

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media merupakan alat komunikasi penghubung antar manusia, yang sudah menjadi kebutuhan manusia dalam kesehariannya. Media saat ini sudah bermacam – macam bentuknya atau sering disebut dengan media massa. Dengan adanya media, maka terjadi sebuah komunikasi, karena komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lainnya. Dengan kata lain komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi melalui media massa.

Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang didapat bisa di terima secara serentak dan sesaat. Psikologi Komunikasi (Rakhmat, 2008:189).

Seperti yang di katakan kutipan diatas, bahwa media elektronik adalah bagian salah satu dari media massa. Salah satunya adalah media *online* atau internet, dan yang paling populer adalah media sosial, walaupun saat ini media sosial belum terakui sebagai dari bagian media massa elektronik namun pada kenyataannya media ini memerlukan alat elektronik.

Media sosial yang saat ini menjadi bagian alat komunikasi manusia, memang sulit di pisahkan dari kehidupan. Media ini cukup berpengaruh terhadap kehidupan manusia seperti dalam dunia hiburan, bisnis, pendidikan, sampai ke ranah

perpolitikan. Perkembangannya sangat pesat, karena setiap pergantian bulannya media ini selalu cepat berubah – ubah. Ruang lingkup media sosial sangatlah luas di dalamnya kita dapat mengakses berbagai kebutuhan informasi, karena pada dasarnya media yang satu ini dapat memberikan informasi yang cepat walaupun belum tentu akurat.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Wikipedia).

Salah satu situs media sosial yang fenomenal ialah jejaring sosial, untuk saat ini siapa yang tidak mengenal situs terbesar pada dunia maya ini. Dimana penggunanya bisa mencapai milyaran orang di seluruh dunia. Dan setiap detiknya semakin bertambah dengan angka yang tidak sedikit, hampir separuh dunia ini adalah pengguna jejaring sosial.

Istilah jejaring sosial seperti saat ini sudah tidak asing lagi, karena media tersebut merupakan perkembangan media kontemporer. Pada kenyataannya jejaring sosial tersebut kini merupakan gaya hidup hampir semua orang, yang mana media tersebut nampaknya sudah mampu menghipnotis pemikiran dan paradigma manusia, seiring dengan perkembangan era globalisasi. Media ini juga berperan dan berpengaruh besar terhadap dinamika kehidupan manusia.

Mengutip dari Wikipedia, jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang di jalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.

Fenomena munculnya Jejaring Sosial tentunya tidak terlepas dari perkembangan teknologi komunikasi, yang memudahkan manusia untuk mengakses informasi yang terdapat didalamnya. Semakin berkembangnya dunia teknologi, berarti teknologi yang lama di gantikan oleh kehadiran teknologi yang baru.

Dewasa ini banyak sekali jejaring sosial yang bermunculan, seperti *twitter*, *facebook*, *instagram*, *plurk*, *google+*, *linkedin*, *youtube*, *yahoo massager*, *opera mini*, dan masih banyak yang lainnya. Situs jejaring sosial merupakan situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menghubungkan dengan pengguna lainnya. Situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung menggunakan profil pribadi atau akun pribadinya.

Jejaring Sosial yang saat ini sangat menjadi tren di kalangan manusia salah satunya adalah *Facebook*, peminatnya sangatlah besar mulai dari anak – anak hingga dewasa. Situs media sosial satu ini menjadi jaringan yang nomor satu di dunia, dan jumlah penggunanya sampai milyaran orang di seluruh dunia.

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh *Facebook Inc.* Pada September 2012, *Facebook* memiliki lebih dari satu milyar pengguna aktif, lebih dari separuhnya

menggunakan telepon genggam (*handphone*). Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa *Universitas Harvard*, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, *Ivy League*, dan *Universitas Stanford*. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei *Consumer Reports* bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun *Facebook* dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini. (wikipedia).

Mengutip dari skripsi Ratih Dwi Kusumaningtyas yang ada dalam makalah Mulyadi Saputra, saat ini *facebook* yang berada di dalam internet sudah menjadi konsumsi semua orang, baik untuk kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Hal ini karena, saat ini internet dapat diakses dimana dan kapan saja. Ditambah banyaknya alat pengakses intrnet yaitu *gadget* seperti laptop, smartphone, tablet yang semakin mempermudah khalyak dalam mengkonsumsi media canggih ini.

Facebook merupakan salah satu produk internet, namun menjadi lebih populer daripada internet itu sendiri. Banyak orang rela mengakses internet demi *Facebook*, padahal dahulunya internet bukan teknologi yang mudah bagi kebanyakan orang. Mereka dengan kelemahan latar belakang pendidikan, usia, dan status sosial atau ekonomi mau belajar internet demi mengekspresikan dirinya pada *Facebook*. Dahulunya, tukang sayur, *office boy*, pembantu rumah tangga, pedagang asongan, manula pada tahun 2003 tidak mengenal internet, namun kini mereka memiliki *Facebook* (Juju dan Sulianta, 2010:2).

Kompas Online menyebutkan, hingga saat ini pengguna *Facebook* di dunia telah mencapai angka satu milyar.

KOMPAS.com — Perusahaan situs jejaring sosial *Facebook* mengumumkan telah memiliki 1 miliar pengguna. Dengan prestasi ini, *Facebook* mempertahankan posisi sebagai media sosial terbesar dan yang pertama memiliki 1 miliar pengguna aktif. Ini berarti satu dari setiap tujuh orang di planet ini menggunakan layanan *Facebook*. "Pagi ini (Jumat WIB), ada lebih dari 1 miliar orang yang menggunakan *Facebook* secara aktif setiap bulannya," tulis CEO *Facebook* Mark Zuckerberg dalam siaran pers yang dirilis pada Kamis (4/10/2012).

Seiring berjalannya teknologi dan komunikasi media *online* pun atau sering disebut dunia maya mulai berkembang dari masa ke masa. Banyak sekali manfaat yang di dapatkan oleh media satu ini. Bahkan siswa dan siswi SMK multimedia ini banyak mencari informasi melalui dunia maya khususnya dalam dunia pendidikan.

Fungsi dari jejaring sosial saat ini bukan hanya untuk bermain – main saja, tapi sudah menjadi bagian salah satu penyebaran media massa yaitu berbagai *link* berita sudah dapat diakses saat membuka *facebook*. Karena saat ini berbagai media penyebar berita sudah mempunyai akun pribadi untuk membantu menyebar luaskan berita pada khlayak melalui jejaring sosial khususnya *facebook*. Nama – nama media

tersebut diantaranya *Detik.com*, *Kompas Online*, *Repubilka Online*, *Vivanews*, *Tempo*, *Pikiran Rakyat*, *Sindo*, dan masih banyak lagi nama – nama media yang saat ini sudah *update* melalui dunia maya.

Kebanyakan *facebook* di mata anak – anak sekolah hanya sebagai tempat hiburan dan bergaya saja, seperti mencari teman baru, *update status*, *chattingan*, *mengupload* foto terbaru mereka, dan lain sebagainya. Mereka khususnya anak SMK tidak mau kalah dan tidak mau ketinggalan zaman, karena mereka beranggapan jejaring sosial merupakan sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan mereka. Mereka lebih senang berinteraksi melalui dunia maya, karena saat dunia maya dianggap sebagai hidup yang nyata di bandingkan dengan kehidupan yang sebenarnya.

Penggunaan *facebook* tentu ada nilai positif dan negatifnya. Nilai positif yang diberikan yaitu menambah teman, tahu cara mengotak – atik internet, dan berbagi pengalaman dengan dunia luar. Di samping itu tentunya ada nilai negatif yang di timbulkan yaitu mereka yang sering membuka jaringan internet bisa lupa waktu, pelajar bahkan bisa saja lebih sering *online* daripada belajar, itu bisa berdampak pada nilai mata pelajaran mereka di sekolah.

Inti dari fungsi *facebook* itu sendiri yaitu pada awalnya yaitu media untuk berinteraksi dan bersosialisasi. Namun seiring Perkembangan zaman yang semakin berubah, penggunaan *facebook* sendiri menjadi alat atau media untuk keperluan dan kepuasan sendiri. Seperti banyak kasus yang semakin beredar bersumber dari *facebook*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka perumusan masalah secara umum dari penelitian ini yaitu diantaranya:

- 1) Bagaimanakah penggunaan *link* berita dalam *facebook* di kalangan siswa dan siswi SMK multimedia Al- Masthuriyah ?
- 2) Bagaimanakah pemanfaatan dan fungsi *link* berita dalam *facebook* di kalangan siswa dan siswi SMK multimedia Al- Masthuriyah ?
- 3) Bagaimanakah daya tarik *link* berita dalam *facebook* di kalangan siswa dan siswi SMK Al-Masthuriyah ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui cara penggunaan *link* berita dalam *facebook* oleh siswa dan siswi SMK multimedia Al- Masthuriyah.
- 2) Untuk mengetahui fungsi dan manfaat apa saja yang di peroleh dari *link* berita dalam *facebook* di kalangan siswa dan siswi SMK multimedia Al – Masthuriyah.
- 3) Untuk mengetahui sejauh daya tarik *link* berita pada *facebook* di kalangan siswa dan siswi SMK multimedia Al-Masthuriyah.

2. Kegunaan Penelitian.

Dalam kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengetahuan, yang saat ini semakin berkembang dan dapat diaplikasikan, khususnya pada jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Yang mana pada sebelumnya telah

diberikan dalam mata kuliah Perbandingan Teknologi dan Komunikasi dalam aspek penggunaan *link* berita dalam jejaring sosial.

Lain halnya dalam kegunaan praktis hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk bahan referensi penelitian selanjutnya, dalam perkembangan media sosial yang berkaitan dengan bidang kejournalistikan, khususnya dalam aspek penggunaan *link* berita pada jejaring sosial.

D. Tinjauan Pustaka / Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai jejaring sosial khususnya *Facebook* pada penelitian sebelumnya memang pernah digunakan. Dan kebanyakan penelitian yang diteliti adalah tentang media atau berita yang ada di jejaring sosial tersebut. Tentunya penelitian ini sangatlah berbeda, karena penelitian ini meneliti mengenai tentang perkembangan *facebook*. di kalangan siswa dan siswi SMK Multimedia Al - Masthuriyah Berikut contoh – contoh penelitian sebelumnya mengenai internet, diantaranya :

1. Richa Febriana Aryati Somantri (2011).

Dalam penelitian yang di teliti oleh Richa tentulah berbeda, dari mulai judul dan hasilnya. Ia memberikan judul “*Sajian Berita Citizen Journalism Di Media Online*”. Hasil dari penelitiannya menunjukkan, bahwa berita *citizen journalism* yang dimuat di liputan6.com pada kanal citizen6 berupa berita pernyataan pendapat, idea tau gagasan (*talking news*). Pesan yang disampaikan bersifat informatif, tidak mengandung iklan, fitnah, gossip, SARA, kekerasan, pornografi dan bukan berita politik.

2. Lulu Kholidah (2012).

Penelitian satu ini juga meneliti tentang *facebook*, dan berjudul “*Respon Remaja Warungjati RW 06 Terhadap Newsfeed Dalam Jejaring Sosial Facebook*”. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan dari tingkat perhatian dan penerimaan remaja Warungjati RW 06 Cikalong Wetan Kabupaten Bandung Barat terhadap *newsfeed* dalam jejaring sosial *facebook* cukup tinggi.

3. Dewi Prasista (2012).

Kemudian penelitian selanjutnya berjudul “*Jurnalisme Dakwah Dalam Kolom Mualaf Pada Republika Online Edisi Oktober – Desember 2011*”. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa artikel dalam kolom mualaf pada umumnya mengangkat cerita tentang orang - orang yang sebelumnya bukan beragama Islam. Karena adanya pemikiran positif akhirnya mereka masuk agama Islam.

4. Agustin Harisyeila (2011).

Penelitian ini juga meneliti tentang jejaring sosial, namun jejaring sosial yang diangkat yaitu *Twitter*. Penelitian ini berjudul “*Respon Mahasiswa Jurnalistik Terhadap Flash News Dalam Jejaring Sosial Twitter*”. Berdasarkan hasil yang di dapatkan, kesimpulan dari tingkat perhatian dan penerimaan mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung terhadap *flash news* dalam jejaring sosial twitter sangatlah tinggi. Karena *flash news* memuat banyak informasi yang di posting oleh pemilik akun berita yang notabene terdiri dari isi – isi berita yang bermanfaat dan berguna bagi mahasiswa jurnalistik.

5. Panji Eka Yudistira (2011).

Dan yang terakhir juga meneliti tentang *facebook*, penelitian ini berjudul “*Respon Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Facebook Sebagai Link Berita*”. Dapat diambil kesimpulan, bahwa mahasiswa jurnalistik angkatan 2007 merespon dengan sangat baik adanya manfaat baru dari situs jejaring sosial *facebook*. Mahasiswa melakukan aktivitas positif dalam merespon kemunculan link berita di situs *facebook* tersebut, dan memanfaatkannya sebagai ruang *citizen journalism*.

Seperti paparan mengenai penelitian sebelumnya sangatlah jelas penelitian ini sangatlah berbeda. Walau sebelumnya penelitian mengenai *facebook* sudah ada, namun penelitian ini meneliti mengenai penggunaan *link* berita dalam jejaring sosial *facebook* terhadap siswa dan siswi SMK Multimedia Al – Masthuriyah.

E. Landasan Teori

Ilmu komunikasi meliputi beberapa unsur, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Unsur komunikator ini meliputi wartawan sebagai pencari berita atau informasi, setelah mendapatkan informasi maka wartawan menyampaikannya berupa unsur pesan melalui unsur media yakni media, lalu pesan itu dibaca oleh khalayak sebagai unsur komunikan, dan akhirnya akan menimbulkan unsur terakhir dari komunikasi yaitu efek. Jadi penyampaian pesan teks dari wartawan, jurnalis dalam bentuk teks berita adalah proses komunikasi, wartawan berperan sebagai komunikator, berita sebagai pesan, pembaca adalah komunikan, dan menimbulkan efek.

Di dalam ilmu komunikasi, muncul berbagai macam teori yang berhubungan dengan komunikasi. Dari banyaknya teori – teori komunikasi yang ada, penelitian ini menggunakan teori Media Baru (*New Media*). Dalam buku Asep Syamsul M. Romli yang berjudul *Jurnalistik Online*, *New media* merupakan penyerderhanaan istilah (simplikasi) terhadap bentuk media luar lima media massa konvensional, televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan.

New media merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun *new media* sendiri tidak serta merta berarti media digital. Video, teks, gambar, grafik, yang diubah menjadi data-data digital berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam *new media*, selain ciri interaktif dan intertekstual.

Media sosial merupakan media baru (*New Media*) atau lebih sering disebut sebagai media konvergensi. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka dalam penelitian ini pun teori yang digunakan sebagai alat ukur atau pendukung adalah teori media baru. Penulis menganggap teori ini relevan dengan keberadaan media sosial yang merupakan pendatang baru dalam ranah media.

Media sosial adalah sebuah media *online* tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, wki, dan jejaring sosial utamanya *facebook* dan *twitter* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Romli, 2012:104).

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh dapat Internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROM, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas, tetapi media ini menggunakan teknologi yang bersifat maya.

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan :

Pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Kedua yaitu pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk

mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Teori Media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis ,dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang *complex*, dan *fleksibel* yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media, karena, media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (modern media (*new media*)).

Teori Media Baru masih dalam tahap awal pengembangan dan ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan untuk menyempurnakan dan memperluas beberapa argumen dasar yang ditetapkan. Namun, apa yang jelas sekarang adalah bahwa konsepsi, media telah dianalisis dan diuji melalui kebanyakan seluruh beragam sekolah, teori dan metodologi. Dengan mengatur beberapa hal dalam konteks 'modernis' dan 'postmodern', telah membantu untuk mengklarifikasi banyak perdebatan besar yang terjadi di dalam dan sekitar lapangan secara keseluruhan. 'Teori digital' mungkin belum disiplin dengan benar, tetapi kehadirannya akan dirasakan dan cara yang kita sebut New Media panjang ke masa depan. (*ahlikomunikasi.wordpress.com*).

Selain itu penulis menggunakan teori *Uses and Gratifications Model* (Model Kegunaan dan Kepuasan) sebagai kerangka pemikiran dan penelitian ini. Teori ini merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan

media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Katz, Blumler & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratifications*, yaitu:

- a) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media massa terletak pada khalayak.
- c) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagi mana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d) Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Uses and gratifications model meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *uses and gratifications model* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan.

McQuail (1995) mengatakan ada dua hal utama yang mendorong munculnya pendekatan penggunaan ini. *Pertama*, ada oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media. Sikap ini merupakan bagian dari “penemuan kembali manusia” yang terutama terjadi pada sosiolog di Amerika. *Kedua*, ada keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa. Dalam persoalan ini pendekatan *uses and gratifications model* menyajikan alternatif lain dengan memandang hubungan antara isi media dengan komunikan, dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsi.

Model *uses and gratifications* juga membahas motif-motif dan alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan. Contoh pemikiran yang memakai pendekatan penggunaan dan gratifikasi adalah: individu tertentu, seperti halnya sebagian besar manusia mempunyai kebutuhan dasar untuk mengadakan interaksi sosial. Dari pengalamannya, individu ini berharap bahwa konsumsi atau penggunaan media massa tertentu akan memenuhi sebagian kebutuhannya itu. Hal ini menuntunnya pada

kegiatan menonton program televisi tertentu, membaca isi majalah tertentu dan sebagainya.

Dalam beberapa kasus, kegiatan ini menghasilkan gratifikasi kebutuhan, tetapi dapat pula menimbulkan kebergantungan dan perubahan kebiasaan pada individu itu. Dalam contoh ini, penggunaan media dapat dikatakan merupakan alternatif fungsional bagi interaksi yang sesungguhnya.

Model-model kegunaan dan gratifikasi dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau kelompok-kelompok individu. Model-model ini menyajikan kerangka bagi sejumlah studi yang berbeda-beda termasuk Katz dan Gurevitch (1994), yang menggunakan riset kegunaan dan gratifikasi untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan berbagai media dilihat dari fungsi dan karakteristik lainnya. Penelitian ini menghasilkan model sederhana yang memperhatikan bagaimana sebagian besar media itu memiliki kesamaan.

Dalam suatu studi klasik terhadap reaksi khalayak pada masa pemogokan surat kabar oleh Berelson (1999), ditemukan bahwa sebuah harian dapat melakukan fungsi sebagai berikut: memberikan informasi dan interpretasi tentang masalah-masalah umum sebagai alat untuk kehidupan sehari-hari dan untuk bersantai, alat gengsi sosial, alat kontak sosial dan sebagai bagian dari kegiatan sehari-hari. (Ardianto, 2009:73-76)

Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas, seperti dikutip Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (1993:294), model *Uses and Gratifications* dimulai dengan lingkungan sosial (*social environment*) yang menentukan kebutuhan kita. Lingkungan sosial tersebut meliputi

ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian. Kebutuhan individual (*individual's needs*) dikategorikan sebagai:

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif): Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita.
2. *Affective needs* (kebutuhan efektif): Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan, dan emosional.
3. *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif): Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif): Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berfiliasi.
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan): Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

F. Langkah – langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan berlokasi di SMK Al – Masthuriyah yang berada di Pondok Pesantren Al – Masthuriyah Tipar Cisaat Sukabumi. Alasan dilakukannya penelitian ini adalah :

Pertama : SMK Al – Masthuriyah merupakan sekolah yang berada di dalam kawasan Pondok Pesantren Al – masthuriyah. Kemudian, SMK multimedia ini lebih banyak menggunakan perangkat teknologi khususnya dalam pengoperasian internet.

Kedua : Sehubungan dengan penelitian yang bertemakan penggunaan *link* berita dalam *facebook* pada siswa dan siswi SMK Al - Masthuriyah, dirasa sekolah ini sudah cocok. Ini karena dirasa para murid SMK didalamnya mempunyai akun *facebook*, dan pastinya akan lebih mempermudah dalam proses penelitian.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini metode yang digunakan adalah metode naturalistik atau metode kualitatif untuk meneliti kondisi objek secara alami. Pengumpulan data dilakukam secara gabungan melalui dokumen-dokumen penelitian yang telah ada, kemudian melalui observasi dan wawancara ke lokasi yang dituju.

Menurut buku Deddy Mulyana, metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topic penelitian. Metodologi kualitatif menghasilkan hipotesis dari penelitian lapangan,

metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik, tapi penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya.

Dalam penelitian kualitatif peran bahasa dan makna-makna yang dianut subjek penelitian, menjadi sangat penting. Pengamatan berperan-serta, wawancara mendalam, dan analisis dokumen (metode historis) juga dikenal, tetapi dianggap tidak terlalu penting. Sementara dalam penelitian kualitatif ketiga metode tersebut bersifat fundamental dan sering digunakan bersama-sama.

Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman yang otentik mengenai pengalaman orang-orang, sebagaimana dirasakan orang-orang yang bersangkutan. Adapun pengertian menurut Denzin pengamatan berperan-serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara dengan responden dan informan, partisipasi dan observasi langsung dan intropeksi.

Sebagai metode kualitatif yang inklusif atau menyeluruh (kombinasi metode-metode dan teknik-teknik penelitian kualitatif), pengalaman berperan serta lazim digunakan dalam meneliti masyarakat primitif, subkultur menyimpang, organisasi yang kompleks (seperti rumah sakit, serikat, korporasi), pergerakan sosial, komunitas, dan kelompok informal (seperti geng dan kelompok kerja pabrik). (Mulyana, 2010:163)

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan yaitu kualitatif. Kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, gambar atau pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan rumusan masalah yang sudah dibahas di latar belakang masalah pada pembahasan sebelumnya.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini karena yang akan digunakan adalah jenis penelitian kualitatif, maka sumber data yang akan digunakan berupa *printout* sebagian akun *facebook* yang di miliki siswa dan siswi SMK, dan juga beberapa rekaman wawancara, yaitu :

- 1) Dokumentasi tentang aktivitas siswa dan siswi SMK Al - Masthuriyah yang sedang *online* dalam akun jejaring sosial *facebook*.
- 2) Hasil rekaman wawancara dari beberapa siswa dan siswi SMK.
- 3) Kemudian diperoleh dari pustaka atau buku-buku dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

4. Informan

Informan yang ada dalam penelitian ini yaitu berasal dari siswa dan siswi SMK multimedia Al – Masthuriyah kelas XI (dua), yang mana untuk mengetahui tentang sejauh mana daya tarik penggunaan *link* berita dalam akun *facebook*. Dalam hal ini informan didapat dari siswa dan siswi SMK Multimedia itu sendiri. Waktu proses penelitian mulai dari tanggal 3-15 juni 2013.

Untuk menggali informasi yang ingin diperoleh, maka dari itu diajukan beberapa pertanyaan, terkait dengan permasalahan yang terjadi seperti yang sebelumnya sudah disebutkan pada latar belakang masalah. Informasi yang akan didapat tentu lah tidak mudah, karena keberadaan narasumber yang kemungkinan sulit untuk diajak kerjasama. Oleh karenanya, selain wawancara secara empat mata dengan sebagian narasumber juga akan dilakukan wawancara di *facebook*, yaitu melalui *chatting* dengan narasumber. Selain itu disaat waktu senggang akan dilakukan pula masuk ke dalam SMK Multimedia kelas XI.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan melalui dokumen seperti *printout*, foto – foto kegiatan murid SMK yang diperoleh. Terkait dengan aktivitas siswa dan siswi SMK saat sedang menggunakan *facebook*, yang di lihat melalui akun *facebook* yang sedang *on*. Selain itu diperoleh dari beberapa buku dan data hasil wawancara untuk melengkapi data-data sebelumnya.

b. Observasi dan Wawancara

Observasi dan wawancara akan dilakukan ke SMK Al – Masthuriyah. langkah awal yaitu dilakukan observasi, untuk melihat secara langsung proses penggunaan *link* berita dalam *facebook*. Kemudian, setelah observasi akan dilakukan kegiatan wawancara terhadap narasumber guna untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

6. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Pertama, peneliti berinteraksi langsung pada narasumber dengan cara wawancara secara empat mata. Selain wawancara secara langsung, juga akan dilakukan wawancara via *chatting*.

Kedua, katagorisasi penelitian yang dilakukan sesuai dengan rumusan masalah yang sudah tercantum pada pembahasan sebelumnya, yang terdapat pada rumusan masalah.

Ketiga, analisis data yaitu data yang telah diperoleh dan ditafsirkan sesuai dengan kebutuhan data penelitian yang akan dilakukan.

Keempat, setelah data – data yang didapat ditafsirkan, kemudian dibuat kesimpulan di akhir penelitian.

