BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat dewasa ini mulai berkembang kearah masyarakat informasi. Dimana keberadaan sebuah informasi dianggap sangat penting. Sehingga setiap orang berlomba-lomba untuk mendapatkan informasi terbaru di bidang apapun secepat mungkin. Beragam cara penyampaian informasi dilakukan berbagai pihak, untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Hal ini terbukti dari meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai apa saja yang terjadi di sekelilingnya terutama yang berhubungan dengan kepentingannya. Sehingga dengan demikian manusia senantiasa mencari informasi dengan berbagai cara dalam setiap kesempatan yang dimilikinya.

Dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi. Sehingga dengan komunikasi tersebut manusia dapat mengeluarkan pendapat dan keinginannya serta dapat menerima pendapat orang lain baik dengan cara langsung (tatap muka) maupun melalui media. Media disini tentu bermacam macam mulai dari media massa seperti TV, Radio, Majalah, Surat kabar, dll serta media baru yaitu internet, pada penelitian ini peneliti akan berfokus pada media baru yaitu internet.

> Secara sederhana menurut **Harjono** (2009:1) Internet dapat diartikan kumpulan dari beberapa komputer, bahkan jutaan komputer di seluruh dunia yang saling berhubungan atau terkoneksi satu sama lainnya. Media yang digunakan bisa menggunakan kabel/serat optic, satelit atau melalui sambungan telepon.

Pendapat ini mengartikan bahwa internet merupakan media komunikasi dan informasi modern yang dapat dimanfaatkan secara global oleh pengguna diseluruh dunia dalam interkoneksi antar jaringan komputer yang terbentuk melalui sarana berupa penyedia akses (provider) internet, sehingga internet sebagai media informasi dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak, perbedaan waktu dan juga faktor geografis bagi seseorang yang ingin mengakses informasi.

Beragam cara informasi di berikan melalui internet tak terkecuali lewat jejaring sosial seperti *Twitter* yang sekarang lagi banyak digunakan oleh penduduk dunia, berbagai macam akun *Twitter* khususnya mengenai informasi sudah banyak muncul di dunia bahkan di Indonesia khususnya kota Bandung yang memiliki Akun *Twitter* seputar berita yang mengupas informasi-informasi yang ada dikota Bandung. Untuk lebih jelas peneliti akan mengupas apa itu Akun *Twitter* infobdg.

Akun *Twitter* infobdg adalah sebuah portal web yang memberikan informasi-informasi seputar kota bandung. Pada tanggal 3 Januari 2010, akun ini dibuat. Tujuan nya adalah untuk menjadi “corong” bagi warga Bandung dalam hal berbagi semua informasi tentang Bandung secara *realtime*. Akun *Twitter* yang sudah di follow sebanyak kurang lebih 500.000 ribu orang ini

memiliki keunggulan dibanding akun *Twitter* lainnya, infobdg akun pertama di Bandung yang memberikan atau menjadi pelantara bagi para *followers* untuk berbagai macam kegiatan serta memberikan informasi seputar kota Bandung. Semisal kita akan menanyakan daerah mana yang ujan, maka tidak selalu pihak infobdg yang menjawab tapi para *followers* lain akan memberikan jawaban, jadi inti nya bukan sebagai akun informasi saja tapi juga sebagai akun *Twitter* jasa di kota Bandung.

Informasi yang diberikan beraneka ragam, mulai dari pemberitahuan informasi, diskon,event, cuaca dan keadaan lalu lintas seputar kota Bandung. Dengan konsep yang di tawarkan oleh *Twitter*, Akun *Twitter* infobdg dapat memberikan informasi-informasi terbaru dengan cepat kepada para followersnya. Akun *Twitter* infobdg memiliki keunikan jika dibandingkan dengan akun *Twitter* jasa informasi lainnya, keunikannya adalah selain pihak infobdg yang memberikan informasi, *followers* nya pun juga dapat berpartisipasi dalam pemberian informasi seputar kota Bandung, dengan mengirim info ke http://www.twitter.com/infobdg dengan cara menulis DM diawali dengan #infoBDG, #diskonBDG, #eventBDG, cuacaBDG, #lalinBDG. Dengan keunikan ini, sering terjadi feedback yang baik antara followersnya yang satu dengan yang lainnya, yang kemudian seringkali terjadi pertukaran informasi di dalamnya.(Hasil wawancara)

Menurut Gordon B. Davis mengatakan,“Informasi adalah data yang telah di proses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau untuk

keputusan mendatang",(Siahaan,1991:29), informasi lah yang sangat berperan dalam komunikasi.

> "Komunikasi adalah sarana vital untuk mengerti diri sendiri, untuk mengerti orang lain, untuk memahami apa yang dibutuhkannya dan apa yang dibutuhkan orang lain, apa pemahaman kita dan apa pemahaman sesama." (Siahaan,1991:1)

Untuk kecenderungan informasi yang diberikan, informasi seputar kota Bandung secara umum selalu ada di setiap harinya. Untuk informasi diskon seringkali ada pada awal bulan, minggu pertama dan terakhir pada setiap bulan,untuk event informasinya bersifat harian, tetapi berkala, untuk cuaca informasinya bersifat harian tergantung pada hujan atau banjir yang terjadi di Bandung, sedangkan informasi mengenai lalu lintas juga ada di tiap harinya, informasi lalu lintas ini seringkali berhubungan dengan cuaca yang terjadi, jam-jam pulang kantor dan juga pada hari Jumat sampai Minggu. Melihat keanekaragaman informasi yang di berikan akun *Twitter* infobdg yang di baur menggunakan tema yang di usung "*Twitter*" maka para followersnya dapat mengetahui informasi-informasi yang telah, atau sedang yang dan yang akan terjadi di kota Bandung ini. [1]

Akun *Twitter* Infobdg merupakan salah satu media yang dapat menyebarluaskan informasi secara cepat kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, dengan demikian *Twitter* memiliki peranan yang sangat penting dalam penyebarluasan Informasi, hal ini merupakan sebuah upaya positif yang diberikan oleh suatu jejaring sosial dalam memberikan pelayanan akan informasi pada khalayaknya. Dengan begitu, maka khalayak

[1] http://www.infobdg.com/v2/adnow/ di unduh 28-februari-2012/11.20

pun akan mengapresiasi hal tersebut dengan positif. Artinya, khalayak mendapatkan apa yang mereka butuhkan sebagai referensi dan informasi.

Twitter sendiri merupakan layanan *micro-blogging* dan jejaring sosial yang bertumbuh paling cepat pada saat ini. *Twitter* merupakan satu-satunya layanan online di dunia yang jumlah penggunanya sanggup bertumbuh lebih dari 1.000% perbulan. *Twitter* merupakan satu-satunya layanan *online* di dunia yang jumlah penggunanya terus bertambah antara 5.000 hingga 10.000 pengguna baru per hari. Ini angka yang sangat fantastis. *Twitter* tidak hanya menjadi topik pembicaraan yang paling banyak di bahas, tetapi pengguna *Twitter* juga terus bertambah, Alhasil *Twitter* pun menjadi standar baru dalam komunikasi.

Situs yang didirikan pada tahun 2006 lebih menonjolkan pada informasi yang dibawanya akan apa saja peristiwa yang terjadi di permukaan bumi ini. Hal tersebut di tegaskan pada perubahan pertanyaan yang dilontarkan. Tak lagi menekankan pada "*what are you doing*?" tetapi "*what happenings*?", dan pertanyaan ini yang harus dijawab oleh para pengguna setiap saat. Hanya dalam waktu sekian detik, peristiwa yang terjadi di Indonesia maupun belahan dunia manapun akan bisa terdeteksi oleh pengguna karena tak ada batasan region ataupun pembatas lainnya. apalagi dengan semakin banyaknya pemberi informasi. Informasi bisa tersebar dengan lebih cepat lagi, karena dengan mengirim informasi ke pemberi informasi awal tadi, berita itu selain akan sampai ke *followers* sipenulis berita, juga akan sampai keribuan *follower* si pemberi informasi tadi.

Twitter akhirnya tidak hanya di gunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang hanya berisi kegiatan rutin sehari-hari. Ia juga menjadi media penyebaran berbagi pesan, laporan, Informasi-informasi dan pengalaman yang luar biasa cepatnya. Salah satu contoh dalam buku Ahmad Fauzi yang berjudul All About Twitter dijelaskan, ketika terjadi serangan teroris di Mumbai, India, pada 26-29 November 2008. Serangan itu menewaskan paling sedikit 173 orang dan melukai paling sedikit 308 orang. Dunia mengetahui terjadinya serangan itu bukanlah dari laporan media massa, sebaliknya pertama mengetahui peristiwa dari twitter. Saat serangan terjadi, para saksi mata, yakni orang-orang yang berada disekitar TKP memberikan laporan langsung melalui *Twitter* ini,saat serangan terjadi, para saksi mata mengirimkan sekitar 80 *twett* (pesan singkat) dalam setiap lima detik untuk melaporkan peristiwa yang mereka lihat karena dengan *Twitter* laporan yang mereka sampaikan bisa diketahui dunia.

Fenomena itu membuktikan bahwa *Twitter* sudah menjadi bagian integral dalam kehidupan manusia. Pada saat ini, *Twitter* tidak hanya menjadi situs pertemanan saja sekarang ini tetapi sudah menjadi suatu atau salah satu alat, media dalam mencari Informasi.

Evolusi *Twitter* sangat menarik untuk terus di pantau karena momentum *Twitter* terus meningkat, dan banyak di manfaatkan untuk berbagai aktivitas seperti alat propaganda oposisi, perang *cyber*, alat pemasaran perusahaan-perusahaan, media publisitas selebriti, bahkan NASA pun menggunakan *Twitter* untuk memberikan informasi pada *followers* nya.

Pendek kata, kehadiran *Twitter* mampu membuka peluang baru bagi siapa saja yang sanggup memanfaatkannya. Keuntungan-keuntungan yang dihasilkan oleh *Twitter* tak lepas dari andil Internet.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mutakhir yang terjadi dewasa ini memungkinkan masyarakat dunia hidup dalam era informasi global. Era ini ditandai dengan semakin majunya revolusi teknologi informasi, yang memunculkan fenomena baru dalam masyarakat. Fenomena ini menjadikan informasi sebagai kebutuhan primer masyarakat,tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang hanya berfungsi sebagai keterangan yang bisa dijadikan alat menambah pengetahuan, akan tetapi lebih dari itu, ia berfungsi banyak dalam kehidupan manusia di zaman ini. ”Bahkan demikian pentingnya informasi pada zaman teknologi seperti sekarang ini, maka justru informasi lah yang menduduki bagian yang amat menentukan dalam hampir segala kegiatan di masyarakat” (Pawit,2001: 215).

Kebutuhan manusia akan informasi semakin bertambah di setiap harinya walaupun berbeda-beda jenis dan tingkat kebutuhannya. Akan tetapi manusia tidak perlu cemas untuk memenuhi kebutuhan akan informasinya, banyak pilihan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan yang terus bertambah. Media massa yang kini semakin beraneka ragam dan modern, merupakan satu contoh dari konvergensi teknologi informasi yang memudahkan manusia untuk memperoleh informasi yang di butuhkan dan saling berkomunikasi tanpa ada hambatan ruang dan waktu. Penggunaan media massa kini juga menjadi alternatif sebagai sarana penyebaran informasi

untuk masyarakat luas. Walaupun begitu kita tetap harus selektif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Davis dalam Abdul Kadir, Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. (2003: 283)[2] Katz mengklarifikasikan kebutuhan manusia apabila dikaitkan dengan media massa yang dihadapinya menjadi :

1**. Kebutuhan kognitif**

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan Kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (curiosity) dan penjelajahan (explanatory) pada diri kita.

2. Kebutuhan Afektif

Yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

3. Kebutuhan Integratif personal

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha yang memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi.

[2] http://blog.re.or.id/pengertian-informasi.htm

Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri. (Liliweri, 1991:135-138).

Menelaah manfaat keberadaan akun Twitter Infobdg di kota bandung saat ini , maka kita akan diantarkan pada sebuah kenyataan bahwa sebuah bentuk media penyebarluasan informasi dapat menjadi sebuah jembatan yang mampu menjembatani kebutuhan informasi khalayak.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, manfaat di artikan sebagai :

> "Guna, cara, perbuatan memanfaatkan atau kegunaan yang dilakukan seseorang untuk bersama. Artinya, dalam pengaplikasian pada kehidupan sehari-hari manfaat ada sesuatu hal yang dilakukan seseorang untuk mendatangkan nilai guna bagi bersama". (KBBI,2002:750)

Dan menurut Sinclair dalam Hardi definisi manfaat di artikan sebagai berikut, pengertian manfaat (*advantage*) yaitu "*An advantage is a way in which one thing is better than another*". Dengan demikian manfaat adalah upaya atau cara untuk membuat sesuatu yang telah ada atau telah berjalan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Manfaat berarti juga peningkatan.

"Manfaat kegiatan komunikasi itu sendiri terbagi menjadi 4 (empat) yaitu, untuk memberikan informasi *(to inform)*, untuk mendidik *(to educate)*, untuk menghibur *(to entertaint)*, dan untuk mempengaruhi *(to influence/persuasive)*". (Effendy, 2000:55).

Dengan demikian, hal tersebut mewakili penggambaran bahwa akun Twitter Infobdg merupakan sesuatu yang dikerjakan untuk mendatangkan manfaat atau guna bagi banyak pihak. Manfaat yang diberikan tersebut tersirat

dari jumlah, isi, daya tarik, berita terbaru, informasi yang terdapat dalam akun Twitter Infobdg tersebut.

Informasi sendiri menurut Prof. Dr. Jogiyanto HM, MBA, Akt. Adalah:

> " Data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. Informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima ".(Jogiyanto,2003)

Informasi menjadi berharga ketika informasi yang disampaikan dapat bermanfaat bagi penerima dari informasi tersebut. Sesuai dengan pengertian yang di sampaikan oleh Prof. Dr. Jogiyanto HM, MBA, Akt. Sehingga informasi melalui media apapun yang bertujuan untuk menginformasikan kepada khalayak sasarannya, seyogyanya membawa kemanfaatan bagi penerimanya.

Dengan demikian maka perlu untuk dikaji secara khusus mengenai bagaimana Manfaat akun Twitter Infobdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para Followersnya di Kota Bandung. Mengingat masyarakat kita dewasa ini merupakan masyarakat informasi yang menginginkan segala sesuatunya terjadi secara instan. Serta memandang berbagai aspek, dimulai dari kekurangan serta kelebihan, proses penyajian informasi, maka masalah ini perlu dikaji secara khusus.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka telah ditetapkan rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

Pertanyaan Makro :

Bagaimana Manfaat Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung?

Pertanyaan Mikro :

1. Bagaimana **Informasi** yang diberikan Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung?
2. Bagaimana **Nilai guna** yang diberikan Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung?
3. Bagaimana **Keuntungan** yang diberikan Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung?
4. Bagaimana **Proses Informasi** Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana Manfaat Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang diteliti maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui **Informasi** Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **Nilai guna** Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui **Keuntungan** Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui **Proses informasi** Akun *Twitter* infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *follower*snya di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mengembangkan teori yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi secara umum dan khususnya mengenai Teknologi Komunikasi dan informasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Kegunaan bagi peneliti**

   Peneliti mengharapkan penelitian ini untuk melatih diri peneliti dalam menganalisis suatu permasalahan yang terjadi dalam Ilmu Komunikasi khususnya dengan lingkungan sosial.

2. **Bagi Universitas**

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

3. **Bagi Organisasi**

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi akun *Twitter* @infobdg dalam memberikan informasi secara baik kepada para *followers* nya serta dapat menjadi akun *Twitter* yang selalu dibutuhkan oleh para masyarakat.