

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus kepada preferensi generasi remaja *milenial* Surabaya dalam mengakses informasi terkait *trend* masa kini melalui media sosial. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teori *Uses & Gratifications*, teori ini mempelajari bagaimana setiap individu dalam menggunakan media yang diinginkan, dalam penggunaan suatu media tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan dari setiap individu. *Teori Uses & Gratification* didasari oleh adanya suatu kebutuhan yang diharapkan bisa untuk memuaskan keinginan individu masing-masing (Rakhmat, 2012 : 205).

Berdasarkan adanya dasar pemuasan kebutuhan inilah yang membuat media menjadi salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan bagi individu yang menggunakan media dan lebih selektif dalam memilih media yang akan digunakan. Setiap individu bebas untuk memilih media yang diinginkan karena kebutuhan setiap individu berbeda-beda. Individu yang menggunakan media adalah individu yang aktif dalam memilih (*selektif*) media untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2017: 192). Pemilihan atau selektifitas terhadap sesuatu hal berkaitan dengan preferensi. Kehadiran internet dan produk sosial medianya, harus diakui telah banyak mengubah cara interaksi manusia. Teori *Uses and*

Gratifications milik *Blumer dan Katz* mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut (Nurudin, 2014: 192). Berlawanan dengan teori jarum hipodermik yang menganggap pengguna media bersifat pasif, teori ini menganggap pengguna media lebih aktif untuk menentukan media mana yang akan dipilih. Penggunaan kata preferensi media lazim digunakan dalam melihat penggunaan media massa oleh audiens. Preferensi media yang dilakukan oleh audiens mempunyai unsur sikap selektif. Berdasarkan adanya dasar pemuasan kebutuhan inilah yang membuat media menjadi salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan bagi individu yang menggunakan media dan lebih selektif dalam memilih media yang akan digunakan.

Generasi *milenial* merupakan generasi yang lahir pada tahun 1990an, yang mana pada masa itu kehidupan masyarakat telah banyak menggunakan teknologi dalam proses kehidupannya. Ciri dari generasi ini adalah semakin terbuka, mereka siap membuka pikiran dan membuka diri akan hal-hal baru yang menjadi *trend* terkini. Seperti kehadiran budaya *Korea* yang berpenampilan rambut lurus dengan aksesoris yang beraneka ragam yang sangat berbeda dengan budaya Indonesia, para generasi *millenial* sangat terbuka dengan hal tersebut. Atau seperti kehadiran trend hijab yang beraneka ragam, dari mulai motif hingga pada model pemakaiannya. Generasi *millenial* cenderung suka pamer akan *eksistensi* dirinya. Mereka mempunyai kebiasaan *selfi* atau memamerkan keadaan dirinya dan menyebarluaskan/ *menshare* keadaan dirinya pada masyarakat.

Pemilihan atau selektifitas terhadap sesuatu hal berkaitan dengan preferensi. Preferensi memiliki makna yaitu suatu pilihan atau memilih yang diartikan dengan suatu minat terhadap sesuatu hal, sehingga preferensi dapat diartikan sebagai suatu pilihan utama terhadap media yang diinginkan (Harahap, 2017: 46). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratifications* karena adanya kebutuhan dalam mencari informasi terkait *trend masa kini*.

Subjek penelitian ini adalah generasi *milennial* karena generasi ini adalah generasi yang menjadikan informasi terkait adanya trend masa kini sebagai prioritas dengan fasilitas internet (Sugianto&Brahmana, 2018). Generasi *millennial* yang dimaksud adalah mereka yang lahir pada tahun 1980-2000 yang berusia 19- 39 tahun (MarComm, 2018:11). Preferensi dalam penelitian ini berupa media sosial yang dilihat dari jenis media sosial (*online communities and forum, blog, social network*), dan aplikasi dari masing-masing jenis media sosial tersebut, sehingga penelitian ini menggunakan *audience research* dengan indikator *audience profile* (usia, jenis kelamin, pekerjaan saat ini, pendidikan terakhir, pengeluaran penggunaan internet dan lama waktu mengakses media sosial), dan *media exposure* (*online communities and forum, blog, social network*, beserta aplikasi dari masing-masing).

Peneliti memilih preferensi berlandaskan pada semakin berkembangnya media saat ini membuat media menjadi kebutuhan utama dalam mendukung aktifitas masyarakat khususnya remaja *millennial*.

Dalam perkembangan teknologi ini, memicu terciptanya media baru yaitu *internet* yang semakin banyak digunakan. Dalam penelitian ini juga masalah *trend*, saat ini sedang marak karena munculnya generasi muda yang kreatif serta mempunyai ide-ide yang bisa membuat segalanya bisa diketahui banyak masyarakat, *trend* sendiri sering dibuat sangat beragam oleh siapapun dan bisa di ikuti oleh kalangan manapun. Seperti halnya saat ini semua karena dibantu oleh *digital* yang semakin maju, generasi *milenial* kini sudah sangat melek *digital*, bahkan mereka pengguna terbesar media sosial, karena dengan melek digital itulah yang mendorong mereka dengan begitu mudah mengekspresikan diri di akun sosial media. (Rahmawati,2018: 23). *Trend* sendiri sangat beragam bentuknya mulai dari *fashion*, *lifestyle*, makanan minuman yang sedang *hype*, tempat tongkrongan yang sedang *booming*, dan beragam *trend*. Dalam mencari sesuatu hal yang berbeda dan beragam para remaja *milenial* pun akan dengan mudah mencari informasi terkait trend masa kini melalui beberapa media sosial yang didalamnya juga terdapat akun-akun *favorite* mereka dan ada kemungkinan mereka terinspirasi akan *trend* yang mereka pilih.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia 2017, memaparkan data mengenai pertumbuhan internet di Indonesia dari tahun 1998-2017, seperti berikut:

Gambar I.1
Data Pertumbuhan Pengguna Internet



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2017

Internet kini mampu melahirkan jaringan baru dengan sebutan *media sosial*, yang membuat perubahan tatanan dalam segala aspek hidup manusia. Salah satu generasi yang hidup di jaman internet adalah generasi *millennial* yang memiliki mobilitas tinggi dan serba terkoneksi dengan internet, sehingga berdampak pada *trend* masa kini yang sedang *booming* di kalangan remaja *milenial*. *Trend* merujuk pada perkembangan dan perubahan secara umum (Stone, 2008). Yang kemudian di jelaskan lebih panjang dalam *Cambrige Dictionary*, *trend* dapat diartikan sebagai "*a general development or change in a situation or in the way that people are behaving*" yang dapat diartikan sebagai perkembangan umum atau perubahan dalam situasi atau cara orang berperilaku. Bicara masalah *Trend* sendiri sangat beragam bentuknya mulai dari *fashion*, *lifestyle*, makanan minuman yang sedang *hype*, tempat tongkrongan yang sedang

booming, dan beragam *trend*. Dalam mencari sesuatu hal yang berbeda dan beragam para remaja *milenial* pun akan dengan mudah mencari informasi terkait trend masa kini melalui beberapa media sosial yang didalamnya juga terdapat akun-akun *favorite* mereka dan ada kemungkinan mereka terinspirasi akan *trend* yang mereka pilih.

Gambar 1.2
Data Proyeksi Penduduk Kota Surabaya pada tahun 2019

Umur	Proyeksi Penduduk Kota Surabaya (Jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
	2019	2019	2019
0-4	107 043	102 663	209 706
5-9	107 536	103 436	210 972
10-14	98 976	95 048	194 024
15-19	108 479	118 284	226 763
20-24	144 661	147 358	292 019
25-29	137 343	135 581	272 924
30-34	125 978	126 098	252 076
35-39	116 992	119 206	236 198
40-44	105 843	108 846	214 689
45-49	95 379	101 564	196 943

(Sumber: <https://surabayakota.bps.go.id/> di akses 22/11/2019)

Modernisasi dan pembangunan dekade terakhir ini telah membawa remaja kedalam berbagai kehidupan seperti kenyamanan, kesenangan, keterpesonaan, kesempurnaan penampilan, dan ingin terpandang. Pernyataan tersebut terbukti dengan adanya gaya hidup di tanah air, ini yang akan menumbuhkan berbagai corak *trend* kekinian seperti *lifestyle*, *fashion*, *music*, nilai, dan citra rasa yang tak lepas dari peran iklan gaya

hidup dan figur-figur *trend mode* yang menjadi *icon* budaya pop. Kondisi seperti tersebut yang berdampak pada kehidupan remaja milenial.

Peneliti ingin mengetahui informasi apa yang sering di akses oleh generasi milenial untuk mencari trend masa kini yang sedang *booming*. Surabaya dipilih karena Surabaya merupakan kota dengan jumlah penduduk terbanyak ke dua setelah Jakarta dengan jumlah penduduk kota Surabaya semakin meningkat. Dibanding tahun sebelumnya, terdapat kenaikan jumlah penduduk di tahun ini. Jumlah penduduk Surabaya pada Bulan Januari 2019 sebanyak 3,095,026 (dispendukcapil.surabaya.go.id). Selain itu rata-rata masyarakat Surabaya mengakses internet melalui *smartphone* lebih dari lima jam per hari (Pranata, 2014: 1). Penelitian ini yaitu subjek yang diteliti, peneliti menggunakan generasi remaja *milenial* Surabaya yang berusia 19-39 tahun mengenai media sosial namun tidak hanya dari aplikasinya saja, melainkan mengenai preferensi jenis media sosial dan aplikasi apa yang banyak diakses oleh generasi *milenial* Surabaya dalam mendapatkan informasi terkait *trend* masa kini melalui media sosial.

Penelitian ini juga serupa, pernah dilakukan oleh mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala yaitu Agatha Felicia dengan judul penelitian “*Preferensi Wajib Pajak KPP Pratama Jagir Wonocolo Surabaya Dalam Mengakses Informasi SPT Tahunan*” dimana peneliti nya mengangkat subjek yang sama yaitu preferensi, walaupun objek yang digunakan berbeda. Tidak hanya itu, penulis juga menggunakan penelitian

dari Daniel Santoso dengan judul penelitian “*Preferensi Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan Sosial Media*” dimana peneliti nya juga mengangkat subjek yang sama yaitu preferensi.

Dengan uraian penjelasan di atas peneliti ingin mengetahui bagaimana ketika seorang individu yang memiliki banyak peran dengan berbagai tujuan dalam penggunaan media sosial. Dan apa saja yang mereka dapatkan dalam mengakses informasi terkait *trend* masa kini sebagai seorang remaja *Milenial* khususnya di Surabaya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “*Preferensi Remaja Milenial Surabaya Dalam Mengakses Informasi Terkait Trend Masa Kini Melalui Media Sosial*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, bagaimana preferensi remaja *milenial* Surabaya dalam mengakses informasi terkait *trend* masa kini melalui media sosial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui preferensi remaja *milenial* Surabaya dalam mengakses informasi terkait *trend* masa kini melalui media sosial.

1.4 Batasan Masalah

1. Subjek dalam penelitian ini remaja milenial Surabaya yang menurut data Surabaya.go.id pada tahun 2019 jumlah keseluruhan dari

umur 9-38 tahun ialah 1.684.976 dimana jumlah tersebut yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini.

2. Objek dalam penelitian ini adalah Preferensi Remaja Milenial Surabaya Dalam Mengakses Informasi Terkait *Trend* Masa Kini
3. Penelitian ini menggunakan landasan teori *Uses and Gratifications*
4. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan menyebar kuisisioner *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai teori yang ada pada studi Ilmu Komunikasi, yaitu pemahaman yang lebih mendalam tentang teori *Uses and Gratifications* yaitu salah satunya adalah preferensi generasi millennial Surabaya dalam mengakses informasi terkait *trend* masa kini melalui media sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis:

Preferensi generasi millennial Surabaya dalam mengakses informasi terkait *trend* masa kini melalui media sosial yang diteliti oleh peneliti diharapkan dapat memberi masukan kepada pemilik media sosial dalam mengakses media sosial.