

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Detikcom

Berdasarkan sejarah dari detik.com diketahui bahwa sejarah detik.com tak lepas dari kisah sukses seorang milyarder lokal yang lahir dari bisnis *dotcom* yakni Abdul Rahman (mantan wartawan [Tempo](#)). Jauh sebelum Detik.com lahir, Abdul Rahman yang hobi mengutak-atik komputer membuka perusahaan pendesain situs bersama dua temannya, Budiono Darsono (eks [wartawan DeTik](#)) dan Didi Nugrahadi yakni pada September 1995 yang diberi nama Agronet Multicitra Siberkom atau disingkat Agrakom dengan modal awal seratus juta atau setara 40 ribu dolar AS saat itu.

Berkantor di Jakarta Selatan, klien pertama yang berhasil Agrakom adalah harian Kompas untuk memperbaiki desain situs yang sudah ada. Sukses ini kemudian diikuti dengan klien lain seperti Grup Astra, United Tractor, PT Timah, BCA, Satelindo yang mulai mengalir deras dan hanya dalam dua tahun, Agrakom sudah mengeruk pendapatan sebesar 800 ribu dolar AS. Karyawan pun bertambah banyak dari awalnya hanya 8 menjadi 30 orang. Namun sukses Agrakom dihajar badai krisis moneter yang menerpa banyak negara Asia tak terkecuali Indonesia pada tahun 1997. Ini lantaran sewa server di Amerika Serikat dan jasa Agrakom memakai kurs dolar AS. Klien-klien mulai banyak yang mengeluh karena nilai dolar terus membumbung. Biaya operasi yang membengkak karena depresiasi rupiah serta penurunan order sempat membuat Abdul Rahman was-was karena banyak perusahaan *dotcom* mulai bertumbangan. Sepi order yang lantas membuat

banyak karyawannya menganggur, membuat Abdul Rahman *keputusan* untuk membuat situs sendiri, meniru Yahoo.com sebagai *search engine global*. Namun pada saat itu Budiono mengusulkan untuk membuat situs berita dengan konsep *breaking news* yang terus menerus diupdate. Dan akhirnya pada 9 Juli 1998 dengan tenaga awal tiga orang reporter dengan Budiono sendiri bertugas sebagai *gatekeeper* di depan komputer untuk menerima laporan berita dari reporter, Detik.com *online* untuk pertama kalinya.

Situasi dalam negeri yang panas setelah turunnya Suharto dan suasana reformasi sangat menguntungkan bagi Agrakom karena banyak yang mengakses Detik.com untuk mencari tahu tentang perkembangan politik terakhir. Selain berhasil mencatatkan diri sebagai portal lokal pertama, Detik.com juga berhasil menjadi situs terpopuler. Fasilitasnya kemudian semakin bertambah lengkap seperti email gratis, berita hiburan, olahraga dan lain-lain yang masih terus *online* hingga saat ini.

B. Produk

Bisnis utama Detikcom adalah sebagai penyedia konten untuk media online. Detik.com fokus untuk menyediakan berita peristiwa terbaru, namun seiring berjalannya waktu, Detik.com juga menyediakan informasi lainnya seperti bisnis dan keuangan, gaya hidup dan hiburan, olahraga, kesehatan dan informasi makanan. Adapun produk-produk lain yang dimiliki Detik.com antara lain sebagai berikut:

- detikNews, politik dan peristiwa - www.detiknews.com
- detikSport, olahraga - www.detiksport.com
- detikHot, gaya hidup dan hiburan - www.detikhot.com
- detikFinance, ekonomi dan keuangan - www.detikfinance.com
- detikINET, informasi teknologi dan internet - www.detikinet.com
- detikFood, kuliner - www.detikfood.com
- detikShop, toko online - www.detikshop.com
- detikPublishing, publikasi media online - www.detikpublishing.com
- detikforum, media bagi citizen journalism – www.forumdetik.com

Detik.com dalam perkembangannya selalu menyesuaikan kebutuhan dari pembacanya. Karena keterbatasan jumlah reporter yang ada serta keanekaragaman jenis liputan yang terkadang belum *tercover* semuanya, serta ditambah dengan luasnya wilayah geografi di Indonesia. Dan untuk mewujudkan berita yang terupdate dan dalam hitungan menit selain dari reporter detik.com publik atau masyarakat juga diperbolehkan mengirim serta menuliskan sendiri beritanya. Berdasarkan hal tersebut maka dibuatlah detikforum.com, meskipun masyarakat boleh mengirim serta menuliskan sendiri berita sendiri namun dalam penyajiannya tentu saja harus melalui divisi redaksional yang dimiliki oleh pihak detik.com.

Berita-berita dalam situs detik.com banyak ragam pilihannya yakni detiknews, detikfinance, detikhot, detiki-net, detiksport, detikoto, detikfood, detikhealt, detikfoto, detiktv, sepakbola, Surabaya, Bandung, Blog, Forum, Tanya saja, wolipop, kolomkita, travel, aku cinta Indonesia dan masih banyak lagi.

Gambar 1.
Contoh Situs detik.com

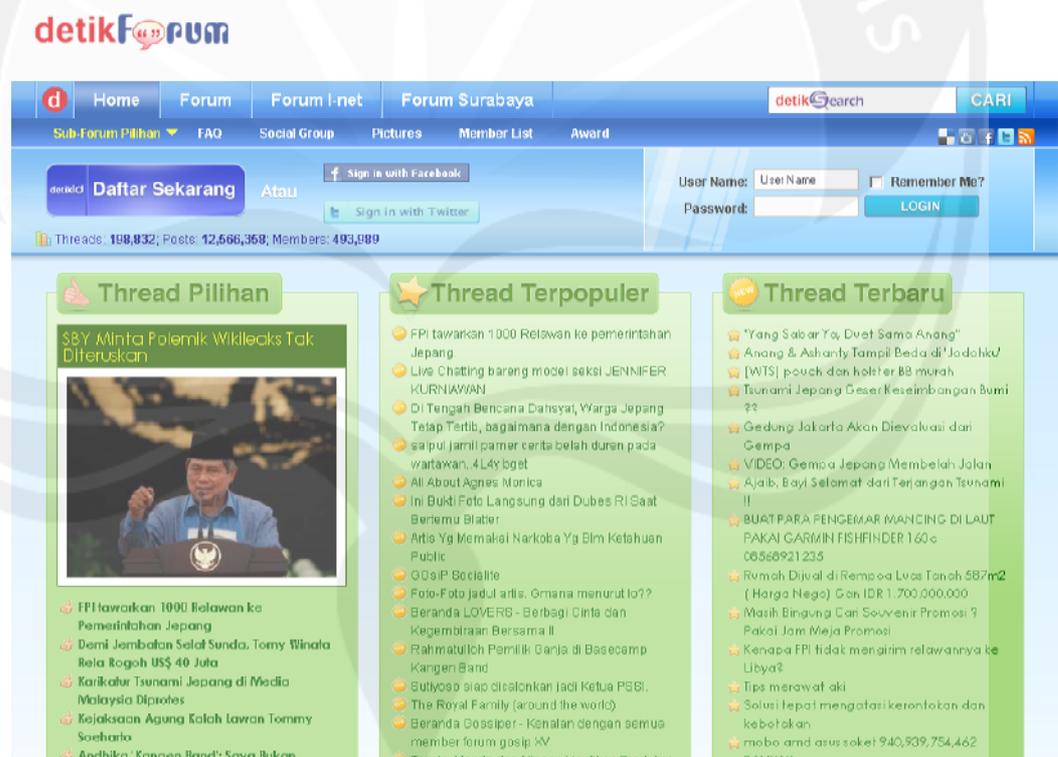


Detik.com dalam rangka mewujudkan berita yang cepat terupdate dalam hitungan menit memang tidak mudah, karena jumlah reporter yang ada serta keanekaragaman jenis liputan yang terkadang belum *tercover* semuanya, serta ditambah dengan luasnya wilayah geografi di Indonesia. Dan untuk mewujudkan berita yang terupdate dan dalam hitungan menit selain dari reporter detik.com publik atau masyarakat juga diperbolehkan mengirim serta menuliskan sendiri beritanya, walaupun dalam sajiannya tentu saja harus melalui divisi redaksional yang dimiliki oleh pihak detik.com.

Salah satu situs yang menampung tulisan dari *civil* atau publik yaitu detikforum.com. Menurut laporan dari detikforum.com ternyata antusias masyarakat cukup bagus, hal ini dapat dilihat dari jumlah pengiriman *citizen journalism* pada tanggal 9 Februari 2011 mencapai 12.268.548 tulisan dan jumlah anggota sebanyak 484.078 dan tulisan yang dikirimkannya pun juga beragam.

Citizen journalism dalam detikforum.com memiliki beragam tulisan, kondisi ini disebabkan karena masyarakat boleh menulis berbagai tulisan namun harus bertanggungjawab. Adapun contoh-contoh judul tulisan yang ada di dalam detikforum.com yaitu : SBY: Bubarkan organisasi yang meresahkan, Hotman Paris sesalkan pernyataan Ruhut Sitompul, Dituduh Mencuri Seekor Bebek Seorang Siswa Disidang, Kisah Pilu Alanda : Ibu dituntut 10 tahun, Denda Rp. 10 Milyar, 4 Status Twiter Angelina Sondakh mengharukan, Inikah cinta sejati?, Negara Gagal Lindungi Warga, dan lain sebagainya.

Gambar 2.
Contoh Situs detikforum.com



Di dalam situs detikforum.com pada baris paling atas yakni logo atau *icon* yang mewakili detikforum.com. Di dalam logo terlihat bahwa dalam kata forum huruf “o” dituliskan dengan cara yang berbeda yakni merupakan lambang dari

percakapan dengan disertai tanda kutip (“”). Hal ini menunjukkan bahwa situs detikforum.com sengaja dipersiapkan oleh detik.com untuk interaktif warga baik dalam bentuk kiriman tulisan maupun percakapan-percakapan atau tanggapan-tanggapan.

Baris selanjutnya yakni home, forum, forum I-net, Forum Surabaya dan detiksearch. Home merupakan *shortcut* (jalan pintas) untuk masuk di dalam tulisan-tulisan atau blog-blog yang tersaji. Sedangkan yang lain yakni forum, forum I-net dan forum surabaya merupakan *shortcut* untuk masuk ke dalam halaman percakapan atau halaman interaktif yang digunakan untuk membahas topik-topik yang berbeda, misalnya forum I-net merupakan obrolan tentang perkembangan teknologi (IT) dan forum Surabaya merupakan obrolan mengenai hal-hal tentang Surabaya.

Untuk dapat memberikan komentar, maka *user* atau pengguna komputer harus mendaftar dahulu di dalam detikid. Bagi *user* yang telah terdaftar dapat langsung masuk melalui fasilitas *login* yang ada. Pendaftaran bagi user tidaklah susah karena user tinggal memberikan informasi yang dibutuhkan serta mengikuti peraturan-peraturan yang telah dibuat oleh pihak detik.com.

Di dalam situs detikforum.com, untuk merangsang dan memudahkan bagi pembaca, detikforum.com telah membagi tiga kategori tulisan yakni *thread* pilihan, *thread* terpopuler dan *thread* terbaru. *Thread* pilihan merupakan pilihan tulisan dari warga (*civil*) yang dianggap menarik oleh pihak detik.com. *Thread* terpopuler yakni tulisan-tulisan yang telah dikirimkan oleh warga (*civil*) dan telah terbanyak diakses oleh pengguna computer (*user*). Sedangkan *thread* terbaru

merupakan *upload* tulisan-tulisan terbaru dari warga (*civil*) yang telah masuk di situs detik.forum.com.

C. Visi dan Misi Detik Forum

a) Visi Detik Forum

Adapun visi dari detikforum yakni “Kalau Anda Bisa Sekarang Kenapa Harus Menunggu Besok ”

b) Misi Detik Forum

Untuk mewujudkan dari visi detikforum maka pihak detik.com bersedia menampung semua tulisan jurnalistik dari masyarakat (*citizen journalism*). Maksudnya adalah menerima semua berita yang ditulis oleh masyarakat tetapi dengan syarat harus nyata dan dapat dipertanggungjawabkan.

D. Jumlah Tulisan dan Anggota di Detik Forum

Jumlah berita yang ditulis masyarakat (*citizen journalism*) pada tanggal 9 Februari 2011 mencapai 12.268.548 tulisan dan jumlah anggota sebanyak 484.078 dan tulisan yang dikirimkannya pun juga beragam. Adapun contoh-contoh judul tulisan yang ada di dalam detikforum.com yaitu : SBY: Bubarkan organisasi yang meresahkan, Hotman Paris sesalkan pernyataan Ruhut Sitompul, Dituduh Mencuri Seekor Bebek Seorang Siswa Disidang, Kisah Pilu Alanda : Ibu dituntut 10 tahun, Denda Rp. 10 Milyar, 4 Status Twiter Angelina Sondakh mengharukan, Inikah cinta sejati?, Negara Gagal Lindungi Warga, dan lain sebagainya.

E. Logo Detik Forum



Arti logo

Logo detikforum.com terlihat bahwa dalam kata forum huruf “o” dituliskan dengan cara yang berbeda yakni merupakan lambang dari percakapan dengan disertai tanda kutip (“”). Hal ini menunjukkan bahwa situs detikforum.com sengaja dipersiapkan oleh detik.com untuk interaktif warga baik dalam bentuk kiriman tulisan maupun percakapan-percakapan atau tanggapan-tanggapan.

F. Pengkategorian Berita Dalam Detik Forum

Di dalam situs detikforum.com, untuk merangsang dan memudahkan bagi pembaca, detikforum.com telah membagi tiga kategori tulisan yakni *thread* pilihan, *thread* terpopuler dan *thread* terbaru. *Thread* pilihan merupakan pilihan tulisan dari warga (*civil*) yang dianggap menarik oleh pihak detik.com. *Thread* terpopuler yakni tulisan-tulisan yang telah dikirimkan oleh warga (*civil*) dan telah terbanyak diakses oleh pengguna computer (*user*). Sedangkan *thread* terbaru merupakan *upload* tulisan-tulisan terbaru dari warga (*civil*) yang telah masuk di situs detik.forum.com.

Selain itu, ragam tulisan dalam detik forum untuk sementara yang terbagi dalam sub forum pilihan ada 10 bagian yakni : beranda picture dan videos, politik, PSSI dan Timnas Indonesia, English Only, Games (news), hidup sehat, jokes, psikologi, motor dan bursa : fashion.

G. Contoh Konten Berita Detik Forum

a. Thread pilihan

Contoh-contoh berita dalam thread pilihan yaitu :

- SBY: Bubarkan Organisasi yang Meresahkan
- Hotman Paris Sesalkan Pernyataan Ruhut Sitompul
- Dituduh mencuri seekor bebek seorang siswa disidang
- Kisah pilu Alanda : Ibu dituntut 10 tahun, denda Rp. 10 Miliar
- 4 status twitter Angelina Sondakh mengharukan, inikah cinta?
- Negara gagal melindungi warga

b. Thread terpopuler

Contoh-contoh berita dalam thread terpopuler yaitu :

- PSSI laporkan ke FIFA, pemain asing LPI terancam dideportasi
- Beredar di Youtube, Jemaat Ahmadiyah Disiksa dengan Kejam
- Hore! Indonesia Taklukan Hong Kong 4-1
- RIP Ajie Massaid

c. Thread terbaru

Contoh-contoh berita dalam thread terbaru yaitu :

- Fanny Febriani ingin bisa nyanyi di film
- 10 kode misterius dunia yang belum terpecahkan
- Gosip murahan tak mendidik dan membodohi
- Antara Jogjakarta dan Jakarta

H. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Prodi Ilmu Komunikasi UAJY didirikan pada tahun 1991 dengan Surat Keputusan Mendikbud Republik Indonesia Nomor 082/0/1992 tentang status terdaftar bagi Jurusan Ilmu Komunikasi. Saat ini Status Program Studi Ilmu Komunikasi adalah Terakreditasi A sesuai dengan SK. BAN-PT. DEPARTEMEN NASIONAL RI NOMOR:017/BAN-PT/Ak-IX/S1/X/2005 TANGGAL 13 OKTOBER 2005. Konsentrasi Studi Ilmu Komunikasi terdiri dari kajian Media, Komunikasi Pemasaran & Periklanan, Hubungan Masyarakat dan Jurnalisme. Prodi Ilmu Komunikasi UAJY beralamatkan di Gedung Theresa - Kampus IV, Jl Babarsari no 6. Yogyakarta 55281, Telp 0274-487711 dan Fax 0274-487748. Adapun situs webnya <http://fisip.uajy.ac.id> (diakses tanggal 12 Desember 2010).

Adapun visinya yakni sebagai Lembaga Pendidikan Tinggi yang mengkaji ilmu komunikasi bagi terwujudnya pilar dan tradisi masyarakat ilmiah-intelektual yang mengutamakan keseimbangan prinsip-prinsip sains, etik, praktik dan mengakar pada hakekat integritas manusia.

Dan misinya yakni memfasilitasi terwujudnya aktivitas ilmiah-intelektual secara sinergis-dialektis dan kolaboratif bagi peningkatan kompetensi sains dan praktik sivitas akademika ilmu komunikasi serta kualitas kehidupan manusia.

Prodi Ilmu Komunikasi UAJY memiliki tujuan Mewujudkan aktivitas pengajaran, pelatihan, penelitian, dan pengabdian bidang ilmu komunikasi dengan pendekatan andragogis dan Mewujudkan kearifan dan semangat kritis progresif humanisme dalam interaksi komunikatif skala global antara sivitas akademika dan masyarakat.

I. Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah mahasiswa khususnya mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta program studi ilmu komunikasi. Jumlah mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta program studi ilmu komunikasi saat ini menurut data dari Bagian Tata Usaha Atmajaya yakni sebanyak 1.298 mahasiswa, dan mahasiswa angkatan 2005-2006 sampai dengan angkatan 2010-2011 yakni berjumlah 1.098 mahasiswa (Bagian Tata Usaha Fisip Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia karangan Soeharso dan Retnoningsih (2005:303) mahasiswa mendefinisikan sebagai pelajar perguruan tinggi. Pelajar perguruan tinggi (mahasiswa) jika ditinjau dari segi usia mayoritas termasuk dalam kategori remaja akhir. Menurut Mappiare (dalam Ali dan Asrori, 2005:9) usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir. Remaja berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan” (Ali dan Asrori, 2005:9). Selanjutnya Hurlock (1991:206) menyatakan bahwa *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, yakni mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Shaw dan Costanzo (dalam Ali dan Asrori, 2005:9) mengungkapkan bahwa remaja atau mahasiswa sedang mengalami perkembangan pesat dalam aspek intelektual. Transformasi intelektual dari cara berpikir mahasiswa memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya ke dalam masyarakat dewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua periode perkembangan.

Perkembangan intelektual yang terus menerus menyebabkan mahasiswa mencapai tahap berpikir operasional formal. Pada tahap ini memungkinkan mahasiswa mampu berpikir lebih abstrak, menguji hipotesis, dan mempertimbangkan apa saja yang ada padanya daripada sekadar melihat apa adanya.

Proses perkembangan mahasiswa atau remaja menurut Hurlock (1997:207) memiliki tugas-tugas untuk mampu menerima keadaan fisiknya, mampu menerima dan memahami peran seks usia dewasa, mampu membina hubungan baik dengan anggota kelompok yang berlainan jenis, mencapai kemandirian emosional, mengembangkan konsep dan ketrampilan intelektual yang sangat diperlukan untuk melakukan peran sebagai anggota masyarakat, memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai orang dewasa dan orang tua, mengembangkan perilaku tanggung jawab sosial yang diperlukan untuk memasuki dunia dewasa, mempersiapkan diri untuk memasuki usia perkawinan dan memahami dan mempersiapkan berbagai tanggung jawab kehidupan keluarga.

Erickson (dalam Ali dan Asrori, 2005:16) menyatakan bahwa masa remaja atau mahasiswa seringkali dikenal dengan masa mencari jati diri atau sering disebut dengan identitas ego (*ego identity*). Hal ini terjadi karena masa remaja merupakan peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan kehidupan orang dewasa. Secara fisik masa remaja bukan anak-anak lagi melainkan sudah seperti orang dewasa, tetapi jika mereka diperlakukan sebagai orang dewasa ternyata mereka belum dapat menunjukkan sikap dewasa. Dengan demikian sejumlah

sikap yang ditunjukkan oleh remaja adalah kegelisahan, pertentangan, mengkhayal, aktivitas berkelompok dan keinginan mencoba segala sesuatu.

Perkembangan dalam fase remaja berbeda dengan perkembangan pada fase lainnya, oleh karena itu remaja memiliki konsekuensi pada kebutuhan yang khas pula. Garrison (dalam Ali dan Asrori, 2005:160) menyatakan bahwa setidaknya ada tujuh kebutuhan khas remaja atau mahasiswa, yaitu : kebutuhan akan kasih sayang, kebutuhan akan keikutsertaan dan diterima dalam kelompok, kebutuhan untuk berdiri sendiri, kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan akan pengakuan dari orang lain, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan memperoleh falsafah hidup yang utuh.

Berdasarkan kebutuhan-kebutuhan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk memenuhi kebutuhan untuk berdiri sendiri, kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan akan pengakuan dari orang lain, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan memperoleh falsafah hidup yang utuh harus ditunjang dengan tingkat pengetahuan yang tinggi. Banyak cara yang dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan baik secara formal maupun informal. Salah satu sumber untuk meningkatkan pengetahuan umum yang terkadang belum disajikan oleh media massa yakni melalui tulisan-tulisan *citizen journalism*.

J. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta khususnya prodi ilmu komunikasi terletak di Jalan Babarsari, Dusun Tambakbayan, Desa Caturtunggal, Sleman, Yogyakarta.

Di Dusun Babarsari khususnya sarana pendidikan ternyata yang terbanyak adalah perguruan tinggi yakni ada 10 buah. Karena ada 10 buah perguruan tinggi tentunya banyak mahasiswa yang bertempat tinggal di desa Tambakbayan, kesempatan ini tidak disia-siakan oleh masyarakat setempat yakni dengan berlomba-lomba untuk menyediakan kebutuhan bagi mahasiswa. Salah satu kebutuhan mahasiswa untuk mendukung pengetahuan maupun perkuliahannya adalah internet. Hal ini dapat dibuktikan dengan menjamurnya usaha jasa warung internet (warnet) di seputaran Tambakbayan. Selain itu, saat ini di daerah Tambakbayan muncul banyak usaha-usaha warung makan yang menyediakan hotspot.

K. Lokasi Responden

Lokasi responden dalam penelitian ini adalah di seputaran kampus universitas Atma Jaya Yogyakarta serta di tempat tinggal mahasiswa/kost-kostan masing-masing mahasiswa yang tinggal di sekitar kampus Atma Jaya Yogyakarta.

L. Aksesibilitas Internet Responden

Tulisan-tulisan citizen journalism di forumdetik.com dapat diperoleh responden melalui media internet. Responden dapat mengakses internet dengan berbagai cara, baik secara mandiri (menyediakan jaringan sendiri/menyediakan modem sendiri) maupun melalui warnet atau tempat-tempat lain yang menyediakan jaringan internet (hotspot). Warnet yang ada di sekitar kampus universitas Atma Jaya Yogyakarta ada 10 buah yakni : Satria Net, Aldo Net,

Illuzion Net, Trinity Net, Bumi Net, Oemah Net, Tambakbayan Net, B-Net, Networld Net dan Padma Net. Selain itu responden juga dapat mengakses internet melalui jasa hotspot misalnya : kampus Atma Jaya, Cafe-cafe, Indomart.

