

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet menjadi selaku wujud dari *new media* yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini seiring dengan survei yang dikerjakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), di mana datanya tahun 2023 menampilkan bahwasanya total pengguna internet di tanah air yakni sekitar 215,63 juta.

Dengan ini internet sebagai *new media* tentu memboyong perubahan besar di semua elemen kehidupan masyarakat modern. Mulai dari hubungan sosial, perilaku politik dan model bisnis sampai mengusung praktik Jurnalistik yang telah berkembang menjadi sangat berbeda di keadaan saat ini dengan awal tahun 2000-an. Di mana kegiatan dalam ranah jurnalistik tak terlepas dari proses pencarian, pengumpulan, penyusunan, pengolahan, ataupun penulisan, penyuntingan, penyajian, dan penyebarluasan karya jurnalistik kepada khalayak dengan saluran media massa (Suryawati, 2011).

Perubahan ranah jurnalistik dari imbas internet yang juga mempengaruhi kehidupan masyarakat yakni kelahiran dari media berita online. Hal ini sehaluan dengan temuan studi yang dilakukan oleh Reuters Institute bekerja sama dengan University of Oxford tentang pola konsumsi berita dan pasar digital di seluruh dunia (Digital News Report 2022). Survei dilangsungkan dari Januari akhir sampai Februari awal tahun 2022 melibatkan sekurangnya 93.000 responden dari 46 negara menyelesaikan survei online. Hasilnya menunjukkan bahwasanya sumber berita yang diperoleh masyarakat Indonesia paling banyak berakar dari: online media 88 persen, kemudian sosial media 68 persen, diikuti TV 57 persen, terakhir melalui media cetak (koran, majalah, dan sejenisnya) sekitar 17 persen.

Eksistensi media online saat ini sangat meledak sebab khalayak telah menikmati kemudahan dari media online ini sebut saja: dapat dilihat kapan saja serta dari lokasi mana saja secara cepat yang dilengkapi dengan konten yang lebih terkini. Adapun salah satu media berita online yang paling populer di Indonesia yakni detik.com. Hal ini didukung oleh data Reuters Institute Digital News Report 2022 ataupun Journalism Research pada 15 Agustus 2022 yang menunjukkan bahwasanya Detik.com telah menjadi media online dengan konsumsi terbesar di Indonesia. Hingga 65% dari mereka yang disurvei mengatakan bahwasanya mereka membaca media ini setidaknya seminggu sekali.

Berdiri pada 1998, detik.com yakni media berita online yang diproduksi oleh PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom). Detik.com menyajikan berbagai informasi seputar: kesehatan, bisnis, gaya hidup, hiburan, olahraga hingga edukasi. Dalam perkembangan medianya, media online ini juga selalu melakukan penyesuaian dari segi keperluan setiap pembacanya.

Sebagai media online yang populer, detik.com ini telah mendapatkan kepercayaan dari khalayak dan menjadi pusat perhatian dari segala informasi. Kepercayaan ini muncul melalui motif keperluan khalayak akan informasi yang dipaparkan oleh media massa ataupun semisal detik.com, contoh keinginan guna mengetahui peristiwa ataupun mendapatkan hiburan. Motif

keperluan ini berasal dari informasi yang diberikan media tersebut. Ketika informasi menarik serta bermanfaat akan memenuhi keperluan mereka secara tidak langsung. Nantinya keterpikatan inilah menunjukkan bahwasanya publik akan mulai percaya pada media tersebut. Dimana menurut Walgito (2010:107), demi mencapai suatu tujuan tertentu, motif dimaksudkan sebagai daya penggerak dalam diri seseorang ataupun khalayak. Pada hakekatnya, yang mendasari motif seseorang ini yakni upayanya dalam hal keperluannya dapat terpuaskan melalui media.

Seperti halnya seirama dengan teori Uses and Gratifications yang mana teori ini berprinsip bahwasanya khalayak-lah yang secara aktif memilih media yang sesuai dengan keperluannya (Kriyantono, 2006:204). Ada banyak motif penggunaan media yang mendorong seseorang menggunakan media. Seperti motif milik McQuail (1987:73), di antaranya motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Dari keempat motif tersebutlah akan timbul sebuah kepuasan. Kepuasan ini menjadi hasil dari penilaian khalayak apakah media yang dipilih telah menyuguhkan apa yang menjadi keperluan atau motif dari khalayak telah terpuaskan melebihi harapannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berasas penjabaran latar belakang yang sudah diterangkan tersebut, peneliti tertarik ingin mengulik motif dan kepuasan warga kelurahan benda kota tangerang dalam penggunaan media online detik.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan masalah topik, peneliti juga merincikan tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui motif warga kelurahan Benda Kota Tangerang dalam penggunaan media online detik.com.
2. Untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh warga kelurahan Benda Kota Tangerang dalam memenuhi motif penggunaan media online detik.com.
3. Untuk mengetahui motif dan kepuasan warga kelurahan Benda Kota Tangerang dalam penggunaan media online detik.com.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis : Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan pengetahuan secara teoritis dari motif dan kepuasan warga Kelurahan Benda Kota Tangerang dalam penggunaan media online detik.com.
2. Manfaat Praktis : Penulis berharap penelitian ini juga bisa memberikan manfaat tentang motif dan kepuasan warga Kelurahan Benda Kota Tangerang dalam penggunaan media online detik.com secara praktis.