

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah perkembangan media massa muncul karena adanya komunikasi antar manusia yang berkembang, dari awalnya komunikasi antar pribadi (personal), komunikasi antar kelompok hingga kepada komunikasi massa. Komunikasi massa itu sendiri adalah salah satu proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses di mana pesan tersebut dicari, digunakan, dikonsumsi, oleh *audience*.

Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* atau media komunikasi massa. "komunikasi massa adalah suatu tipe komunikasi manusia yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi" (Wiryanto,2000:1). (Nurudin,2007:3-4) menjelaskan pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik).

Sekarang ini media massa khususnya media massa elektronik dan media massa online tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Apapun profesi atau pekerjaan seseorang, setidaknya ia pernah menonton televisi atau menonton film disalah satu situs penyedia layanan video seperti *youtube*, membaca majalah atau artikel-artikel pada sebuah website, dan mendengarkan siaran radio baik itu *streaming online* maupun fm radio. Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, *mailing list* (milis), website, blog, dan media sosial (social media) masuk dalam kategori media online. Pengertian media online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi

massa. Media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas atau media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) secara online.

Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media online sebagai berikut: Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Menurut Romli dalam bukunya (Romli, 2012:13) tersebut juga media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (electronic media) radio, televisi, dan film atau video.

Pemikiran dan perilaku manusia dalam kehidupan sangat dipengaruhi oleh pesan media massa (Elvianro, 2007:1). Ketika seseorang menonton televisi atau film, mendengarkan radio dan membaca sebuah rubrik atau artikel, sebenarnya ia sedang berhadapan dengan media massa dimana pesan media itu secara langsung atau tidak langsung tengah mempengaruhinya. Begitupun juga yang terjadi di Indonesia, munculnya berbagai media massa khususnya pada media online juga dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan dan pola pikir masyarakat dalam menerima segala informasi baik dalam maupun luar negeri. Di Indonesia sendiri tersebar pula berbagai macam ragam budaya baik itu budaya asli dari dalam negeri maupun budaya yang dipengaruhi dari luar. Hal ini dapat dilihat dari banyak budaya Jepang yang semakin lama semakin banyak masuk ke Indonesia, salah satunya adalah banyak diselenggarakannya berbagai festival Jepang (bunkasai) dari mulai kalangan Sekolah Menengah Atas (SMA) sampai kalangan Universitas. Di Universitas Darma Persada khususnya pada fakultas Sastra Jepang rutin mengadakan acara festival budaya Jepang, pada acara festival tersebut selalu ada stand-stand makanan yang bertemakan Jepang seperti takoyaki, ramen, okonomiyaki dan masih banyak makanan lainnya. Tidak hanya itu pengunjung pada acara festival Jepang ada juga yang menggunakan kostum atau yang biasa disebut *cosplay* (*Costum Player*) seperti karakter pada *manga* atau *anime*, acara festival Jepang tidak lengkap tanpa panggung hiburan musik Jepang yang diisi

oleh band-band dan penyanyi yang membawakan lagu-lagu Jepang. Masuknya budaya Jepang kepada kalangan Sekolah Menengah Atas (SMA) sampai kalangan Universitas juga tak pernah luput dari peran media massa sebagai sarana informasi khususnya media massa online yang memiliki konten yang khusus menyajikan berita-berita seputar Jepang seperti *japanesemusicid.com*, *japanesestation.com*, *jurnalotaku.com* dan media online lainnya. Pesatnya perkembangan media online tersebut dalam memproduksi dan menginformasikan segala sesuatu yang bertemakan Jepang membuat dampak yang sangat signifikan bagi siapa saja yang mengkonsumsinya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan bahasan di atas, media jurnalistik online sangat berperan penting bagi masuknya budaya-budaya Jepang di Indonesia, serta berhasil mendapatkan perhatian dari masyarakat khususnya kalangan remaja terhadap pop-culture Jepang.

1. Tingkat pengetahuan dalam mempelajari budaya Jepang
2. Adanya pengaruh terhadap gaya berpakaian
3. Pola pikir dalam berkomunikasi
4. Adanya pengaruh musik Jepang terhadap proses pembelajaran bahasa Jepang
5. Adanya penerapan budaya terhadap pola makan mahasiswa

1.3 Pembatasan Masalah

Sebagai sarana media komunikasi online berkonten Jepang yang sangat populer di Indonesia media jurnalistik online berkonten Jepang selalu menyajikan informasi-informasi seputar Jepang mulai dari budaya keseharian masyarakat Jepang, musik, *anime*, *dorama* (drama Jepang), dan *manga* (komik Jepang). Penulis membatasi masalah dalam penelitian pada peranan media jurnalistik online bagi mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dirumuskan bagaimana pengaruh media jurnalistik online berkonten Jepang di Indonesia bagi Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada, sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat pengetahuan mahasiswa di Universitas Darma Persada dalam mempelajari budaya-budaya Jepang yang disajikan melalui media jurnalistik online?
2. Adakah perubahan terhadap gaya berpakaian mahasiswa di Universitas Darma Persada?
3. Adakah perubahan pada pola pikir dalam berkomunikasi mahasiswa di Universitas Darma Persada?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Tingkat pengetahuan dalam mempelajari budaya Jepang melalui media jurnalistik online berkonten Jepang.
2. Adanya pengaruh terhadap gaya berpakaian.
3. Adanya perubahan pada pola pikir dalam berkomunikasi.

1.6 Landasan Teori

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti “perantara” atau “pengantar”, yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

- Menurut Syaiful Bahri Djamarah : Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan.

- Menurut National Education Association (NEA) : Media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya.
- Association of Education Communication Technology (AECT) : Media adalah segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran pesan

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:

- Media Visual

Media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.

- Media Audio

Media audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya.

- Media Audio Visual

Media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi dan media yang sekarang menjamur, yaitu VCD. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet.

(Susilana, Rudi. Riyana, Cepi. 2009. Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian. Bandung: CV Wacana Prima)

Menurut Asep Syamsil M. Romli (Romli, 2012:11), Jurnalistik Online (*Online Journalism*) adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara online di internet. Jurnalistik Online adalah jurnalisme “generasi ketiga” setelah jurnalistik cetak (*print journalism*) surat kabar, tabloid, majalah dan jurnalistik elektronik (*electronic journalism, broadcast journalism*) jurnalistik radio dan televisi. Jurnalistik Online adalah “jurnalistik masa depan” (*future journalism*) yang terus berkembang seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Jurnalistik Online bukan satu-satunya istilah yang merujuk pada proses jurnalistik secara online di internet. Berikut ini istilah lain jurnalistik online:

- Jurnalistik Internet (Internet Journalism)
- Jurnalistik Website (Web Journalism)
- Jurnalistik Digital (Digital Journalism)
- Jurnalistik Siber (Cyber Journalism)
- Jurnalistik Judul (Headline Journalism)

Konsep Media Jurnalistik Online menyediakan berita yang sifatnya *real time*. Berita, kisah-kisah, peristiwa bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung. Sifat ini boleh dikatakan sama dengan media elektronik lainnya seperti televisi, radio, telegraf dan lainnya. Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi *real time* itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh perodesasi maupun jadwal penerbitan atau siaran, kapan saja dan dimana saja selama dia terhubung ke jaringan internet maka penerbit mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah saat itu juga.

Inilah yang memungkinkan para pengguna mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru. Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah karakteristik lain, dengan lain perkataan melalui jurnalisme model ini membuat penyajian bentuk dan isi

publikasi lebih kaya daripada model konvensional.

Karakteristik Media Jurnalistik online (Mike Ward, 2002:121-149) tersebut yaitu terdiri dari :

- *Immediacy* : Terletak pada kesegaran atau kecepatan penyampaian informasi,
- *Multiple Pagation* : Bisa berupa ratusan page (halaman), terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (new tab/new window),
- *Multimedia* : Menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus,
- *Flexibility Delivery Platform* : Wartawan bisa menulis berita kapan saja dan di mana saja,
- *Archiving* : Dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kunci (keyword, tags), juga tersimpan lama yang dapat diakses kapanpun,
- *Relationship with reader* : Kontak atau interaksi dengan pembaca dapat “langsung” saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

Keunggulan media online dibandingkan ”media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas, halaman web bisa menampung naskah yang sangat panjang
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, setelah di-*upload* langsung dapat diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. *Update*, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan ”*egaliter*” dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, polling, dan sebagainya.

9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian *kuantitatif* dengan teknik survey, yaitu melakukan penelitian dengan cara mendeskripsikan data-data yang diperoleh dari *angket* yang terkait dengan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

• Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (2007:80). Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Sastra Jepang di Universitas Darma Persada.

• Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel diambil dari populasi yang harus representatif atau mewakili dari suatu penelitian. (Sugiyono, 2007:81). Sampel dalam penelitian ini adalah 100 Mahasiswa Sastra Jepang di Universitas Darma Persada.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan observasi. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis

pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 1993:67). Selain itu, penulis juga mewawancarai responden. Pada penelitian ini, penulis memilih kuesioner dari 100 Mahasiswa Sastra Jepang di Universitas Darma Persada.

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian. Menurut Hasan (2002: 86) Observasi ialah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Observasi yang di maksud dalam teknik pengumpulan data ini ialah observasi saat penelitian digunakan sebagai metode pembantu, dengan tujuan untuk mengamati bagaimana kinerja pustakawan pada layanan sirkulasi.

1.8 Manfaat Penelitian

Penulis mengangkat topik penelitian ini karena ingin menambah wawasan tentang perkembangan tingkat pengetahuan istilah-istilah dalam bahasa Jepang dan informasi kepada masyarakat pada umumnya, tentang peran media jurnalistik online bagi mahasiswa Sastra Jepang di Universitas Darma Persada sebagai media penyalur dalam peyebaran istilah-istilah dalam bahasa Jepang seperti Otaku, Wibu, Ecchi, Yaoi, Yuri, Lolicon, Moe, NEET, Tsundere, Yandere, Fujoshi dan sebagainya.

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 4 bab dengan pembagian sebagai berikut : Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penyajian.

Bab II berisi perkembangan Media Jurnalistik Online yang terdiri dari media online, sumber informasi, pengenalan dan penyebaran melalui media online.

Bab II berisi peranan media jurnalistik online bagi mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada

Bab IV berisi kesimpulan

