

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Model media lama kebanyakan akan ditinggalkan oleh audiennya ketika muncul model media baru. Seperti media cetak atau surat kabar (tahun 1690-an) sebelum ada media elektronik, surat kabar ini sangat eksis, sejak diperkenalkannya televisi (tahun 1950-an) para audien surat kabar jumlahnya menurun.¹

Industri media massa lama yang sudah ada cenderung akan bersaing ketat dengan industri media massa yang lainnya ketika ada kemunculan model media baru, sehingga harus ada kreatifitas untuk mempertahankan media yang sudah ada. Proses yang demikian ini menimbulkan adanya *functional displacement*.² Media lama tidak akan mati semuanya walaupun keadaannya sudah hampir tidak diminati lagi. Hal ini sesuai dengan ungkapan Roger Fidler bahwa “ketika bentuk media komunikasi baru muncul, bentuk-bentuk yang lebih tua biasanya tidak mati—mereka terus berevolusi dan beradaptasi”.³

¹ Shirley Biagi, *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*. Diterjemahkan Anoname, *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, (t.tp.: Salemba Humanika, t.t.), 64

² *Functional Displacement* adalah Kehadiran teknologi komunikasi yang baru, membuat media lama mengubah dari fungsi media lama kepada fungsi seperti media baru. Lihat, Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, diterjemahkan oleh Afrianto Daud dan Putri Iva Izzati, *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 81

³ Shierly Biagi, *Media/Impact*, 238

Media tradisional atau konvensional saat ini mengintegrasikan diri ke *new media* atau internet. Hal ini dilakukan karena semakin banyak orang mencari atau untuk memenuhi kebutuhannya, cukup mencari lewat media internet. Semua bisa didapatkan pada satu alat *gadget* atau perangkat yang dinamakan *smartphone*, dan hampir semua orang mempunyai alat ini. Seperti yang peneliti kutip dari laman Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, bahwa menurut lembaga penelitian *Digital Marketing Emarketer* yang dilakukan tahun 2018 memprediksi terdapat 100.000.000 (seratus juta) orang lebih di Indonesia mempunyai *smartphone*.⁴ Dengan adanya internet, disediakan informasi yang lebih cepat, dan perkembangan internet bisa dikatakan lebih cepat daripada media lainnya karena adanya teknologi digital dan sistem jaringan komputer.

Dalam media internet, setiap komputer maupun *smartphone* mampu menerima dan mengirim pesan, baik berupa teks, gambar, audio, maupun video. Selain itu, adanya media sosial mengakibatkan setiap orang bisa membagikan atau *share* berita kepada orang lain dengan mudah dan cepat. “*speed* adalah bagaimana jejaring sosial bisa memberikan informasi yang sangat cepat, melebihi kecepatan wartawan menuliskan berita”.⁵

⁴ Indah Rahmayani, “Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia”, *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*, <https://kominfo.go.id/>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2019

⁵ Kompas, 26 Desember 2011 dalam Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO, dan Tips Media Sosial)*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012). 103

Dengan melakukan konvergensi media⁶, audien bisa menikmati program atau konten media lama di media baru. Dengan demikian, audien bisa memilih menggunakan internet atau tetap menggunakan media konvensional dalam memenuhi kebutuhannya. Seperti media yang bernama Kompas, selain itu Kompas membuat media *online* yang dinamakan Kompas.com, Media televisi TVOne mempunyai media *online* Viva.co.id, radio Andika FM mempunyai media *online* andikafm.com dan lain sebagainya. Tidak hanya membuat *website*⁷, hampir semua media konvensional mempunyai akun media sosial, baik media cetak maupun elektronik. Media berlomba-lomba selalu *update* ke *new media* ini demi memenangkan kompetisi antar media yang sekarang semakin ketat.⁸ Kompetisi yang sehat antar industri media akan lebih memberikan keuntungan kepada audien dan pengiklan sebagai pasar media.⁹ Audien yang khususnya kalangan anak muda sangat banyak yang menggunakan media ini.

Di radio Andika FM, para pendengarnya disediakan beberapa media sosial untuk berinteraksi antar pendengar maupun dengan pihak radio Andika FM. Media sosial yang disediakan berupa SMS, telpon, *Whatsapp*, *Facebook*

⁶ *Convergence* atau konvergensi adalah bertemunya dua benda atau lebih dalam satu titik. Konvergensi media adalah penyatuan atau penggabungan media dengan memanfaatkan teknologi digital. Seperti media cetak, radio, televisi diintegrasikan dalam satu digital platform. Konvergensi media bisa menyatukan tiga unsur C, yaitu *computing*, *communication* dan *content*.

⁷ *Website* atau *web* adalah kumpulan halaman yang isinya terdapat informasi baik berupa teks, data, gambar (statis maupun animasi), audio, video yang saling berkaitan. Atau definisi *website* adalah Berbagai halaman yang ada di internet, yang terangkum dalam suatu *domain* atau *subdomain* yang berada dalam *www* atau *world, wide web*.

⁸ Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergen: Menjawab Tren Industri Media Digital*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 149

⁹ Usman Ks., *Ekonomi Media: Pengantar Konsep, dan Aplikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 18

(ag243), *Instagram* (@AndikaFM), dan *Twitter* (@AndikaFM), disana ada banyak informasi-informasi yang diupload atau diunggah oleh radio Andika untuk dikonsumsi para pendengarnya secara *online* (*netizen*).

Dengan media baru *online*, *netizen* (masyarakat dunia internet) dipermudah untuk mendapatkan apa saja yang diinginkan, khususnya kebutuhan akan informasi dan solusi. Ag243 menawarkan layanan untuk memenuhi kebutuhan *netizen* tersebut. Sesuai *taglinenya* yaitu “Informasi dan Solusi”, di ag243 terdapat banyak informasi-informasi dan solusi yang ditawarkan kepada audiennya yang aktif di media sosial khususnya *facebook*. Selain itu, *netizen* mendapatkan sesuatu yang lebih jika dibandingkan hanya mendengarkan radio, karena jika mendengarkan radio hanya mengetahui informasi dalam bentuk audio, sedangkan di media *online* bisa membagikan sesuatu baik berupa audio, gambar, teks, maupun berupa video.

Saling berbagi informasi apa saja seperti di radio Andika FM ini adalah salah satu perintah nabi Muhammad saw, dan nabi melarang untuk bohong dalam menyampaikan informasi tersebut. Seperti dalam hadits berikut,

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً، وَحَدِّثُوا عَنِّي بِبَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرْجَ، وَمَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا، فَلْيَتَّبِعُوا مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ»

“Dari Abdullah bin Amr, bahwasanya Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda “Sampaikan dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar) dari Bani Isra’il dan itu tidak apa (dosa). Dan siapa yang berdusta atasku dengan sengaja maka bersiap-siaplah menempati tempat duduknya di neraka”.

Memberikan sebuah solusi atau bantuan permasalahan ini termasuk dalam tolong menolong dalam hal kebaikan, di dalam al-Qur'an Allah menyeru kepada kita untuk bisa saling tolong menolong dalam hal kebaikan, seperti firman Allah SWT berikut;

.... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ¹⁰

“...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran....”.

*Fan page*¹¹ ag243 ini dibuat sudah cukup lama, yaitu pada 25 Juli 2014¹² dan jumlah orang atau *netizen* yang menyukai halaman tersebut sudah sangat banyak, karena ag243 ini isinya kebanyakan adalah informasi-informasi di sekitar wilayah Kediri dan sekitarnya (Malang, Blitar, Tulungagung, Trenggalek, Nganjuk, Jombang, Bojonegoro dan Mojokerto) dan ada informasi nasional, serta solusi-solusi.

Ketika peneliti mengikuti unggahan atau status-status yang ada di ag243, ada unggahan yang banyak disukai atau mendapatkan reaksi dan komen dari *netizen*, akan tetapi ada status/unggahannya yang kurang diminati *netizen*. Seperti peneliti lihat pada tanggal 15 September 2019 pada unggahan tentang Sekjen Kemendagri Hadi Prabowo tentang BKKBN, hanya mendapatkan *like* sebesar 35 (tiga puluh lima) dan satu komen. Sebaliknya ada unggahan tentang

¹⁰ QS. al-Maidah (5): 2

¹¹ *Fan Page* adalah halaman di *facebook* yang bertasanamakan pribadi atau tokoh, perusahaan, organisasi, dan sebagainya yang mempunyai penggemar (*fans*). Di dalamnya bisa untuk promosi, untuk berbagi, memberikan informasi, dan sebagainya kepada para penggemar halaman tersebut.

¹² “Profil Facebook Ag243”, <https://www.facebook.com/ag243/>, diakses pada tanggal 15 September 2019

kebakaran hutan yang ada di lereng gunung Klothok mendapatkan 3,5 ribu (tiga ribu lima ratus) lebih *like* dan 265 komentar.

Seseorang memilih satu media tertentu dari pada media lain untuk memenuhi kebutuhannya, atau seseorang lebih menyukai satu itu daripada yang lain, pasti mempunyai motif tertentu yang menjadi alasan. Dari perbedaan jumlah reaksi dari *netizen* di atas, seberapa besar motif yang mendorong *netizen* lebih memilih media *facebook* ag243 dan menyukai apa-apa yang diunggah di ag243, lalu dengan besarnya motif tersebut, apakah *netizen* radio Andika FM khususnya di *facebook* ag243 terpuaskan atas apa-apa yang dibagikan di *wall facebook* AG243?

Dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar motif dan tingkat kepuasan *netizen* terhadap media *facebook* ag243. Untuk itu peneliti memberikan judul penelitian “Tingkat Kepuasan *Netizen* Radio Andika FM Kediri di *facebook* ag243”.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah penelitiannya sebagai berikut,

1. Berapa besar motif *netizen* mengkonsumsi media *facebook* ag243?
2. Berapa besar tingkat kepuasan *netizen* Radio Andika FM pada media *online facebook* ag243?”

C. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui besar motif *netizen* mengkonsumsi media *facebook* ag243.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan *netizen* Radio Andika FM pada media *online facebook* ag243.

D. Kegunaan Penelitian

Dari tujuan penelitian di atas, penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini berguna secara teoritis dalam menyumbangkan pemikiran baru tentang teori *uses and gratification* bahwa penggunaan model penelitian ini berbicara tentang apa yang dilakukan audien ataupun kepuasan audien terhadap media. Dalam hal ini peneliti mencari tahu seberapa besar kepuasan *netizen* terhadap media sosial *online* yang dimiliki oleh media Radio Andika FM, yaitu bernama *facebook* ag243. Menambah ilmu dan wawasan kepada peneliti khususnya dan kepada pembaca tentang bagaimana teori *uses and gratification* ini diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Secara praktis

- a. Diharapkan memberikan kontribusi untuk memberikan pengetahuan dan wawasan serta dapat dijadikan salah satu dasar rujukan seputar

kepuasan *netizen* radio Andika FM di *facebook* ag243, bagi para mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.

- b. Diharapkan memberikan kontribusi (kegunaan) berupa saran kepada Radio Andika FM Kediri untuk lebih mengetahui keinginan audien atau *netizen*, agar meningkatkan kualitas unggahan di beranda *facebook* ag243 untuk memenuhi kepuasan para audiennya, khususnya para *netizen* di ag243.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah anggapan yang harus dibuktikan terlebih dahulu kebenarannya; anggapan dasar. Sedangkan hipotesis deskriptif adalah dugaan yang bersifat sementara terhadap bagaimana benda, suatu peristiwa atau variabel bisa terjadi.¹³ Berikut adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini;

H₀: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel motif dan penggunaan *facebook* ag243 oleh *netizen* radio Andika FM atau $GS = GO$ (*facebook* ag243 memuaskan *netizen*)

H_a: Terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel motif dan penggunaan *facebook* ag243 oleh *netizen* radio Andika FM atau $GS \neq GO$ (jika $GS > GO$ maka *facebook* ag243 tidak memuaskan *netizen*; jika $GS < GO$ maka *facebook* ag243 memuaskan *netizen*)

¹³ Umi Chulsum, dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi Terbaru Dilengkapi EYD dan Kebahasaan*, (Kashiki: Surabaya, 2014), 285

F. Asumsi Penelitian

Peneliti berasumsi bahwa terjadi kesenjangan kepuasan yang signifikan pada *netizen* ag243 dalam mengonsumsi media *facebook* ag243 ($GS < GO$), atau *facebook* ag243 memuaskan *netizen*.

G. Penegasan Istilah

1. *Gratification Sought*

Gratification Sought adalah kepuasan yang diinginkan atau dicari oleh audien terhadap suatu media. Dalam hal ini kepuasan yang dicari oleh *netizen facebook* ag243.

2. *Media Uses*

Media Uses adalah media yang digunakan oleh audien untuk memenuhi kebutuhan audien. Dalam hal ini media yang dipilih oleh peneliti hanyalah *fan page facebook* ag243 atau *facebook* resminya radio Andika FM.

3. *Gratification Obtained*

Gratification Obtained adalah kepuasan yang telah didapatkan oleh audien terhadap suatu media. Dalam hal ini kepuasan yang didapatkan oleh *netizen facebook* ag243.

4. *Netizen*

Netizen adalah sebutan untuk orang yang berada di dunia internet, atau warga *net*. *Netizen* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang mempunyai akun *facebook* dan menyukai halaman ag243.