BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia berinteraksi dengan manusia lain telah menjadi bagian inti dari kehidupan. Interaksi antar manusia merupakan rutinitas alamiyah dalam fenomena hidup. Proses interaksi turut melibatkan proses komunikasi, semenjak zaman manusia pertama diperkirakan ada hingga masa kini, proses interaksi maupun komunikasi senantiasa menunjukkan eksistensinya.

> Terdapat dua tahapan komunikasi, yakni proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer ialah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang *(symbol)* sebagai media. Proses komunikasi sekunder yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.[1]

Maksud dari media kedua dalam proses komunikasi secara sekunder antara lain, surat, telepon, teks, surat kabar, radio, televisi, internet dan sebagainya. Media tersebut dimanfaatkan sebab letak komunikator dan komunikan berada di tempat yang relatif jauh. Sehingga penggunaan media dapat memanjakan efektifitas komunikasi.

Perkembangan umat manusia dalam melaksanakan komunikasi dari segi kualitas maupun kuantitas mengalami peningkatan pesat dari waktu ke waktu. Komunikasi merupakan tranmisi dari satu atau dua orang ke orang

[1]Onong Uchana Effendi, *Ilmumu Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2000), 11.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

lain dengan pengirim ataupun penerimanya yang spesifik. Awalnya, sistem komunikasi masih tradisional dengan mengandalkan barang merpati, asap api, mercusuar, ataupun pos berkuda. Ketika dunia telah mengenal mesin cetak, radio telegraf. Maka model komunikasi telah berubah semakin cepat. Terlebih lagi setelah ada telepon, radio, televisi, teleks, *facsimile* (fax), sehingga kini dengan internet, masyarakat dunia dapat saling mengakses satu sama lain lebih cepat lagi dalam mencari ataupun mendapatkan sebuah informasi.

Alternatif komunikasi masyarakat modern saat ini menyebabkan tuntunan manusia terhadap kebutuhan informasi semakin tinggi. Hal ini turut melahirkan kemajuan yang cukup signifikan dalam bidang teknologi. Peningkatan di bidang teknologi, informasi, serta komunikasi mengakibatkan dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang, dan waktu. Seseorang dapat dengan mudah mengakses informasi penting tentang fenomena kejadian di belahan dunia lain, tanpa harus berada di tempat tersebut. Padahal untuk mencapai tempat ini memakan waktu berjam-jam, namun hanya dengan seperangkat komputer yang memiliki konektivitas internet, informasi dapat diperoleh hanya dalam hitungan detik saja.

> Internet *(interconection networking)* merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain. Sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

> *konvergensi* dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon.[2]
>
> Kehadiran teknologi komunikasi internet yang saat ini telah banyak dipergunakan oleh manusia di dunia ini. Tidak terkecuali, penelitian studi media dan budaya juga melihat persoalan kehadiran internet ini. Internet telah menjadi medium relasi baru atau hubungan sosial. Salah satu karakteristiknya adalah intrektivitas para penggunanya.[3]

Di masa kini, media terpenting dan memiliki jaringan paling luas adalah internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang sederhana hingga komputer-komputer super yang tercanggih. Layanan internet sangat beragam dan senantiasa berinovasi sesuai kebutuhan masyarakat. Misalnya *e-mail, file tranfer protocol* (FTP) dan *word wide web (www). E-comerce, e-goverment, e-fax, e-office, e-banking,* SMS, MMS, dan sebagainya. Jaringan internet menjadi media tercepat yang mengalami inovasi ke segala lini serta teradaptif dengan kebutuhan masyarakat sehingga hampir semua media dan kebutuhan masyarakat dapat dikoneksikan ke dalam jaringan internet.

> Straubhaar (2003: xiii), seorang teoritisi komunikasi dari University of Texas, AS, mengatakan komunikasi kekinian adalah komunikasi yang termediasi oleh teknologi dalam berbagai bentuk jenis media baru. Media baru tersebut sejatinya adalah media massa yang mengalami perubahan konsep secara cepat seiring dengan percepatan teknologi komputer, internet dan telekomunikasi digital. Sehingga semakin meningkat pula akumulasi konsumsi informasi.[4]
>
> Dengan terus berkembangnya internet, munculah situs atau website yang merupakan sebuah alamat di "dunia maya". Website ini mengalami banyak sekali kemajuan dan inovasi baru, sampai pada

---

[2]Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 135.
[3] Rahma Ida, *Metode Penelitian Studi Media Dan Kajian Budaya,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 56-57.
[4] Muhamad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2007), 12-13.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

> titik munculah media sosial (medsos). Medsos bisa dikatakan sebagai sebuah media *online*, dimana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. internet, media sosial dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan dan mendorong pada hal-hal baru.[5]

Tidak dapat dipungkiri bahwa animo manusia terhadap penggunaan media massa sebagai strategi dalam komunikasi dan informasi terus meningkat. Kehadiran internet telah membawa revolusi serta inovasi pada cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. media massa berhasil mengatasi masalah klasik manusia, karena keterbatasan jarak, ruang, dan waktu tidak lagi menjadi kendala berarti.

Media massa mengubah masyarakat dunia, dari dunia lokal menjadi dunia global. Sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat dan besar dalam mempengaruhi peradaban umat manusia. Terdapat Desa yang besar dengan masyarakatnya saling mengenal serta menyapa satu sama lain, sehingga dunia disebut sebagai Desa global.

> Berdasarkan pernyataan Marshall McLuhan di buku *understanding media: the exitension of man*, mengemukakan ide bahwa "pesan media ya medianya itu sendiri dan menyebutkan bahwa medium merupakan eksistensi dari panca indra manusia".[6]

McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia dan media yang berbeda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media juga

---

[5] Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), 25.
[6] Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extension of man* .(The MIT Press, 1964),7.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media telah berkembang dari individu ke masyarakat dengan media, setiap bagian dunia dapat dihubungkan menjadi "*global village"* atau desa global.

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global. Namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas telah hidup dalam dua dunia kehidupan. Yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya *(cybercomunity).*

Salah satu fasilitas bagi individu ataupun masyarakat dunia maya dalam bersosialisasi secara *online* dapat dilakukan melalui media sosial *online*. Media sosial *online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *sosial media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial *online* turut mendukung terciptanya demokratisi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah audiens dari yang sebelumnya pengkonsumsi konten beralih ke memproduksi konten.

Di era internet ini, jenis kelompok masyarakat atau yang biasa disebut dengan komunitas yang menggunakan media sebagai alat penyebarluasan informasi dan promosi salah satunya adalah komunitas

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Tanoker. Komunitas Tanoker adalah komunitas belajar yang mempunyai semboyan “bersahabat, bergembira, belajar, dan berkarya”. Komunitas Tanoker mempunyai *icon* unik seperti permainan Engrang, Bakiak, dan Polo lumpur.

Selain permainan yang unik, Tanoker memiliki kegiatan sosial pemberdayaan masyarakat khususnya warga mantan buruh migran. Tanoker bersama-sama dengan masyarakat membentuk sebuah desa peduli buruh migran. Selain dari pada itu komunitas Tanoker juga memberikan kreatifitas kepada ibu-ibu mantan buruh migran seperti, pendampingan untuk ibu-ibu, pendampingan anak, membuat aksesoris, kelompok pertanian, dan lain sebagainya.

Menurut hasil observasi peneliti Dari semua kegiatan yang ada di dalam komunitas Tanoker hampir secara keseluruhan telah diliput oleh media, baik media sosial, media cetak dan media elektronik. Secara kasat mata komunitas Tanoker tergolong komunitas yang baru berdiri sejak lima tahun terakhir tepatnya pada Tanggal 10 Desember 2009. Namun, menurut asumsi peneliti setelah melakukan observasi di beberapa media, baik media sosial (*Twitter, facebook, instagram, website,youtube*) milik Tanoker, dan beberapa media cetak dan elektronik yang pernah meliput Tanoker. Apresiasi masyarakat lokal dan global telah banyak didapatkan hal ini dapat dilihat dari banyaknya respon dan dukungan positif dari berbagai pihak di media, baik media sosial, cetak dan elektronik. Dengan peran media komunitas Tanoker dapat dikenal sampai di tingkat nasional.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Keberadaan komunitas Tanoker melampui tugas peran dan fungsi (Tuposi) media massa yang mengedukasi, menginformasikan, dan menghibur. Mengajarkan kepada masyarakat sekitar Indonesia untuk menghargai nilai-nilai toleransi, ras, suku, dan budaya dan keseimbangan hidup dari egrang. Keberadaan media menurut peneliti sangat signifikan sehingga menjadi layak untuk diteliti dalam penelitian ini, sehingga pihak lainpun bisa mengambil pelajaran betapa sesuatu yang istimewa berawal dari hal yang kecil. Dan hal yang kecil itu harus di komunikasikan kepada orang lain melalui media massa. Karena media massa mempunyai banyak audien dan pesan bisa di terima dalam waktu yang singkat dan bersamaan. Dan hal yang sedemikian itu tidak bisa dtempuh dengan cara komunikasi manual.

Dalam hal ini peran media menjadi sangat penting di dalam sebuah komunitas sebagai alat penyebarluasan informasi dan promosi sebuah kegiatan yang ada di dalam komunitas. Berdasarkan permasalahan di atas peneliti memilih judul **Peran Media Massa Dalam Promosi Tanoker Ke Tingkat Nasional.**

B. Fokus penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah menyangkut penelitian peran media, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada:

1. Bagaimana media massa mengedukasi masyarakat tentang kegiatan Tanoker ?

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

2. Apa saja informasi tentang Tanoker yang diberitakan media massa ?
3. Apa saja kegiatan Tanoker yang memberi hiburan kepada masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian Peran Media Dalam Promosi Tanoker Ke Tingkat Nasional bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan keterlibatan media massa dalam mengedukasi masyarakat tentang kegiatan Tanoker.
2. Mendeskripsikan informasi tentang Tanoker yang di beritakan media massa.
3. Mendeskripsikan kegiatan Tanoker yang memberikan hiburan kepada masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berawal dari keingintahuan peneliti terhadap fenomena penggunaan peran media sebagai salah satu sarana penyebarluasan informasi dan promosi Komunitas Tanoker Ledokombo Jember. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun manfaat dalam penelitian ini, antara lain:

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi yang berkenaan dengan peran media bagi komunikasi dan menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan ilmu komunikasi. juga sebagai masukan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapakan dapat memberikan informasi kepada Komunitas Tanoker untuk dijadikan peninjauan serta evaluasi terhadap penggunaan Media, agar dapat meningkatkan kualitas Komunitas Tanoker untuk masa yang akan datang.

E. Definisi Istilah

Adapun definisi istilah tentang judul peneliti, sebagai berikut:

1. Peran Media Massa

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:

a) Sebagai institusi pencerah masyarakat.
b) Sebagai sarana informasi.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

c) Sebagai media hiburan.[7]

Dalam hal ini peneliti menitikberatkan peran media sosial, cetak, dan elektronik yang digunakan oleh komunitas Tanoker sebagai media promosi Tanoker ke tingkat nasional.

2. Promosi Tanoker ke tingkat nasional

Promosi adalah suatu komunikasi untuk meningkatkan volume pemasaran dengan periklanan, pameran, demontrasi dan usaha lainnya yang bersifat persuasif.[8]

Dalam hal ini peneliti menitikberatkan pada promosi yang dilakukan oleh komunitas Tanoker dengan menggunakan media sosial, mesia cetak, dan media elektronik.

Istilah Tanoker berasal dari bahasa madura, dalam bahasa indonesia disebut dengan kepompong. Tanoker yang terletak di Kecamatan Ledokombo Kabupaten Jember adalah nama dari sebuah komunitas "bersahabat, bergembira, belajar, dan berkarya". Dari nama tersebut, anak anak yang belajaar di Tanoker bercita-cita untuk berproses dari kepompong yang dianggap jelek dan menjijikkan, ketika sudah bermetamorfosis dapat

[7] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi (teori, paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat),* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), 85-86.
[8] Pius Apartanti dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer,* (surabaya: arkola, 1994), 585.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

menjadi kupu-kupu dengan warna yang menawan dan bisa terbang ke mana-mana, sehingga disukai banyak orang.[9]

Istilah tingkat adalah suatu kualitas atau keadaan lebih tinggi atau lebih rendah dalam hubungan dengan titik tertentu.[10] Sedangkan istilah nasional sendiri adalah nama yang bersifat kebangsaan, berkenaan atau berasal dari bangsa sendiri, meliputi suatu kebangsaan.[11]

Tingkat nasional yang dimaksud oleh peneliti disini ialah promosi yang dilakukan oleh komunitas Tanoker dengan menggunakan lapisan media, baik media sosial *(facebook, website, youtube,twitter)* milik Tanoker ataupun media lain yang bersifat nasional seperti media elektronik dan media cetak.

IAIN JEMBER

[9] Skripsi Sisillia Velayati,Pendorong Perubahan Sosial Pedesaan Melalui Pendekatan Budaya, di Kecamatan Ledokombo,Kabupaten Jember,Jawa timur.(2014),9.
[10] Pius A Partanto dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiyah Populer*,(surabaya : Arkoba, 1994), 588.
[11] Pius A Partanto dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiyah Populer*,(surabaya : Arkoba, 1994), 368.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id