tidak sengaja mereka temui di jalan. Gaya berpakaian mereka yang *fashionable* dapat dijadikan sumber inspirasi oleh para pembaca, selain itu pakaian, sepatu dan aksesoris juga dirinci secara detail dari mulai merk dan harganya masing-masing. Kemudian *Gaya Selebriti* yang menyajikan informasi seputar gaya berpakaian yang dikenakan oleh artis-artis mancanegara sebagai sumber inspirasi memadu padankan pakaian sesuai dengan gaya berpakaian favorit mereka. Lalu *fashion blogger* dimana disini diperkenalkan

pencinta *fashion* dari seluruh dunia yang mem-*posting* berbagai informasi *fashion* mereka di sebuah blog.

Selain itu rubrik *fashion* *fimelagirl.com* juga turut menyajikan informasi lainnya yang membahas peristiwa-peristiwa seputar perkembangan *fashion* di dalam ataupun di luar negeri. Tak hanya itu, juga terdapat informasi DIY atau *Do It Yourself* yang memberikan informasi mengenai langkah-langkah membuat berbagai macam aksesoris *fashion* yang menarik. Berita-berita yang ada pun diperkaya dengan gambar-gambar dan juga video, yang menjadikan media *online* ini berbeda dengan media *online* lainnya yang dapat digunakan remaja putri untuk mendapatkan informasi *fashion*.

Masa remaja menurut bapak Psikologi Remaja Stanley Hall, adalah masa yang penuh dengan permasalahan. Selanjutnya Stanley mengatakan bahwa masa remaja adalah masa badai dan tekanan (*Storm and Stress*). Begitu juga menurut Erik Erickson pada bukunya *Child and Society* (1963), masa remaja adalah masa terjadinya krisis identitas atau pencarian identitas diri. Di masa modern seperti sekarang ini, *fashion* menjadi salah satu hal utama dalam upaya membentuk identitas diri bagi sebagian remaja yang dalam proses pembentukannya seringkali menimbulkan masalah pada diri mereka karena masa remaja ini merupakan masa dimana seseorang ingin diakui dan diterima oleh orang-orang disekitarnya. Saat-saat mulai memperhatikan hal-hal detail tentang dirinya seperti bagaimana cara berpakaian yang dapat membuat diri mereka terlihat menarik dan *fashionable*, pada umur ini jugalah seseorang selalu ingin mencoba dan mempelajari berbagai hal baru dan ingin selalu tahu akan informasi terkini.

. Fimelagirl.com hadir untuk memenuhi berbagai kebutuhan para remaja ini, dengan membaca informasi *fashion* yang ditawarkan media *online* ini, para remaja diharapkan dapat terus memperoleh pengetahuan dan mengikuti perkembangan *fashion* terkini.

Dalam penelitian ini, remaja putri SMA Bakti Mulya 400 dipilih sebagai responden penelitian karena berdasarkan data yang dimiliki redaksi fimelagirl.com (Februari 2014), mereka tergolong pembaca aktif media online tersebut dan jumlah pembaca mencapai angka paling besar di antara SMA lainnya yang telah dilakukan pendataan. Maka dapat diartikan bahwa remaja putri SMA Bakti Mulya 400 memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap fimelagirl.com sebagai salah satu media yang mereka gunakan untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai *fashion*.

Oleh karena itu dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*, peneliti ingin mengetahui apakah ada kepuasan yang diperoleh remaja putri dalam membaca info *fashion* yang disajikan media online fimelagirl.com. Kepuasan ini dapat terbentuk ketika kepuasan yang dicari oleh masyarakat (*Gratification Sought*) dengan yang diperoleh dari suatu media (*Gratification Obtained*) mengalami ketidaksesuaian ataupun kesesuaian.

Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **Tingkat Kepuasan Pembaca Info Fashion di Media *Online* Fimelagirl.com (Survei Pada Pembaca Info Fashion Fimelagirl.com di Kalangan Remaja Putri SMA Bakti Mulya 400 Pondok Pinang, Jakarta Selatan)**

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengangkat masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah ada kepuasan yang diperoleh remaja putri dalam membaca info fashion di media *online* fimelagirl.com?
2. Bagaimana tingkat kepuasan yang diperoleh remaja putri dalam membaca info fashion di media *online* fimelagirl.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui ada atau tidaknya kepuasan yang diperoleh remaja putri dalam membaca info fashion di media *online* fimelagirl.com.
2. Mengetahui tingkat kepuasan yang diperoleh remaja putri dalam membaca info fashion di media *online* fimelagirl.com.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Signifikansi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam mengetahui kepuasan remaja putri dalam membaca info fashion di media online, yaitu di fimelagirl.com. Selain itu juga dapat menjadi bahan masukan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian sejenis berikutnya.

b. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mampu membantu bagi pengembangan isi berita pada media *online* fimeilagirl.com, khususnya di rubrik *fashion*, agar dapat memenuhi kebutuhan remaja putri akan informasi *fashion* dan memberikan kepuasan bagi mereka.

