

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat terlepas dari media karena seiring dengan perkembangan zaman keduanya sama-sama saling membutuhkan. Hal ini seiring dengan peristiwa-peristiwa yang terjadi di seluruh dunia memiliki hubungan yang penting antara manusia sebagai pencari informasi dan juga media sebagai penyedia informasi. Semua peristiwa yang terjadi di seluruh dunia akan menjadi sumber bagi media yang kemudian akan menjadi sebuah informasi.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, kini media massa berkembang dan memiliki fungsi dan peranan yang sangat besar bagi masyarakat. Media memberikan informasi dalam bentuk berita, hiburan untuk masyarakat luas hingga bisa mempengaruhi melalui isi informasi atau berita yang telah disebarkan. Informasi-informasi tersebut bisa bermacam-macam mulai dari pendidikan, ekonomi, agama, lalu lintas hingga politik.

Gillmor (dalam Rulli, 2015:23) menyatakan bahwa, jika selama ini pola komunikasi yang biasanya terdiri dari salah satu sumber ke banyak audien atau *one to one*, misalnya Radio, TV, Surat Kabar dll. Namun, sekarang pola komunikasi yang ada pada media *cyber* dapat menjadi *many to many*. Komunikasi ini pada intinya terjadi karena adanya koneksi dari satu perangkat komputer ke komputer lain yang membentuk interkoneksi global. Global disini maksudnya bukan pengertian mengenai lintas wilayah atau negara melainkan cara kerja yang terhubung dalam suatu jaringan atau *online* tanpa harus memperhatikan batasan wilayah, perangkat keras maupun program apa yang sedang digunakan.

Media digunakan untuk mengetahui perkembangan yang terjadi setiap harinya sebagian masyarakat memilih media *mainstream* seperti TV, Radio, Koran dll karena sudah menjadi sumber berita sehari-hari. Sebagian lagi lebih memilih media sosial karena memiliki akses yang mudah karena bisa langsung melalui *smartphone* atau komputer. Biayanya yang lebih murah, bebas menentukan informasi apa yang ingin dicari hingga kecepatan informasi

beritanya. Bahkan ada yang mengkombinasikan keduanya untuk menjadi sumber berita atau informasi sehari-hari.

Media sosial digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain, mencari sesuatu hal untuk diketahui, hingga sebagai sarana untuk mencari informasi atau membagikan informasi atau berita. Biasanya, masyarakat mencari berita tentang perkembangan-perkembangan terbaru yang belum atau tidak diberitakan oleh media mainstream. Media sosial seperti Twitter, Instagram, Youtube dan Facebook merupakan media yang paling banyak diakses. Media sosial biasanya digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, selain itu merupakan tempat menerima informasi dan juga masyarakat bisa berinteraksi langsung secara bebas.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa pada rentan usia 19-34 thn merupakan pengguna internet terbanyak yaitu 49,52% dari keseluruhan pengguna internet di Indonesia dan menurut Saiful Mujani *Research & Consulting* (SMRC) pemilih usia 17-38 tahun sebanyak 55% dari jumlah total pemilih pada Pemilihan Presiden 2019. Jumlah mahasiswa di Indonesia mencapai 7,5 juta orang dan rata-rata mahasiswa yang menempuh pendidikan S1 berusia 19-23 tahun. Sehingga, sebagian besar mahasiswa merupakan pemilih usia muda dan kebanyakan sebagai pemilih pemula. Sebagian besar mahasiswa merupakan bagian dari 40 juta pemilih pemula dari 192 juta daftar pemilih tetap pemilihan umum 2019 di seluruh Indonesia.

Media sosial menjadi salah satu alat untuk mendapatkan banyak dukungan politik, karena mengingat para pengguna media sosial yang jumlahnya sangat banyak dari kaum milenial. Kampanye melalui media sosial juga dapat berinteraksi secara langsung sehingga banyak diskusi-diskusi dan perdebatan yang terjadi. Cara-cara seperti itu sudah dilakukan oleh tim sukses maupun sukarelawan dari kedua belah pihak. Sebagian besar pengguna media sosial merupakan kelompok milenial yang sudah menjadi daftar pemilih.

Twitter merupakan media sosial yang mirip dengan blog atau bisa dikatakan mini blog. Mini blog seperti twitter memfasilitasi para penggunanya untuk menulis aktivitasnya dengan jumlah maksimal 280 karakter. Seperti halnya media sosial yang lain, twitter merupakan tempat untuk menjalin hubungan dengan orang lain, memperoleh atau mendapatkan informasi hingga membagikan

pendapat atau informasi dari orang lain. Twitter merupakan salah satu media sosial yang berbentuk *social network* yang paling sering diakses di Indonesia. Twitter menempati peringkat ke-4 setelah Youtube, Facebook dan Instagram.

Fenomena pemberitaan tentang pemilihan presiden di media sosial twitter merupakan hal yang dilakukan karena dalam masa kampanye dan mendekati pemilihan presiden 2019. Dalam pemilihan presiden ini terdapat 2 pasangan calon presiden yaitu nomor urut 1 didapat oleh Jokowi-Ma'ruf Amin sedangkan nomor urut 2 didapat oleh Prabowo-Sandiaga Uno. Banyak sekali berita-berita yang tersebar di media sosial twitter tentang kedua pasangan calon, seperti halnya banyak pemberitaan seputar pasangan calon yang berkunjung langsung ke masyarakat untuk mengetahui situasi dan kondisi, pasar-pasar untuk mengetahui kestabilan harga hingga mendatangi ulama-ulama untuk meminta doa restu agar terpilih menjadi presiden dan wakil presiden 2019.

Berita-berita tentang kampanye di media sosial twitter dilakukan oleh tim sukses dan relawan masing-masing pasangan calon. Tim sukses dan relawan petahana yaitu melakukan kampanye seputar keberhasilan-keberhasilan pemerintahan Jokowi selama ini, mulai dari pembangunan infrastruktur yang sudah tidak jawa sentris hingga keberhasilan menguasai saham freeport. Sedangkan tim sukses dan relawan Prabowo-Sandiaga Uno melakukan kampanye dengan memberikan informasi tentang prestasi-prestasi Prabowo-Sandi dan juga mengkritisi kinerja pemerintah mulai dari sembako mahal, penanganan pelanggaran HAM hingga naiknya dollar terhadap rupiah. Lalu, juga berita mengenai visi, misi dan program yang ditawarkan oleh kedua pasangan calon.

Banyak sekali ditemukan *hashtags* atau tagar tentang pemilihan presiden, baik itu yang umum hingga yang bersifat sensitif. Saling serang antara kedua kubu menjelang pemilihan presiden 2019 sangat terasa di media sosial twitter. Mulai dari *hashtags* yang sensitif, adu argumen dari para tim sukses maupun relawan masing-masing kubu, hingga adu argumen dari tokoh-tokoh politik kedua kubu. Isu-isu berita atau informasi hoax juga banyak sekali ditemukan untuk menyerang dan menjatuhkan salah satu kubu.

Mahasiswa sebagai *Agent of change* atau agen perubahan maksudnya adalah perubahan yang memiliki arah yang lebih baik. Mahasiswa diharapkan memiliki sebuah motivasi, dorongan dan menjadi pelopor adanya perubahan. Dalam politik, peran mahasiswa sebagai pengontrol bagi pemerintah dan juga memberikan dukungan ketika pemilihan umum dilakukan. Pemikiran mahasiswa dituntut kritis dalam menanggapi kebijakan-kebijakan politik. Kepedulian terhadap situasi politik cukup besar di media sosial, sebagai contoh ketika adanya ada informasi mengenai politik maka mahasiswa memberikan tanggapan maupun komentar di media sosial.

Menurut latar belakang masalah diatas, maka peneliti ingin mengetahui Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura sehubungan dengan banyaknya berita seputar pemilihan presiden 2019 di media sosial twitter. Peneliti memilih twitter karena lebih simpel, sederhana dan juga lebih fleksibel dibandingkan facebook, instagram maupun youtube. Selain itu juga didukung dengan elit-elit politik yang ikut. Pemilihan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015, 2016 dan 2017 karena sudah mengampu mata kuliah tentang pengantar ilmu politik dan komunikasi politik yang diharapkan dapat lebih mengerti dan paham. Terkait dengan hal tersebut penulis ingin mengetahui bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura Pengguna Twitter Terhadap Berita Pemilihan Presiden 2019.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura Pengguna Twitter Tentang Berita Pemilihan Presiden 2019 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura Pengguna Twitter Tentang Berita Pemilihan Presiden 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sebuah gambaran mengenai salah satu proses yang penting dalam mempersepsikan sebuah kejadian.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah bahan referensi bagi mahasiswa atau umum untuk memperluas wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya wawasan mengenai persepsi.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan studi penelitian lanjutan mengenai persepsi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi yang aktual mengenai aspek yang di teliti. Selain itu, juga memberikan manfaat untuk dapat mempersepsikan suatu hal yang sedang terjadi dan juga sebagai masukan bagi pihak yang membutuhkan sebuah pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian ini.