

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, dengan teknologi berkembang sangat pesat. Hal ini sangat berhubungan dengan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satu kebutuhan manusia tersebut adalah kebutuhan akan informasi. Informasi tersebut tentunya diperoleh dari televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, dan film.

Pada saat ini, media komunikasi massa yang berkembang sangat pesat adalah media *online* (surat kabar *online*). Dengan media online, informasi dari belahan dunia manapun dapat diperoleh. Kecepatannya yang tinggi dalam memberikan informasi, membuat media *online* banyak digunakan oleh masyarakat pada saat ini.<sup>1</sup>

Media massa hadir memberikan informasi pada masyarakat setiap harinya dan perkembangan media massa di Indonesia sangat pesat. Masuknya era internet membuat perubahan pada pola konsumsi media, perubahan yang dimaksud adalah semakin cepatnya pengiriman berita yang tidak mengenal batas.

Teknologi komputer telah memperluas pesan kedalam kerangka yang lebih kapabel untuk kepuasan penerima yang bisa diatur kapan saja dan dimana saja. Tidak

---

<sup>1</sup> Dian Sativa, *Media Online dan Pemenuh Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com Dengan Pemenuh Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2010). Hlm.16. <https://core.ac.uk/download/pdf/12347022.pdf>, diakses tanggal 12 November 2018.

lagi harus menunggu penjadwalan waktu dari kelembagaan media yang menggunakan sistem analog elektronika, tetapi tinggal *online* dan mengambil pesan yang diinginkan serta dibutuhkan teknologi internet dapat menggabungkan kelebihan dan menutupi kekurangan dari media cetak dan media elektronik. Gambar, suara, dan teks berita digabungkan, kemudian dapat disimpan dalam *data base*, yang dapat diakses secara *online*.<sup>2</sup>

(Internet) kependekan dari *interconnection-networking* secara harfiah artinya “jaringan antar koneksi”. Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung. Berkat jaringan itulah yang ada disebuah komputer lainnya. Internet “menghasilkan” sebuah media dikenal dengan “media *online*” utamanya website.<sup>3</sup>

Media adalah sasaran utama untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi.<sup>4</sup> Secara umum, istilah media *online* diartikan sebagai sebuah informasi yang dapat diakses dimana dan kapan saja selama ada jaringan internet. Dan keunggulan media *online* adalah mampu menyajikan informasi lebih cepat dibandingkan dengan media massa lainnya sehingga informasinya senantiasa *up to date* (terbaru). Lebih dari itu, media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu, tanpa harus menunggu keesokan harinya layaknya media cetak.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Kominikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm .41.

<sup>3</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012), hlm.12.

<sup>4</sup> Haryatmoko, *Etika Komunikasi*, (Yogyakarta: Kansinus, 2007), hlm.19

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm.113.

Media *online* merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena itu, media *online* tergolong media bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita.<sup>6</sup>

Sekalipun kehadirannya belum terlalu lama, media *online* sebagai salah satu jenis media komunikasi tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat menggemari media *online*. Sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan sebagai media massa, tetapi keberadaan media *online* saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif yang efisien dalam memperoleh akses informasi dan berita.<sup>7</sup>

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada banyak benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa apa? Media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm.46.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm.113.

<sup>8</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), hlm.3-4.

Informasi tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang hanya berfungsi sebagai keterangan yang bisa dijadikan alat menambah pengetahuan, tetapi lebih dari itu, informasi berfungsi lebih banyak dalam kehidupan manusia zaman ini. Bahkan, demikian pentingnya informasi pada zaman teknologi seperti sekarang ini maka justru informasilah yang menduduki bagian yang amat menentukan dalam hampir segala kegiatan di masyarakat.<sup>9</sup>

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi adalah berita-berita yang disajikan. Iklan pun dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi yang lain.<sup>10</sup>

Khalayak media *online* biasanya adalah orang yang melek akan teknologi karena dalam pengoperasiannya media *online* menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet. Dengan menggunakan media *online*, perhatian khalayak tertuju pada berita apa yang akan di cari, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak. Khalayak juga bisa keluar masuk sesuai dengan apa yang ingin dibaca.

Salah satu media *online* yang sering di akses mahasiswa adalah sripoku.com yang merupakan media *online* lokal yang memiliki beragam konten informasi mulai dari berita umum, politik, peristiwa, internasional, ekonomi, *lifestyle*, selebriti, *sports*, bola, auto, teknologi, dan lainnya. Sripoku.com menyajikan berita secara tajam,

---

<sup>9</sup> Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Askara, 2014), hlm.35.

<sup>10</sup> Nurudin, *Op.Cit.*, hlm.66.

singkat padat, dan dinamis. Sripoku.com merupakan bisnis *online* milik PT Grup Kompas Gramedia.

Persoalannya untuk sebuah media *online* yang handal atau layak itu tentu saja harus memiliki jaringan yang sangat luas. Dalam hal ini Manager Sripoku.com, Sudarwan mengatakan dengan adanya grup Tribunnews di Seluruh Indonesia, maka memudahkan pembaca untuk mencari berita di Sripoku.com, tak terkecuali berita nasional maupun lokal di suatu daerah.

“Sripoku.com ini memiliki jaringan yang sangat luas sampai di seluruh Indonesia. Jadi sripoku.com ini adalah sebagai sub domine dari Tribun News.com dan mendominenya itu terpusat di Jakarta, sedangkan subdominenya itu ada diseluruh Indonesia”.

Selain itu, media Sriwijaya Post dan Tribun Sumsel merupakan media yang tergabung dalam Kompas Gramedia Group, yang memiliki cakupan yang cukup besar diseluruh wilayah Indonesia. Mulai dari bidang perhotelan seperti Hotel Amaris, Hotel Santika , hingga ke Gramedia World dan Toko Buku Gramedia.<sup>11</sup>

Hadirnya Sripoku.com memberikan kemudahan untuk khalayak dalam mencari berita, informasi dan hiburan, khalayak lebih mudah mengakses berita secara *online* melalui *gadget* dengan membuka link [www.sripoku.com](http://www.sripoku.com). Tidak terkecuali

---

<sup>11</sup><http://palembang.tribunnews.com.cdn.ampproject.org/v/palembang.tribunnews.com/amp/2018/06/01/manajemen-sriwijaya-post-tribun-sumsel-buka-bareng-agen-koran-di-hotel-amaris-palembang.html>. Diakses tanggal 29 Maret 2019.

mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Fakultas FISIP UIN Raden Fatah Palembang.

Dengan kemudahan dan kecepatan mengakses berita dari media *online*, mahasiswa menjadi terdorong untuk menjadikan berita media *online* sebagai sumber informasinya. Karena tingkah laku seseorang dipengaruhi serta dirangsang oleh keinginan, kebutuhan, tujuan dan kepuasannya.

Berbicara tentang kepuasan, tingkat kepuasan itu mempengaruhi motivasi karena semakin tinggi tingkat kepuasan maka motivasi untuk membaca atau mengakses akan semakin tinggi pula. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.<sup>12</sup>

Seharusnya mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang harus mengetahui banyak media tidak terkecuali media *online*, seperti contohnya Sripoku.com. Mengingat kaum milineal zaman sekarang sudah banyak menggunakan internet dan kecanggihan teknologi semakin pesat sehingga membuat kita lebih muda untuk mengakses berita melalui internet untuk mengetahui hal itu peneliti ingin melihat seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah dalam mengakses Sripoku.com.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa ilmu komunikasi dengan judul: **Peran Media Online**

---

<sup>12</sup> <http://cocilku.wordpress.com/2013/07/10/pengertian-kepuasan>. diakses hari: Jumat,1 Maret 2019, jam 10:15.

**Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Pada Media *Online* Sripoku.com Bagi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang).**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan memfokuskan penelitian ini kedalam beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap informasi yang disajikan media *online* Sripoku.com?
2. Bagaimana Peranan Media *Online* Sripoku.com terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi?

**C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti hanya akan meneliti yang berkaitan dengan karakteristik sampel.
2. Penelitian hanya akan meneliti mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
3. Penelitian ini hanya terfokus pada tingkat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 setelah mengakses media *online* Sripoku.com untuk mengukur tingkat kepuasan itu dapat diukur berdasarkan empat motif kebutuhan dan pemuasan media (fungsi) sebagai berikut: Pencarian Informasi (*Information Seeking*), Hiburan (*Entertainment*), Identitas Pribadi (*Personal Identity*), Interaksi (*Social integration and interaction*) dan penelitian ini juga

hanya terfokus pada peranan media *online* Sripoku.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi. Berikut ini yang merupakan peranan media *online* Sripoku.com bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi 1. Berperan dalam penyebaran informasi, berperan dalam mendidik, berperan sebagai media hiburan, berperan dalam kontrol sosial. Penelitian ini dilakukan selama 20 hari terhitung sejak 29 Juni 2019 sampai 15 Juli 2019.

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

- a. Tingkat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap informasi yang disajikan media *online* Sripoku.com?
- b. Peranan Media *Online* Sripoku.com terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi?

##### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah khazanah perbendaharaan di bidang media *online* sebagai pemenuh kebutuhan informasi ahli bidang Jurnalistik.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan bagi pembaca.
- c. Bagi peneliti dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka adalah penelitian-penelitian yang sudah ada, yang dipilih oleh seseorang yang sedang meneliti, guna menentukan letak perbandingan penelitian yang sedang dibuat dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Setelah penulis melihat literatur kepustakaan bahwa belum ada judul dan pembahasan yang sama dengan peneliti yang akan diteliti. Namun dari segi tema hampir mendekati dengan penelitian ini, seperti judul dibawah ini:

Muhamad Rifefan, 2014 berjudul “Penggunaan Media *Online* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)” metode penulisan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kesimpulan dari penelitian ini ialah kehadiran media *online* ditengah-tengah masyarakat dunia menjadi suatu hal yang tidak bisa dihindari, yang paling memungkinkan adalah untuk mempelajari dan memahaminya. Mempelajari dan memahami kehadiran internet menjadikan kita untuk memiliki pandangan yang lebih bermakna sehingga kebijaksanaan hadir dalam keseharian penggunaan internet.

Mahasiswa di era kini khususnya yang menjadi subjek peneliti yakni mahasiswa di kota Yogyakarta, sadar benar dengan kehadiran dan kebermanfaatan media *online* untuk aktivitas harian tidak terkecuali dalam memenuhi kebutuhan informasi akademis. 1. Penggunaan media *online* untuk kebutuhan akademis oleh mahasiswa universitas negeri di Yogyakarta. 2. Media *online* digunakan mahasiswa Universitas negeri di Yogyakarta untuk menunjang kebutuhan informasi akademis.

Menjadikan media *online* untuk memenuhi kebutuhan informasi akademis dikalangan mahasiswa lantas menjadi sebuah alternatif yang mengesankan dalam berbagai hal, seperti kecepatan dan keragaman informasi yang di dapat.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan mahasiswa dalam megakses berita di media *online* dan penelitian ini sama-sama menggunakan data kualitatif. Sedangkan perbedaanya antara penelitian ini dengan penulis yaitu, penulis penelitian ini penelitiannya membahas seluruh fakultas yang di universitas negeri di Yogyakarta sedangkan penulis membahas bagaimana pengaruh media *online* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi mahasiswa dan objek penelitiannya ialah hanya berfokus pada satu jurusan dan satu angkatan saja.

Sri Yeni, 2012 berjudul “Hubungan Motivasi Dengan Kepuasan Mahasiswa Mengakses Berita Okezone.com (studi pada mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang)”, . Metode penulisan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan hasil dari penelitian ini ialah penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah yaitu yang pertama adalah bagaimana Motivasi Mahasiswa Jurnalisik Mengakses Berita Okezone.com, yang kedua bagaimana Kepuasan Mahasiswa Jurnalistik Mengakses Berita Okezone.com, dan yang ketiga adalah bagaimana hubungan motivasi deangan kepuasan mahasiswa mengakses berita

---

<sup>13</sup> Muhamad Rifefan, *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)*, ( Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014). Hlm.44. <http://digilib.uin.suka.ac.id/15689/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>, diakses tanggal 12 November 2018.

Okezone.com. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data ini diambil melalui penyebaran angket sebanyak 40 eksemplar.

Penelitian ini memiliki variabel bebas (X) dan variabel tergantung (Y), yaitu Motivasi Mahasiswa Jurnalistik Mengakses Berita Okezone.com (X) sedangkan Kepuasan Mahasiswa Jurnalistik Mengakses Okezone.com (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2012-2015, sementara sampelnya berjumlah 40 mahasiswa jurnalistik yang mengakses berita Okezone.com yakni diperoleh dari rumus *slovin* dengan teknik *purposive sampling* itu artinya sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengakses Okezone.com saja.

Setelah melakukan perhitungan TSR, diketahui bahwa motivasi mahasiswa mengakses berita Okezone.com dapat dikategorikan sedang dengan taraf persentase 75%, dan untuk kepuasan mahasiswa mengakses berita Okezone.com dapat dikategorikan sedang dengan taraf signifikan 77,5% sedangkan untuk mengetahui korelasi ataupun hubungan antara kedua variabel ini dilakukan analisis dengan korelasi *product moment*, setelah dilakukan analisis korelasi *product moment* di dapatlah r hitungnya sebesar 1 dengan r tabel sebesar 0,312 maka dapat dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima yaitu ada hubungan yang signifikan antara motivasi mengakses berita Okezone.com dengan kepuasan mahasiswa mengakses berita Okzone.com.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Sri Yeni, *Hubungan Motivasi Dengan Kepuasan Mahasiswa Mengakses Berita Okezone.com (studi pada mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang)*, (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2012)

Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan mahasiswa dalam mengakses berita di media *online*. Sedangkan perbedaannya antara penelitian ini dengan penulis yaitu, penulis penelitian ini membahas tentang hubungan motivasi sedangkan penulis membahas tentang media *online* sebagai pemenuh kebutuhan informasi bagi mahasiswa.

Sahrul Gunawan, 2017 berjudul “Peran Media *Online* Detik.com di Kalangan Civitas Akademik FDK UINAM” Penelitian yang dilakukan oleh Sahrul Gunawan ini berfokus pada media *online* yakni [www.Detik.com](http://www.Detik.com). Pada penelitian ini Sahrul Gunawan untuk mengetahui bagaimana peran media *online* Detik.com dikalangan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.

Metode penulisan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan hasil dari penelitian ini adalah bahwa keberadaan media *online* Detik.com sangat berperan penting bagi civitas akademik FDK dalam mengembangkan pengetahuannya, serta kreatifitasnya dan dapat disajikan sebagai bahan referensi pembelajaran dan penyebaran informasinya yang bersifat *up to date* dan *real time*. Dalam pendekatan komunikasi digunakan teori komunikasi massa, terutama yang berkaitan dengan informasi. Dalam kaitannya dengan analisis data, penulis memakai teori Nonprobabilitas samping tentang fungsi dan peran media massa dengan menetapkan karakteristik objek yang diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media *online* Detik.com dikalangan civitas akademika FDK UINAM dan untuk mengetahui manfaat apa saja

yang diperoleh civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar pada media *online* Detik.com. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sahrul Gunawan dengan penulis adalah sama-sama dalam ranah peranan media *online*. Sahrul Gunawan menggunakan media *online* Detik.com dan membahas mengenai akdemika, sedangkan peneliti menggunakan media *online* sripoku.com. Pada penelitian ini menggunakan data kualitatif begitu penulis juga menggunakan data kualitatif. Sedangkan perbedaanya antara penelitian ini dengan penulis yaitu, penulis penelitian ini penelitiannya menggunakan teori Nonprobabilitas samping sedangkan penulis menggunakan teori Uses and Gratifications.<sup>15</sup>

#### **F. Kerangka Teori**

Penggunaan teori pada penelitian ini menggunakan teori penggunaan dan kepuasan atau *Uses-and-Gratifications Theory* . “Teori penggunaan dan kepuasan” atau *Uses-and-Gratifications Theory* disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendapat manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

---

<sup>15</sup>Sahrul Gunawan, Peran Media *Online* Detik.com di Kalangan Civitas Akademik FDK UINAM, (Makasar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2017). <http://digilib.uin-suka.ac.id/15689/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>, diakses tanggal 12 November 2018.

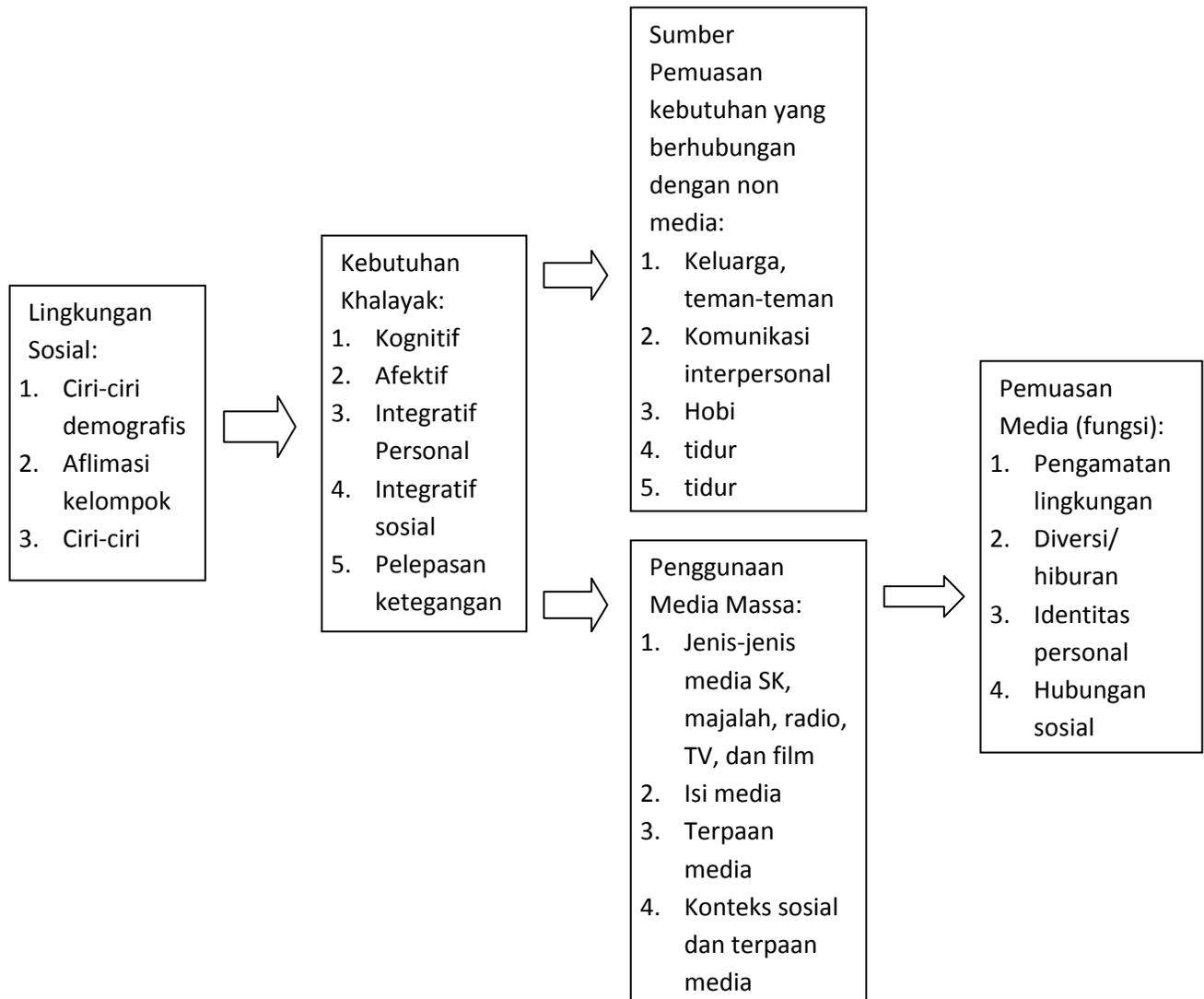
Herbert Blumer dan Elih Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.<sup>16</sup>

Teori *Uses and Gratifications* beroperasi dalam beberapa cara yang bisa dilihat dalam bagan di bawah ini.

---

<sup>16</sup> Nurudin, *Op.Cit.*, hlm.191-192.

**Gambar. 1 Teori *Uses and Gratifications***



Sumber: Nurudin (2015: 194).

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita. Kebutuhan afektif adalah

kubutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan individual. Hal itu bisa diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Sementara itu, kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.<sup>17</sup>

Kepuasan merupakan tingkat kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi media. Tingkat kepuasan diukur berdasarkan empat motif kebutuhan.

1. Pencarian Informasi (*Information Seeking*)

Yaitu penggunaan isi media untuk mengetahui atau mencari informasi-informasi yang bersifat umum.

2. Hiburan (*Entertainment*)

Yaitu menggunakan isi media untuk mendapatkan hiburan.

3. Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

Yaitu menggunakan isi media untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi.

4. Interaksi (*Social integration and interaction*)

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 194-195.

Yaitu menggunakan isi media untuk memperkuat hubungan sosial dan kegiatan kemasyarakatan.<sup>18</sup>

Kepuasan adalah hasil dari penilaian khalayak bahwa media massa telah memberikan apa yang menjadi kebutuhan khalayak. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dan rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial.<sup>19</sup>

Internet digunakan khalayak sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Apabila keinginan dan kebutuhannya tersebut dapat terpenuhi maka akan timbul suatu kepuasan. Asumsi bahwa khalayak aktif mencari pemuas kebutuhan individualnya melalui media massa melahirkan pendekatan baru dalam penelitian komunikasi, yaitu pendekatan tentang kebutuhan individu terhadap pesan-pesan media berdasarkan asas-asas manfaat dan kepuasan, yang disebut *Uses and Gratifications Theory*.<sup>20</sup>

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan khalayak berkaitan dengan perasaan. Apabila perasaan yang dirasakan khalayak telah sesuai dengan harapan, serta dapat memenuhi kebutuhannya, maka kepuasan tersebut telah terpenuhi.

---

<sup>18</sup>Denis McQuail, *Kapita Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1994), hlm. 72.

<sup>19</sup>Nurudin, *Op.Cit.*, hlm.183.

<sup>20</sup>Denis McQuail, *Op.Cit.*, hlm.73.

## 1. Peran

Peran adalah perangkat norma yang berlaku bagi kelompok yang spesifik dalam suatu masyarakat.<sup>21</sup> Peran yaitu serangkaian hal, kewajiban, harapan, norma dan perilaku seseorang yang harus dihadapi dan dipenuhi. Model ini didasarkan pada pengamatan bahwa orang-orang bertindak dengan cara yang dapat diprediksikan, dan bahwa kelakuan seseorang bergantung pada konteksnya, berdasarkan posisi sosial dan faktor-faktor lain.<sup>22</sup>

## 2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan.<sup>23</sup>

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa media cetak dan elektronik. Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).

Joseph A Devito pernah mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi

---

<sup>21</sup> Ujang Sefullah, *Kapita Selekta Komunikas*, (Bandung : Simbiosis Rektama Media, 2013), hlm. 214.

<sup>22</sup> Sinar Permata, *Peran Media Televisi iNews Tv Untuk Perubahan Sosia*, (Palembang : 2017), hlm. 11.

<sup>23</sup> Ngalimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, Cet-2017), hlm. 89.

seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih muda dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita).<sup>24</sup>

Jika menurut Devito komunikasi massa lebih menekankan pada khalayak dan media maka Jay Black dan Frederick menyebutkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas anonim dan heterogen.

Dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Belum ada, untuk tidak mengatakan tidak ada, bentuk media dari definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa. Padahal jika ditinjau dari ciri, fungsi, dan elemennya, internet jelas masuk dalam

---

<sup>24</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cet-2004), hlm.21.

bentuk komunikasi massa. Dengan demikian, bentuk komunikasi massa bisa ditambah dengan internet.<sup>25</sup>

Internet dapat dikategorikan sebagai komunikasi massa karena memiliki elemen-elemen yang terdapat dalam komunikasi massa. Elemen-elemen komunikasi tersebut adalah :

- a. Komunikator, komunikator yang dimaksud dalam media massa adalah kumpulan orang-orang yang terlembaga yang bertugas untuk menyajikan informasi.
- b. Isi, setiap media memiliki isi atau konten yang sesuai dengan kebijakan masing-masing karena melayani masyarakat yang berbeda juga.
- c. *Audience, audience* dalam komunikasi umumnya bersifat heterogen atau beragam. Mereka akan berbeda dalam hal menanggapi pesan yang diterimanya.
- d. Umpan balik, umpan balik yang diberikan oleh komunikan tertunda terhadap komunikator yang memberikan informasi.
- e. Gangguan, gangguan pada media massa selalu ada jika dalam media cetak yang paling memungkinkan adalah kesalahan cetak atau ada kata yang hilang, maka internet gangguan umum yang terjadi adalah gangguan jaringan atau sinyal.
- f. *Gatekeeper*, umumnya dalam media massa pasti memiliki organisasi yang mengontrol masuknya informasi. Jika di Indonesia sebagai *gatekeeper* dalam internet adalah Kemenkominfo.

---

<sup>25</sup> Muhamad Rifefan, *Op.Cit*, hlm. 11.

- g. Pengatur, secara sederhana disebutkan pengatur adalah orang yang secara tidak langsung mempengaruhi pesan aliran media massa.
- h. Filter, merupakan sebuah kerangka pikir dari *audience* media massa tersebut. Hal ini mempengaruhi bagaimana cara menerima informasi yang tersaji.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dipahami bahwa media *online* juga dapat dimasukkan dalam komunikasi massa.<sup>26</sup>

### 3. Jenis- jenis Media Massa

Sebagaimana disampaikan di muka, media massa sekarang ini hadir dengan berbagai bentuk yang beragam. Walaupun secara umum media massa berdasarkan bentuknya dibagi tiga, yakni media cetak, media elektronik, dan media *online*, tetapi dari ketiga bentuk media massa ini melahirkan bermacam-macam bentuk. Bentuk rill media cetak di antaranya surat kabar, majalah, buletin, dan sejenisnya. Bentuk media elektronik di antaranya radio dan televisi, sedangkan bentuk media *online*. Dalam buku ini akan diulas beberapa contoh saja, baik media cetak, media elektronik, maupun media *online*.<sup>27</sup>

### 4. Media Online

Media adalah sarana utama untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi.<sup>28</sup> Secara umum, istilah media *online* diartikan sebagai sebuah informasi yang dapat diakses dimana dan kapan saja selama ada jaringan internet. Dan keunggulan media

---

<sup>26</sup> Nurudin, *Op.Cit.*, hlm.96-136.

<sup>27</sup> Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik Literary Journalism*, (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 30.

<sup>28</sup> Haryatmoko, *Etika Komunikasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hlm.19.

*online* adalah mampu menyajikan informasi lebih cepat dibandingkan dengan media massa lainnya sehingga informasinya senantiasa *up to date* (terbaru). Lebih dari itu, media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu, tanpa harus menunggu keesokan harinya layaknya media cetak.<sup>29</sup>

Sekalipun kehadirannya belum terlalu lama, media *online* sebagai salah satu jenis media komunikasi tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat menggemari media *online*. Sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan sebagai media massa, tetapi keberadaan media *online* saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif yang efisien dalam memperoleh akses informasi dan berita.

Kini internet telah menjadi bagian primer dalam kehidupan manusia, sudah tidak dapat dipisahkan lagi dalam kegiatan sehari-hari. Internet merupakan induk utama dari tersebarnya informasi-informasi berbasis *online* ini.<sup>30</sup>

Media *online* adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak dan media elektronik. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

## **G. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah anggapan dasar tentang tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm.113.

<sup>30</sup> Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012), hlm.30.

## 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau tulisan atau lisan, dan perilaku fokus penelitian yang diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang deskriptif. Data yang dikumpulkan lebih banyak kata-kata atau gambar-gambar dari pada angka.<sup>32</sup>

## 2. Sumber Penelitian

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.<sup>33</sup> Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Dalam penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu sebagai berikut :

### a. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dapat di peroleh dari pedoman melalui wawancara yang dilakukan kepada beberapa pihak terutama pihak Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dan pihak manager *online* Sripoku.com bapak Sudarwan.<sup>34</sup> Dengan menggunakan teknik *purposive* sampling peneliti menentukan 10 informan, dimana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

---

<sup>31</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), hlm.254.

<sup>32</sup>Indrayanto, *Metodologi Penelitian*, (Palembang: Noer Fikri, 2017), hlm.213.

<sup>33</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hlm.102.

<sup>34</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hlm. 46.

Adapun kriteria informan yang ditunjukkan atau dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2015.
2. Subyek paham akan perkembangan berita informasi media *online* Sripoku.com.
3. Sering mengakses media *online* Sripoku.com.
4. Menjadikan media *online* Sripoku.com sebagai pemenuh kebutuhannya akan informasi.
5. Informan mengakses media *online* Sripoku.com dengan durasi satu jam dalam sehari.

b. Data Sekunder

Data pendukung yang bersumber atau didapat dari buku, jurnal dan data dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat untuk dipertanggung jawabkan maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni antara lain :

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada hampir semua penelitian kualitatif, karena seringkali wawancara digunakan dalam penelitian kualitatif, seakan-akan wawancara menjadi ikon dalam teknik

pengumpulan data penelitian kualitatif, karena begitu favoritnya metode wawancara dalam penelitian kualitatif untuk memahami metode yang satu ini dengan seksama.<sup>35</sup>

Berdasarkan definisi menurut Stewart dan Cash, wawancara diartikan sebagai sebuah interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran atau berbagi aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif dan, informasi. Wawancara bukanlah suatu kegiatan dengan kondisi satu orang melakukan/memulai pembicaraan sementara yang lain hanya mendengarkan.

Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi metode pengumpulan data yang utama. Sebagian besar data diperoleh melalui wawancara. Untuk itu penguasaan teknik wawancara sangatlah mutlak diperlukan.<sup>36</sup>

#### b. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrumen yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain : ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu

---

<sup>35</sup> Haris Hwediansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2010), hlm. 117.

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 118.

mengerti perilaku manusia, dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran tersebut.<sup>37</sup>

c. Dokumentasi

Dokumentasi (*documentary study*) ialah cara pengumpulan data dari sumber-sumber tertulis yang berbentuk surat, catatan harian, memoar, laporan, manuskrip atau lainnya yang berhubungan dengan penelitian.<sup>38</sup>

4. Teknik Analisi Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data yaitu, data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.<sup>39</sup> Analisis data dengan menggunakan tiga prosedur tersebut sebagai berikut:

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlah cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang

---

<sup>37</sup> Juliansyah Noor, *Op,cit*, hlm. 140.

<sup>38</sup> Heri Junaidi, *Metode Penelitian Berbasis Temukenali*, (Palembang: Rafah Press, 2018), hlm. 62.

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2006), hlm.337.

lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, data dicari bila diperlukan.

b. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowhart dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian data, yaitu sebagai kumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan yang mengambil tindakan.

c. Verifikasi Data (Penarikan Kesimpulan)

Verifikasi data yaitu makna-makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya (validitas).<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT . Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 307.

## **H. Sistematika pembahasan**

Untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini, maka sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN.** Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI.** Bab ini membahas permasalahan yang diteliti diantaranya pengertian Teori Uses and Gratifications, Peranan, Komunikasi Massa, Jenis-jenis Media Massa, dan Media *Online*.

**BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.** Kondisi objektif penelitian ini membahas mengenai letak geografis, sejarah berdiri, struktur organisasi jurusan ilmu komunikasi UIN Raden Fatah dan Sripoku.com.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .** Bab ini membahas tentang hasil penemuan dan analisis data tentang peran media *online* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi (studi pada media *online* Sripoku.com bagi mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN Raden Fatah Palembang).

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.** Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran. Serta pada bagian terakhir termuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.