

BAB 1

PENDAHULUAN

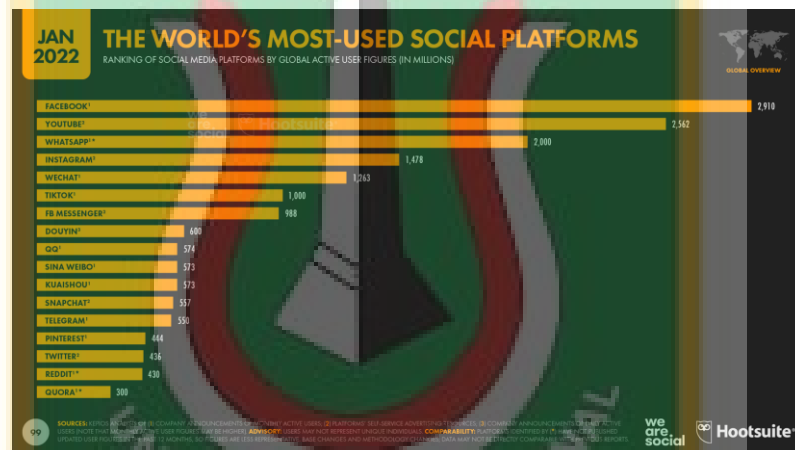
1.1 Latar Belakang

Media merupakan sarana informasi yang mudah diakses oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Pengertian media menurut Azhar (2012) adalah bentuk perantara yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan agar sampai ke penerima media yang dituju. Maka dari itu, dengan adanya media masyarakat dapat menerima informasi dengan mudah. Sarana penghubung untuk menyampaikan sebuah informasi dalam bentuk media juga bermacam-macam seperti koran, radio, majalah, film, televisi, poster, dan spanduk, Sudjana (2009). Namun semakin berkembangnya globalisasi dan teknologi, sarana untuk menyalurkan informasi semakin meluas. Terlebih lagi dengan berkembangnya teknologi secara pesat membuat media informasi semakin mudah dilihat melalui internet. Bahkan internet bisa dibilang sudah menjadi rutinitas manusia sehari-hari untuk mencari sebuah informasi.

Internet sebagai *new media* sangat berguna dalam pencarian informasi maupun berkomunikasi dengan sesama manusia. Selain banyak ditemukan informasi melalui internet, *new media* juga mudah diakses oleh siapapun dikarenakan berkembangnya teknologi sehingga banyak orang dapat mengakses internet. Salah satu *platform* yang mendukung jalannya *new media* adalah Instagram. Aplikasi Instagram yang sangat terkenal di kalangan anak muda ini merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk jaringan Instagram itu sendiri.

Instagram bukan lagi *platform* berbagi tetapi juga atas pemasaran dan penghubung antara idola dan penggemarnya.

Semakin berjalannya tahun, Instagram semakin memiliki banyak pengguna dari berbagai negara. Data yang tercantum pada situs *Hootsuite.com* dalam penjelasannya di *The World's Most-Used Social Platform* menjelaskan bahwa Instagram menempati ranking ke-4 (empat) dalam penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan di dunia. Dalam data tersebut tercatat bahwa Instagram memiliki pengguna sebanyak 1.478.000.000 milyar pengguna dari seluruh dunia per Januari 2022.



Grafik 1.1 Platform Sosial Paling Banyak Digunakan di Dunia

Sumber: <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/amp/>

Indonesia sendiri, Instagram cukup populer di berbagai kalangan. Hal tersebut juga tercatat dalam data yang dibuat oleh *Statista* dan diterbitkan ulang oleh *databooks.katadata.co.id* yang menyatakan bahwa, Indonesia menempati posisi ke-4 (empat) dari “10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak (Hingga Juli 2021)” sebanyak 93.000.000 pengguna Instagram di Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia terbilang cukup banyak seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2019, data

pengguna Instagram yang diterbitkan oleh *Hootsuite.com* merilis bahwa pengguna Instagram di Indonesia adalah sebanyak 62.000.000 pengguna dengan persentase 49% pengguna berjenis kelamin wanita dan 51% pengguna berjenis kelamin pria.

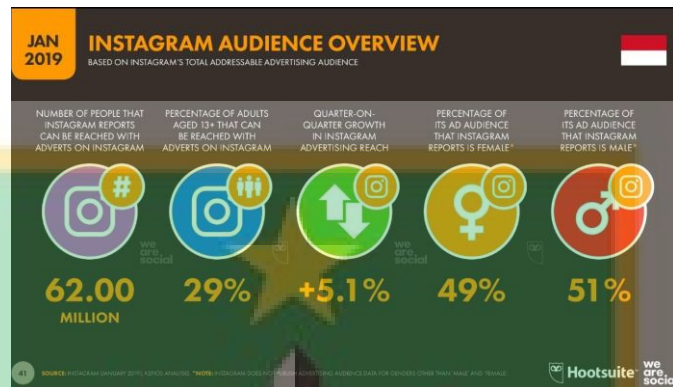


Diagram 1.1 Ringkasan Pengguna Instagram (2019)

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Pada tahun 2020, data pengguna Instagram adalah sebanyak 63.000.000 pengguna dengan persentase 50,8% untuk pengguna berjenis kelamin wanita dan 49,2% untuk pengguna berjenis kelamin pria.



Diagram 1.2 Ringkasan Pengguna Instagram (2020)

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

Dan yang terakhir pada tahun 2021, pengguna Instagram di Indonesia adalah sebanyak 85.000.000 pengguna. Data tersebut juga menyatakan bahwa pengguna Instagram memiliki persentase 52,4% pengguna berjenis kelamin wanita dan 47,6% pengguna berjenis kelamin pria.

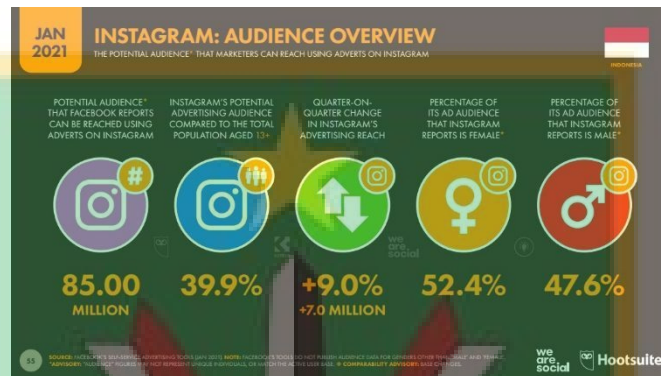


Diagram 1.3 Ringkasan Pengguna Instagram (2021)

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Selebritis tidak luput menggunakan Instagram bukan hanya sebagai media komunikasi dengan penggemarnya tetapi juga sebagai sumber pendapatan. Cristiano Ronaldo adalah selebritis dengan pengikut Instagram terbanyak di dunia dengan 425.000.000 pengikut (per April 2022). Hal yang sama juga dilakukan oleh Idol *K-Pop*. Banyak sekali Idol yang mulai menggunakan Instagram untuk berbagi foto-foto maupun video keseharian mereka. Idol *K-Pop* yang memiliki pengikut terbanyak adalah Lisa BlackPink, dengan 76.300.000 pengikut (per April 2022).

Selain digunakan sebagai platform berbagi individu, Instagram juga digunakan oleh kelompok/instansi, dimana Instagram bukan hanya digunakan sebagai media publikasi tetapi juga platform berita. Sama halnya dengan koran, televisi, dan radio. Beberapa media massa Indonesia yang juga menggunakan Instagram sebagai sarana

penyaluran informasi mengenai berita-berita terbaru adalah detikcom, kompascom, dan idntimes.

Korea Selatan juga memiliki media massa di Instagram yang memberikan berita terbaru di dunia hiburan Korea. Salah satu media massa yang memberikan berita mengenai *Korean Wave* yang sedang terjadi di Korea Selatan adalah Dispatch dengan akun Instagram bernama koreadispatch. Platform berita hiburan Korea pun marak di Indonesia, dimana *update* informasi disampaikan dalam Bahasa Indonesia. Hal ini memudahkan para pembaca terutama penggemar *K-Pop* yang masih kurang memahami Bahasa Korea dan Inggris. Beberapa portal media hiburan Korea di Indonesia yang terkenal dan memiliki banyak pengikut di Instagram adalah CoppaMagz, Panncafe, OfficialKVibes, dan ZonaKorea. Dengan ada portal media *K-Pop* yang berbahasa Indonesia membuat *K-Popers* menjadi *up-to-date* serta dapat memahami berita terbaru *Korean Wave* yang sedang terjadi di dunia hiburan Korea Selatan.



Grafik 1.2 Akun Instagram Coppamagz

Sumber: <https://instagram.com/coppamagz?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Portal berita online CoppaMagz merupakan salah satu dari beberapa portal berita yang mengunggah berita industri hiburan Korea dalam Bahasa Indonesia yang memiliki pengikut terbanyak. CoppaMagz menyediakan berita terbaru yang belum tentu dapat diketahui oleh *K-Popers* di Indonesia. Dan keunggulan lainnya yaitu bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia sehingga pembaca lebih mudah dipahami. CoppaMagz bagi *K-Popers* adalah salah satu sumber dalam informasi *K-Pop*. Popularitas suatu channel berita dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memenuhi harapan pembaca atau pengikutnya. *Teori Uses and Gratifications* merupakan teori yang paling sering digunakan untuk memahami seseorang dalam menggunakan media massa sebagai pencarian kebutuhan dengan berbagai motif. Dengan terpenuhinya kebutuhan seseorang melalui media dapat menimbulkan kepuasan tersendiri. Teori kepuasan yang terdapat dalam *Uses and Gratifications* memiliki 2 motif yang dapat disebut dengan istilah *Gratifications Obtained* (GO) dan *Gratifications Sought* (GS). Menurut Palmgreen (2001:27), GO merupakan sebuah kepuasan yang diperoleh seseorang dalam memenuhi kebutuhan tertentu setelah seseorang tersebut menggunakan sebuah media, sedangkan GS merupakan motif pencarian kepuasan yang diperoleh seseorang saat menggunakan sebuah media.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penilaian dari pembaca setia portal CoppaMagz sebagai sumber berita *K-Pop*. Maka dari itu, penulis mengangkat judul **CoppaMagz Sebagai Pemenuh Sumber Informasi Di Kalangan Pecinta K-Pop.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang ingin diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apa yang mempengaruhi preferensi pembaca “CoppaMagz” di Instagram dalam memilih portal berita *K-Pop* "CoppaMagz" sebagai sumber informasi *K-Pop*?
2. Apa harapan pengikut “CoppaMagz” terhadap berita *K-Pop*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan mengenai "CoppaMagz" sebagai pilihan penggemar *K-Pop* sebagai sumber informasi dunia hiburan Korea.
- 2) Menjelaskan kesesuaian harapan yang diperoleh pembaca “CoppaMagz” terhadap berita *K-Pop*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk hal yang dipaparkan sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam tema budaya populer, dengan menggunakan pendekatan teori preferensi terhadap portal berita di media sosial dengan menggunakan *Uses and Gratification Theory*. Dan diharapkan Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian yang terkait di masa yang akan datang.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana acuan dalam meningkatkan dan menambah wawasan mengenai preferensi dalam memilih portal berita di sosial media khususnya di Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan ke dalam karya nyata.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif analitik. Penelitian Kualitatif menurut Saryono (2010) adalah penelitian yang dilakukan untuk menemukan, menyelidiki, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas serta keistimewaan sebuah pengaruh sosial yang tidak bisa dijelaskan melalui penelitian kuantitatif. Dengan metode kualitatif membuat peneliti menggunakan metode tersebut dengan meneliti penggunaan portal media *K-Pop* "CoppaMagz" dalam memenuhi kebutuhan informasi budaya *K-Pop*.

Pendekatan deskriptif analitik dalam penelitian kualitatif dapat memperoleh sebuah data melalui hasil wawancara, analisa dokumen, hasil pengamatan, dan lain-

lain. Pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang kemudian akan menciptakan hasil, informasi, serta dapat membandingkan satu dengan narasumber lainnya. Dalam penulisan karya tulis ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang dilakukan secara wawancara baik melalui interaksi tatap muka secara langsung, *zoom meeting*, pesan pribadi (*chat*), atau telepon yang akan mulai dari Mei 2022 hingga Juli 2022.

1.6 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap pengikut akun “CoppaMagz”. Data akan dianalisa berdasarkan *Uses and Gratification Theory* menurut Katz et. al (1973: 164-181). Sedangkan data sekunder nya didapat dari sumber-sumber daring dan juga luring yang mendukung topik terkait penelitian yang dilakukan.

Pemilihan narasumber dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dimana setiap unsur atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Peneliti akan menggunakan *simple random sampling* yang dimana sampel akan dipilih secara acak. Total narasumber dalam penelitian ini adalah 6 narasumber yang sudah dipilih melalui kualifikasi penelitian.

Kualifikasi subjek penelitian:

1. Mahasiswa Bahasa Korea Universitas Nasional
2. Pria/Wanita pengguna Instagram umur 17-30 tahun
3. Telah menjadi pengikut akun instagram “CoppaMagz” minimal 6 bulan

4. Mengakses “CoppaMagz” sedikitnya satu berita yang dibaca per hari

1.7 Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian terhadap penulisan skripsi ini diantaranya sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan, berisi tentang gambaran umum dari judul yang diambil, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber data dan sistematika penyajian.

Bab 2 Kerangka Teori, berisi tentang penjabaran kajian pustaka mengenai landasan teori yang digunakan yaitu *Uses and Gratification Theory* dan menuliskan definisi dan konsep yang terkait dengan topik seperti motif audiens dan gratifikasi yang hendak dicapai oleh pengikut portal berita online “CoppaMagz”. Pada bab ini juga menunjukkan keaslian penelitian, meliputi deskripsi penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian yang sudah ada.

Bab 3 Analisis dan Pembahasan, berisi tentang analisis dan pembahasan dari data yang sudah didapat yang akan dijabarkan dengan analisis studi kasus pada pembaca akun Instagram “CoppaMagz”.

Bab 4 Kesimpulan dan Saran, berisi tentang kesimpulan mengenai hasil dari penelitian yang akan menjawab rumusan masalah yang sudah ditulis sebelumnya juga saran untuk penelitian lanjutan di masa depan.