

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin berkembang, hal ini ditandai dengan semakin cepat, tepat, dan akurat dalam mendapatkan informasi. Teknologi tersebut dibuat untuk mempermudah manusia dalam berkomunikasi. Internet menjadi salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat tanpa melihat dampak yang timbul, yang terpenting informasi apa yang diinginkan dapat terpenuhi. Tidak hanya masyarakat kota saja yang mengenal internet, karena berbagai penyuluhan atau kegiatan dari pemerintah untuk masyarakat dalam pengenalan internet ini sudah semakin berjalan. Dalam perkembangannya setiap informasi maupun berita disajikan dengan beragam bentuk hiburan, sosial, hingga politik semua itu tersedia di internet.

Perkembangan teknologi internet tidak hanya sampai pada informasi maupun berita tetapi juga hingga media komunikasi yang mana menurut Carey media komunikasi adalah metafora sosial yang besar yang tidak hanya mengirimkan informasi, tetapi juga menentukan apa itu pengetahuan yang tidak hanya mengarahkan kepada dunia, tetapi memberitahu jenis dunia apa yang ada (Holmes, 2012:31). Dalam penelitian dibidang komunikasi, dikenal sebuah teori yang bernama *uses and gratification*. Teori ini menjelaskan tentang bagaimana khalayak menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya (Aan, 2013:76). Teori tersebut juga menjelaskan bahwa media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. Media komunikasi memiliki 2 zaman yaitu *first media age* (zaman media pertama) dan *second media age* (zaman media kedua). Yang membedakan keduanya adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1

Perbedaan Antara *First Media Age* dan *Second Media Age* (Holmes, 2012:21)

<i>First Media Age</i>	<i>Second Media Age</i>
Tersentral (sedikit berbicara pada banyak)	Tersebar (banyak berbicara pada banyak)
Komunikasi satu arah	Komunikasi dua arah
Cenderung pada control negara	Menghindari control negara
Instrumen bagai rezim stratifikasi dan ketidaksetaraan	Demokratisasi; memfasilitasi kewarganegaraan universal

Peserta terfragmentasi dan dipandang sebagai suatu massa	Peserta dipandang tetap bisa mempertahankan individualitas mereka
Memengaruhi kesadaran	Memengaruhi pengalaman individu tentang ruang dan waktu

Sekarang ini kita sedang berada di zaman media baru yang mana medianya memiliki karakteristik desentralisasi, dua arah, diluar kendali situasi, demokratisasi, mengangkat kesadaran individu, dan orientasi individu (Littlejohn, 2014:413). Dennis McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theory* mengemukakan bahwa *new media* adalah sebuah set yang berbeda antara teknologi komunikasi yang memiliki fitur tertentu yang terbaru, dengan cara digital dan banyak digunakan oleh personal sebagai alat komunikasi (Rendro, 2010:316). Penggunaan internet yang digunakan sebagai media adalah untuk memberikan hiburan dan informasi telah tersebar keseluruh belahan dunia untuk dapat berkomunikasi dan berinteraksi secara jauh tanpa terkendala oleh waktu dan tempat.

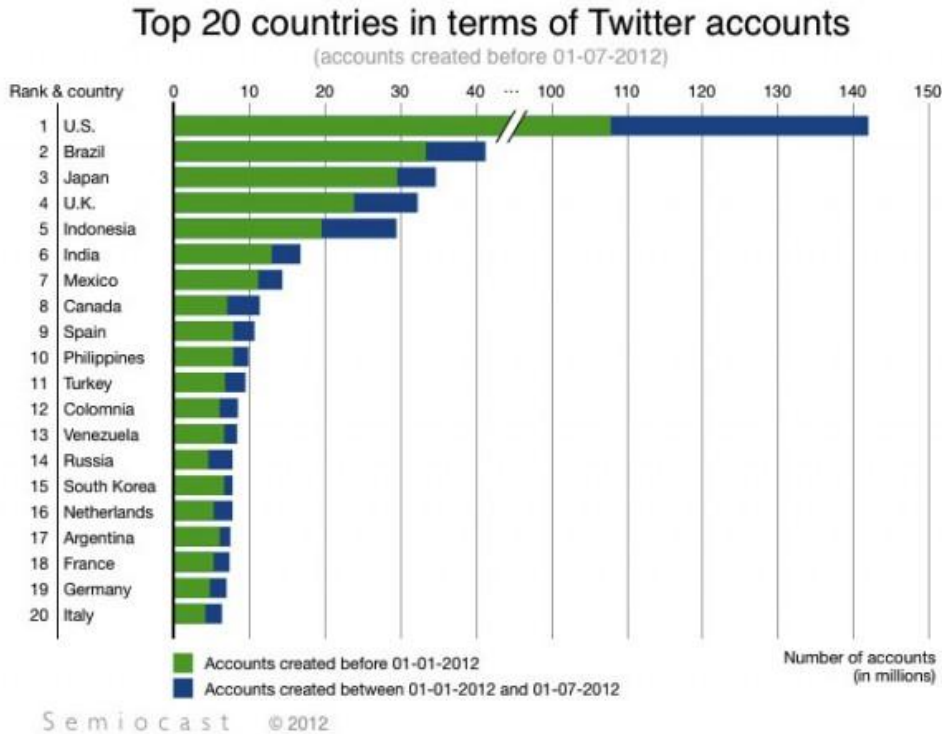
Salahsatu konsep dari *new media* adalah situs jejaring sosial (*social networking sites*). Definisi situs jejaring sosial menurut Boyd & Elisson adalah layanan berbasis web yang mengizinkan individu untuk mengkonstruksi profil public/ semi-publik dalam sistem terikat, menghubungkan sekelompok pengguna yang saling berbagi koneksi, melintasi koneksi-koneksi tersebut dalam sebuah sistem. Jenis dan cara tersebut mungkin beragam satu sama lain (Rendro, 2010:316). Media sosial memiliki keistimewaan yang tidak dimiliki media konvensional yaitu audiens dapat menjadi penyampai informasi, audiens dapat berinteraksi satu sama lain, dan audiens dapat langsung berinteraksi dengan narasumber berita (Magdalena, 2010:29). Situs jejaring sosial masuk kedalam kategori *new media* karena secara umum mengacu pada penggunaan internet.

Salah satu situs jejaring sosial yang populer di Indonesia adalah *Twitter*. *Twitter* adalah *microblogging* yang terbatas ukuran setiap post-nya, yaitu hanya berisi 140 karakter. Pembatasan ini melahirkan fitur-fitur, protocol-protocol, dan perilaku yang sangat unik di media ini (Adelheid, 2013:2).

Indonesia menduduki peringkat kelima negara pengguna *Twitter* terbanyak didunia dengan jumlah *user Twitter* sebanyak 29 juta akun. Berikut ini adalah grafik yang diambil dari situs sidomi.com yang diakses tanggal 23 Mei 2015:

Gambar 1.1

Grafik 20 negara dengan pengguna *Twitter* terbanyak di dunia



(Sumber: www.sidomi.com) diakses pada tanggal 23 Mei 2015.

Melalui data tersebut, menunjukkan bahwa adanya motivasi tertentu dibalik penggunaan dan pemilihan dalam pemuasan penggunaan media, serta ekspektasi kepuasan melalui penggunaan *Twitter*. Kemunculan fenomena penggunaan *Twitter* menjadi salah satu bentuk media baru dalam pencarian kepuasan bermedia yang dapat diukur melalui sudut pandang teori komunikasi *Uses and Gratification Theory*.

Berbicara tentang media sosial yang digunakan diranah pemerintahan, peneliti tertarik pada akun *Twitter* @basuki_btp yang mana akun tersebut dimiliki oleh Gubernur DKI Jakarta Basuki Cahaya Purnama. Akun *Twitter* @basuki_btp tersebut dibuat pada tanggal 17 Februari 2010 berdasarkan sumber dari (twbirthday.com) dan kini akun @basuki_btp telah memiliki *followers* sebanyak 2.88 juta akun (twitter.com diakses pada tanggal 21 Mei 2015).

Menurut data yang dilihat dan dibandingkan dari situs www.twitter.com, Ahok merupakan Gubernur se-Jawa yang memiliki *followers* terbanyak yaitu mencapai 2.88 juta *followers* yang diakses pada tanggal 21 Mei 2015. Berikut adalah table perbandingan jumlah *followers twitter* Gubernur se-Jawa yang diakses dari situs www.twitter.com pada tanggal 21 Mei 2015 dan diurutkan berdasarkan dari *followers* terbanyak hingga paling sedikit :

Tabel 1.2 Jumlah Follower Twitter Gubernur Se-Pulau Jawa

No.	Gubernur	Nama	Akun <i>Twitter</i>	Jumlah <i>Followers</i>
1	DKI Jakarta	Basuki T. Purnama	@basuki_btp	2.880.000
2	Jawa Tengah	Ganjar Prawono	@ganjarprawono	389.000
3	Jawa Barat	Ahmad Heryawan	@aheryawan	272.000
4	Banten	Rano Karno	@ranodoelkarno	65.400
5	Jawa Timur	Soekarwo	@_PakdeKarwo	524
6	DIY	Sri Sultan Hamengkubuno X	@srisultanHBX	417

Twitter Ahok digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi dengan warga Jakarta maupun luar Jakarta yang mem-*follow* akun *Twitter* Ahok, hal tersebut dapat dilihat dengan tingginya intensitas akun *Twitter* yang me-*retweet* *Twitter* Ahok dengan informasi-informasi seputar kota Jakarta dan kritik tentang dirinya sebagai Gubernur DKI Jakarta. Sebagai contoh adalah beberapa warga Jakarta me-*mention* *Twitter* Ahok untuk menyampaikan apa yang telah dirinya lakukan untuk Jakarta seperti bebersih lingkungan tempat tinggalnya dan ikut membantu program kebersihan Jakarta. Juga tidak sedikit orang yang me-*mention* *Twitter* Ahok dengan bermacam keluhan tentang kota Jakarta.

Kicauan-kicauan yang ada di dalam *twitter* Ahok yang kita dapat lihat isinya dan kicauan itu terdapat lima macam diantaranya adalah himbuan kepada masyarakat kota Jakarta, ajakan kepada rakyatnya untuk ikut mengawasi DKI Jakarta melalui program yang dibuatnya, ucapan selamat di hari besar atau momen tertentu transparansi rapat yang sedang dilaksanakan, dan penyampaian kegiatan yang akan dilaksanakan.

Penggunaan Akun *Twitter* Ahok sebagai media berinteraksi dengan masyarakat kota Jakarta yang mem-*follow* *Twitter*nya memunculkan pertanyaan seberapa besar tingkat kepuasan *followers* *Twitter* Ahok dalam *following* *Twitter* Ahok. Atas dasar pertanyaan tersebut diperlukan penelitian untuk untuk mendapatkan jawaban atas tingkat kepuasan *followers* Ahok dalam mem-*follow* *twitter* Ahok.

Dengan seluruh penjelasan diatas maka penulis perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **KEPUASAN FOLLOWERS AKUN TWITTER AHOK DALAM MEMANFAATKAN SOSIAL MEDIA TWITTER (Studi Deskriptif Terhadap Followers Akun Twitter @basuki_BTP).**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan *followers* dalam *following* *Twitter* Ahok.

1.3 Identifikasi Masalah

Sebagaimana telah diuraikan di latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini teridentifikasi sebagai berikut:

1. Seberapa besar motif *content gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok ?
2. Seberapa besar motif *social gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok ?
3. Seberapa besar motif *process gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok ?
4. Seberapa besar motif *technology gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok ?
5. Seberapa besar tingkat kepuasan *followers* dalam *following Twitter* Ahok ?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar motif *content gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok.
2. Untuk mengetahui seberapa besar motif *social gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok.
3. Untuk mengetahui seberapa besar motif *process gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok.
4. Untuk mengetahui seberapa besar motif *technology gratification* oleh *followers* dalam *following twitter* Ahok.
5. Untuk mengetahui tingkat kepuasan *followers* dalam *following twitter* Ahok.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan serta wawasan penulis tentang kepuasan *followers* dalam *following twitter* Ahok.

2. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ilmu untuk memperkaya penelitian dibidang Ilmu Komunikasi dan dapat dijadikan literature untuk dijadikan penelitian-penelitian serupa dikemudian hari.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bentuk pemanfaatan media sosial khususnya *Twitter*, sebagai sumber informasi dan pemenuhan kepuasan. Selain itu penelitian ini berguna untuk membuktikan seberapa besar *impac* penggunaan *Twitter* sebagai media baru.

1.6 Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membagi tahapan-tahapan proses yang akan dilakukan penulis pada waktu yang telah ditentukan. Tahapan yang akan dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a) Observasi

Dalam proses ini penulis akan melakukan proses pencarian pokok masalah yang akan dijadikan topik dalam penelitian yang selanjutnya akan dijadikan judul penelitian.

b) Perumusan & Identifikasi Masalah

Setelah judul penelitian ditentukan, selanjutnya adalah merumuskan masalah dari topik dan judul yang diangkat oleh peneliti dengan cara menurunkannya menjadi pertanyaan-pertanyaan dalam identifikasi masalah. Diakhir hal tersebut akan menjadi batasan fokus dari penelitian ini.

c) Menentukan Populasi dan Sampel

Dalam menentukan populasi dan sampel penelitian ini adalah dengan menyesuaikan responden dengan topik penelitian karena responden akan menjadi sumber utama dari data yang akan diolah oleh peneliti.

d) Penyebaran Kuisisioner

Peneliti akan menyebarkan kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan seputar twitter @basuki_btp guna mendapatkan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan oleh penulis. Kuisisioner akan disebarkan kepada 70 *followers* Twitter @basuki_btp.

e) Pengumpulan Data

Data diperoleh dari kuisisioner yang telah disebarkan oleh peneliti kepada responden lalu dikumpulkan yang nantinya akan dihitung dan dianalisis.

f) Menganalisis Data

Data yang telah dikumpulkan tadi lalu akan dianalisis menggunakan perhitungan dengan rumus statistika yang berkaitan dengan topik penelitian.

g) Penyajian dan Pembahasan

Hasil dari data yang telah dianalisis menggunakan perhitungan statistika tadi selanjutnya akan dibahas secara mendalam menggunakan teori-teori komunikasi yang relevan dengan topik penelitian yang diharapkan dapat memperkuat dalam pembahasan masalah dan penyajian data penelitian ini

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Berhubung penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisisioner maka pembagian kuisisioner dilakukan dengan cara membagikan kepada 70 orang responden yang merupakan *followers Twitter* Ahok. Waktu penelitian akan dilakukan selama 30 hari. Dengan membagikan kuisisioner, penulis akan mendapatkan informasi dari 70 kuisisioner yang memenuhi syarat dan penulis dapat menganalisis data dari kuisisioner yang telah didapat.