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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi pada era globalisasi semakin interaktif, memungkinkan komunikasi timbal balik melalui perantara media, dimana tak dipungkiri saat ini yang paling banyak digunakan adalah internet. Pandemi Covid-19 yang merebak pada awal tahun 2020 telah mendorong hampir seluruh manusia untuk tetap tinggal di rumah, membuat penetrasi pengguna internet semakin melonjak tinggi.

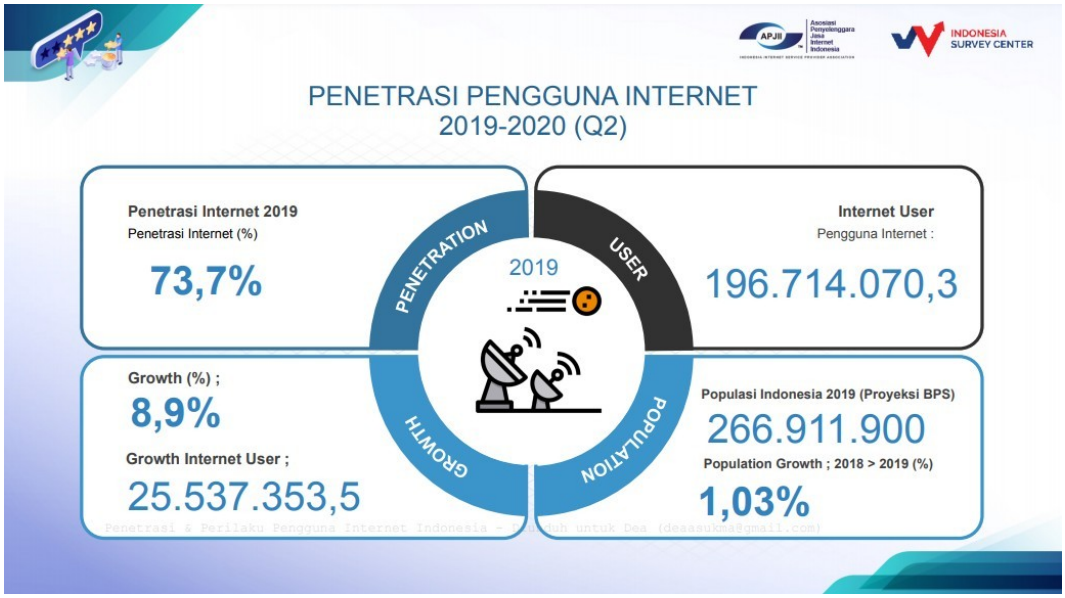
Kehadiran internet membantu mempermudah dalam mengakses berbagai media. Media sangat berperan penting dalam menyampaikan suatu informasi secara massal kepada masyarakat dalam hal memberitahukan berbagai macam berita salah satunya adalah kebijakan-kebijakan pemerintah. Menurut Nurudin, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat dan kepada audiens yang luas atau heterogen. Dalam hal ini media massa dapat menyebarkan suatu informasi tanpa hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu memberikan pesan dalam waktu yang singkat secara bersamaan (Nurudin, 2014, p. 9). Perkembangan teknologi internet merupakan salah satu cara yang dapat mempermudah media massa dalam menyampaikan pesan atau informasi.

Perkembangan teknologi membawa perubahan bagi industri media. Media cetak sekarang sudah banyak memiliki platform dalam bentuk digital karena

masyarakat sudah mulai lebih banyak menggunakan media online daripada media cetak. Nielsen menyatakan bahwa jumlah pembaca media digital sudah melampaui pembaca media cetak. Dalam empat tahun terakhir jumlah pembeli koran terus menurun secara drastis. Berdasarkan survei yang dilakukan Nielsen, sebesar 80% pembaca berusia 20 – 49 tahun memperoleh informasi melalui internet (katadata.co.id, para. 1 – 8).

Nurkinan (2017, p. 30) mengutarakan masyarakat kini cenderung beralih ke berita berbasis *web (online)*. Hal ini dikarenakan selain biaya murah, media *online* menyajikan berita lebih *real time*, berbeda jika dibandingkan dengan media konvensional seperti koran atau majalah yang membutuhkan waktu hingga peristiwa atau berita itu sampai pada pembaca. Hal ini menyebabkan media *online* sangat disukai dan menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan suatu informasi.

Gambar 1.1 Data Penetrasi Pengguna Internet



Sumber: www.apjii.or.id

Berdasarkan data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan adanya kenaikan jumlah pengguna internet di Tanah Air. Tak hanya kehadiran infrastruktur *broadband* yang kian merata, tetapi juga adanya faktor pandemi yang mengharuskan orang-orang berkegiatan di rumah turut berkontribusi pada meningkatnya penetrasi internet.

Survei APJII untuk 2019 hingga kuartal kedua 2020 menemukan jumlah pengguna internet mencapai 196,7 juta atau 73,7 persen dari total populasi di Indonesia. Angka penetrasi itu naik 8,9% dibanding jumlah pengguna sebelumnya.

Penelitian terhadap media kini tak hanya terhadap penetrasi penggunaan medianya saja, tetapi juga persepsi khalayak akan media tersebut. Persepsi khalayak menyaring informasi melalui proses yang disebut terpaan selektif dan persepsi selektif (Rakhmat, 2008, p. 198).

Masyarakat yang kini telah lebih melek teknologi tentu memiliki pandangan tersendiri mengenai sebuah informasi atau berita dari suatu media yang dikaitkan dengan pengalaman masing-masing individu. Hal itulah yang disebut sebagai persepsi terhadap media. Rakhmat (2008, p. 51)menjelaskan mengenai persepsi yang dapat diartikan sebagai pengalaman tentang sebuah objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dapat dikatakan juga bahwa pemberian makna pada suatu peristiwa atas sebuah objek berdasarkan sebuah pengalaman seseorang.

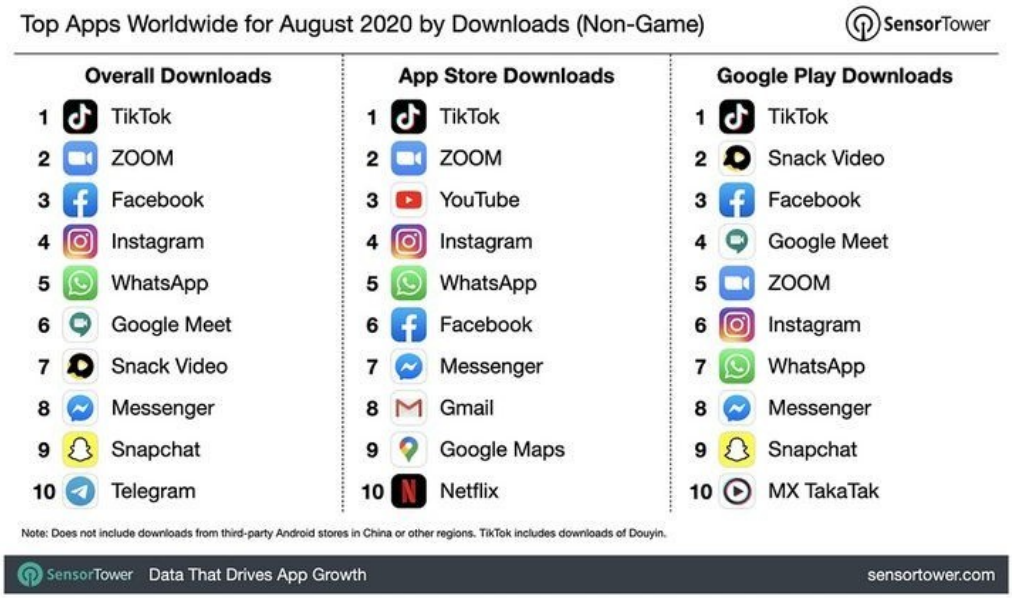
Selain persepsi dan reaksi psikologi khalayak terhadap media digital, terdapat pula konsekuensi lain terhadap praktik jurnalisme. Menurut (Nurudin,

2007, p. 60) abad komunikasi dipaksa berkembang lebih cepat lagi dengan munculnya internet sebagai bagian dari media massa. Internet telah mampu mengatasi ruang dan waktu proses penyebaran informasi di dunia ini. Hal ini dapat terjadi karena kemampuan manusia yang terus melakukanperkembangan, eksplorasi, dan penelitian demi kemajuan di bidang teknologi komunikasi massa salah satunya dengan munculnya multimedia. Berkembangnya jaman menimbulkan adanya penggunaan multimedia yang juga semakin berkembang. Multimedia yang dimaksud dapat berupa gabungan elemen teks, foto, video, audio, animasi hingga infografik yang digabung dalam satu konten.

Kini pada praktik jurnalisme, ada yang dinamakan dengan istilah jurnalisme *multimedia longform*. Jenis penulisan jurnalisme ini adalah dengan teknik penulisan naratif di media digital yang juga disertakan dengan elemen multimedia seperti audio, foto, video, infografik dan lain sebagainya. TikTok adalah salah satu media sosial yang memiliki fitur-fitur yang mendukung adanya multimedia dalam aplikasinya. Adanya fitur multimedia tersebut, dimanfaatkan oleh drkevinmak untuk memberikan informasi seputar kesehatan, terutama mengenai reproduksi wanita yang dikemas menjadi *multimedia storytelling.*

TikTok dipilih peneliti, selain karena adanya drkevinmak adalah karena ia termasuk kedalam aplikasi yang saat ini paling banyak diunduh oleh para pengguna media sosial. Selama masa pandemi, orang-orang banyak yang mencari hal baru demi membunuh rasa bosan ketika berada di rumah, salah satunya dengan bermain TikTok. Hal ini ditunjukan dengan hasil data aplikasi yang paling banyak diunduh per agustus 2020.

Gambar 1.2 Daftar Aplikasi Yang Paling Banyak Diunduh



Sumber: www.sensortower.com

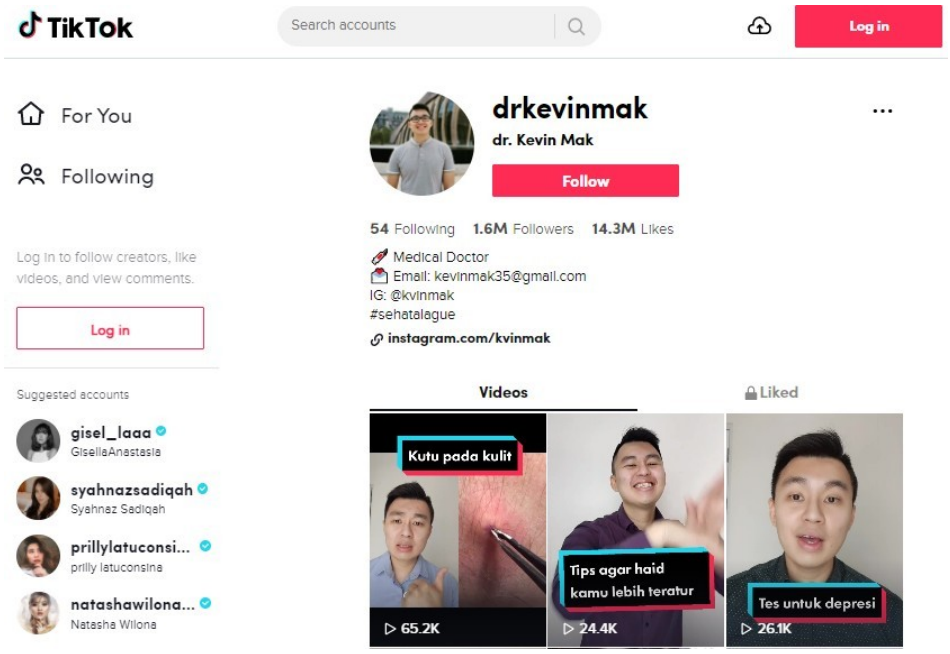
Perusahaan riset aplikasi Sensor Tower merilis laporan aplikasi non-game yang paling banyak diunduh pada Agustus 2020. Laporan tersebut menyebutkan TikTok sebagai aplikasi terlaris dengan total unduhan lebih dari 63,3 juta di perangkat iOS maupun Android. TikTok merupakan salah satu sarana *new media* yang menggunakan konsep *multimedia storytelling* dalam penyajian kontennya.

Banyak akun-akun dari TikTok ini yang menyampaikan informasi positif ke masyarakat dengan cara mengedukasi melalui *multimedia storytelling*. Salah satunya adalah akun dokter Kevin Mak atau dengan nama akun drkevinmak (https://www.tiktok.com/@drkevinmak?).

Konten yang diciptakan oleh dokter hits di TikTok ini ini sering membagikan informasi seputar kesehatan. Dimulai dari kesehatan perempuan, reproduksi, remaja hingga kesehatan secara umum, Dokter Kevin juga sering menjelaskan tentang kasus-kasus kesehatan yang umum terjadi di Indonesia.

Pentingnya mengetahui informasi mengenai kesehatan perempuan juga dilihat penulis sebagai salah satu fenomena yang masih sering diabaikan masyarakat Indonesia. Informasi atau edukasi tentang kesehatan reproduksi misalnya, jika diberikan atau disebarkan bebas tanpa dilihat kejelasan sumber informasinya kemudian salah dalam menginterpretasikan dapat mengarah pada tindakan yang tidak diinginkan. Belum lagi banyaknya media konvensional yang memberitakan hoax mengenai kasus kesehatan terutama saat pandemi.

Gambar 1.3 Tampilan Akun drkevinmak di TikTok



Jika mengaitkan pada persepsi, yang dimana persepsi merupakan proses pemberian makna dan interpretasi dari pengalaman yang diterima indera masing-masing individu, maka individu yang melihat konten drkevinmak dapat bervariasi sesuai dengan rentang umur, latar belakang pendidikan dan minat masing-masing individu tersebut. Individu yang dimaksud dalam penelitian

adalah generasi milenial khususnya perempuan yang memberikan persepsi mereka terhadap konten edukatif yang disampaikan melalui konten drkevinmak.

Melalui penelitian ini, peneliti tertarik memilih generasi milenial karena merupakan generasi yang paling beragam (Brand Amplitude, 2008, p. 5). Karena dilatari dengan umur, pendidikan dan minat yang berbeda dapat memberikan persepsi atau pandangan yang berbeda terhadap pemahaman mereka pada konten edukasi melalui akun TikTok drkevinmak.

Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat persepsi perempuan milenial yang melihat konten kesehatan pada TikTok drkevinmak dengan kemasan *multimedia storytelling*. Apakah dengan cara membuat kemasan yang berbeda dalam menyampaikan suatu informasi kesehatan dapat membantu milenial dalam menerima informasi. Berbeda dengan beberapa konten dokter-dokter lainnya yang ada di media sosial, konten drkevinmak membahas berbagai macam hal tabu hingga mitos yang selama ini diyakini terutama kaum perempuan seputar kesehatan reproduksi. Perempuan dipilih karena pada konten tersebut, lebih banyak membahas mengenai kesehatan reproduksi wanita dibandingkandengan informasi kesehatan umum lainnya. Selain itu, penelitian ini termasuk dalam penelitian jurnalistik, karena *multimedia storytelling* adalah kegiatan jurnalisme, dimana pada kasus ini adalah isi konten dari media sosial Dokter Kevin memiliki informasi kesehatan yang bisa dibagikan kepada khalayak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang penelitian ini, penulis merumuskan permasalahan pada bagaimana persepsi generasi milenial terhadap *multimedia storytelling* konten kesehatan pada akun TikTok drkevinmak?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana persepsi generasi milenial terhadap *Multimedia Storytelling* yang dilakukan drkevinmak untuk memberikan informasi kesehatan melalui akun TikTok-nya?
2. Apakah *multimedia storytelling* drkevinmak pada akun TikTok nya dapat membantu memudahkan generasi milenial dalam mencari informasi mengenai kesehatan reproduksi wanita di media sosial?
3. Apakah penyampaian informasi dalam bentuk *multimedia storytelling* dapat memudahkan generasi milenial dalam menyerap atau menangkap suatu informasi?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi milenial terhadap multimedia storytelling melalui akun TikTok drkevinmak.
2. Untuk mengetahui apakah konten kesehatan drkevinmak bisa mempermudah perempuan milenial dalam mencari informasi kesehatan di media sosial TikTok.

3. Untuk mengetahui apakah *multimedia storytelling* yang diterapkan drkevinmak pada akun TikTok-nya dapat memudahkan generasi milenial dalam menyerap atau menangkap suatu informasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dunia *multimedia storytelling* khususnya pada media sosial TikTok yang sedang digemari kalangan milenial. Selain itu, dengan adanya penelitian ini dapat memperluas pengetahuan penelitian mengenai *multimedia storytelling*

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberi pengetahuan bagi para peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian sejenis mengenai *multimedia storytelling*. tidak hanya itu, penelitian ini juga memberi gambaran bagaimana media sosial seperti TikTok dalam persepsi generasi milenial dapat memenuhi dan memberikan suatu informasi yang edukatif dengan cara yang mudah dimengerti.

3. Kegunaan Sosial

Dari penelitian ini peneliti mengharapkan, generasi milenial semakin mengetahui bahwa media sosial tidak melulu menyajikakan konten hiburan semata, tetapi banyak konten edukatif yang dapat memberikan

berbagai informasi penting dengan sajian yang menarik dan mudah dipahami oleh generasi milenial.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan yang tidak dapat dijabarkan dalam penelitian ini, beberapa keterbatasan penelitian ini yaitu;

1. Penelitian ini hanya melingkupi beberapa perwakilan dari generasimilenial perempuan yang menggunakan media sosial TikTok dan mengetahui akun TikTok drkevinmak, sehingga penelitian ini belum bisa digeneralisasi ke dalam lingkup yang lebih besar.
2. Penelitian ini hanya membahas *multimedia storytelling* yang ada pada media sosial TikTok. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan pandangan yang berbeda mengenai *multimedia storytelling* pada media sosial lainnya yang bisa memberikan manfaat kepada penggunanya.