

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi yang berkembang telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi. Teknologi informasi berkembang sebagai perpaduan antara teknologi komputer dan telekomunikasi dengan teknologi lainnya seperti perangkat keras, perangkat lunak, *database*, teknologi jaringan, dan peralatan telekomunikasi lainnya. Salah satu hasil penggabungan antara teknologi komputer dan telekomunikasi yang berhasil adalah internet. Bukti keberhasilan internet adalah menjamurnya berbagai program aplikasi yang berjalan melalui internet, termasuk aplikasi *mobile* pada telepon genggam.

Penggunaan teknologi informasi yang saat ini terus berkembang saat ini banyak memberikan timbal balik yang positif. Informasi pemahaman tentang realitas kehidupan dapat tersebar luas terutama melalui media massa cetak, elektronik, dan tak terkecuali internet. Media massa sendiri memiliki kemampuan untuk membangun pencitraan dalam benak masyarakat serta membentuk pendapat mereka. Media melalui isi pesan melaksanakan strategi pembingkaihan, yang menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan aspek-aspek lain dalam memandang kenyataan. Isi pesan media massa sangat tergantung pada ekonomi mereka serta kepentingan ideologis mereka. Media massa yang berkembang sangat pesat adalah media massa baru yang meliputi media sosial dan media online, seperti TV *online*, radio streaming dan media cetak yang diubah dalam format digital atau biasa disebut dengan situs berita *online*.

Kekhasan situs berita *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita. Kehadiran situs berita



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



online di Indonesia pertama kali diusung oleh Harian Republika pada 17 Agustus 1994 yang mendirikan Republika Online, kemudian menyusul majalah Tempo yang mendirikan tempointeraktif.com pada tahun 1996. Sejak saat itu situs berita *online* terus bermunculan, namun ada satu situs yang menonjol yaitu Detik.com yang muncul pada 9 Juli 1998 dan tidak ada satupun media cetak yang menaunginya. Tanpa dukungan media cetak, Detik.com mengenalkan berita yang ringkas *to the point* dan mengusung kecepatan dalam menyebarkan berita yang membuat Detik.com menjadi salah satu situs berita yang banyak diakses untuk mendapatkan informasi.

Keunggulan situs berita *online* adalah informasi atau berita bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. Sama seperti televisi ataupun surat kabar, situs berita *online* juga membahas berbagai macam aspek informasi yang bersangkutan dengan kehidupan para masyarakat dan berbagai fenomena yang menyeruak di kehidupan masyarakat. Salah satu yang tengah ramai menjadi pembahasan terkini di masyarakat adalah transportasi umum berbasis aplikasi *online* untuk *smartphone Android*, yaitu GoJek. Di detik.com sendiri terdapat 672 dokumen berita informasi yang berisikan tentang GoJek.

Gojek telah menjadi sebuah fenomena bagi masyarakat Indonesia sendiri, Peneliti Pusat Studi Transportasi dan Logistik Universitas Gajah Mada (UGM) Dwi Ardinata Kuerniawan mengatakan fenomena persebaran berita informasi Gojek dapat menjadi kritik terhadap perbaikan pelayanan angkutan umum. GoJek sudah menyita perhatian dari awal kemunculannya, begitu banyak berita tentang konflik dan keistimewaan GoJek dibandingkan dengan ojek konvensional. PT Gojek Indonesia sebagai perusahaan pertama yang menggagas jasa transportasi ojek *online* mampu merebut pangsa pasar, terbukti hanya dalam kurun waktu tiga bulan layanan GoJek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI (Indonesian Business and Information Kwik Kian Gie Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

telah diunduh sebanyak 100.000 kali. Pada Januari 2015, aplikasi ini diunduh 32.360 kali, pada Februari 81.843 kali dan Maret 131.795 kali.

Alasan masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan GoJek sebagai ojek online adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa ojek online lebih praktis dibanding ojek konvensional, para penggunanya dapat memesan via internet tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari ojek. Pelanggan juga merasa aman karena GoJek ini telah terintegrasi dibawah naungan institusi sehingga kepercayaan pelanggan akan lebih besar, serta tarif yang telah terstandarkan sehingga pelanggan tidak perlu melakukan tawar menawar dengan *driver*.

Selain itu banyak berita GoJek yang fokus pada profil ataupun kebaikan yang dilakukan oleh driver GoJek sehingga menarik simpati lebih dari masyarakat. Seperti peristiwa yang terjadi saat bom Thamrin, seorang driver GoJek bernama Yunus menyelamatkan seorang perempuan korban dari ledakan bom yang bernama Anggun, informasi ini menjadi sangat populer setelah kejadian ledakan bom tersebut. Ada juga berita mengenai seorang driver GoJek perempuan yang turut serta membawa anaknya ketika sedang beroperasi, informasi inipun akhirnya menjadi buah bibir di masyarakat dan menghadirkan berbagai persepsi di masyarakat tentang GoJek.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa memiliki kemampuan untuk membangun pencitraan dalam benak masyarakat serta membentuk pendapat mereka. Media melalui isi pesan melaksanakan strategi pembingkaihan, yang menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan aspek-aspek lain dalam memandang kenyataan. Isi pesan media massa sangat tergantung pada ekonomi mereka serta kepentingan ideologis mereka.

Isi pesan media massa secara tidak langsung dapat mendorong munculnya minat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Minat merupakan suatu



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kecenderungan untuk tingkah laku yang berorientasi pada objek, kegiatan atau pengalaman tertentu, dan kecenderungan tersebut antara individu yang satu dengan individu yang lain tidak sama intensifnya.

Minat diartikan pula sebagai kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu masalah ataupun suatu situasi yang mempunyai sangkut paut dengan dirinya yang dilakukannya dengan sadar serta diikuti rasa senang. Minat adalah sambutan yang sadar, jika tidak demikian maka minat tersebut tidak mempunyai nilai sama sekali. Minat memiliki beberapa unsur. Unsur minat terbagi menjadi tiga yaitu, kognisi, emosi, konasi. Unsur kognisi, untuk mengenal objek yang akan mempengaruhi minat. Unsur emosi, melibatkan perasaan tertentu, biasanya perasaan senang. Unsur konasi merupakan kemauan untuk melakukan suatu kegiatan.

Minat juga dipandang sebagai pendorong yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian terhadap orang, sesuatu, aktivitas – aktivitas tertentu dan apabila seseorang menaruh minat pada sesuatu, maka minat tersebut berfungsi sebagai pendorong yang kuat untuk terlibat secara aktif pada objek yang menarik perhatiannya tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh akan pemberitaan GoJek di Detik.com terhadap minat menggunakan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini diawali dengan menggunakan Teori S-O-R yang mendasari bahwa manusia adalah makhluk yang aktif dalam mencari informasi dan memilih menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya atas suatu informasi. Kemudian isi dari informasi yang ada dinilai oleh organisme yang menggunakan media itu sendiri menjadi dasar untuk berperilaku. Hal tersebut berdasarkan teori S-O-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



R, di mana teori ini menekankan adanya reaksi karena aksi yang diciptakan. Dimana minat penggunaan GoJek merupakan suatu reaksi yang dapat muncul karena adanya proses memaknai informasi yang disajikan oleh media yang telah dipilih, yaitu Detik.com.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah peneliti bahas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah : “Apakah ada pengaruh persepsi akan pemberitaan GoJek terhadap minat menggunakan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie ?

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh pemberitaan GoJek terhadap minat menggunakan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie ?
2. Seberapa besar pengaruh dari pemberitaan GoJek terhadap unsur minat kognisi yang menyebabkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie menggunakan jasa GoJek ?
3. Seberapa besar pengaruh dari pemberitaan GoJek terhadap unsur minat emosi yang menyebabkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie menggunakan jasa GoJek ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Seberapa besar pengaruh dari pemberitaan GoJek terhadap unsur minat konasi yang menyebabkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie menggunakan jasa GoJek ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh akan pemberitaan GoJek di media online terhadap minat mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberitaan GoJek terhadap unsur minat kognisi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberitaan GoJek terhadap unsur minat emosi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberitaan GoJek terhadap unsur minat konasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi serta memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan secara umum bagi semua pihak yang berminat pada bidang *Broadcast*, khususnya mengenai situs berita *online* dan memberikan manfaat bagi pengembangan studi mata kuliah Komunikasi Massa khususnya untuk memperdalam Teori Agenda Setting, serta sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan dalam menganalisis kasus-kasus yang berhubungan dengan pembentukan isi pesan media khususnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

bagi mahasiswa atau peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak situs berita *online* untuk meningkatkan kualitas pemberitaan agar dapat mengetahui bagaimana pengaruh suatu pemberitaan terhadap persepsi masyarakat dan terus memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.