

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari kegiatan komunikasi. Kegiatan komunikasi tersebut tidak hanya dilakukan secara tatap muka, namun ada juga yang menggunakan alat bantu untuk menyampaikan pesan. Media massa adalah media komunikasi yang mampu menjangkau khalayak, yang jumlahnya relatif banyak, heterogen, anonim dan terpecah-pecah (Effendy,2003:62).

Media dipakai untuk mengajarkan pengetahuan tertentu bagi masyarakat suatu bangsa. Hal ini mendalami bagaimana aktivitas komunikasi dapat dipakai untuk mempromosikan penerimaan yang luas akan ide-ide dan produk baru (Nasution,2002:96). Media massa pada saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Menurut (Effendy,2000:54) jenis media massa itu sendiri terdiri dari 2 macam, yaitu media cetak (printed mass media) dan media massa elektronik (electronic mass media), media massa cetak antara lain koran, majalah sedangkan media elektronik terdiri dari radio dan televisi. Media massa menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi kepada masyarakat. Munculnya kesadaran tentang arti dan nilai dari informasi membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan oleh media massa (Sobur,2004:162). Media dapat menyajikan berita yang memiliki nilai lebih (signifikan, aktual, luar biasa, dst) agar dapat menambah dan mempertegas pengetahuan pembaca (khalayak). Berita merupakan suatu

penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca (William S. Maulsby dalam Djuroto,2002:47). Pada umumnya berita disusun atas dasar upaya membangkitkan minat awal dengan menyoroti berita tertentu, mempertahankannya dengan kebinekaan dan minat manusia serta menunda beberapa informasi penting sampai pada bagian akhir dan mengirim pengamat untuk menghimpun berita dari sumber langsung (Mc, Quail, 1991:196).

Seperti pada pemberitaan motor listrik ITS (gesits), yang merupakan kendaraan motor listrik pertama buatan anak bangsa. Produk anak bangsa ini dapat menjadi solusi akan permasalahan polusi. Komitmen memproduksi motor bebas emisi gas buang ini dijalani ketiga pihak melalui penandatanganan perjanjian kerjasama produksi yakni oleh ITS (Institut Teknologi Sepuluh November), PT Gransindo dan PT Wika Industri dan Konstruksi. Walaupun banyak inovasi anak bangsa yang berhenti pada proses eksperimen saja, namun “Gesits” mampu membuktikan bahwa kendaraannya layak untuk diproduksi massal. Motor listrik Gesits buatan ITS ini sudah memiliki uji kelayakan yang pada tahun 2016 dengan melakukan uji jalan dari Jakarta menuju Denpasar pada 7-12 November 2017 sejauh 1.400 Km. Motor listrik Gesits ini sudah mendapat dukungan dari beberapa instansi pemerintah seperti PLN , Kemenristek dikti, dan SPBU maupun dari instansi non pemerintah seperti beberapa universitas seperti UGM (Universitas Gajah Mada) untuk menangani recycle baterai, baterainya sendiri ditangani oleh UNS (Universitas Negeri Surakarta), dan ITB (Institut Teknologi Bandung) untuk menyuplai smartphone yang digunakan sebagai instrumen panel GESITS. Pada

Desember 2017 PT Gesits Indonesia sudah melakukan pembicaraan dengan 59 pemasok komponen untuk diajak kerjasama. Untuk harganya sendiri dibandrol dengan harga 15-18 Juta.

Banyaknya pro kontra terhadap pemberitaan, bukan tidak sejutu apabila kendaraan motor listrik akan di produksi secara massal namun lebih kepada kepercayaan terhadap isi pemberitaan yang diberitakan, seperti apakah mungkin ini bukan hanya wacana saja seperti kebanyakan inovasi yang dibuat anak bangsa yang hanya sebatas eksperimen saja. Dan belum lagi kualitas yang masih sering dipertanyakan dan masih dibanding-bandingkan dengan produk luar negeri yang sudah terlihat jelas akan kualitasnya. Dengan adanya suatu pemberitaan diharap masyarakat akan lebih percaya terhadap isi pemberitaan.

Walaupun Gesits sering dipandang sebelah mata dan sering dibandingkan dengan motor buatan Jepang, namun kualitas dari Gesits tidak perlu diragukan lagi. Gesits diklaim sebagai motor masa depan sebab menjadi solusi dalam mendukung pelestarian lingkungan. Kita patut bangga karena saat ini anak bangsa menciptakan motor listrik.

Peran media massa sangat dibutuhkan dalam menyebarkan informasi, walaupun banyak media massa yang telah menyebarkan informasi tersebut namun kecenderungan media di Indonesia banyak yang melihat dari rating dan keuntungan yang diperoleh. Padahal setiap pemberitaan yang diberitakan atau diinformasikan di media massa secara tidak langsung akan dapat memunculkan sikap seseorang terhadap berita tersebut. Sikap adalah suatu kecenderungan bertindak, berfikir, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi

objek, ide, situasi, ataupun nilai. Sikap disini bukan berarti perilaku tetapi lebih merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap bisa berupa orang, situasi informasi, maupun kelompok (Sobur, 2003:361).). Sikap dikaitkan sebagai respon yang akan timbul bila individu dihadapkan pada stimulus yang menghendaki timbulnya reaksi individu. Respon yang timbul terjadi sangat evaluatif berarti bentuk respon yang dinyatakan sebagai sikap itu didasari oleh proses evaluasi dalam diri individu yang memberi kesimpulan nilai terhadap stimulus dalam baik atau buruk, positif atau negatif, menyenangkan atau tidak menyenangkan suka atau tidak suka, yang kemudian mengkristal sebagai potensi reaksi terhadap objek sikap (Rakhmat, 2001:40).

Besarnya peranan masyarakat terhadap suatu kecenderungan bertindak, berfikir, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, ataupun nilai suatu mewujudkan suatu inovasi pembangunan. Dengan demikian masyarakat memikul peranan penting dalam proses pembangunan terhadap suatu inovasi. proses evaluasi dalam diri individu terhadap stimulus menentukan baik buruk, positif atau negatif, menyenangkan atau tidak menyenangkan suka atau tidak suka, yang kemudian mengkristal sebagai potensi reaksi terhadap objek sikap.

Fenomena dalam penelitian ini berkaitan dengan pesan atau informasi mengenai suatu inovasi motor kendaraan listrik gesits buatan anak bangsa yang akan diproduksi massal 2018. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik ITS (GESITS) Diproduksi

Massal” Di Media Massa. Peneliti memilih responden masyarakat Surabaya karena penemu ide tersebut yakni mahasiswa ITS yang lokasinya berada di Surabaya. Peneliti ingin melihat bagaimana kepercayaan masyarakat akan isi pemberitaan dan dukungan masyarakat Surabaya yang diberikan baik langsung maupun tidak langsung terhadap inovasi motor listrik GESITS.

Sikap pada penelitian ini akan dianalisis berdasarkan tiga komponen yaitu kognitif yang meliputi pengetahuan atau pemahaman masyarakat Surabaya terhadap pasca pemberitaan produk anak bangsa “motor listrik ITS (GESITS) diproduksi massal” di media massa, secara afektif meliputi ketertarikan atau kesukaan terhadap adanya pasca pemberitaan produk anak bangsa “motor listrik ITS (GESITS) diproduksi massal” di media massa. dan secara konatif yaitu kecenderungan perubahan perilaku masyarakat Surabaya pasca pemberitaan produk anak bangsa “motor listrik ITS (GESITS) diproduksi massal” di media massa.

Komunikasi dalam suatu pembangunan dapat berhasil jika komunikasi dapat meningkatkan aspirasi yang merupakan perangsang untuk bertindak nyata. Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan di tengah kehidupan bermasyarakat (Nasution,202:103). Singkatnya, suatu kebijakan komunikasi yang berhasil mesti menangkap pada saat mana pun, suatu keseimbangan yang tepat antara suatu pencarian masyarakat akan inovasi, dan kebutuhan mereka akan kesinambungan (kontinuitas) (Nasution,2002:104).

Dari uraian di atas, peneliti ingin meneliti Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik ITS (GESITS) Diproduksi Massal” Di Media Massa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

“Bagaimana Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik ITS (GESITS) Diproduksi Massal” Di Media Massa”.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan perumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik ITS (GESITS) Diproduksi Massal” Di Media Massa.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dari hasil ini diharapkan dapat memberikan sumbangan atau landasan pemikiran pada ilmu komunikasi terutama topik pembahasan yang berhubungan dengan Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik ITS (GESITS) Diproduksi Massal” Di Media Massa.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi terhadap sikap yang timbul terhadap suatu pemberitaan yang dapat mengubah sikap masyarakat terhadap produk anak bangsa.