

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

Penelitian dalam judul ini berfokus kepada preferensi siswa SMA di Jawa Timur dalam mengakses informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-Kuliah) melalui media sosial. Teori Uses & Gratifications ini adalah teori yang menguji bagaimana dari setiap individu menggunakan media yang mereka inginkan dan dari media yang mereka pilih, mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan dari setiap individu. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik pada saat memenuhi kebutuhannya artinya teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2019: 192). Media menjadi salah satu metode pemenuhan keinginan serta individu dapat memanfaatkan media untuk memenuhi keinginan setiap individu, atau tidak memakai media dan merujuk metode yang lainnya (Humaizi, 2018:1).

Adanya pemilihan media berdasarkan pemenuhan kebutuhan bagi setiap individu, tidak terpaku dalam pemilihan media tertentu dan bisa lebih selektif dalam pemilihan media yang akan dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan tersebut. Membahas tentang kebutuhan, individu pasti langsung tertuju pada hierarki kebutuhan yang digambarkan oleh Abraham Maslow bahwa kebutuhan dasar dibedakan menjadi 5, yaitu: a. physiological needs; b. safety needs; c. love needs; d. esteem needs; e. self-actualization needs (Unde, 2014: 66). Menurut Blumber (dalam Jalaluddin Rakhmat,

2012:65) komunikasi bermanfaat jika penggunaan media dihadapkan dengan motif; jika sikap media menggambarkan kepentingan dan preferensi; dan jika khalayak sesungguhnya merupakan keras kepala (Khomsahrial, Romli 2017). Menurut McQuail (2011) (dalam (Rizky & Stellarosa, 2017: 16)) Preferensi merupakan kesukaan. Pengertian preferensi media sebagai mengarah pada audience dalam memilih media yang akan digunakan untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan masing-masing (Intan & Revia, 2019: 224) Kebutuhan setiap individu yang bermacam-macam membuat daya kepuasan setiap individu juga berbeda. Pemuasan kebutuhan para penonton dalam mengkonsumsi media adalah memperoleh hiburan, data-data, pembelajaran serta budaya.

Preferensi diambil sebagai dasar dari judul penelitian ini, karena dari kepintaran otak manusia yang selalu berkembang, membuat teknologi semakin maju dan membuat media terus berkembang tidak ada habisnya. Semua orang bisa secara instan mendapatkan informasi apa saja, bisa menelusuri di aplikasi-aplikasi atau web yang dituju. Secara umum preferensi memiliki makna selaku opsi utama sehingga preferensi dapat dimaksud media opsi utama (Harahap et al., 2017: 48). Media dalam pemberitaan diharuskan netral. Dalam arti, media memberikan informasi apa adanya, tidak memihak pada individu, kelompok atau golongan yang berkepentingan dengan informasi yang ada (Harahap, 2017: 48). Menurut Nurudin (dalam Nugraheni et al., 2022) media massa adalah sebagai wadah untuk berkomunikasi yang bisa menyampaikan pesan dalam waktu bersamaan kepada audiens yang beragam. Para

pengguna aktif dalam bermedia juga pasti memilih media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Setiap individu mempunyai strategi masing-masing atas dasar bagaimana individu menerima pesan akan memberikan respon yang bagaimana. (Mulyana, 2019: 115).

Adanya beberapa pendekatan individu yang berdasarkan paparan (*exposure*), persepsi (*perception*) dan retensi (*retention*) yang masing-masing dapat mempengaruhi interaksi audiens dengan media dan bagaimana cara media mempengaruhi audiens (Bittner, 1980:380). Paparan (*exposure*) dimana audiens memaparkan diri secara selektif kepada program tertentu dan menghindar dari komunikasi yang tidak sesuai dengan sikap khalayak yang seharusnya. Selanjutnya adalah persepsi yang sudah menjadi patokan dan mempengaruhi bagaimana reaksi audiens pada suatu pesan. Tahap yang terakhir adalah adanya pengingatan kembali karena kebutuhan dan sikap-sikap audiens. (Nurudin, 2019: 229-231)

Maka dari itu, peneliti akan meneliti selective exposure dan selective perception yang dimana hasilnya itu didapatkan dari subjek yang diambil dari penelitian ini. Dilakukannya selective exposure untuk mengetahui jenis informasi yang seperti apa yang dibutuhkan oleh audiens. Sedangkan selective perception bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon audiens setelah menerima pesan dari media tersebut. Mencari informasi bisa memenuhi kebutuhannya dalam aspek kognitif yang dimana individu yang awalnya tidak mengetahui informasi tersebut, jadi tahu tentang informasi yang didapatkan. Dalam memenuhi kebutuhannya, audiens tidak langsung menerima

semua informasi yang ada di media sosial, tetapi audiens secara otomatis tetap aktif memilih informasi apa yang diinginkan. Terutama yang selalu menjadi rutinitas siswa SMA yang mencari informasi mengenai beasiswa perguruan tinggi.

Beasiswa yang akan dibahas ini adalah Beasiswa Kartu Indonesia PintarKuliah-Kuliah (KIP-Kuliah). Kartu Indonesia Pintar-Kuliah merupakan program dari pemerintah dalam bentuk bantuan sosial. Adanya bantuan sosial ini dengan tujuan untuk meningkatkan akses dan kualitas pendidikan di Indonesia. Tidak bisa sembarang orang memiliki Kartu Indonesia Pintar-Kuliah ini karena kartu ini diperuntukkan siswa-siswi dari keluarga yang kurang mampu ekonomi dan bertujuan untuk meringankan beban biaya pendidikannya. Syarat untuk penerima KIP-Kuliah ini tentunya dikhususkan untuk siswa SMA atau SMK sederajat dan lulus seleksi penerimaan mahasiswa baru melalui semua jalur masuk di Perguruan Tinggi Negeri maupun swasta. Tentunya juga calon mahasiswa ini memiliki Kartu Indonesi Pintar dan masuk dalam kelompok masyarakat miskin atau miskinmaksimal pada desil tiga Data Pensasaran Percepatan Penghapusan Kemiskinan Ekstrem (P3KE).

KIP ini tidak seperti beasiswa lainnya, itulah yang dijadikan alasan mengapa KIP menjadi fokus dalam penelitian ini. KIP-Kuliah merupakan bantuan biaya pendidikan dari pemerintah bagi lulusan SMA atau sederajat yang memiliki potensi akademik tetapi memiliki keterbatasan ekonomi. Berkaca dari tingginya angka dimana lulusan sekolah menengah di Jawa Timur yang tidak mampu untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi karena keterbatasan ekonomi. Biasanya beasiswa pada

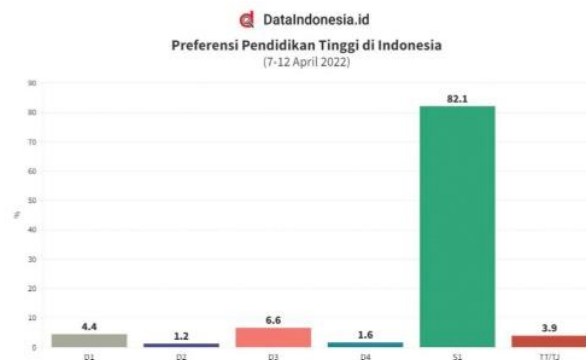
umumnya hanya berfokus pada pemberian penghargaan atau dukungan dana terhadap mereka yang berprestasi saja, Sementara KIP-Kuliah merupakan bantuan pendidikan yaitu dukungan biaya pendidikan yang diberikan pemerintah kepada mahasiswa untuk mengikuti dan/atau menyelesaikan pendidikan tinggi berdasarkan pertimbangan utama keterbatasan kemampuan ekonomi. Selain itu KIP-Kuliah dikelompokkan menjadi KIP-Kuliah dan KIP-Kuliah Afirmasi yang mencakup dukungan bagi penyandang disabilitas, peserta program Afirmasi Pendidikan Tinggi (ADik) untuk Orang Asli Papua di wilayah Papua, Papua Barat, wilayah 3T (terdepan, terluar, atau tertinggal), bahkan wilayah yang terkena dampak bencana alam atau konflik sosial.

Maka dari itu, masih ada beberapa daerah yang tertinggal informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah ini, dengan solusi diadakannya sosialisasi. Meskipun sosialisasi ini belum diadakan secara merata, namun kegiatan ini bertujuan untuk mengatasi tantangan alokasi kuota Kartu Indonesia Pintar Kuliah yang menurun sampai 50% secara nasional. Tidak hanya pemerintah yang memperhatikan masyarakat yang kurang mampu dalam mencapai pendidikan perguruan tinggi, banyaknya mahasiswa yang turut andil dalam peran sosialisasi ini. Sebanyak 5.1333 mahasiswa penerima Kartu Indonesia Pintar Kuliah dan alumni beasiswa Bidikmisi (Biaya Pendidikan Mahasiswa Miskin Berprestasi) yang menjadi relawan Kartu Indonesia Pintar Kuliah dan berkomitmen untuk menyukseskan program ini. Beasiswa perguruan tinggi merupakan pencarian yang cukup populer di kalangan siswa SMA pada setiap tahunnya. Adapun beberapa platform yang menyajikan informasi terkait, terutama oleh

media sosial yang biasanya digunakan sehari-hari. Dengan banyaknya beasiswa perguruan tinggi yang disediakan, siswa SMA pasti membutuhkan informasi yang tepat dalam memilih beasiswa perguruan tinggi melalui media sosial. Dipilihnya siswa SMA menjadi subjek penelitian karena siswa SMA yang paling terkait. Siswa SMA memiliki peran penting dalam memilih dan mencari informasi terkait beasiswa perguruan tinggi. Berdasarkan fokus targer beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah adalah perekonomian, khususnya ada pada daerah 3T, maka dari itu peneliti mengambil subjek siswa SMA Madura. Dimana tiga dari empat kabupaten di Madura termasuk dalam daerah 3T di Jawa Timur. Dikutip dari Beasiswa Unggulan KemDikBud, dua dari daerah Kabupaten Bangkalan dan Sampang (Politeknik Kesehatan Kemenkes Tasikmalaya, 2022) dan Tim Humas Universitas Islam An Nur Lampung, satu daerah lagi adalah Kabupaten Sumenep. (Tim Humas, 2023)

Menurut DataIndonesia, sebanyak 82,1% responden menyatakan bahwa warga Indonesia memiliki keinginan jika anaknya melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi setelah jenjang atau lulus SMA. Sisanya hanya 4,4% untuk lanjut D1, 1,2% untuk lanjut D2, 6,6% untuk lanjut D3, dan 1,6% untuk lanjut D4. Namun adapun data juga yang dikatakan oleh Deputy Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan bahwa 1,9 juta lulusan SMA yang masih belum bisa kuliah pada tiap tahunnya, dari jumlah lulusan SMA tiap tahunnya 3,7 juta orang. Banyaknya sekarang beasiswa yang disediakan oleh tingkat perguruan tinggi seperti Kartu Indonesia Pintar-Kuliah dan lain-lain dalam rangka meningkatkan angka partisipasi kasar kuliah.

Gambar I.1  
Data Survei Warga yang Ingin Anaknya Melanjutkan Kuliah S1



Sumber: DataIndonesia.id

Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022 perihal partisipasi kasar perguruan tinggi, mencapai 69% lulusan sekolah menengah di Jawa Timur tidak melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Tentunya ekonomi adalah kendala utama. Maka, tercatat pada 10 provinsi yang paling banyak untuk pendaftar KIP-Kuliah melalui jalur SNBP, ada di Jawa Timur dengan pendaftar 31.660 dan mahasiswa yang diterima sebanyak 5.624.

Munculnya internet menciptakan perubahan yang sangat berbeda, banyak contoh yang bisa dilihat orang-orang sudah jarang yang berlangganan koran, membeli majalah, bahkan menonton tv. Perbedaan media baru dengan media konvensional terlihat dari segi penggunaan secara individual yaitu melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap

pengiriman pesan, tingkat sosialisasi pengguna media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan sesuai dengan keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru (Ginting et al., 2021:7-8). Menurut Staf Khusus Menkominfo pada 2022 sumber informasi yang diakses masyarakat media sosial jauh lebih meningkat dengan persentase 73%. Dibandingkan dengan lainnya, seperti televisi 59,70%, berita *online* 26,70%, situs web pemerintah 13,90%, media cetak 4%, radio 4% dan yang lainnya 1,20%. Melihat informasi terbaru pun menjadi urutan pertama atau alasan yang paling utama mengapa masyarakat menggunakan media sosial.

Gambar I.2

### Alasan Masyarakat Menggunakan Media Sosial



Sumber: Goodstats

Menurut Quarterman dan Mitchell (dalam Herring, Susan C. 1996:28), komunitas merupakan salah satu kategori manfaat dari internet. Quarterman dan



Mitchell membagi manfaat internet kedalam 4 kategori, yaitu: 1. internet sebagai media komunikasi, merupakan manfaat internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.; 2. media pertukaran data, dengan menggunakan email, newsgroup, FTP dan www (World Wide Web – jaringan situs-situs web)para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.; 3. media untuk mencari informasi atau data, perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.; 4. manfaat komunitas, internet membentuk masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis dan sebagainya (Alyusi, 2019:28).

Media sosial adalah salah satu alat yang dimana seseorang dapat terhubung dengan hal-hal dan juga media sosial ini sebagai alat berbagi informasi yang cepat (Nabila et al., 2020:8). Media sosial membawa perubahan yang sangat signifikan dan pasti tentunya media sosial juga memiliki dampak positif dan negatifnya dengan adanya media sosial ini. Media sosial mempunyai beberapa karakteristik yang sering dijumpai, diantaranya transparansi, dialog dan komunikasi, jejaring relasi, multi opini, multi form, kekuatan promosi *online* (Sulianta, 2015:7). Dampak positif yang dimilikinya adalah bisa untuk memperbanyak atau menambah pertemanan, bisa mengembangkan diri kita melalui teman-teman, acara *online*, lomba *online* dan yang terpenting adalah memudahkan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan dan juga bisa

saling berbagi informasi dengan yang lain agar selalu bisa *up to date* (Nabila et al., 2020:16-17). Selain dampak positif yang tidak terlalu banyak dibandingkan dengan dampak negative, dampak negatif dari media sosial ini sendiri adalah dapat membahayakan kesehatan karena terlalu mengisolasi diri, menggunakan media sosial dengan tidak bijak seperti mengumbar kejahatan dan penipuan. (Nabila et al.,2020:17)

Gambar I.3

### Informasi Kartu Indonesia Pintar Kuliah Di Berbagai Platform Media Sosial



Sumber: TikTok, Instagram, YouTube

Menurut Data Reportal dalam Goodstats pada Juli 2023, YouTube, Instagram, TikTok masuk ke dalam media yang paling sering digunakan. Dengan angka YouTube 2,5 miliar, Instagram 5,41 miliar dan TikTok sebanyak 1,05 miliar. Dalam berbagai media sosial, adapun channel yang aktif dan bisa diakses mengenai informasi Kartu Indonesia Pintar Kuliah. Media sosial YouTube bisa melalui channel @dibidikmisiscom @bidikmisiindonesia, Instagram ada 2 akun aktif @sahabat.kipkuliah @kipkuliah, dan TikTok @sahabatkipkuliah @shortdibidikmisiscom

Sebelum penelitian ini dilakukan, adanya penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Yuli Nugraheni dan Anastasia Yuni Widyaningrum berasal dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya pada tahun 2020 dengan judul “Preferensi Keluarga Surabaya dalam Pencarian Informasi tentang Politik”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi keluarga Surabaya dalam pencarian informasi politik.

Hasil dari 2 peneliti tersebut mengatakan bahwa media *online* digunakan sebagai sumber pertama di keluarga dalam mendapatkan informasi politik, tidak hanya ayah saja, tetapi ibu dan anaknya pun juga. Ayah memilih situs berita detik.com. Ibu memilih media sosial, sedangkan semua anak-anaknya menetapkan instagram sebagai media sosialnya. Informasi yang ditelusuri oleh ayah, ibu, anak pertama dan ketiga adalah debat capres, pemilu dan korupsi. Sedangkan anak yang kedua memilih informasi pemilu, debat capres dan Jokowi. Perbedaan penelitian ini adalah subjek yang diteliti, subjek yang diteliti oleh peneliti adalah siswa SMA dan orang tua di Surabaya mengenai preferensi siswa SMA dan orang tua di Surabaya dalam mengakses informasi terkait perguruan tinggi melalui media massa.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nufian S. Febriani, seorang mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi FISIP dengan judul “Preferensi Media Sosial Generasi Milenial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mengumpulkan data utama kuesioner serta dibantu dengan wawancara. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model Technology

Acceptance Model (TAM) diperuntukan mendefinisikan faktor preferensi perilaku pemilih generasi milenial saat menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi calon legislatif melalui media sosial. Kuantitatif adalah metode yang digunakan dan berdasarkan survei terhadap 100 responden menunjukkan bahwa tidak kurang dari 71 responden (71%) mengetahui informasi calon legislatif di kota asalnya melalui media sosial, bahkan 29 responden (29%) menyatakan tidak tahu menahu.

Peneliti yang ketiga adalah yang dilakukan oleh Y.A. Nunung Prajarto, Syaifa Tania, Mashita Phitaloka Fandia Purwaningtyas, berasal dari Universitas Gadjah Mada pada tahun 2019 yang penelitiannya berjudul “Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun *Instagram* Media Informasi Selebritas”. Keterkaitan antara sikap masyarakat dalam mencari informasi di media dan preferensi informasi dalam aspek informatika sosial dapat dianalisis melalui pendekatan Aktor Sosial. Pendekatan Aktor Sosial meletakkan perspektifnya pada empat dimensi utama, yaitu kawasan, korelasi, serta identitas. Adanya juga pada dimensi identitas, penyebutan antara posisi pemakai Instagram sebagai konsumen dan juga produsen konten informasi menjadi titik tekan yang disebutkan oleh akun informasional di Instagram. Perbedaan penelitian ini adalah subjek yang diteliti, subjek yang diteliti oleh peneliti adalah siswa SMA dan orang tua di Surabaya mengenai preferensi siswa SMA dan orang tua di Surabaya dalam mengakses informasi terkait perguruan tinggi melalui media massa.

Peneliti selanjutnya, keempat yang berjudul “Preferensi Siswa SMA Surabaya Dalam Pencarian Informasi Studi Lanjut Perguruan Tinggi” dengan penulis Theresia Intan dan Brigitta Revia, berasal dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam penelitian tersebut, memiliki fokus kepada siswa SMA Surabaya dalam pencarian informasi studi lanjut perguruan tinggi. Hasil dari penelitiannya adalah pencarian informasi menggunakan sumber personal yang dimana terkaitan topik dengan kesesuaian jurusan yang akan dipilih oleh Guru Bimbingan konseling adalah narasumber utama yang diperoleh siswa SMA. Tertampak pada preferensi opsi awal pada jenis opsi 1, media publikasi yang sangat banyak digunakan adalah Instagram yang dimiliki oleh masing-masing perguruan tinggi. Jenis opsi yang kedua, media publikasi yang sangat banyak digunakan adalah facebook perguruan tinggi.

Penelitian yang terakhir dengan judul “Preferensi Komunikasi Pemasaran Terpadu Perguruan Tinggi di Surabaya Pada Era Posmoderen” oleh 3 peneliti, yaitu Hilda Yunita Wono dan Imanuel Deny Krisna Aji, yang berasal dari Universitas Ciputra Surabaya. Peneliti melakuakn penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran terpadu dilakukan yang menjadi preferensi mahasiswa di perguruan tinggi Surabaya. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang dianggap paling disukai oleh mahasiswa di Surabaya. Dari yang paling disukai, pameran pendidikan, berita yang ada di media massa, terdapat layanan call center dan media sosial, billboard tersebar jalan raya.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan pada rumusan masalah ini adalah bagaimana preferensi siswa SMA di Jawa Timur dalam mengakses Informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah melalui media sosial?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana preferensi siswa SMA di Jawa Timur dalam mengakses informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah melalui media sosial?

## **I.4. Batasan Masalah**

Adanya batasan masalah ini agar penelitian yang dibahas lebih fokus dan tidak terlalu luas, berikut batasan masalah dalam penelitian:

- a. Siswa SMA menjadi subjek dalam penelitian ini,
- b. Preferensi dalam mengakses Informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah melalui media sosial menjadi objek dalam penelitian ini.
- c. Penelitian dalam judul ini menggunakan metode survei.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademik:**

- Mengharapkan jika penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru terhadap kajian keilmuan komunikasi dengan memperkaya penelitian-penelitian komunikasi massa mengenai preferensi dalam media sosial.

## 2. Manfaat Praktis:

- Penelitian yang dilakukan dapat diharapkan membantu pemilik media *online* untuk lebih memahami preferensi siswa SMA di Jawa Timur dalam mengakses Informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah melalui media sosial.

## 3. Manfaat Sosial:

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai preferensi siswa SMA di Jawa Timur dalam mengakses informasi terkait beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah melalui media sosial.

### **I.6. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan pendekatan kuantitatif.