

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin hari perkembangan teknologi semakin pesat. Kemajuan teknologi membuat segalanya menjadi lebih mudah dan cepat dilakukan. Ditambah dengan kehadiran internet yang menandai puncak peradaban manusia. Kehadiran internet juga memudahkan antar individu sebagai makhluk sosial dapat bertukar informasi lebih cepat.

Saat ini, kecepatan internet berhasil menjembatani penyebaran informasi dengan kemudahan akses dimana pun dan kapanpun. Kemajuan ini tentunya melahirkan pengaruh yang luar biasa terhadap berbagai teknologi komunikasi, tak terkecuali proses komunikasi massa.

Komunikasi massa oleh bittner (Elvinaro, 2012 : 3) yakni penyampaian pesan melalui media massa. Media massa berperan penting dalam penyampaian pesan pada khalayak banyak karena pesan hanya dikatakan sebagai komunikasi massa jika disalurkan melalui media massa.

Effendy (2003) mengemukakan terdapat tiga fungsi komunikasi massa bagi khalayak. *Pertama*, fungsi informasi yang mengartikan media massa sebagai penyebar informasi bagi khalayak. Informasi tersebut merupakan informasi yang dibutuhkan khalayak. *Kedua*, fungsi untuk Pendidikan. Fungsi ini mengartikan media massa sebagai fasilitas di bidang pendidikan sebab media ini mampu menyediakan

tayangan maupun informasi yang bersifat mendidik. Media memberikan aturan, nilai, maupun etika yang dikemas dalam tayangan drama, cerita, diskusi ataupun artikel. *Ketiga*, fungsi mempengaruhi. Khalayak dapat terpengaruh terhadap pesan – pesan dalam media massa. Khalayak secara implisit melakukan suatu hal sesuai dengan pesan yang diterima. Pengaruh dalam media massa biasanya terdapat pada tajuk/editorial, iklan, artikel, dan lain sebagainya. (Elvinaro, (2012): 19).

Media pada dasarnya merupakan fasilitas atau alat yang dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan ataupun informasi. Adapun media massa dirancang khusus sebagai perantara komunikasi di ruang pers dengan cakupan masyarakat yang luas. Media massa bisa berupa media cetak secara fisik dan elektronik atau media digital. Contoh dari media cetak itu sendiri misalnya adalah seperti majalah, brosur, dan surat kabar atau koran. Sedangkan untuk media elektronik atau digital bisa berupa internet, televisi, dan juga radio (Apriadi, 2013 : 39).

Media massa merupakan alat yang ditujukan untuk memperkenalkan dan memberikan sosialisasi terkait pendapat, ide, atau gagasan yang berupa informasi kepada masyarakat umum dengan tujuan mendapatkan umpan balik. Ketika tidak menggunakan media massa, maka komunikasi massa pun tidak akan terjadi. Hal ini dikarenakan komunikasi massa hanya dapat dilakukan menggunakan media massa.

Kian melesat percepatan teknologi, tentunya mempengaruhi media massa. Salah satu bentuk adaptasi untuk menyikapi percepatan teknologi

yang demikian ini dibuktikan oleh media masa konvensional yang mulai memunculkan versi terbarunya yaitu dengan mengadakannya di media online, beberapa contohnya yaitu surat kabar dan majalah yang kini bisa diakses melalui online. Era digitalisasi yang serba online, membuat media konvensional mengalami perubahan minat pasar sehingga media tersebut semuanya dibuat versi digital agar dapat dinikmati secara online. Tak hanya serba online, media massa juga berkembang di media sosial, tentunya dengan kemasan berita yang lebih menarik serta dapat berinteraksi lebih cepat dengan pembacanya.

Media baru atau *new media* yaitu media komunikasi berbasis elektronik. Media baru mengutamakan sistem interaksi, dimana komunikasi berjalan dua arah. Pada media baru, audiens difasilitasi untuk dapat berinteraksi secara digital terhadap informasi yang diterima. Meskipun media massa sudah memanfaatkan teknologi hardware seperti laptop, tablet dan smartphone, tetapi tidak interaktif, maka tidak bisa disebut media baru karena komunikasi berjalan satu arah. (Catur Nurgroho, 2020: 32).

Istilah media baru atau *new media* digunakan untuk memberikan penggambaran terhadap perbedaan karakteristik antara media terdahulu yang sudah ada dengan media baru itu sendiri. Media terdahulu atau yang bisa disebut juga dengan media lama ini contohnya yakni radio, televisi, koran dan majalah,. Sedangkan untuk media baru dicontohkan dengan media-media yang didalamnya memuat fitur terbaru yang interaktif. Adanya pengistilahan ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan media

lama menjadi media baru, tetapi karakteristik baru yang muncul yang membuat media digolongkan menjadi media baru. Contoh media baru yang kini digandrungi banyak orang adalah media sosial.

Media sosial ialah platform online yang mewadahi penggunanya untuk dapat berinteraksi, berkomunikasi, berbagi, berkerja sama dengan pengguna lain sehingga membangun hubungan sosial secara virtual. (Rulli, 2015: 11).

Dalam media sosial, jelas mempunyai muatan interaktif yang sangat tinggi. Para pengguna dapat berkontribusi, berbagi, serta menciptakan konten blog, jejaring sosial maupun forum virtual dengan mudah. Media sosial juga merupakan media yang sangat ini di gandrungi masyarakat di seluruh dunia bahkan seseorang yang tidak memiliki sosial media terlihat tidak kekinian di era digital ini.

Konsep media baru yang memiliki karakteristik interaktif dimana hal tersebut dimiliki media sosial, melahirkan perubahan yang cukup besar pada media massa. Saat ini, hampir seluruh media massa membuat media sosial agar tergolong media baru. Selain mengikuti perkembangan teknologi yang pesat, hadirnya media massa dalam media sosial ini juga bertujuan untuk memperluas penyebaran informasi, meraih lebih banyak pembaca dan mengoptimalkan interaksi pada para pembacanya. Masyarakat luas dalam hal ini tidak lagi dijadikan sebagai objek yang posisinya hanya untuk menerima paparan informasi aja, namun secara lebih lanjut mereka dapat terlibat secara aktif yang dimaksudkan agar interaksi dengan perantara

media terwujud. Tak jarang, media massa yang baru dirintis pun memulai dari media sosial. Artinya, performa dan kecepatan media digital lebih unggul dibanding sistem analog.

Keunggulan yang dimiliki media sosial sebagai media baru, tentunya berdampak luar biasa di dunia. Revolusi digital dalam penyebaran informasi menyebabkan banyak orang memanfaatkan media sosial menjadi sarana komunikasi utama serta alat pencarian informasi terbaru dalam kehidupan sehari – harinya. Hal ini membuat terciptanya istilah literasi media dimana pengguna internet perlu memahami pesan yang diberikan oleh media.

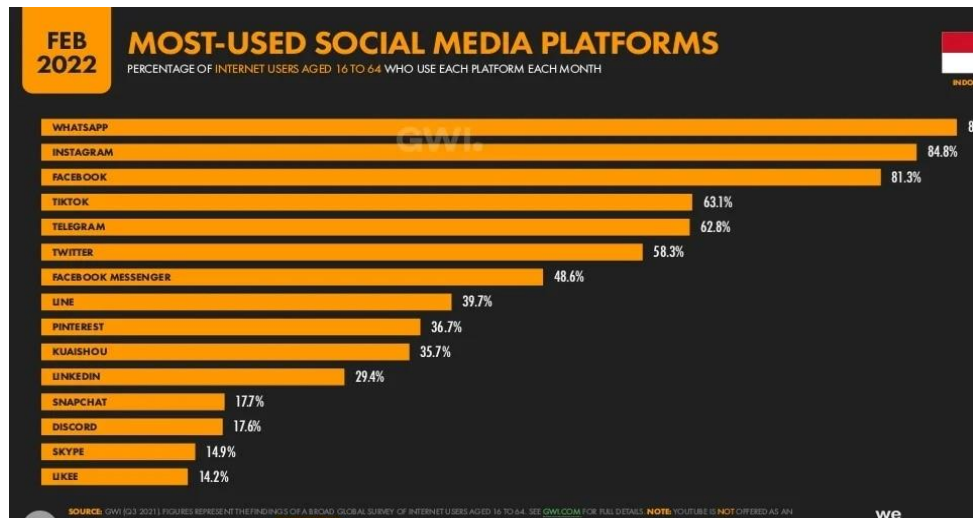
Penggunaan internet kini menjadi kebutuhan utama, tak terkecuali di Indonesia. Di lansir dari datareportal, Berdasarkan laporan *We Are Sosial*, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta, sedangkan media sosial mencapai 191,4 juta pengguna aktif per januari 2022. Jumlah pengguna aktif media sosial meningkat 12,6% dibandingkan tahun sebelumnya yakni mencapai 170 juta orang. Alasan utama penggunaan internet di Indonesia adalah untuk menemukan informasi.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet 2022

Sumber : <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022/>

Adapun Instagram berada di peringkat ke 14 sebagai website yang banyak dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia dan berada di peringkat kedua sebagai platform media sosial yang dominan diakses pengguna internet. Di Indonesia, pengguna Instagram mencapai 99,15 juta, meningkat dari tahun sebelumnya yaitu 85 juta pengguna dengan persentase berjenis kelamin perempuan yaitu 52,3% dan laki-laki yaitu 47,7%.



Gambar 2.2 Data Media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia

Sumber : <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022/>

Selain itu berdasarkan pernyataan yang diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan informasi Indonesia atau KOMINFO mengatakan bahwa masyarakat Indonesia meluangkan waktu lebih banyak untuk mengakses media sosial dengan memanfaatkan jaringan internet yang ada.

Data tersebut telah mendukung pernyataan yang mengatakan bahwa masyarakat Indonesia yang memiliki keaktifan dalam menggunakan berbagai jenis platform di sosial media cukup banyak sehingga tidak kecil kemungkinan bagi media massa untuk memanfaatkan mereka menjadi sasaran dengan tujuan melakukan perluasan jangkauan pengakses.

Selain itu, berita yang dipublikasikan media massa melalui media sosialnya cenderung di kemas lebih menarik dan singkat. Hal tersebut digunakan untuk memenuhi karakter pengguna media sosial dimana teknik membaca yang *scanning* atau membaca cepat merupakan Teknik yang

sering digunakan. Maka dari itu media massa mengemas berita secara singkat dan visual yang menarik seperti dibuat infografis.

Media sosial diartikan sebagai media yang bekerja secara online dengan tingkat interaktif tinggi yang mana dalam praktiknya, pengguna dari media ini bisa turut serta untuk dijadikan platform dalam melakukan promosi dan publikasi. Di Indonesia, banyak media massa yang sudah memiliki platform sosial mereka sendiri, beberapa diantaranya yaitu liputan6.com; kompasiana; CNN Indonesia; tribun; okezone.com; detik.com; pikiran rakyat; republika; Galamedia; MNC News dan lainnya. Salah satu media yang aktif dan digandrungi banyak orang adalah media sosial Instagram @narasinewsroom.

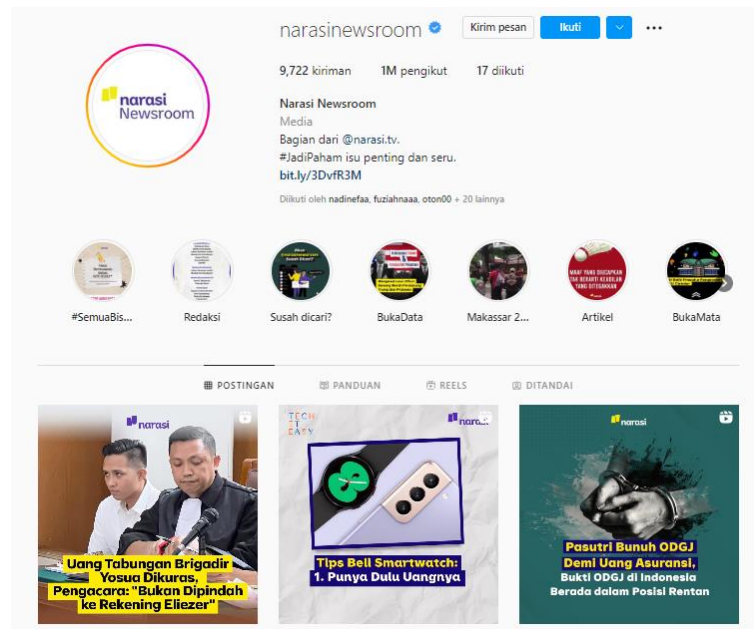


Gambar 1.3 Logo narasi newsroom

(Sumber: google)

Narasi newsroom merupakan bagian dari media digital narasi TV yang dibentuk oleh jurnalis senior najwa shihab beserta dua co-foundernya yaitu dahlia citra dan catharina davy. Narasi newsroom menyajikan berita berbasis digital, baik melalui youtube, website, maupun Instagram. Narasi

newsroom berlandaskan jurnalisme dan perspektif menyampaikan berbagai peristiwa terkini dengan ragam topik yang mutakhir.



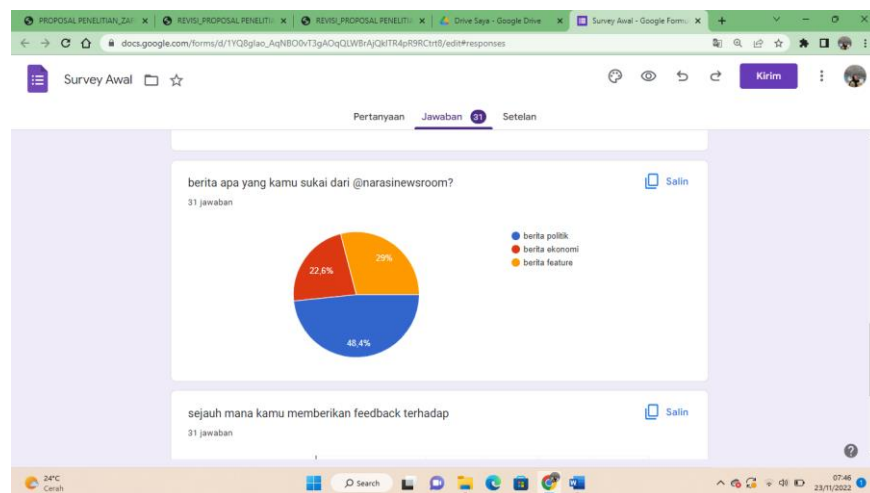
Gambar 4 akun instagram @narasinewsroom

Sumber : [https:// www.instagram.com/narasinewsroom/](https://www.instagram.com/narasinewsroom/)

Berbeda dengan media massa lainnya, informasi yang disajikan @narasinewsroom melalui media sosialnya lebih menarik. Berita dikemas kerap kali menggunakan infografis, potongan gambar maupun video dengan durasi pendek. Jumlah likes dan komentar yang tinggi, di berita terhangatnya serta jumlah pengikut yang tinggi pula cukup membuktikan bahwa kehadiran media massa narasi di media sosial mendapatkan pembaca yang tinggi serta digemari khalayak.

Akun Instagram @narasinewsroom menyajikan berbagai jenis berita. Dimulai dari berita nasional, ekonomi, feature, hingga berita politik.

Dalam postingannya, salah satu berita yang berhasil digandrungi oleh pengikutnya yaitu berita politik. Berita dikemas secara menarik dan mengundang para pengikutnya untuk terus mengikuti perkembangan berita.



Gambar 1.5 Pre-Survey kegemaran berita dari akun narasi newsroom

Peneliti juga melakukan pre-survey kepada tiga puluh orang mahasiswa jurnalistik Angkatan 2020 untuk mengetahui jenis berita mana yang digandrungi dari akun media narasi newsroom. Maka diketahui, di peringkat pertama terdapat berita politik yang disukai oleh mahasiswa jurnalistik 2020. Kemudian di peringkat kedua adalah berita ekonomi, dan ketiga adalah berita feature.

Hal ini relevan dikarenakan media narasi newsroom memang unggul dalam penyajian informasi berita politik, Dimana berita politik menjadi bintang utama dalam akun ini. narasi newsroom juga didirekturi oleh najwa shihab dimana beliau sangat focus dalam mengkaji informasi terkait dunia politik.

Kebutuhan akan informasi yang diperoleh dari Instagram dinilai cukup penting dengan didukung adanya penelitian yang dilakukan oleh Hermina (2019) (dalam Muhammad ichsan ali, : 2022) yang menjelaskan terkait Instagram yang dapat melengkapi hampir segala jenis kebutuhan informasi untuk para pengunjunnya, termasuk berita.

Meskipun begitu, fenomena ketidaktahuan mahasiswa jurnalistik akan suatu isu atau berita terbaru masih terjadi. Berita terhangat, teraktual yang sudah seharusnya diketahui para pelajar yang akan berkecimpung di dunia kewartawanan, terlebih intensitas penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa cukup tinggi. Kemudahan mendapatkan berita pun seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik untuk memperluas wawasan terkait apa yang terjadi hari ini. Hal tersebut dapat terjadi pasti dengan beberapa factor, baik faktor internal maupun eksternal.

Maka dari itu, dalam penelitian ini akan menjadikan mahasiswa jurnalistik 2020 sebagai objek penelitian untuk mengetahui seberapa besar akun media Instagram @narasinewsroom sebagai salah satu media massa yang berfokus dalam penyebaran informasi politik terbaru dalam memenuhi kebutuhan informasi berita politik terbaru. Dimana objek penelitian tidak hanya penerima informasi namun juga memahami dan mempelajari informasi yang di sajikan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, penulis akan mengkaji lebih dalam terkait bagaimana berita politik di media sosial instagram

@narsinewsroom dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 dengan menggunakan teori fenomenologi sebagai dasar penelitian.

Penelitian ini penting dirasa penting untuk dilakukan karena bagi mahasiswa jurnalistik, mengetahui berita hangat merupakan hal yang harus dibiasakan, namun pada kenyataannya masih banyak mahasiswa jurnalistik yang belum peduli dengan berita hangat.

Kemudian, penelitian ini juga dirasa penting untuk mengetahui faktor terjadinya hal tersebut, sehingga dapat diketahui apakah media yang kurang menarik atau faktor lain. Serta penelitian ini penting dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana media massa @narsinewsroom gencar dalam mempublikasikan berita melalui media sosial Instagram. Penelitian ini juga relevan dengan jurusan maupun fenomena saat ini dan diharapkan dapat menjadi literasi media bagi khalayak khususnya bagi mahasiswa jurnalistik

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang, agar penelitian tetap pada pembahasan yang diteliti, peneliti membatasi focus penelitian yakni pada “Berita Politik Pada Instagram @Narsinewsroom Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Studi Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020)”. Berdasarkan focus penelitian yang telah dijelaskan, maka berikut ini merupakan beberapa pokok bahasan yang diulas dalam kajian penelitian ini:

1. Bagaimana Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 memahami berita politik di Instagram @narasnewsroom dalam pemenuhan kebutuhan informasi ?
2. Bagaimana Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 memiliki pengetahuan dari berita politik di Instagram @narasnewsroom dalam pemenuhan kebutuhan informasi ?
3. Bagaimana Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 mendapatkan pengalaman dari berita politik di Instagram @narasnewsroom dalam pemenuhan kebutuhan informasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini diusahakan dapat mencapai seluruh bagian dari segala pokok permasalahan penelitian untuk mengetahui bagaimana berita politik yang dipublikasikan pada akun Instagram @narasnewsroom dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020. Berikut uraian tujuan penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pemahaman berita politik di Instagram @narasnewsroom pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

2. Untuk mengetahui pengetahuan berita politik di Instagram @narsinewsroom pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 dalam pemenuhan kebutuhan informasi.
3. Untuk mengetahui pengalaman berita politik di Instagram @narsinewsroom pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020 dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk memenuhi kegunaannya yang terdiri atas kegunaan secara akademis dan juga secara praktis. Penjelasan dari kegunaan penelitian ini secara lebih lanjut adalah sebagai berikut:

A. Kegunaan Akademis

Diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan akademis, serta menjadi acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya ilmu kejournalistikan

B. Kegunaan praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi berita terbaru, khususnya oleh Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2020 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sehingga tetap mengetahui berita secara aktual dan factual.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pula dapat melakukan perbaikan terhadap hasil kerja situs berita online narasinewsroom. Jauh dari itu, penulis juga berharap bisa memberikan sumbangsiah atau kontribusinya yang berupa masukan dan gagasan positif yang tentunya memiliki kelayakan untuk dipublikasikan dan dibaca oleh masyarakat sebagai asupan informasi mereka.

1.5 Kajian yang Relevan

Berdasarkan hasil pencarian peneliti dari artikel maupun jurnal dari internet terdapat sejumlah hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya yaitu mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi terbaru.

Penelitian pertama yang ditulis oleh Winda Kustiawan, Zulita Mega Aggriany, Rita Damayanti Silitonga, Rindy Winanti, Joni Romaito Ritonga dari UIN Sumatera Utara Medan dengan judul ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada akun @narasinewsroom Pemanfaatan dalam aktivitas Komunikasi Politik’. Penelitian ini menerapkan analisis kualitatif deskriptif. Temuan dari penelitian ini yakni dalam pemanfaatan media sosial terutama Instagram, @narasinewsroom menarik perhatian audiens dengan penyajian informasi yang menarik. Aktivitas politik pun cepat tersampaikan, sehingga masyarakat tetap terinformasi tentang berita perpolitikan dan informasi terkini. @narasinewsroom memfasilitasi pesan dan komentar di Instagram agar masyarakat bisa menyampaikan aspirasi tanpa tatap muka. Ini membuat Instagram menjadi platform komunikasi

yang efektif untuk berbagi visual, audio, dan pesan dalam aktivitas komunikasi politik.

Penelitian kedua, jurnal yang berjudul 'Use Of Digital Media And Political Participation Milenial Generation' yang ditulis oleh Christiany Juditha. Penelitian ini melibatkan survei dengan pendekatan kuantitatif dan penggunaan kuesioner online. Temuan ini mengungkapkan seluruh responden merupakan generasi milenial (18-37 tahun) pengguna internet. Telepon selular menjadi media yang paling banyak dipakai untuk mengakses internet selama 5-10 jam/hari. Generasi milenial menganggap bahwa topik politik sebagai hal biasa namun tetap mengikuti berita dari media online dan televisi. Partisipasi politik mereka cenderung rendah, meskipun mayoritas tetap akan memilih dalam Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden 2019.

Penelitian ketiga, artikel yang berjudul 'Literasi Media: Preferensi Warga Negara Muda di Era Disrupsi' yang di tulis oleh Yakob Godlif Malatuny1, Julianus Labobar, Bernard Labobar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasilnya mengindikasikan warga negara muda telah mengikuti perkembangan teknologi informasi dengan mengakses berita online, riset terbaru, dan khutbah. Literasi media menjadi kunci pemenuhan kebutuhan informasi dan gaya interaksi yang sehat bagi mereka.

Penelitian keempat, jurnal yang berjudul ‘Pemenuhan Kebutuhan Informasi Oleh Line Today Pada Pemuda Di Kota Denpasar’ yang ditulis oleh Ni Putu Indriana Purwaningsih, Ni Made Ras Amanda Gelgel, I Gusti Agug Alit Suryawati. penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Responden penelitian ini yakni pemuda usia 16-30 tahun di Denpasar yang mengakses LINE TODAY sebagai sumber informasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa LINE TODAY belum memenuhi kebutuhan informasi mereka, karena rata-rata motif informasi (Gratification Sought) lebih tinggi dibanding rata-rata kepuasan informasi (Gratification Obtained). Dilihat dari jenis kelamin responden, LINE TODAY memenuhi kebutuhan informasi responden laki-laki, tetapi tidak untuk responden perempuan. Temuan penelitian 6 mengindikasikan bahwa LINE TODAY memenuhi beberapa aspek motif informasi, termasuk aspek mengetahui kondisi lingkungan sekitar, peristiwa yang sedang hangat di masyarakat, minat masyarakat, dan mendapat bimbingan dalam kehidupan.

Tabel 1.1

Kajian yang relevan

Identitas Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan
Winda Kustiawan, Zulita M A, Rita D S, Rindy Winanti, Joni Romaito Ritonga	Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada akun @narasinewsroom Pemanfaatan dalam aktivitas Komunikasi Politik	Hasil penelitian memaparkan bahwa akun narasi atraktif menarik audiens, aktivitas politik dan fitur pesan Instagram untuk menyuarakan aspirasi masyarakat.	Metode Kualitatif	Subjek penelitian	Media sosial Instagram @narasinewsroom

Christiany Judith	Use Of Digital Media And Political Participation Milenial Generation	Generasi milenial mengikuti berita politik melalui media online dan televisi, ikut memilih dalam Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden Indonesia 2019.	Metode Kuantitatif	Subjek penelitian	Berita politik
Yakob Godlif Malatuny , Julianus Labobar, Bernard Labobar.	Literasi Media: Preferensi Warga Negara Muda di Era Disrupsi	Pemenuhan kebutuhan informasi dan gaya interaksi warga muda Literasi media menjadi kunci pemenuhan kebutuhan informasi dan gaya interaksi yang sehat bagi mereka.	Metode Studi kasus	Subjek penelitian	aktivitas penggunaan media sosial sebagai pemenuhan kebutuhan informasi
Ni Putu Indriana Purwaningsi, Ni Made Ras Amanda Gelgel, I Gusti Agug Alit Suryawati.	Pemenuhan Kebutuhan Informasi Oleh Line Today Pada Pemuda Di Kota Denpasar	Line Today Belum Memenuhi Kebutuhan Informasi. Line Today Memenuhi Beberapa Aspek Motif Informasi.	Metode Kuantitatif	Teori	aktivitas penggunaan media sosial sebagai pemenuhan kebutuhan informasi

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Dalam buku "*theories of human communication*", Robert craig (1999) Littlejohn dan foss mengungkapkan bahwasannya ilmu komunikasi mempunyai sifat atau ciri yang selalu diarnai dengan berbagai cara pandang (perpektif) dan teori. Craig mengklasifikasikan teori komunikasi menjadi tujuh tradisi pemikiran, termasuk fenomenologi.

Fenomenologi menekankan perhatiannya pada pengalaman sadar dari seorang individu. Teori ini percaya manusia aktif menginterpretasi pengalaman untuk memahami lingkungan, baik dari pengalaman pribadi maupun interaksi dengan lingkungan. Fenomenologi sangat menekankan interpretasi dan persepsi pengalaman subjektif, menganggap cerita individu lebih penting dibanding hipotesis peneliti.

Kata fenomenologi berasal dari "phenomenon", yaitu munculnya peristiwa, objek, atau kondisi pada persepsi individu. Ini melibatkan penggunaan pengalaman langsung untuk memahami dunia. Maurice Merleau-Ponty mengungkapkan "Seluruh pengetahuan saya mengenai dunia, bahkan pengetahuan ilmiah saya, diperoleh dari pandangan saya sendiri atau pengalaman di dunia" (morissan, 2009:9).

Husserl, seorang tokoh terkemuka dalam filsafat fenomenologis, mengklaim bahwa lebenswelt, atau dunia kehidupan, adalah makna mendasar yang dilupakan oleh pengetahuan kita. Ini mencakup unsur-unsur kehidupan sehari-hari yang membentuk realitas kita, yaitu aspek-

aspek kehidupan sehari-hari yang kita temui dan tanggap sebelum menghancurkannya secara filosofis.

Pemikiran fenomenologi tidak bersifat koheren dan mencerminkan kontribusi beberapa filsuf, seperti Maurice Merleau Ponty, Edmund Husserl, Alfred Schutz dan Martin Heidegger. Terdapat dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi: fenomenologi transedental oleh Edmund Husserl dan fenomenologi sosial oleh Alfred Schutz. Meskipun berbeda dalam tujuan dan metode, keduanya memiliki kesamaan dalam perspektif fenomenologi yang dijelaskan oleh Deetz dalam konteks studi komunikasi.

Pertama, prinsip dasar fenomenologi terkait dengan idealisme Jerman adalah keyakinan bahwa pengetahuan tak terletak pada pengalaman eksternal, melainkan dalam kesadaran individu. Fenomenologi lebih menekankan pemahaman subjektif dibanding objektivitas dan penjelasan universal.

Kedua, makna berasal dari potensi objek atau pengalaman dalam kehidupan pribadi. Sebagai contoh, pohon di halaman belakang memiliki makna yang beragam, seperti keindahan dahan, keteduhan dengan hasrat, kicauan burung, atau hambatan konstruksi makna tersebut. Makna ini tergantung pada latar belakang dan peristiwa dalam hidup individu.

Ketiga, kalangan fenomenolog meyakini bahwa dunia dijalani dan makna dibentuk melalui Bahasa, sejalan dengan pandangan aliran fenomenologi yang berbeda-beda.

Teori ini menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa jurnalistik Angkatan 2020 dari berita politik yang dipublikasikan oleh akun Instagram @narasinesroom.

1.6.2 Landasan Konseptual

a) Berita Politik

Dalam buku “Manajemen Penerbitan” karya Drs. Totok Djuraid, berita ialah laporan tentang peristiwa yang faktual dan menarik bagi pembaca. Laporan tugas berita adalah profesi wartawan. Wartawan melaporkan berita sebagai fakta terbaru yang dipilih oleh media atau redaksi pemberitaan untuk disiarkan karena dianggap menarik bagi banyak orang dan mengandung unsur-unsur berita.

Berita politik merupakan salah satu jenis berita. Berita politik oleh Atmaja (2019: 7) yakni hasil kolaborasi antara jurnalis yang mengumpulkan dan melaporkan informasi, serta komunikator politik lain, professional, politikus, dan jurubicara yang mempromosikannya.

b) Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (rulli, 2015) mengartikan media sosial sebagai aplikasi Internet berbasis Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan perotasian konten ciptaan dari pengguna tersebut. Adanya website 2.0 ini berhasil memposisikan dirinya sebagai platform utama yang dijadikan sebagai dasar dalam bermedia sosial.

Dalam hal ini yang dimaksud adalah media sosial dengan beragam bentuk, meliputi blog yang terdiri atas weblog, mikroblog, dan blog sosial; jejaring sosial; podcast; serta gambar dan video yang terdapat dalam platform wiki. Merujuk pada teori Kaplan dan Haenlein, media sosial teridentifikasi memiliki enam macam jenis, salah satunya ialah Instagram.

Di sisi lain, pengguna harus selalu memiliki internet untuk terhubung dengan media sosial Instagram. Penemuan kemampuan komunikasi canggih ini telah dikenal dengan banyak nama, termasuk Internet, media komunikasi virtual, dan media jalan raya super.

Keuntungan yang bisa kita peroleh apabila memanfaatkan secara positif jaringan komunikasi dalam Internet dengan menggunakannya sebagai platform yang dapat melakukan proses mengirim dan menerima informasi secara cepat serta sebagai platform yang menyediakan data kegiatan berbelanja. Karena 30 tahun yang lalu, tidak terbayangkan apabila teknologi komputer yang menggunakan internet sebagai dasar pengoperasiannya ini nanti akan digunakan sebagai perpustakaan dengan jangkauan yang lebih luas yaitu dunia.

Hal ini terbukti benar adanya, karena segala informasi di dunia ini bisa diakses hanya dengan satu jalan yaitu melalui World Wide Word (www). Keunggulan lainnya yang terdapat pada internet adalah fungsinya dalam menjadi media manusia untuk mengirim pesan yang

berbentuk surat elektronik (electronic mail). Untuk remaja, keberadaan Internet ini telah menjadi salah satu dari kebiasaan mereka.

Selain itu, Internet ini tidak hanya dapat memberikan kita berbagai macam informasi, tetapi kita dapat menggunakannya sebagai saluran media sosial untuk mengenal semua orang di planet ini tanpa pernah bertatap muka, bahkan seorang mahasiswa dari universitas terkenal di beberapa negara juga bisa tahu Tanpa mengunjungi negara pendiri universitas.

Peneliti akan mengkaji akun Instagram @narasinewsroom. Media tersebut memiliki 1 juta pengikut dan 9.630 postingan. berita politik merupakan bintang utama dalam akun ini. narasinewsroom sangat focus dalam mengkaji informasi terkait dunia politik serta dimana Instagram yang dapat melengkapi hampir segala jenis kebutuhan informasi untuk para pengunjunnya, termasuk berita.

Maka dari itu peneliti berencana mengkaji berdasarkan kebutuhan kognitif yakni mencakup kebutuhan kognitif itu sendiri, kebutuhan afektif, integrasi personal, integrasi social, dan kebutuhan berkhayal, Sehingga Peneliti ingin mengetahui bagaimana pemberitaan terbaru yang dipublikasikan narasinewsroom terhadap kecukupan informasi mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2020.

c) Kebutuhan informasi

Menurut Derr (dalam Fatmawati, 2015: 4) kebutuhan informasi yaitu keterkaitan antara informasi dan tujuan seseorang, dimana tujuan tersebut membutuhkan informasi khusus guna pencapaiannya. Menurut Menurut Krech, Crutchfield, dan Ballachey (1962, p. 84) (pada jurnal nur riani, 2017 : 2) kebutuhan timbul diakibatkan oleh kondisi fisiologis, situasi dan pengetahuannya. Kebutuhan dapat terjadi jika terdapat kesenjangan antara harapan dengan kenyataan sekarang.

Timbulnya kebutuhan pun didorong dengan adanya informasi pada suatu hal terhadap orang yang bersangkutan. Dalam lingkungan yang dipenuhi media informasi, muncul berbagai kebutuhan informasi (sumber-sumber informasi) seperti yang disarankan oleh Katz et al (dalam Yusup dan Subekti, 2010: 82- 83) yakni:

1. Kebutuhan Kognitif.

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan upaya-upaya dalam menguatkan pemahaman kita terhadap lingkungan. Adanya kebutuhan ini adalah berdasarkan atas kemauan seseorang untuk lebih memahami lingkungannya. Kebutuhan ini dapat dipenuhi apabila ada dorongan yang mendukung seperti rasa ingin tahu dan rasa ingin menjelajah pada diri seseorang.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan usaha untuk menguatkan pengalaman menyenangkan dan emosional yang dialami. Media cetak

atau elektronik sering dimanfaatkan sebagai sarana hiburan dan kesenangan

3. Kebutuhan integrasi personal

Pengertian dari kebutuhan ini adalah segala sesuatu yang memiliki keterkaitan terhadap kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan keberadaan individu. Timbulnya kebutuhan ini disebabkan oleh adanya kemauan khalayak untuk menemukan harga diri mereka.

4. Kebutuhan integrasi sosial

Adapun kebutuhan ini adalah kebutuhan berkomunikasi dengan kelompok, individu, dan masyarakat lainnya. Kebutuhan ini didukung dengan keinginan individu untuk berkomunikasi. Contoh, seorang individu berkomunikasi melalui pesan singkat di media sosial.

5. Kebutuhan berkhayal

Kebutuhan ini mencakup pelarian diri, relaksasi dan keinginan mencari hiburan. Timbulnya kebutuhan ini dikarenakan seseorang tidak puas dengan kehidupan sosialnya. Contoh, kehidupan dunia maya dengan pembentukan personal branding yang mungkin saja berbeda dengan kehidupan nyatanya.

Menurut Harsey, Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi, yakni ekspektasi dan ketersediaan. Ekspektasi yaitu faktor yang memungkinkan seseorang yang di persepsi akan mempengaruhi kebutuhan khusus dari seorang individu yang didasarkan pada pengalamannya. Sedangkan, ketersediaan berkaitan dengan

Batasan lingkungan dan memengaruhi persepsi individu terhadap kemungkinan mencapai tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. (Elin Rosalin, 2008 : 11).

Setiap orang memerlukan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Krech, et al (dalam Yusup dan Subketi, 2010:89), orang merasa perlu mendapatkan pengetahuan tambahan dengan membaca berbagai bahan bacaan yang tersedia di perpustakaan, terutama untuk memecahkan masalah-masalah sosial.

Hal ini mendorong individu untuk mencari informasi baru guna mengembangkan diri dan berinteraksi dengan orang lain. Kebutuhan pengembangan diri yang disusun oleh Katz, et al (dalam Yusup dan Subketi, 2010: 91-96) mencakup kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi social, dan berkhayal.

1.7 Langkah – Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi ialah objek yang berisi mengenai tempat dilaksanakannya kegiatan penelitian. Lokasi penelitian ditentukan dengan tujuan agar memudahkan dan membuat lokasi atau hasil yang ditargetkan bisa lebih jelas.

Penelitian ini dilakukan di kampus 1 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Alasan lokasi ini di pilih karena mahasiswa ilmu komunikasi

jurnalistik angkatan 2020 berada di kampus dan pengambilan data akan dilakukan di kampus.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini memanfaatkan paradigma Konstruktivisme dengan metode kualitatif sebagai pendekatannya. Pendekatan ini bersumber dari interpretative (subjektif). Menurut Kriyantono, tujuannya adalah untuk menggali fenomena secara mendalam.

1.7.3 Metode Penelitian

Penulis menerapkan metode fenomenologis. Fenomenologi adalah metodologi yang diperkenalkan oleh Richard L. Lanigan sebagai studi tentang fenomena, sifat dan makna, terutama dalam persepsi kita terhadap realitas melalui pengalaman. Metode ini dipilih dikarenakan dapat menggambarkan bagaimana berita politik yang disajikan dalam indtgram narasnewsroom dapat memenuhi kebutuhan informasi pada mahasiswa jurnalistik UIN Bandung Angkatan 2020.

1.7.4 Jenis data dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan ialah hasil dari temuan peneliti selama melakukan kegiatan penelitian. Nantinya, jenis data akan dideskripsikan sesuai dengan pandangan dan penafsiran peneliti sesuai dengan kemampuan intelektual dalam mencermati sebuah data.

Peneliti melakukan observasi dengan pengamatan, pendengaran, dan merasakan untuk mendapatkan data kualitatif. Data itu diperoleh melalui tahap orientasi (mendalami masalah), tahap eksplorasi (pengumpulan data) dan member check (transkripsi wawancara, observasi partisipatif, catatan lapangan, dan data-data lain yang ditemukan).

2. Sumber data

a) Data primer

Sumber data primer ini diperoleh melalui wawancara, kuesioner atau bertanya secara langsung kepada responden yang bisa berupa individu atau kelompok. Peneliti menggunakan mahasiswa angkatan 2020 jurusan ilmu komunikasi jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung sebagai sumber data primer pada penelitian ini.

b) Data sekunder

Data sekunder yakni data yang dihimpun dari sumber kedua dan pada penelitian ini didapatkan melalui situs internet, buku referensi, dan media informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.

1.7.5 Informan

Informan dalam penelitian yaitu orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi atau orang yang menguasai dan memahami data, informasi maupun fakta terkait objek penelitian. Informan pada

penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan 2020 jurusan jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Peneliti memilih sebanyak 6 orang Mahasiswa Jurnalistik dengan dasar Teknik snow bowling yang akan dijadikan sebagai informan wawancara. Informan yang dipilih merupakan Mahasiswa UIN Bandung ilmu komunikasi jurnalistik Angkatan 2020 serta pengikut dan aktif dalam akun Instagram @narasinewsroom agar mendapatkan hasil penelitian yang optimal.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh di lokasi penelitian dan sebagai bahan yang menjelaskan suatu objek (Bungin, 2005:119). Data dikumpulkan dengan teknik:

a) Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah serangkaian kegiatan yaitu pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengidean dengan tujuan tertentu.

b) Wawancara (interview)

Wawancara memiliki dua bentuk yaitu wawancara terstruktur dan tak berstruktur. Teknik wawancara struktur dilakukan dengan cara menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. merupakan teknik mengembangkan pertanyaan apabila ada jawaban yang berkembang dari luar pertanyaan-pertanyaan (Nasution dalam Rukajat, 2018)

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dan menganalisis berbagai jenis dokumen, seperti tulisan, gambar atau dokumen elektronik, (Sukmadinata (2007:221).

1.7.7 Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Sehingga peneliti dalam penentuan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Sugiyono (2015:83) mengartikan triangulasi data sebagai metode menggabungkan data dari berbagai sumber yang sudah ada.

Menurut Wijaya (2018:120-121), triangulasi data yaitu metode yang melibatkan pengecekan data dari cara dan waktu yang beragam. Maka terdapat triangulasi sumber, teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Menguji kredibilitas data dengan triangulasi sumber melibatkan pengecekan berbagai informasi dari wawancara, arsip, dan dokumen lain.

2. Triangulasi Teknik

Menguji kredibilitas data dengan triangulasi teknik melibatkan pengecekan berbagai informasi dengan teknik

berbeda namun sumbernya sama, seperti data hasil observasi lalu di cek dengan wawancara.

3. Triangulasi Waktu

Kredibilitas data terpengaruh oleh triangulasi waktu.

Data dari wawancara pagi saat narasumber masih segar cenderung lebih valid.

1.7.8 Teknik Analisis data

Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis data dengan model Miles & Huberman melalui beberapa tahapan berikut ini:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu tahapan dan proses pengambilan data penelitian, yang mana peneliti dapat fleksibel untuk mengumpulkan informasi. Metode yang akan diterapkan peneliti yakni observasi, wawancara atau dari berbagai dokumen terkait subjek penelitian.

2. Display Data

Display data yakni penyajian data dalam bentuk matriks atau kategori setiap data yang diperoleh. Tahapan ini dalam penyajian datanya digunakan dalam bentuk teks naratif.

3. Mengambil Kesimpulan (Verifikasi)

Verifikasi yaitu tahapan untuk menganalisis lanjutan dari reduksi data dan display data dengan maksud menghasilkan kesimpulan dan membuka peluang untuk memperoleh masukan.

Hasil kesimpulan dapat diuji ulang dengan data yang diperoleh di lapangan melalui refleksi.

