

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

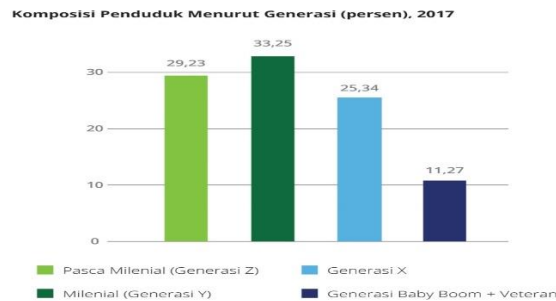
Kemajuan teknologi memudahkan dalam memanfaatkan jaringan internet untuk mengakses sebuah berita, membuat masyarakat khususnya Generasi Millennial yang sudah melek teknologi banyak mengonsumsi media *online*. Dengan demikian, tidak bisa dipungkiri di zaman modern ini semakin rendahnya pembaca media cetak dan elektronik, yang sebagian besar telah beralih pada media *online*, terutama di kalangan Generasi Millennial. Masyarakat kini membutuhkan pemberitaan yang cepat tetapi tidak menghilangkan fakta dan data yang ada dalam pemberitaan tersebut, kebutuhan tersebut tersaji dalam media *online*.

Lahirnya *new media* dapat merubah perilaku masyarakat termasuk dalam hal mengonsumsi media. Mediapun berkembang menyesuaikan kebutuhan masyarakat saat ini yang lebih banyak menggunakan internet sebagai penunjang dalam kehidupannya sehari-hari, salah satunya sebagai pemenuhan kebutuhan informasi. Perkembangan zaman menuntut media melakukan penyesuaian agar tetap eksis diminati penikmatnya. Selain itu, banyak pula perusahaan yang mendirikan media *online* baru-baru ini sebagai pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat yang kini banyak beralih mengonsumsi media *online*.

Bersamaan dengan perkembangan internet inilah lahir Generasi Millennial. Generasi Millennial lebih unggul dalam penggunaan internet dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2017, tren penggunaan internet dikalangan Millennial mengalami kenaikan setiap tahunnya, pada 2015 sebesar 40,78 persen, 2016 menjadi 46,29 persen, dan di tahun 2017 sebanyak 56,42 persen.

Jumlah penduduk yang dikategorikan sebagai usia Generasi Millennial juga semakin bertambah dan terbesar dibandingkan dengan generasi lainnya, yaitu 33,25 persen.

**Gambar 1. Jumlah Penduduk menurut Generasi**



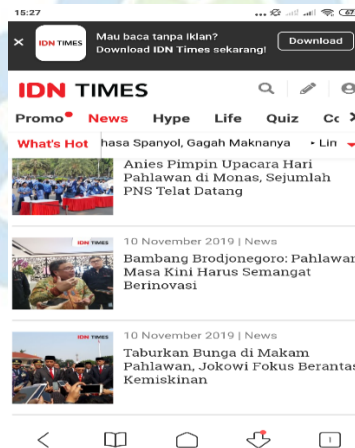
(Deloitte Indonesia Perspectives, 2019)

Penggunaan internet dikalangan Generasi Millennial kini sudah dipilih sebagai alat untuk membaca berita dibandingkan secara konvensional, termasuk dalam mengonsumsi media *online*. Mereka dapat menentukan media mana yang nyaman untuk dikonsumsi sehingga kebutuhan informasinya dapat terpenuhi. Kesehariannya dalam menggunakan *smartphone* tidak terlepas dari mencari informasi terkini yang dapat memenuhi kebutuhannya, dan tentunya menarik untuk selalu diikuti setiap bacaan yang dipostingnya. Millennial cenderung tidak menyukai bacaan yang panjang dalam sebuah berita. Oleh karena itu, media *online* IDNTimes.com menyajikan format berita yang lebih banyak mengandung visual seperti listicle dan juga konten-konten digital lainnya yang dapat menarik hati Millennial untuk membacanya.

Selanjutnya, Millennial juga menyukai beragam topik aktual tentang politik, hukum, ekonomi, kriminal, sampai isu sosial. Gaya bahasa yang disajikan dalam berita yang digemari Millennial, yaitu berita yang mudah dan enak dibaca sehingga dapat dipahami isinya. Bagi IDNTimes.com itu semua merupakan tantangan tentang bagaimana dalam

memilih sudut pandang dan menyajikan berita sehingga dapat sampai kepada pembacanya khususnya Generasi Millennial, sebagaimana tujuan yang diusung dalam media ini yaitu menyasar Millennial dan Generasi Z sebagai target pembacanya. Selain didalamnya terdapat fitur berita, IDN Times menyajikan informasi menarik seputar bisnis, teknologi, kesehatan, *entertainment*, kuis, *life style*, komunitas, dan berbagai fitur lainnya yang digemari oleh Millennial.

**Gambar 2. Tampilan Fitur News IDNTimes.com**



<https://Idntimes.com>

Kebutuhan akan informasi dalam diri manusia memang tidak terbatas, sesuai kodratnya yang tidak pernah puas, dalam artian manusia selalu haus akan informasi, kebutuhan akan informasi muncul ketika manusia memerlukan jawaban atas pertanyaan, atau kurangnya pengetahuan yang harus terpenuhi, sehingga untuk kebutuhan tersebut, manusia selalu butuh akan informasi. Jika seseorang telah menemukan kenyamanannya dalam mencari informasi dengan membaca, maka orang tersebut cenderung akan mengikuti setiap informasi yang dipublikasikannya termasuk informasi yang tertuang

dalam media. Sesuai fungsinya, media juga berperan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi yang dituangkan dalam bentuk berita.

Berita adalah segala bentuk laporan suatu peristiwa yang menarik, terbaru, dan penting bagi sebagian banyak orang untuk diketahui. Agar berita tersebut menarik, maka diperlukan untuk menambahkan kata-kata berbunga supaya terkesan berbeda dan menguak peristiwa dalam sudut pandang yang lain (K Suhandang, 2010: 103).

Pengelolaan media *online* yang berhasil adalah yang bisa memanfaatkan kelebihan internet semaksimal mungkin secara terus menerus, untuk melayani kebutuhan informasi publik. Konten yang diberikan dalam media *online* haruslah dibuat semenarik mungkin tanpa menghilangkan data dan fakta. Melihat adanya perkembangan media *online* di Indonesia dan konvergensi media pada media digital, hal itu menjadi suatu peluang yang dilihat oleh salah satu perusahaan yaitu IDN Times.com yang berada dibawah naungan IDN Media menjadi salah satu media *online* yang setiap harinya menyajikan informasi dan artikel menarik untuk masyarakat. IDN Times.com hadir untuk mempermudah dan menarik perhatian pembaca.

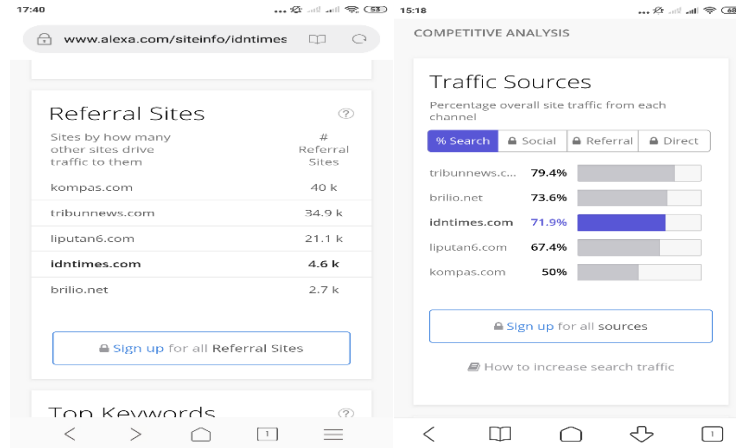
IDN Times.com merupakan media *online* dan hiburan *multi-platform* yang disediakan untuk Millennial dan Generasi Z di Indonesia, didalamnya memiliki pendekatan jurnalistik otentik dan suara kreatif yang mencakup banyak konten interaktif, salah satunya konten berita. Konten berita yang disajikan dengan berbagai konten hiburan membuat pembaca tidak merasa jenuh dalam membaca berita. Padatnya aktivitas yang dilakukan dengan membaca berita untuk menambah wawasan, dengan diselengi berbagai konten hiburan, cukup membantu seseorang menjadi menyukai dalam membaca berita. Konten berita yang disajikan selalu akurat, terpercaya, dan *up to date* berdasarkan peristiwa yang

sedang hangat diperbincangkan. Selain berita dalam bentuk deskripsi, IDN Times juga menyajikan berita dalam bentuk listicle, yaitu tipe tulisan berupa poin atau angka, sehingga pesan yang ingin disampaikan lebih terlihat singkat. Tipe penulisan ini memenuhi standar minimal 300 kata dalam pemberitaan IDN Times.

Perusahaan IDNTimes.com ini didirikan pertama kali pada tahun 2014 di Surabaya dengan visi untuk mendemokratisasikan akses ke informasi yang akurat, seimbang, bermanfaat, dan positif, untuk menjadi suara Millennial dan Gen Z di Indonesia, serta dapat membawa dampak positif untuk masyarakat Indonesia. Hingga tahun 2019 ini media *online* tersebut melakukan berbagai inovasi dengan melakukan *branding*, menjalin relasi dengan khalayak yang ingin menulis dan menambah berbagai konten untuk pembaca, sehingga pembaca merasa sangat dekat dengan berbagai sapaan yang disajikan dalam media ini. Inovasi tersebut yang kemudian menjadi salah satu faktor berkembangnya IDNTimes.com secara pesat dan dikenal khalayak luas.

Peringkat *website* IDNTimes.com di Indonesia melalui situs peringkat domain Alexa.com, sampai Oktober 2019 ini menjadi situs rujukan tertinggi ke empat setelah kompas.com, tribunnews.com, dan liputan6.com, yang paling banyak dikunjungi yaitu sebanyak 4,6 ribu pengunjung. IDNTimes juga menjadi peringkat ketiga pada sumber lalu lintas pengunjung setelah tribunnews.com dan brilio.net. Terbukti bahwa media *online* ini termasuk media yang menjadi sumber rujukan bacannya untuk dapat dikunjungi semua kalangan, khususnya Millennial dan Generasi Z.

### **Gambar 3. Peringkat Pengunjung Situs IDNTimes.com**



<https://alexa.com/siteinfo/idntimes.com>

Penelitian ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial melalui berita IDNTimes.com. Penulis memfokuskan pada anggota IDN Times *Community* Bandung, yang merupakan komunitas pembaca sekaligus penulis artikel IDNTimes.com dari wilayah Bandung, dimana erat sekali kaitannya dengan penelitian ini yang membahas bagaimana pemenuhan kebutuhan para anggota IDN Times *Community* melalui berita IDNTimes.com sebagai media berita yang mereka baca dan selalu diikuti setiap peristiwa yang diberitakannya.

Peneliti tertarik untuk meneliti pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial melalui berita IDNTimes.com, karena target pembacanya spesifik, yaitu Millennial dan Generasi Z, penggunaan kata dan tata bahasa serta desain *website* yang menarik bagi para Millennial. IDNTimes.com merupakan salah satu referensi portal berita *online* yang dapat memenuhi kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial, sebagaimana apa yang disajikan di portal berita tersebut memang khusus ditujukan untuk Millennial.

Fenomena ini muncul karena peneliti mengamati media *online* ini aktif mempublikasikan berita setiap harinya dengan penggunaan bahasa yang akrab bagi kaum Millennial dan Generasi Z. Pasalnya, Millennial saat ini menyukai kemudahan dan ingin serba cepat, salah satunya dalam pemenuhan kebutuhan informasinya. Setiap individu tentu memiliki kebutuhan untuk mendapatkan informasi dengan cara memilih media mana yang dapat memuaskan bacaannya sehingga dapat terpenuhi segala kebutuhan informasinya.

Penelitian ini berbeda dengan yang lainnya karena berfokus kepada pemenuhan informasi di kalangan Generasi Millennial melalui berita IDNTimes.com, yang dimana tidak ada penelitian terdahulu yang membahas mengenai media *online* ini. Banyak dari penelitian terdahulu menggunakan media *mainstream* yang tidak diragukan lagi keabsahan beritanya, namun media IDNTimes.com bukan sembarang media *online*, dimana di media *online* ini juga terdapat jurnalis profesional yang dapat menciptakan berita yang berkualitas. Tidak disebut sebagai media *mainstream*, media *online* ini membuktikan keabsahan beritanya yang dikemas dengan dengan singkat dan padat sehingga sasaran pembaca Generasi Millennial merasa tertarik membaca berita di media ini tanpa perbedaan isi beritanya dengan media *mainstream* yang sudah dipercaya keabsahan beritanya. Penulis tertarik untuk meneliti media *online* IDNTimes.com karena penulis sendiri sebagai kalangan Millennial dapat merasakan kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi dalam berita yang disajikannya sebagaimana tujuan dari media ini yang mengusung pembacanya dari kalangan Generasi Millennial.

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz (1899-1959), dimana tugas fenomenologi adalah menghubungkan pengetahuan

dengan pengalaman yang dialami secara sadar. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman (Kuswarno, 2013:17).

Berdasarkan latar belakang dan teori yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana Generasi Millennial yang tergabung dalam anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com berdasarkan pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman.

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana Generasi Millennial anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com berdasarkan pemaknaan, pemahaman dan pengalaman.

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka dibawah ini akan dilanjutkan dengan pertanyaan penelitian yang merupakan turunan dari fokus penelitian, berikut pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemaknaan Generasi Millennial anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com?.
2. Bagaimana pemahaman Generasi Millennial anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com?.
3. Bagaimana pengalaman Generasi Millennial anggota di IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com?.



### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemaknaan Generasi Millennial anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com.
2. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman Generasi Millennial anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengalaman Generasi Millennial anggota di IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan akademis dan kegunaan praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga kampus Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya bagi pengembangan ilmu komunikasi jurnalistik, yang dapat memberikan pengetahuan tentang teori dan konsep yang digunakan untuk meneliti pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial melalui berita IDNTimes.com.

Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat akademis dan masyarakat luas yang akan memberikan gambaran, informasi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial melalui berita IDNTimes.com.

## 1.5 Landasan Pemikiran

### a. Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk membantu dalam penelitian, penelitian terdahulu memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang terstruktur untuk penyusunan penelitian dari segi teori maupun konsep. Berikut deskripsi penelitian terdahulu beserta tabel penelitian terdahulu:

Christiana Damaiyanti, Undip Semarang, 2014. Judul penelitiannya yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang (Jurnal), dengan hasil penelitian ini adalah diketahui bahwa kebutuhan informasi pemustaka secara garis besar dibagi menjadi kebutuhan integrasi personal dan kebutuhan kognitif, sementara pada tahapan pencarian informasi di perpustakaan diketahui bahwa pemustaka memiliki pola pencarian yang berbeda. Pada tahap penggunaan informasi ditemukan bahwa pencarian informasi yang dilakukan sudah dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan informasi yang diperlukan oleh pemustaka. Persamaannya dengan penelitian ini adalah membahas pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaannya adalah penelitian ini subjek penelitiannya kepada pemustaka nonkaryawan di perpustakaan bank Indonesia, sedangkan penulis kepada IDN Times *Community* Bandung atas bacaan berita IDNTimes.com.

Dian Sativa, Universitas 11 Maret Surakarta, 2010. Judul penelitiannya yaitu Media *Online* dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media *Online* Kompas.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008

Fisip UNS) (Skripsi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara aktivitas menggunakan media *online* kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas media *online* dan pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi korelasi, sedangkan penulis menggunakan studi fenomenologi.

Egi Komarudin, UIN Bandung, 2018. Judul penelitiannya yaitu Pemanfaatan Media *Online* dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Fenomenologi Mahasiswa Jurnalistik Anggota Jurnalpos Media UIN Bandung Pada Media *Online* Detikcom) (Skripsi). Hasil dari penelitian ini adalah, sikap mahasiswa jurnalistik anggota jurnalposmedia dalam memanfaatkan detikcom mengakui bahwa media *online* lebih mudah diakses, praktis, dan hemat biaya. Pemahaman anggota jurnalposmedia menyatakan bahwa detikcom mempunyai keunggulan cepat *update* informasi dan lengkap sesuai kebutuhan khalayak. Pengalaman anggota jurnalposmedia menunjukkan detikcom dijadikan sebagai referensi belajar dalam penulisan berita dan penyaring informasi dari berbagai media lainnya. Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan studi fenomenologi. Perbedaannya penelitian ini menggunakan pemanfaatan media *online* detikcom, sedangkan penulis menggunakan pemenuhan kebutuhan informasi melalui berita IDNtimes.com.

Hadiono Afdjani, Soleh Soemirat, Guru Besar Ilkom Unpad, 2010. Judul penelitiannya yaitu Makna Iklan Televisi (Studi Fenomenologi Pemirsa di Jakarta Terhadap Iklan Televisi Minuman Kuku Bima Energi Versi Kolam Susu) (Jurnal). Hasil penelitian ini adalah iklan televisi kuku bima energi versi kolam susu yang

dimaknai oleh pemirsa televisi di Jakarta sebagai bentuk turut mempromosikan pariwisata Indonesia dalam penguatan *brand image*, menunjukkan keragaman makna. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi fenomenologi. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas mengenai makna iklan televisi, sedangkan penulis membahas mengenai pemenuhan kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com.


Doni Iskandar, M. Jacky, UNS, 2015. Studi Fenomenologi Motif Anggota Satuan Resimen Mahasiswa 804 Universitas Negeri Surabaya (Jurnal). Hasil penelitian ini adalah bahwa yang mempengaruhi mahasiswa UNS mengikuti satuan resimen mahasiswa adalah pengaruh dari lingkungan keluarga, kesamaan visi yang sama, dan sistem kekeluargaan yang terjalin erat dalam organisasi satuan resimen mahasiswa. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi fenomenologi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai motif anggota satuan resimen mahasiswa, sedangkan penulis membahas tentang pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial melalui berita IDNTimes.com.

Berikut tabel hasil penelitian sebelumnya:

**Tabel 1. Hasil Penelitian Sebelumnya**

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian dan Teori	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian

1.	<p>Christiana Damaiyanti, Undip Semarang, 2014.</p> <p>Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang (Jurnal).</p>	<p>Metode penelitian kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah diketahui bahwa kebutuhan informasi pemustaka bahwa pemustaka memiliki pola pencarian yang berbeda. Pada tahap penggunaan informasi ditemukan bahwa pencarian informasi yang dilakukan sudah dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan informasi yang diperlukan oleh pemustaka.</p>	<p>Persamaannya dengan penelitian ini adalah membahas pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaannya adalah penelitian ini subjek penelitiannya kepada pemustaka nonkaryawan di perpustakaan bank Indonesia, sedangkan penulis kepada IDN Times <i>Community</i> Bandung atas bacaan berita IDNTimes.com.</p>
2.	<p>Dian Sativa, Universitas 11 Maret Surakarta, 2010.</p> <p>Media Online dan</p>	<p>Studi Korelasi dan teori <i>Uses and Gratifion.</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara aktivitas menggunakan media <i>online</i> kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas media <i>online</i> dan pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah</p>

<p>Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media <i>Online</i> Kompas.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 Fisip</p>		<p>informasi di kalangan mahasiswa dan ada hubungan yang signifikan antara motivasi menggunakan media <i>online</i> kompas.com dengan aktivitas menggunakan media <i>online</i> kompas.com di kalangan mahasiswa.</p> 	<p>menggunakan studi korelasi, sedangkan penulis menggunakan studi fenomenologi.</p>
--	--	---	--

	UNS) (Skripsi).			
3.	Egi Komarudin, UIN Bandung, 2018. Pemanfaatan Media <i>Online</i> dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Fenomenologi Mahasiswa Jurnalistik Anggota Jurnalpos Media UIN Bandung Pada Media <i>Online</i> Detikcom) (Skripsi).	Studi Fenomenologi dan teori fenomenologi Alfred Schutz.	Hasil dari penelitian ini adalah, sikap mahasiswa jurnalistik anggota jurnalposmedia dalam memanfaatkan detikcom mengakui bahwa media <i>online</i> lebih mudah diakses, praktis, dan hemat biaya. Pemahaman anggota jurnalposmedia menyatakan bahwa detikcom mempunyai keunggulan cepat <i>update</i> informasi dan lengkap sesuai kebutuhan khalayak. Pengalaman anggota jurnalposmedia menunjukkan detikcom dijadikan sebagai referensi belajar dalam penulisan berita dan penyaring	Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan studi fenomenologi. Perbedaannya penelitian ini menggunakan pemanfaatan media <i>online</i> detikcom, sedangkan penulis menggunakan pemenuhan kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com.

			informasi dari berbagai media lainnya.	
4.	Hadiono Afdjani, Soleh Soemirat, Guru Besar Ilkom Unpad, 2010. Makna Iklan Televisi (Studi Fenomenologi Pemirsa di Jakarta Terhadap Iklan Televisi Minuman Kuku Bima Energi Versi Kolam Susu) (Jurnal).	Metode penelitian kualitatif, studi fenomenologi.	Hasil penelitian ini adalah iklan televisi kuku bima energi versi kolam susu yang dimaknai oleh pemirsa televisi di Jakarta sebagai bentuk turut mempromosikan pariwisata Indonesia dalam penguatan <i>brand image</i> , menunjukkan keragaman makna.	Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi fenomenologi. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas mengenai makna iklan televisi, sedangkan penulis membahas mengenai pemenuhan kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com.
5.	Doni Iskandar, M.	Studi Fenomeno	Hasil penelitian ini adalah bahwa yang mempengaruhi	Persamaan dalam penelitian ini adalah



Jacky, UNS, 2015. Studi Fenomenologi Motif Anggota Satuan Resimen Mahasiswa 804 Universitas Negeri Surabaya (Jurnal).	logi dan teori fenomenologi Alfred Schutz.	mahasiswa UNS mengikuti satuan resimen mahasiswa adalah pengaruh dari lingkungan keluarga, kesamaan visi yang sama, dan sistem kekeluargaan yang terjalin erat dalam organisasi satuan resimen mahasiswa.	menggunakan studi fenomenologi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai motif anggota satuan resimen mahasiswa, sedangkan penulis membahas tentang pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millenial melalui berita IDNTimes.com.
---	--	---	--

(Sumber: Data penelitian terdahulu diperoleh dari skripsi di perpustakaan UIN Bandung dan beberapa situs internet).



## **b. Landasan Teoritis**

### **Teori Fenomenologi**

Fenomenologi berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi ialah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi memaknai setiap pengalaman yang dialami dalam kehidupan dunia kita dibentuk dengan interaksi dengan orang lain. (Kuswarno, 2009:2).

Fenomenologi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara kita memahami apa yang kita lakukan secara sadar. Fenomenologi bersifat subjektif karena berkaitan langsung dengan pengalaman yang kita alami sendiri. Sedangkan kehidupan dunia tidak akan terlepas dari perannya orang lain, fenomenologi juga dikenal dengan intersubjektif yang berarti pengalaman kita mengenai kehidupan didapatkan melalui sosialisai dan interaksi dengan orang lain. (Schutz dalam Mulyana, 2008:63).

Teori fenomenologi mengatakan bahwa fenomenologi menjelaskan cara pandang kita terhadap dunia luar dengan apa yang kita tangkap melalui indera dapat dipahami secara sadar. Cara mengidentifikasi makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses tipikasi, yaitu proses pemahaman dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Maka fenomenologi berpijak pada pengalaman sebagai acuan dalam menjalani kehidupan. Oleh karena itu, fenomenologi berarti pengetahuan yang diperoleh melalui rasa ingin tahu manusia, sedangkan peristiwa yang dialaminya dipahami melalui pengalaman yang dialami secara sadar. (Schutz, dalam Kuswarno, 2009:2).

Teori fenomenologi dari Alfred Schutz (1899-1959) mengemukakan bahwa setiap orang dapat memaknai pengalamannya dari apa yang mereka lihat seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun. Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena di alami secara sadar, pikiran dan dalam tindakan, seperti sebagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis, atau bagaimana manusia memaknai pengalamannya yang dibentuk melalui interaksi dengan orang lain (Kuswarno, 2009:110).

Teori Schutz juga sering dijadikan fokus utama dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz-lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih jelas dan mudah dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Keseluruhan tindakan seseorang dapat dikelompokkan dalam dua fase, menurut (Schutz dalam Kuswarno, 2009:111) yaitu:

- a). *Because of motive*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu, dimana tindakan seseorang yang telah dilakukannya di masa lalu pasti memiliki alasan mengapa ia melakukannya. Pengalaman masa lalu yang merujuk pada tindakan manusia pasti memiliki alasan mengapa tindakan tersebut dilakukan. Dalam penelitian ini mengungkapkan alasan IDN Times *Community* Bandung bergabung dalam komunitas tersebut sesuai dengan pengalamannya.
- b). *In order to motive*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan seseorang pada masa yang akan datang, dimana tindakan tersebut telah memiliki tujuan dalam hidupnya di masa mendatang. Setiap orang pasti memiliki tujuan dalam hidupnya yang didasarkan pada tindakan masa lalu yang telah diperbuatnya. Dalam penelitian ini dimana anggota komunitas mempunyai tujuan yang jelas setelah bergabung dalam IDN Times *Community* dan memahami pengalaman yang telah dilakukannya selama berada dalam komunitas tersebut.

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui proses menafsirkan makna yang sesungguhnya. Schutz meletakkan pengalaman ilmiah dengan memaknai pengalaman tersebut dalam pengetahuan. Dengan demikian, penelitian

ini menjelaskan bagaimana fenomenologi menurut Alfred Schutz berdasarkan pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman yang dilakukan oleh anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasinya melalui berita IDNTimes.com.

### **c. Kerangka Konseptual**

#### **1. Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Setiap orang mempunyai kebutuhan akan informasi dalam dirinya. Informasi dibutuhkan karena akan ada pertanyaan yang harus dipenuhi jawabannya, untuk itu informasi sangat dibutuhkan oleh masing-masing diri yang merupakan kodratnya sebagai manusia, selalu merasa kurang akan sesuatu dan selalu ingin mencoba hal baru yang tidak pernah diketahui sebelumnya. Ketika seseorang ingin mengetahui sesuatu, maka orang tersebut akan mencari tahu, maka dari itu apa yang didapatkannya dari sesuatu tersebut yaitu yang disebut informasi.

Informasi merupakan keseluruhan pengetahuan, pikiran, ide yang diperoleh melalui hubungan kita dengan orang lain. Informasi juga merupakan suatu stimulus yang mampu menghilangkan ketidakpastian (Sulistyo dalam Damaiyanti, 2014:4).

Kebutuhan informasi merupakan suatu keadaan dimana informasi mempunyai peran penting yang akan membantu kita dalam menyelesaikan permasalahan, dapat memahami sesuatu, menjawab pertanyaan, dan membuat keputusan, sehingga kita sangat bergantung pada informasi. (Damaiyanti, 2014:4).

Saat seseorang menyadari akan kurangnya pengetahuan dalam dirinya, maka orang tersebut akan berusaha memenuhi kebutuhan akan informasi dan mencari berbagai sumber agar kebutuhannya dapat terpenuhi dengan kepuasan dalam dirinya. Setiap orang

mempunyai karakteristik yang berbeda, khususnya dalam kebutuhan informasi yang dapat memenuhinya, tergantung peran dirinya sebagai apa dan bagaimana cara mencari informasi yang dibutuhkannya.

## **2. Generasi Millennial**

Istilah millennial diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis di Amerika, yaitu Williams Strauss dan Neil Howe. Mereka menggolongkan Generasi Millennial berdasarkan tahun awal dan akhir. Generasi Millennial yang terlahir pada tahun 1980-2000, sedangkan Gen Y menurut mereka yang terlahir pada awal tahun 2000. Generasi Millennial atau Gen Y akrab disebut juga dengan *millennium generation* atau *echo boomers*. Nama *echo boomers* hadir karena mereka yang termasuk dalam generasi ini adalah generasi yang lahir pada masa perang dunia II. Sedangkan dinamai *millennium generation* karena mereka merasakan perkembangan teknologi dan pergantian tahun millennium. Secara umum memang tidak ada ilmu yang menentukan kelompok generasi ini. Generasi yang lahir pada era ini lebih memilih mendapatkan informasi melalui telepon genggam dengan mengakses Google atau forum-forum yang mereka ikuti (Generasi Millennial, Generasi Era Digital” dalam Syarif H., 2018:241).

## **3. Berita**

Berita adalah laporan peristiwa penting, menarik bagi sebagian orang yang diperoleh melalui fakta dan data, dan disebarluaskan melalui media berkala (Sumadiria, 2005:65). Seiring kecanggihan teknologi, berita yang disajikan dalam media cetak kini lebih banyak digunakan dalam media *online* karena kecepatannya, serta berita yang sajikan juga cukup singkat dan padat.

## **4. Media Online**

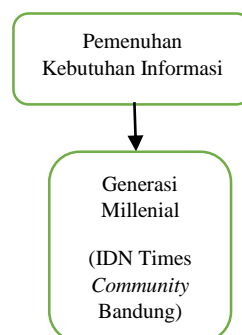
Media *Online* merupakan media komunikasi yang secara luas terhubung pada jaringan internet atau media elektronik. Media *online* yang dikatakan sebagai media baru, mempunyai keunikan tersendiri, dimana di dalamnya terdapat perbedaan dengan media cetak dan elektronik, media *online* dapat menyajikan berita dalam bentuk grafik, video, audio, dan audiovisual, (Romli, 2012:12).

Proses penyebarannya yang cepat dan mudah untuk diakses masyarakat, media *online* kini banyak digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, terutama Generasi Millennial. Dengan rentang usia yang produktif, Millennial saat ini cerdas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, seperti halnya memilih media *online* yang dapat memenuhi kebutuhannya dan membuatnya merasa tercukupi.

Berbagai jenis media *online* menyuguhkan informasi dengan kreatifitas medianya masing-masing. Seperti *website* yang tidak hanya menyajikan berita formal, tetapi beraneka fitur didalamnya yang dapat diakses oleh anak muda Generasi Millennial. Sajian berita yang tidak jenuh untuk dibaca, serta memuaskan pemenuhan informasi, akan sangat digemari para Millennial yang sangat terbatas waktunya dalam mengakses media *online*.

#### **Gambar 4. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual ini dapat digambarkan dalam sebuah bagan berikut:





Penyusunan UP	■								
Proses Bimbingan	■	■							
Seminar UP		■							
Revisi UP		■							
Penelitian Lapangan			■	■	■	■			
Pengolahan dan Analisa Data			■	■	■	■	■		
Bimbingan Skripsi						■	■	■	
Sidang								■	
Wisuda									■



## 1.8.2 Paradigma dan Pendekatan

### a). Paradigma

Paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini adalah bagaimana mengkonstruksi realitas sosial, melalui aktivitas manusia yang dimana dalam penelitian ini anggota IDN Times *Community* Bandung mengkonstruksi pemenuhan kebutuhan informasinya melalui membaca berita IDN Times.com sebagai pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman atas perilaku mereka sendiri.



Paradigma konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari pengalaman nyata sebagai bentuk interaksi manusia dengan dunia. Von Grassefeld dalam Ardianto mengatakan “konstruktivisme menegaskan bahwa pengetahuan tidak terlepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri” (Ardianto, 2007:154).

b). Pendekatan

Pendekatan kualitatif ini menekankan pada memaknai segala perilaku individu dalam kesehariannya. Manusia secara aktif memaknai aktifitas yang selalu berkembang akibat dari kebebasan memahami realitas sosial, yaitu memahami dunia apa adanya. Jadi, tidak seperti kuantitatif yang menganggap manusia merespon secara hukum objektif, pada kualitatif manusia dipandang sebagai makhluk yang dinamis (Kriyantono, 2009:55).

Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang akan ditelitinya. Penelitian kualitatif yang berdasarkan paradigma konstruktivisme berpandangan bahwa pengetahuan itu merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti dan dari pengalaman yang dialaminya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian dengan menjawab permasalahan, memerlukan pemahaman secara mendalam dan menyeluruh mengenai objek yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menjelaskan suatu fenomena secara mendalam dengan menggunakan kata-kata. Dalam penelitian ini diharapkan peneliti dapat

berinteraksi dan berkomunikasi secara mendalam dengan fenomena yang dialami Generasi Millennial mengenai pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial anggota IDN Times *Community* Bandung melalui berita IDNTimes.com.

Penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2006:10).

### **1.8.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi fenomenologi. Artinya peneliti mengalami secara langsung, memperhatikan, dan memahami hal yang dilakukan subjek peneliti, sehingga dapat dimaknai segala proses dalam kesehariannya.

Fenomenologi merupakan metode yang berusaha menggambarkan suatu peristiwa dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung. Metode ini memahami pengalaman seseorang secara langsung dan dapat memaknai atas tindakan yang dilakukannya. (Kuswarno, 2013:2). Penelitian ini meneliti pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman anggota IDN Times *Community* Bandung dalam memenuhi kebutuhan informasinya melalui berita IDNTimes.com.

Tujuan dari fenomenologi sendiri adalah untuk mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, sehingga fenomena tersebut dapat diterima secara umum. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dengan cara membentuk sosialisasi dan interaksi terhadap dunia dibentuk melalui hubungan kita dengan orang lain. Fenomenologi dalam praktiknya lebih

cenderung untuk menggunakan metode observasi, wawancara mendalam (kualitatif), serta analisis dokumen (Kuswarno, 2013:35-36).

#### **1.8.4 Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif meliputi pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan Generasi Millennial khususnya anggota utama IDN Times *Community* Bandung.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah yang berupa kata-kata maupun tindakan. Selebihnya data berupa dokumen dan fakta di lapangan. Sedangkan data adalah bahan keterangan dalam suatu objek penelitian yang akan diperoleh.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam dengan informan yaitu anggota IDN Times *Community* Bandung mengenai pemenuhan kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal perusahaan media *online* IDNTimes.com berupa dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian, serta data seputar IDN Times *Community* Bandung.

#### **1.8.5 Penentuan Informan**

##### **1. Informan**

Informan dalam penelitian ini adalah 10 orang dari anggota IDN Times *Community* Bandung, sesuai yang dikatakan Kuswarno dalam bukunya

*Fenomenologi* (2013:62) bahwa 10 orang informan dirasakan sudah cukup dalam penelitian fenomenologi. Informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah anggota utama yang sudah lama bergabung di IDN Times *Community* Bandung.

## 2. Penentuan Informan

Adapun ciri-ciri informan dalam penelitian ini setidaknya memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Informan berada dalam lokasi yang sama yang telah ditentukan.
2. Informan adalah orang yang mengalami langsung sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian.
3. Informan bersedia menjelaskan kembali pengalamannya.
4. Memberikan ketersediannya untuk dijadikan informan jika diperlukan (Kuswarno, 2013:62).

Berikut data informan dalam penelitian ini:

**Tabel 3. Data Informan Anggota IDN Times *Community* Bandung**

No	Nama	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Usia
1	Ahmad Rifai Yusuf	Mahasiswa	Laki-laki	21 tahun
2	Anisa Lestari	<i>Freelance</i> <i>Writer</i>	Perempuan	31 tahun
3	Arya Nenggala Maulana	<i>Freelance</i>	Laki-laki	21 tahun
4	Fitri Mustikawati	Karyawan Swasta	Perempuan	26 tahun

5	Gebialya Rahmani	<i>Freelance</i>	Perempuan	18 tahun
6	Khusnul Khotimah	Mahasiswa	Perempuan	22 tahun
7	Laurensius Aldiron	Karyawan Swasta	Laki-laki	23 tahun
8	Nisa Nafisatussholihah	IRT	Perempuan	26 tahun
9	Yulia Erni Suhaeri	<i>Freelance</i>	Perempuan	34 tahun
10	Yunissa Caesariyanti	<i>Gay Year</i>	Perempuan	19 tahun

(Sumber: Wawancara dengan informan pada tanggal 6-15 April 2020)

### 1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian yaitu:

#### a. Observasi

Observasi diarahkan pada kegiatan yang berkaitan langsung dengan objek yang diteliti, memperhatikan secara detail, mendalam, mencatat fenomena yang muncul, observasi dilakukan oleh peneliti guna mendapatkan data berdasarkan pemaknaan, pemahaman, dan pengalaman mengenai informan dalam bersikap, berperilaku, dan sebagainya, dengan mengamati dan memperhatikan bagaimana informan bersikap dan berperilaku dalam kegiatan sehari-hari di rumahnya sehingga data yang diperoleh mendapat benar-benar valid.

#### b. Wawancara

Wawancara dibutuhkan untuk melengkapi data primer yang diperoleh langsung dari informan, dalam penelitian ini dilakukan secara mendalam dan beberapa kali untuk memperoleh informasi sedalam mungkin dan melengkapi data yang dibutuhkan,

melalui beberapa pertanyaan mengenai pemahaman, pemaknaan, dan pengalaman anggota IDN Times *Community* Bandung guna memperoleh informasi sedalam mungkin mengenai pemenuhan kebutuhan informasinya melalui berita IDNTimes.com.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data melalui berbagai dokumen yang tersedia. Metode yang digunakan yaitu dengan memanfaatkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian dan dapat melengkapi data dalam penelitian tersebut. (Harsono, 2008: 165). Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berkas-berkas dan dokumen yang diperlukan guna mendukung dalam penelitian, serta sebagai bukti bahwa penelitian tersebut tidak dibuat-buat.

Dokumentasi dilakukan guna melengkapi data bukti wawancara dengan informan, serta dokumen mengenai profil IDNTimes.com dan IDN Times *Community* yang akan menunjang data penelitian sehingga penelitian dapat terbukti secara nyata dan data yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan lengkap.

### 1.8.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian, penentuan dan keabsahan data penting untuk di cek agar hasil penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan dapat dibuktikan keabsahannya. Pada tahap ini langkah yang dilakukan peneliti adalah mengecek kembali penjelasan yang diberikan informan. Teknik penentuan dan keabsahan data dalam penelitian ini yaitu:

a. Fokus dan Ketekunan

Ketekunan diperlukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh sudah valid dan dapat menjawab permasalahan dalam penelitian atau tidak, sehingga fokus penelitian tidak keluar dari topik permasalahan. Fokus dalam penelitian ini yaitu merupakan anggota IDN Times *Community* Bandung. Hal ini diperlukan agar data yang diambil tidak keluar dari fokus penelitian yang dibahas.

b. Triangulasi

Teknik ini digunakan untuk memeriksa kevalidan data dengan membandingkan dengan aktifitas di luar penelitian. Teknik ini dilakukan dengan cara mencocokkan dan membandingkan data yang diperoleh dengan data diluar fokus penelitian yang masih berkaitan. Oleh karena itu, triangulasi dalam penelitian ini yaitu dengan mencocokkan data yang didapatkan dari komunikasi antar anggota dalam grup IDN Times *Community* Bandung.

### 1.8.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data fenomenologi menurut Creswell (dalam Kuswarno, 2009:72), yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti menjelaskan keseluruhan pengalamannya. Pengalaman dalam penelitian ini adalah bagaimana pengalaman pemenuhan kebutuhan informasi melalui berita IDNTimes.com bagi anggota IDN Times *Community* Bandung.
2. Peneliti kemudian menemukan pernyataan tentang bagaimana orang-orang memahami topik, rinci pernyataan tersebut (horisonalisasi data) dan perlakukan setiap pernyataan memiliki nilai yang setara, serta kembangkan rincian tersebut dengan tidak melakukan pengulangan.

3. Pernyataan tersebut dikelompokkan ke dalam unit-unit bermakna, peneliti merinci unit tersebut dan menuliskan sebuah penjelasan teks tentang pengalamannya, termasuk contoh-contohnya.
4. Peneliti kemudian merefleksikan pemikirannya dan menggunakan variasi imajinatif atau deskripsi struktural, mencari keseluruhan makna yang memungkinkan dan melalui perspektif yang divergen, mempertimbangkan kerangka rujukan atas gejala, dan mengkonstruksikan bagaimana gejala tersebut dialami.
5. Peneliti kemudian mengkonstruksikan seluruh penjelasannya tentang makna dan esensi pengalamannya.
6. Proses tersebut merupakan langkah awal peneliti mengungkapkan pengalamannya, kemudian diikuti pengalaman seluruh informan.

