BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang sedang berkembang pesat pada saat ini sering dijuluki sebagai faktor penentu perubahan yang kehadirannya tidak bisa dibendung. Pada abad ke-21 ini semakin banyak perubahan yang terjadi akibat adanya pengaruh kemajuan teknologi. Proses pengaruh kemajuan ini tidak hanya berjalan pada satu bidang saja namun juga terjadi ke bidang-bidang lain dalam kehidupan manusia seperti bidang teknologi, pendidikan, ekonomi, dan sosial budaya. Dengan demikian kemajuan ini juga berpengaruh pada perkembangan jurnalisme. Banyak sekali media massa yang lahir untuk berperan dalam penyampaian dan penyebaran informasi secara aktual ditengah masyarakat. Media konvensional yang dikenal seperti televisi, radio, surat kabar, dan media massa jenis lainnya dipaksa untuk menyempurnakan keterbatasan jangkauan dengan memanfaatkan internet sebagai solusinya. Hal itu tidak lain dan tidak bukan sebagai akibat dari segala hal yang bersifat efektif, transparan dan tanggap di era sekarang. Jurnalisme mengalami pergeseran yang cepat, dan sangat sulit untuk memprediksi apa yang akan terjadi di dunia jurnalistik dalam beberapa tahun ke depan. Pergeseran ini dapat dilihat dari adanya digitalisasi yang didorong dari industri jurnalisme.

Selama sepuluh tahun terakhir ini, kemajuan pesat dalam bidang teknologi, secara khusus teknologi informasi dan komunikasi (ICT), telah menyebabkan munculnya tren baru yang juga muncul di bidang komunikasi contohnya yaitu penggunaan media-media modern dalam melakukan suatu interaksi sosial. Ini termasuk dengan fenomena munculnya berbagai media yang menggabungkan teknologi komunikasi massa konvensional dengan teknologi komunikasi baru, yang dikenal sebagai konvergensi media. Konvergensi media membuka dan

memberikan peluang yang baru untuk mengolah, menyajikan, mendistribusikan serta memproses segala bentuk informasi (baik visual, audio, data, dan sebagainya) (Preston, 2001: 27). Dengan adanya proses konvergensi media tersebut akan memudahkan media dan juga khalayak luas / masyarakat dalam proses memperoleh maupun menyebarkan suatu informasi dengan lebih cepat.

Selain memperlihatkan perkembangan teknologi yang semakin pesat, konvergensi media juga memberikan dampak pada arus informasi serta interaksi sosial yang sedang berlangsung menjadi semakin aktual dan mudah. Arus informasi yang berlangsung sejak terjadinya konvergensi media menjadi semakin personal, mengapa demikian karena setiap individu dapat memilih secara bebas tentang informasi apa yang sedang dibutuhkan. Contoh menarik dari proses konvergensi media yakni bisa dilihat dari terjadinya jurnalisme online yang saat ini banyak peminatnya. Tidak dapat disangkal bahwa jurnalisme online, menurut Jim Hall (2001:4), akan mengubah media konvensional. Hingga pertengahan 1990-an, menurutnya hampir semua media nasional di seluruh dunia mulai mengembangkan media online, yang sangat terkait dengan istilah jurnalisme, dan ada hubungan yang kuat antara media konvensional dan internet.

Dengan adanya konvergensi media, maka muncul pemikiran untuk menciptakan media online untuk memperbarui dan menyempurnakan media tradisional. Karakteristik media online tidak sama dengan karateristik media konvensional seperti koran dan lainnya yang diterbitkan untuk muncul harian, mingguan dan bulanan. Khalayak dapat mengakses informasi secara aktual kapanpun itu dan dimanapun melalui media online. Saat ini media online merupakan salah satu fasilitas dunia maya yang dapat memfasilitasi interaksi sosial interaktif melalui teknologi berbasis internet, sehingga mengubah modus komunikasi dari monolog media

penyiaran (satu ke banyak penonton) menjadi dialog media sosial (banyak penonton ke banyak penonton).

Banyaknya portal media online yang hadir dan muncul saat ini merupakan fenomena dari peralihan media oleh khalayak, meskipun ada sebagian dari khalayak yang masih bertahan dan menggunakan media lama seperti televisi dan media cetak. Peralihan yang dimaksud disini yaitu peralihan masyarakat dalam menggunakan sebuah media, yang awalnya mayoritas dari mereka menggunakan media konvensional (televisi, radio, koran) dan saat ini lebih memilih untuk menggunakan media baru seperti (media berita online, media sosial). Salah satu fenomena peralihan media dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei Nielsen yang melakukan survei menggunakan media online kompas.com. Hasil tersebut menunjukkan jika konsumen media online Kompas.com yang paling besar merupakan pembaca dengan umur (20-34 tahun) yang termasuk sebagai generasi milenial dan juga umur (35-49 tahun) yang termasuk sebagai generasi X. Pengujian ini diambil dari topik konten berita mengenai ekonomi dan juga hiburan. Dari hasil survei tersebut dapat menunjukkan bahwa pengguna situs web Kompas.com secara online didominasi oleh pembaca berusia muda, sedangkan surat kabar Kompas digunakan oleh pembaca berusia 35 tahun ke atas (Lubis, Mila. 2018).

Selain itu, APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) telah melakukan survei pada tahun 2023 dan menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai 78,19% yaitu sebanyak 215.626.156 jiwa dari keseluruhan penduduk sebanyak 275.773.901 jiwa. Menurut Ketua APJII Muhammad Arif, penetrasi internet di Indonesia meningkat 1,17 persen pada tahun ini. Ditunjukkan dari hasil survei bahwa penetrasi internet laki-laki meningkat sebesar 79,32% dari total populasi laki-laki pada tahun 2022–2023, sementara penetrasi

internet perempuan meningkat sebesar 77,36% dari keseluruhan populasi perempuan di Indonesia (Yati, Rahmi, 2023).

Keberadaan media online sebagai sumber informasi ini menjadikan khalayak semakin dimudahkan dalam pemenuhan kebutuhannya untuk mencari informasi yang diinginkan. Informasi yang paling dimiati dan banyak dicari saat ini yaitu informasi mengenai berita terkini seperti berita ekonomi, sosial, olahraga dan khusunya informasi politik. Banyak dari masyarakat Indonesia yang saat ini sedang mencari tahu mengenai update terkini dibidang politik lantaran pada 2024 mendatang akan diadakan pemilihan presiden. Saat ini, isu topik tersebut menjadi pemberitaan yang sangat dibicarakan di berbagai media dan lingkungan masyarakat. Dalam fenomena politik sekarang, Nuryanti (2018:1187) menyatakan bahwa media cetak elektronik dll digunakan sebagai sarana pemberitaan masalah pemilu, terutama calon pemimpin dan calon partai mulai menggunakan media sosial, dan kemajuan teknologi banyak digunakan sebagai kelanjutan komunikasi politik.

Media online berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, yang disebabkan oleh berbagai faktor (ekonomi, sosial, dan budaya) termasuk politik, sehingga tidak jarang media tunduk pada politik untuk memenuhi kebutuhan sosial. Ini ditunjukkan oleh Nasution (2016: 77-78). Dengan begitu maka menjadi nilai komersial dari media itu sendiri. Hal tersebut sejalan dengan media sangat memengaruhi kognisi seseorang, yang pada gilirannya memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku mereka.

Sebuah media Merdeka.com melakukan penelitian mengenai politik dan menyatakan bahwa generasi milenial saat ini kurang tertarik dengan politik. Hal ini karena beberapa alasan seperti generasi milenial yang tidak suka dengan dunia politik, banyaknya isu-isu negatif dalam bidang politik, hingga bosan dengan adanya keributan di dunia politik. Selain itu, generasi

milenial juga masih memiliki sikap yang apolitis, milenial tidak butuh janji-janji manis yang hanya diucapkan oleh politikus namun tidak dibarengi dengan tindakan yang nyata (Faqir, Anisyah Al. 2018). Adanya penelitian yang dilakukan media diatas peneliti menjadi tertarik untuk meneliti generasi milenial (20-34 tahun) yang rata-rata umurnya cocok dengan kriteria subjek penelitian seorang mahasiswa. Subjek penelitian diambil penulis dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2019. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang termasuk dalam fakultas ilmu sosial dan ilmu politik tentunya mereka membutuhkan sebuah informasi politik untuk menambah wawasan. Selain itu, sebagai generasi milenial para mahasiswa ini lebih memilih untuk menggunakan media online untuk mencari sebuah informasi khususnya informasi politik.

Salah satu media online yang saat ini sering digunakan dan diakses oleh khalayak khususnya generasi milenial yaitu media online Kompas.com. Sesuai yang terbukti dengan hasil survei yang telah dilakukan oleh Nielsen yang menggunakan media online Kompas.com, hasil tersebut menunjukkan jika konsumen media online Kompas.com yang paling besar merupakan pembaca dengan umur (20-34 tahun) yang termasuk sebagai generasi milenial dan juga umur (35-49 tahun) yang termasuk sebagai generasi X. Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna media online kompas.com kebanyakan yakni pembaca berusia muda, sedangkan pembaca yang berusian 35 tahun keatas lebih memilih media kompas surat kabar menurut Lubis Mila (2018).

Salah satu situs web yang paling terpercaya di Indonesia yakni media Kompas.com yang selalu diupdate selama 24 jam setiap harinya. Rata-rata tingkat kunjungan atau page view dengan konsumen media lebih dari 15 juta pembaca mencapai 40 juta setiap bulan. Dalam menyajikan sebuah pemberitaan, Kompas.com adalah salah satu situs web online yang selalu

mengutamakan aktualitas. Portal media online yang berdiri sejak tahun 1998 ini mengusung perubahan penampilan yang signifikan pada tahun 2008. Perubahan yang signifikan tersebut membuat media online ini mengedepankan unsur user-friendly dan advertiser-friendly yang menjadikan Kompas.com sebagai sumber informasi yang semakin lengkap yang menawarkan berita dalam bentuk teks, serta gambar, video, dan streaming langsung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah yaitu "Bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi politik mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, Universitas Muhammadiyah Malang melalui media online Kompas.com?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi politik mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, Universitas Muhammadiyah Malang melalui media online Kompas.com.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini akan berfungsi sebagai sumber referensi di bidang komunikasi untuk peneliti selanjutnya dan pihak lain dalam mempelajari media online Kompas.com untuk memenuhi kebutuhan informasi akan fenomena politik, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian skripsi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Di sisi lain secara praktis, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat, khususnya mahasiswa, tentang cara mendapatkan informasi politik melalui platform online Kompas.com.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG