



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Penelitian

Perkembangan dunia teknologi komunikasi saat ini sangat cepat dan semakin canggih sehingga membawa pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Komunikasi massa merupakan sebuah interaksi yang bersifat satu arah, informasi yang disampaikan untuk kepada banyak orang (Meletzke dalam Romli, 2016, p. 2). Media massa merupakan sebuah penghubung untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan dan bisa dijangkau kepada khalayak yang luas. Informasi yang diakses merupakan berita yang bisa diterima oleh masyarakat, bukan hanya pribadi saja (Mulyana, 2016).

Kebanyakan media massa melakukan transformasi dari media cetak menjadi media *online*. Media massa awalnya terdiri dari media cetak dan media elektronik. Namun, seiring berkembangnya zaman teknologi komunikasi dan informasi yang selalu diperbarui, maka munculnya media baru yaitu media *online*. Perkembangan media baru adalah kejadian paling nyata yang dialami oleh masyarakat (Wahyuni, 2013).

Karakter media baru yang konvergen, tidak memandang waktu, ruang, dan hal-hal kebaruan yang mengalihkan sifat manusia dalam kehidupan menggunakan media (Wahyuni, 2013). Media baru merupakan sesuatu yang bisa menyampaikan sebuah informasi atau bisa disebut sebagai perantara dari asal mula informasi kepada penerima. Media *online* merupakan media yang konvensional dari media cetak dengan media elektronik. Berdasarkan data yang diperoleh dari Maverick Indonesia mengenai bagaimana generasi Y dan Z memperoleh berita, bahwa sekitar 81% portal berita *online* menjadi media yang sering digunakan (Maverick, 2020). Hal tersebut menjadi acuan bagi media saat ini untuk memproduksi sebuah informasi dengan menggunakan teknologi terbaru di era digital saat ini. Tentunya dengan mengutamakan berita yang aktual dan terpercaya.

Media *online* juga disebut dengan media siber (*cyber media*). Dalam media *online* biasanya memiliki pedoman media siber yang menjadi pegangannya. Pedoman media siber adalah kebebasan berpendapat, berekspresi, pers yang dilindungi dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Adanya pedoman media sibernya ini, media dapat melaksanakan pemberitaan secara profesional. Dalam menerapkan hak, kewajiban, fungsi, serta menerapkan kode etik jurnalistik (Okezone, 2020).

Fitur yang hadir saat ini dapat mempengaruhi keinginan membaca dan mengonsumsi informasi tersebut. Mengonsumsi sebuah berita bisa dilakukan bersamaan dengan kegiatan lainnya dan menjadikan kegiatan rutin di dalam kehidupan sehari-hari (Dimmick, Feaster, & Hoplamazian dalam Indrajaya & Lukitawati, 2019). Minat membaca melalui media cetak semakin menurun, sedangkan melalui media *online* semakin meningkat. Menurut Survei Nielsen yang membaca informasi melalui internet dengan rentang usia 20-49 tahun sebanyak 80% (Katadata.id, 2017).

Berita di dalam media *online* memiliki beragam informasi. Sejak pada tahun 2019 akhir, media *online* banyak membahas informasi mengenai wabah virus Covid-19. Pada 31 Desember 2019, China menjadi negara pertama yang terpapar virus Covid-19. Saat itu, virus tersebut ditemukan di Wuhan, Provinsi Hubei (Duarte, 2020). Setelah kasus pertama Covid-19 terjadi di Wuhan, semakin banyak negara-negara lain yang terpapar. Salah satunya adalah Indonesia. Pada pertama kalinya, pemerintah mengumumkan bahwa di Indonesia sudah memiliki dua orang yang terpapar Covid-19 (Pranita, 2020). Semenjak adanya pandemi Covid-19 menimbulkan efek panik. Oleh karena itu, untuk mencegah wabah ini harus berdekatan dengan kehidupan (Mughtar dalam Boer, Pratiwi, & Muna, 2020).

Pandemi Covid-19 ini membuat semua segala aspek merasa terancam. Dimulai dari kesehatan, ekonomi, sosial, dan budaya. Sejak wabah virus Covid-19 ini terjadi, berita terus-menerus disebar di semua platform, salah satunya ialah media *online*. Pada pemberitaan Covid-19 ini, media ikut serta untuk membagikan informasi mengenai perkembangan terbaru serta peraturan-peraturan yang ditetapkan pemerintah dan akibat di masyarakat. Media *online* juga ikut

memberitakan informasi terkini mengenai Covid-19 dari beberapa pandangan dengan ketangkasan dan kemudahan untuk mengakses (Boer, Pratiwi, & Muna, 2020). Informasi yang dibagikan dalam media *online* bisa mengenai jumlah kasus harian Covid-19, jumlah kematian, hingga beberapa peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mencegah wabah virus tersebut.

Besarnya masyarakat dalam mengonsumsi media, menimbulkan efek terpaan media yang menciptakan beragam pemahaman konsumen (Boer, Pratiwi, & Muna, 2020). Hal ini membuat masyarakat harus lebih berhati-hati dalam membaca dan memahami berita agar menghindari kekeliruan. Semenjak adanya pandemi, masyarakat banyak yang mengonsumsi berita mengenai Covid-19 untuk menjadi kebutuhan informasinya.

Pada penelitian ini, peneliti ingin menggunakan kelompok Generasi Z pada anak muda salah satunya mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara. Karena mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara merupakan kumpulan orang-orang yang kebanyakan bagian dari Generasi Z anak muda. Dalam Universitas Multimedia Nusantara angkatan yang masuk dalam Generasi Z yaitu mulai dari angkatan 2017 sampai dengan 2020. Adapun angkatan 2015 dan 2016 dalam Universitas ini masih termasuk pada golongan generasi Z. Mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara juga merupakan sekumpulan orang-orang yang mempunyai latar belakang yang berbeda dan beragam, seperti suku, budaya, cara pandang, status, tempat tinggal, dan lain-lain. Hal tersebut setiap mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara memiliki cara yang berbeda untuk menyerap sebuah informasi.

Generasi Z merupakan generasi kelahiran tahun 1995 sampai dengan 2009 (Rastati, 2018). Pada angkatan 2017-2020 merupakan generasi kelahiran tahun 1999-2002 yang berumur 19-21 tahun. Generasi Z atau *iGeneration* (generasi internet), mudah untuk menggunakan dan menerapkan kegiatannya dalam satu waktu. Contohnya pada penggunaan gadget dalam membuka media sosial sambil mendengarkan musik, nonton di internet, dan masih bisa banyak lagi. Populasi generasi Z pada saat ini masih lebih dominan. Hal tersebut bisa terjadi karena sejak dini sudah terbiasa dengan adanya teknologi sehingga sudah terpengaruh (Fitra &

Imam, 2018). Penelitian ini berupaya untuk menggali tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang diukur dengan kesenjangan kepuasan antara *gratification sought* dan *gratification obtained*.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat pada latar belakang di atas, rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah: Seberapa jauh tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara akan kebutuhan informasinya?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Melihat latar belakang serta rumusan masalah, berikut pertanyaan yang menjadi fokus peneliti:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara saat mengonsumsi berita Covid-19 di media *online*?
2. Bagaimana tingkat kepuasan dari *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* yang diperoleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara?
3. Apakah dari kesenjangan yang diperoleh, kepuasan informasi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara terpenuhi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki tujuan, yaitu

1. Untuk mengukur seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa UMN saat mengonsumsi berita Covid-19 dalam memenuhi kebutuhan informasinya.
2. Untuk mengukur *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dari generasi Z dalam mengonsumsi berita Covid-19 di media *online*.
3. Untuk mengukur kesenjangan kepuasan dari generasi Z dalam mengonsumsi berita Covid-19 di media *online*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan atau referensi bagi mahasiswa lain atau peneliti lain yang akan membuat karya tulis mengenai dunia

jurnalistik dalam konsumsi berita, khususnya penelitian terkait pemahaman mengonsumsi berita di media *online*. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menunjukkan seberapa besar atau kecil kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi dalam mengonsumsi berita Covid-19 dalam media *online*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu dalam memberikan pandangan baru terhadap pembaca yang mengonsumsi berita Covid-19 dalam media *online*. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu membuka perspektif para konsumen atau pembaca berita dalam membaca berita untuk turut ambil bagian dalam dunia jurnalistik.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Selain secara akademis maupun praktis, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat secara sosial terutama sebagai rujukan untuk mengetahui apa yang menjadi pengaruh dan efek dari terpaan media terhadap kepuasan mengonsumsi berita Covid-19 di Indonesia dalam media *online*. Peneliti berharap penelitian ini dapat bahan pertimbangan bagi pembaca apabila hasil penelitian ini tidak puas.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dimiliki penelitian ini adalah penelitian ini hanya dilakukan pada media *online* yang lebih berfokus pada berita mengenai Covid-19 saja. Penelitian ini hanya membahas tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dalam mengonsumsi berita Covid-19. Selain itu, penelitian ini hanya mengambil sebagian kelompok usia dari Generasi Z yaitu mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara saja.