

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadikan banyaknya bermunculan media baru. Salah satu media baru yang saat ini menjadi alat komunikasi utama yang diminati masyarakat ialah media sosial. Tahun 2021 sendiri, sekitar 77,02% penduduk Indonesia terlibat dalam penggunaan media sosial, yang mana hampir setiap orang yang memiliki telepon seluler memiliki setidaknya satu aplikasi media sosial (Bagus & Puja, 2024). Dengan media sosial kini masyarakat dimudahkan dalam berbagai hal salah satunya ialah dalam mengakses informasi memberikan ruang untuk mencari lebih banyak sebuah informasi dan berkomunikasi (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021).

Dengan perkembangan media sosial yang sangat pesat, menjadikan banyak lini kehidupan harus melakukan penyesuaian. Salah satunya adalah media massa. Dengan adanya media sosial menjadikan media massa mulai mencari alternatif dan terus bereksperimen dengan menjadi aktif dalam berbagai bentuk di berbagai platform media sosial, dengan karakteristik dan kendalanya sendiri (Hendrickx et al., 2024). Media massa adalah saluran non-personal dan non-interaktif yang memungkinkan pengirim menjangkau banyak audiens dalam satu waktu, namun penerima tidak dapat berinteraksi dengan pengirim (Hongcharu, 2024). Kini, pola media massa menjadi berubah sejak menggunakan media sosial, bukan hanya non interaktif namun bisa lebih aktif dengan interaktif. Hal tersebut adalah wujud dari penyesuaian tersebut yakni dengan menggunakan media sosial sebagai media pendukung. Perkembangan dan pemanfaatan media sosial sebagai media pendukung, yang mana perubahan ini menjadikan siapapun dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkini (Anggraini, Duku, & Yahya, 2024).

Wujud dari media baru yang banyak digunakan oleh media massa saat ini adalah Media sosial. Dimana media sosial juga memiliki perwujudan yang bermacam-macam, dengan karakteristik yang bermacam-macam pula. Beberapa media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah, Facebook, Twitter, dan juga Tiktok yang mengakibatkan banyaknya pertumbuhan pengguna media sosial. APJII juga telah berhasil meng survei dan wawancara dengan 7.568 responden yang berusia 13 hingga 55 keatas, yang mana hal tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna internet semakin bertambah dari tahun ke tahun (Pratidina & Mitha, 2023). Pada awal tahun 2022 dilaporkan pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta jiwa, yang mana sebagian besar dari data tersebut pengguna mengakses internet melalui ponsel untuk membuka media sosial (Riyanto, 2022). Pada tahun 2024 menurut laporan We Are Social pengguna media sosial di Indonesia sejumlah 139 juta identitas pengguna, Jumlah tersebut setara 49,9% dari total populasi nasional (*Digital 2024: 5 Billion Social Media Users, 2024*).

Karena adanya media sosial menjadikan pertukaran informasi dan interaktivitas menjadi suatu hal yang relevan di era digital saat ini. Dimasa sekarang media sosial dapat memungkinkan interaksi secara langsung, yang mempercepat perubahan sikap, perilaku, pengetahuan, dan persepsi (Putra, 2017). Kini media sosial digunakan sebagai alat mendasar untuk berbagi informasi secara real time dan menjadi platform utama untuk menemukan peristiwa terkini (Heravi & Harrower, 2016). Interaktivitas dalam bentuk digital dapat memberikan ruang yang memungkinkan seorang pengguna dapat menjadi sumber ataupun sebagai penerima pesan dari hasil konten interaksi yang dilakukan. Bahkan kini dengan interaktivitas yang terjalin di jejaring media sosial memungkinkan seseorang berkomunikasi bukan hanya dengan dua orang namun dapat berkomunikasi dengan jangkauan yang lebih luas. Adapun konsep interaktivitas menurut McMillan dalam bukunya *Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions*, yang membagi bentuk interaktivitas menjadi tiga yakni, Users to users, Users to documents, and Users to systems.

Adanya Media Sosial dan pentingnya membangun sebuah interaktivitas disana menjadikan perubahan yang cukup besar dirasakan oleh media-media konvensional. Kunci dari membangun interaktivitas adalah kualitas komunikasi adalah faktor yang paling penting untuk interaktivitas (Huang et al., 2018). Karena perubahan tersebut juga akan mempengaruhi perkembangan dari media massa itu sendiri. Media massa melakukan penyesuaian karena itu adalah sebuah kebutuhan. Dijelaskan dalam laporan berita digital terbaru telah menunjukkan bagaimana akses media sosial semakin melampaui akses langsung ke situs web dan aplikasi berita sebagai cara utama seseorang untuk mendapatkan berita di ranah daring (Newman, 2022). Di Jawa Timur sendiri media massa semakin banyak menggunakan media sosial sebagai media pendukung. Salah satu media massa yang melakukan penyesuaian dengan menggunakan media pendukung adalah Radio Suara Surabaya.

Radio Suara Surabaya atau lebih akrab disebut SSFM merupakan salah satu lembaga penyiaran swasta yang aktif mengembangkan sayapnya dengan selalu beradaptasi dengan teknologi baru. Radio Suara Surabaya mulai mengudara pada tanggal 11 Juni 1983 dan menempati frekuensi di angka 100.0 FM dengan format siaran, news-interaktif dan solutif. Format siaran tersebut digunakan bukan hanya pada radio namun juga untuk media pendukung yang mereka gunakan



Gambar 1. 1 Profil Akun X @e100ss

Dari beberapa media sosial yang digunakan X adalah media sosial kedua setelah facebook yang mereka miliki. Tepatnya pada 27 September 2012 dengan username e100ss dan hingga kini memiliki followers sebanyak 1.066.65, yang mana dengan jumlah tersebut akun X Suara Surabaya menduduki peringkat pertama akun X milik radio dengan konsep Citizen Journalism di Jawa Timur, baru setelahnya disusul oleh City Guide Malang dan Radio Andika Kediri. Akun X Radio Suara Surabaya ini juga berbeda dengan akun X yang dimiliki media lain di Jawa Timur, karena akun X Radio Suara Surabaya ini memberikan informasi yang lengkap seputar lalu lintas, kecelakaan, bencana alam, kehilangan dan juga kriminalitas, dengan bentuk yang bervariasi, mulai dari tweet berbentuk rangkuman informasi, link, hingga tweet yang dilengkapi dengan foto maupun video, dan hal tersebut ditujukan sebagai pelayanan publik.

Tabel 1. 1 Data Pengikut Akun Media sosial, Media di Jawa Timur 2024

Nama Akun	Pengikut
e100ss	1,065 juta
City Guide Malang	22.231 ribu
Radio Andika Kediri	15.1494 ribu

Sumber : Observasi Penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa akun media sosial X Suara Surabaya menempati urutan terbanyak kedua setelah kumparan. Tentunya jumlah tersebut sangat mungkin untuk selalu berkembang, melihat bagaimana content-content sudah sangat ikonik dan melekat di masyarakat. Dari konten-konten tersebut membentuk cukup banyak interaktivitas di akun media sosial X Suara Surabaya. Tentunya hal tersebut menjadi angin segar dalam menghadapi persaingan antar media-media konvensional lainnya.

Hasil survei juga membuktikan bahwa Twitter/X merupakan platform media sosial terpopuler bagi jurnalis profesional dan juga media massa. Dalam Surveynya dua pertiga jurnalis menyebut Twitter adalah platform media sosial yang paling banyak mereka gunakan, sedangkan hanya 18% menyebut Facebook dan 8% menyebut Google+ sebagai platform pilihan mereka untuk keperluan profesional (Heravi & Harrower, 2016). Salah satu media sosial yang dijadikan oleh radio sebagai mainstream media adalah Twitter, Twitter dibuat pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams. Menurut laporan dari we are social dan Hootsuite pada tahun 2023 Indonesia memasuki peringkat kelima pengguna internet terbanyak yakni mencapai 24 juta pengguna (Aldyssa & Sary, 2024). Sementara itu Twitter atau X telah menduduki posisi ke 14 di dunia sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak (Aldyssa & Sary, 2024). Twitter juga termasuk dalam jejaring media sosial yang berfokus pada microblogging, atau media siaran dalam bentuk blog (Mutoharoh, 2022). Menurut Sulianta (dalam Rafly et al., 2024) twitter adalah salah satu media sosial yang termasuk dalam jenis microblogging yang bertujuan untuk bertukar informasi atau cuitan secara ringan. Twitter Kini nama twitter sudah berganti menjadi X sejak Elon Musk mengaku sisinya pada 22 Juli 2023. Walaupun namanya berubah, hal tersebut tidak memberikan perubahan yang signifikan terhadap aplikasi media sosial ini karena fungsi dan manfaat dari X, karena hal tersebut masih dapat dirasakan oleh penggunanya.

Menurut kutipan dari Medium, 2019 menunjukkan data akun media berita mencapai hampir 25% dari pengguna Twitter yang terverifikasi (Baftiu & Dodds, 2023). Hal tersebut menjadikan adanya sebuah persaingan antar akun Twitter media massa. Dari persaingan tersebut dan juga kebutuhan informasi dari masyarakat yang cukup banyak akun X Suara Surabaya termasuk akun media sosial dengan pengikut tertinggi diantara akun media sosial milik media konvensional di Jawa timur. Pada setiap harinya akun Twitter Suara Surabaya dapat memposting kurang lebih surabaya pada akun X @e100ss sehingga masih tetap eksis untuk selalu memberikan kebutuhan informasi sebagai upaya mereka melayani publik. 15 tweet, dan uniknya hampir keseluruhan tweet menghasilkan sebuah interaktivitas. Dari

popularitas itulah membuat peneliti tertarik berfokus untuk meneliti analisis bentuk interaktivitas yang digunakan oleh suara

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas dan batasan permasalahan dari penelitian ini adalah, “Bagaimana bentuk interaktivitas yang diterapkan oleh Suara Surabaya pada media sosial X @e100ss sebagai media informasi bagi publik”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses interaktivitas yang diterapkan dalam sosial media Suara Surabaya pada akun X @e100ss sebagai media informasi bagi publik oleh Suara Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Akademis : Penelitian ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan dan dapat digunakan untuk salah satu kajian ilmiah dalam dunia media massa khususnya yang berhubungan dengan radio, media sosial dan interaktivitas. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk pihak lain dalam mengembangkan penelitiannya.

Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat membantu praktisi sosial media specialist pada naungan perusahaan media massa, khususnya untuk praktisi admin sosial media Suara Surabaya untuk dapat memaksimalkan media sosial sebagai alat komunikasi yang interaktif dalam upaya pelayanan publik. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan untuk peneliti selanjutnya untuk penelitian terkait Interaktivitas pada akun media sosial.