

AKTIVITAS DAN KEPUASAN PADA PENGGUNAAN MEDIA BARU

NASKAH PUBLIKASI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
guna mencapai gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

DWI YUNITA SARI Y

L 100090146

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2013**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura.Telp.(0271) 717417, 719483 Fax 715448 Surakarta 57102

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir :

Nama : M. Toharuddin, S. Pd, MA

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Dwi Yunita Sari Yahya

Nim : L100090146

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Aktivitas dan Kepuasan Pada Penggunaan Media Baru (Hubungan Antara Aktivitas Penggunaan Media Baru Solopos.Com Dan Interaksi Sosial Serta Penggunaan Media Lain Sebagai Media Informasi Dengan Tingkat Kepuasan Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS Angkatan 2009)

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Pembimbing

M. Toharuddin, S. Pd, MA

**Aktivitas Dan Kepuasan Pada Penggunaan Media Baru
(Hubungan Antara Aktivitas Penggunaan Media Baru Solopos.com dan Interaksi Sosial
Serta Penggunaan Media Lain Sebagai Media Informasi Dengan Tingkat Kepuasan
Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS Angkatan 2009)**

Dwi Yunita Sari Yahya (dwiunit444@gmail.com)

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Dengan majunya perkembangan informasi yang didukung dengan adanya kemajuan teknologi, kebutuhan informasi akan semakin mudah terpenuhi. Sementara itu saat ini media internet telah berkembang seiringnya kemajuan jaman yang sudah sangat modern ini. Internet kini menjadi bagian yang tidak dapat di pisahkan dalam perkembangan teknologi komunikasi. Banyak sekali perusahaan yang saat ini meluncurkan versi *online*-nya sebagai sarana medai informasi untuk masyarakat seperti contohnya Solopos.com. Dengan adanya hal seperti itu maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian mengenai kepuasan dalam penggunaan media baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara aktivitas penggunaan media baru dengan tingkat kepuasan dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 pada media baru Solopos.com serta apakah ada hubungan diantara keduanya yang dipengaruhi oleh adanya interaksi sosial dan penggunaan media lain sebagai variabel kontrol. Salah satu teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Analisis data menggunakan teknik korelasi tata jenjang Kendall. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat hubungan yang signifikan antara aktivitas penggunaan media baru solopos.com sebagai media informasi dengan tingkat kepuasan penggunaan media dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2009 di Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2) Adanya pengaruh interaksi sosial dan penggunaan media lain dalam mempengaruhi hubungan antara aktivitas penggunaan media baru Solopos.com dengan kepuasan penggunaan media.

Kata kunci : *penggunaan media baru, interaksi social, media lain, kepuasan*

A. Pendahuluan

Pada saat ini perkembangan media sangat melonjak dratis seiring dengan majunya segala bentuk teknologi yang dirangkai oleh banyak masyarakat. Mamasuki era media yang

begitu baru , banyak masyarakat yang membutuhkan informasi sehingga tidak heran lagi kalau kebutuhan akan media pun ikut berkembang sangat pesat juga. Dengan begitu bisa diartikan banyak masyarakat yang

menggunakan media sebagai sarana memenuhi kebutuhan informasinya baik itu menggunakan media tradisional maupun media baru yang saat ini telah menjamur dimana-mana. Penggunaan akan media ini sangatlah bervariasi contohnya untuk orang-orang tertentu, kelompok-kelompok tertentu, budaya tertentu serta pada jenis media tertentu semua tergantung masyarakat yang melakukan interaksi sosial sehingga menimbulkan perbedaan akan hasil informasi yang didapat.

Pada penelitian ini mengkhususkan pada media baru yaitu internet, dimana saat ini internet sangatlah berkembang pesat di dunia yang dapat menggantikan posisi media tradisional sebagai sarana memenuhi kebutuhan informasi. Internet adalah merupakan sumber media yang paling kuat yang pernah kita kenal. Internet merupakan jaringan global komputer dunia, besar dan sangat luas sekali

dimana setiap komputer saling terhubung satu sama lainnya dari negara ke negara lainnya di seluruh dunia dan berisi berbagai macam informasi, mulai dari text, gambar, audio, video, dan lainnya (Passante, 2008: 207). Dimana dengan menggunakan internet kita dapat begitu cepat, mudah dan murah mendapatkan informasi.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk menghubungkan antara konsep penggunaan media baru dan tingkat kepuasan yang didapatkan setelah menggunakan media tersebut. Apakah ada hubungan yang signifikan antara keduanya ? Dan bagaimana jika interaksi sosial serta penggunaan media lain dijadikan sebagai variabel control ? Penelitian ini dikhususkan pada media baru Solopos.com dengan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 sebagai populasinya. Mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2009 dipilih karena menurut peneliti

saat ini banyak mahasiswa yang lebih aktif menggunakan media online tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasinya dibandingkan mereka harus bersusah – susah membaca

B. Kerangka Teori

1. Komunikasi Massa dan Media

Massa

Komunikasi massa dapat berfungsi sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. Dengan pertumbuhan media yang sangat cepat maka komunikasi massa mempunyai fungsi yang banyak yaitu sebagai informasi, sosialisai, motivasi, bahan diskusi, pendidikan, memajukan kebudayaan, hiburan dan intergasi (Cangara, 2006: 57-58).

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa

koran. Saat ini yang kita tahu mahasiswa lebih mementingkan kepraktisan dalam mendapatkan segala hal seperti halnya informasi.

menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lain adalah bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tidak terbatas (Nurudin, 2007: 9).

2. Media baru

Dewasa ini media *online* menjadi *trend*. Awalnya khalayak belum begitu tertarik, ini dikarenakan minimnya fasilitas yang ada serta ketodakmungkinan mengakses sebab membutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk sekedar menikmatinya apalagi sebagai konsumsi sehari-hari.

Namun, saat ini justru semakin banyak peminatnya karena mudahnya mengakses dan ringannya biaya (Junaedi 2011: 20-21).

Jaringan internet menjadi semakin besar setelah dikelola oleh pihak swasta pada tahun 1984. Perkembangan besar selanjutnya adalah terhubungnya aplikasi *word, wide, web*, pada tahun 1990 oleh tim Berners Lee. Aplikasi WWW inilah yang menjadi konten yang selalu dinanti oleh penikmat internet. WWW membuat semua pengguna dapat salingberbagi macam-macam konten, dan saling mengkaitakan amteri-materi yang terbesar diinternet. Sejak pada itu pertumbuhan internet semakin meroket (Nurudin, 2012: 51).

3. Berita

Banyak orang mendefinisikan berita sesuai dengan sudut pandangnya masing-

masing. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa belum ada definisi berita secara universal. Dalam buku *Here's the News* yang dihimpun oleh Paul De Maeseneer, berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting, dan bermakna, yang berpengaruh pada para penikmatnya. Definisi berita tersebut mengandung unsur yang baru dan penting, bermakna dan berpengaruh, menyangkut hidup orang banyak, relevan dan menarik (Olli 2007: 25).

4. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan bentuk umum dari proses sosial sebagai hubungan timbal balik antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok , serta antara individu dengan kelompok. Interaksi sosial terjadi sejak dua orang bertemu saling menyapa, berjabat tangan, saling berbicara

atau bahkan berkelahi. Hal ini disebabkan karena mereka masing-masing sadar akan adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan-perubahan dalam kehidupannya (Wulansari, 2009:34).

5. Teori Uses and Gratifications

Teori *uses and gratification* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Curnt Perspectives on Gratification Research*. Teori milik blumer Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, *teori uses and*

garitification mengangsumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternative untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007:191-192).

C. Hipotesis

1. Ada hubungan yang signifikan antara aktivitas penggunaan media baru solopos.com sebagai media informasi dengan Tingkat Kepuasan penggunaan media di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2009 di Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Ada hubungan yang signifikan antara aktivitas penggunaan media baru solopos.com sebagai media informasi dengan tingkat kepuasan penggunaan media setelah dipengaruhi adanya interaksi social di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2009 di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Ada hubungan yang signifikan antara aktivitas penggunaan media baru solopos.com sebagai media informasi dengan tingkat kepuasan penggunaan media setelah dipengaruhi adanya penggunaan media lain dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2009 di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

D. Metode Penelitian

Pendekatan atau metodologi yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya berupa angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik (Sugiyono 2008:7). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UMS tahun angkatan 2009 sebanyak 180, tetapi setelah diadak prasurvey maka hasil populasi yang didapatkan adalah 145 mahasiswa. Jumlah sampel yang

didapatkan adalah 59 mahasiswa dimana hasil tersebut didapatkan dari penghitungan secara statistik dengan menggunakan rumus Yamane. Kreteria yang diambil sebagai responden adalah mahasiswa yang pernah membuka situs Solopos.com, hal ini bertujuan untuk memudahkan responden dalam memahami setiap pertanyaan yang diajukan.

Tahap analisis data dihitung dengan menggunakan rumus korelasi Tata Jenjang Kendal untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan untuk tahap kedua yaitu untuk menghitung variabel control yaitu dengan menggunakan rumus korelasi persial (Slamet 1995: 81).

E. Hasil dan Pembahasan

1. Hubungan antara Aktivitas Penggunaan Media Baru (Situs Solopos.com) (X) dengan Kepuasan Penggunaan Media (Y) di kalangan mahasiswa Ilmu

Komunikasi angkatan 2009
Universitas Muhammadiyah
Surakarta .

Untuk menghitung hubungan kedua variabel tersebut kita menerapkan rumus koefisien korelasi Tata Jenjang Kendall yaitu untuk mencari nilai dua hubungan . Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara variabel aktivitas penggunaan media baru (X) dengan kepuasan pengguna media (Y) di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009, sesuai hasil terlampir diperoleh hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,396 dengan nilai sig sebesar 0,000. Ternyata nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujiannya adalah signifikan artinya ada korelasi yang signifikan antara variabel penggunaan media baru (X) dengan variabel kepuasan

penggunaan media (Y) di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan tahun 2009.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif pertama (H1) dapat diterima yang yang berarti semakin tinggi aktivitas penggunaan media baru Solopos.com maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media baru Solopos.com. Jadi dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hubungan antara aktivitas penggunaan media baru Solopos.com dengan kepuasan penggunaan media di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009, ini dapat dikatakan positif karena nilai r_s terletak di angka antara 0,00 sampai dengan kurang lebih (+) 1 maka dari itu hasilnya dapat

dikatakan positif, sehingga hipotesa dalam penelitian ini, diterima. Dengan kata lain bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen yaitu aktivitas penggunaan media baru (X) dengan variabel dependen yaitu kepuasan penggunaan media (Y), pada tingkat kepercayaan 90 %.

2. Hubungan antara Aktifitas Penggunaan Media Baru (X) dengan Kepuasan Penggunaan Media (Y) setelah dipengaruhi adanya interaksi sosial (Z1) di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009. Pada korelasi ini menimbulkan keingintahuan peneliti apakah hubungan antara dua variabel itu benar-benar murni ataukah ada penengaruh variabel ketiga yaitu interaksi sosial. Dugaan ini kebenarannya dapat diuji dengan cara menghitung korelasi parsial

antara variabel aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan tahun 2009 dan variabel kepuasan penggunaan media dengan cara menghubungkan variabel interaksi sosial dan aktivitas penggunaan media lain.

Berdasarkan hasil penghitungan korelasi parsial sebagaimana terlampir, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi parsial antara variabel aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan variabel kepuasan penggunaan media dengan menghubungkan interaksi sosial adalah sebesar 0,487. Sebelumnya telah diketahui bahwa hubungan antara aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan

mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan tingkat kepuasan penggunaan media adalah sebesar 0,396. Dan setelah pengaruh interaksi sosial dijaga konstan, korelasi antara X dan Y adalah sebesar 0,487 dan signifikan pada angka 0,000. Peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa terjadi kenaikan yang relatif kecil sebesar 0,091 pada hubungan X dan Y setelah Z1 dijaga konstan. Walaupun kecil, hal ini berarti terdapat pengaruh dari interaksi sosial terhadap hubungan antara aktivitas penggunaan media di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan tingkat kepuasan penggunaan media karena nilai signifikansi 0,000 berada di bawah taraf signifikansi 0,1 sehingga hipotesa diterima.

3. Hubungan antara Aktifitas Penggunaan Media Baru (X) dengan Kepuasan Penggunaan Media (Y) setelah dipengaruhi adanya aktivitas penggunaan media lain (Z2) di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009. Diketahui bahwa aktivitas penggunaan media baru Solopos.com berkorelasi dengan kepuasan penggunaan media.

Namun korelasi ini menimbulkan keingintahuan peneliti apakah hubungan antara dua variabel itu benar-benar murni ataukah adanya pengaruh variabel ketiga yaitu aktivitas penggunaan media lain. Dugaan ini kebenarannya dapat diuji dengan cara menghitung korelasi parsial antara variabel aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan tahun 2009 dan

variabel kepuasan penggunaan media dengan cara menghubungkan variabel penggunaan media lain.

Berdasarkan hasil penghitungan korelasi parsial sebagaimana terlampir, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi parsial antara variabel aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan variabel kepuasan penggunaan media dengan mengucilkan aktivitas penggunaan media lain adalah sebesar 0,518. Sebelumnya telah diketahui bahwa hubungan antara aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan tingkat kepuasan penggunaan media adalah sebesar 0,396, dan setelah

pengaruh aktivitas penggunaan media lain dijaga konstan, korelasi antara X dan Y adalah sebesar 0,518 dan signifikan pada angka 0,000. Peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa terjadi kenaikan yang relatif kecil sebesar 0,122 pada hubungan X dan Y setelah Z2 dijaga konstan. Walaupun kecil, hal ini berarti terdapat pengaruh dari aktivitas penggunaan media lain terhadap hubungan antara aktivitas penggunaan media di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan tingkat kepuasan penggunaan media karena nilai signifikansi 0,000 berada di bawah taraf signifikansi 0,1 sehingga hipotesa diterima.

F. Penutup

1. Kesimpulan.

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara aktivitas penggunaan media baru Solopos.com di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2009 dengan kepuasan penggunaan media sebesar 0,396 dan setelah dipengaruhi oleh adanya interaksi sosial maka terdapat kenaikan sebesar 0,091 maka ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh interaksi social meskipun kenaikannya relative kecil selain itu dalam penggunaan media lain juga mengalami kenaikan sebesar 0,122 ini juga membuktikan adanya pengaruh dalam penggunaan media lain meskipun kenaikannya juga relative kecil .

2. Persantunan

Dalam terselesaikannya penelitian ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak M. Toharudin serta

Ibu Ika Damayanti selaku pembimbing yang berkenan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan, memberikan arahan serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Passante, Chirstopher K. 2008. Journalisme. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied, MSc. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Junaedi, Fajar. 2011. Wajah Semu Komunikasi Bencana. Surakarta:

- Universitas Muhammadiyah
Surakarta.
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru*.
Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Olii, Helena. 2007. *Berita & Informasi*.
Jakarta: PT Indeks.
- Dewi Wulansari. 2009. *Sosiologi (Konsep dan Teori)*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Y. Slamet. 1995. *Analisa Data Kuantitatif Sosial*, Surakarta. Dabara Publisher.