

HUBUNGAN TERPAAN ISI MEDIA *ONLINE* DETIKCOM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (STUDI KASUS: MAHASISWA FIKOM ANGGKATAN 2006 UNIVERSITAS BUDI LUHUR)

Rini Riyantini,¹⁾ Andina Dyah Arum Tantri²⁾

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik UPN "Veteran" Jakarta
Jl. RS. Fatmawati Pondok Labu Jakarta selatan -12450
Telp./HP: 081586755788

Abstrak

This research aims to draw out the influence of media online detikcom content with the fulfilment of information needs for FIKOM students' batch 2006 of Budi Luhur University. The type of this research is quantitative using survey approach. The number of population used is 150 students of FIKOM batch 2006 Budi Luhur university and 44 respondents taken for sampling. Questionnaire, observation and literature study were used as data collecting techniques. Pearson's coefficient correlation is used as data analysis technique to expose the correlation of X and Y variables.

The result shown that there is a correlation between Media Online Detikcom with the fulfilment of student information needs of FIKOM students batch 2006 Budi Luhur university with significance level of 0.05 with table r and critical value is approximately 0.297. The calculation result is 0.73 which is bigger than 0.297. Therefore, H1 is accepted which stated that there is a correlation between the content of online media of detikcom with the fulfilment of information needs of FIKOM students batch 2006 Budi Luhur university.

Key Word: Online Media, Information needs

PENDAHULUAN

Dewasa ini informasi merupakan "komoditas primer" yang dibutuhkan orang, seiring dengan canggihnya teknologi komunikasi. Sehingga lazim dikatakan, peradaban pada masa ini merupakan "peradaban masyarakat informasi". Bahkan informasi bukan hanya kebutuhan, melainkan juga dapat menjadi sumber kekuasaan. (Ziauddin Sardan dalam Syamsul 1999,3).

Informasi menjadi sesuatu yang sangat penting karena tanpa informasi, berupa data, info atau pengetahuan, maka kita akan kesulitan menentukan keputusan paling tepat. Menurut Benjamin Disraeli "*As a rule, he or she who has the most information will have the greatest success in life*" yang diartikan bahwa sudah menjadi

aturan main, siapapun yang mempunyai informasi terbanyak akan mencapai kesuksesan besar dalam hidupnya. (Ho, Andrew: <http://www.pembelajar.com>). Dalam hal ini, seseorang yang memiliki informasi terbanyak, baik yang didapat secara formal maupun informal, dapat menjadi kunci dalam kesuksesan hidupnya.

Media massa merupakan sarana komunikasi, informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh manusia. Oleh karena itu, media massa telah terbukti memberikan efek dan perubahan sikap kepada manusia. Media massa saat ini menjadi salah satu alat penyebarluasan informasi secara cepat dan global.

Pada saat ini telah banyak bermunculan media elektronik yang berbasis teknologi dan perangkat elektronika dengan kecepatan tinggi, salah satunya internet. Kecanggihan media massa elektronik khususnya internet telah membuktikan kemampuannya dengan dapat menjangkau dunia luas

1 Ketua Peneliti

2 Peneliti Anggota

dalam waktu yang singkat, tetapi juga memberikan perubahan tertentu yang luar biasa.

Berbicara tentang penggunaan media internet sebenarnya merupakan salah satu aspek dari kajian komunikasi yang meliputi : perilaku komunikator atau komunikan, efektivitas media atau pesan, penggunaan media, kemasan pesan, konteks komunikasi, situasi komunikasi, termasuk motivasi tindakan memilih media.

Internet (kependekan dari "Inter - Network") ialah rangkaian komputer yang berhubungan menerusi beberapa rangkaian yang berhubung secara global dan menggunakan TCP / IP sebagai protokol pertukaran paket (*Packet Switching Communication Protocol*). Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *Internetworking*. Jumlah pengguna Internet yang besar dan semakin berkembang, telah mewujudkan budaya internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu, dan pandangan dunia. Dengan hanya berpandukan mesin pencari seperti *Google* atau mesin pencari lainnya, pengguna internet di seluruh dunia mempunyai akses yang sangat mudah atas bermacam-macam informasi. Dibanding dengan buku dan perpustakaan, internet melambungkan penyebaran informasi dan data secara ekstrim. (<http://www.pikko.co.id>).

Nilai yang ditawarkan internet dapatlah dikiaskan sebagai sistem jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang memperpendek perjalanan atau diibaratkan sebuah perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat, dengan kelangkaan buku, sumber informasi, dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas atau sebagai sebuah jamuan pesta semalam suntuk dengan penerima tamu ramah yang siap menyambut kehadiran tamu undangan setiap saat.

Perkembangan baru dalam teknologi komunikasi seperti internet juga menyebabkan perbedaan antara media massa semakin tipis dibandingkan sebelumnya. Banyak koran dan sumber siaran berita sekarang ini memiliki website yang mereka pakai untuk menyalurkan berita.

Detikcom adalah salah satu media online besar dan cukup dikenal sebagai salah satu media online yang merupakan pelopor media pemberitaan online di Indonesia. Portal-portal yang ada di detikcom adalah detiknews, detiksport, detikhoto, detiknet, detikfinance, detikfood.

Strategi dari detikcom yaitu harus memiliki wartawan sendiri untuk terjun langsung melakukan peliputan berita. Dan berita itu tampil dalam kesempatan pertama sejak sebuah peristiwa terjadi. Hal ini sesuai dengan jargon detikcom "Mengapa menunggu besok! Detik ini juga". Sedangkan dalam pemberitaannya, detikcom lebih memilih konservatif.

Walaupun internet dikenal sangat bebas, namun detikcom justru tidak memilih bebas dalam arti sebebaskan-bebasnya, tapi tetap menjalankan prinsip-prinsip jurnalistik yang berlaku, termasuk penyajian berita secara *cover both side* (berimbang).

Ketika menyajikan sebuah pemberitaan redaksi detikcom terlebih dahulu akan menentukan masalah apa yang dianggap menarik dan penting pada hari itu. Berita-berita yang menjadi headline adalah berita-berita terpenting selama 24 jam dan didasarkan pada kebutuhan pembaca. Informasi terbaru dengan segera diperbaharui oleh detikcom untuk menjamin aktualitas berita-berita tersebut.

Penemuan kebutuhan informasi yang dapat diperoleh dari internet dengan mudah sangat membantu masyarakat. Tak terkecuali mahasiswa yang masih menuntut ilmu mereka membutuhkan informasi secara cepat dan akurat. Beberapa teman mahasiswa menuturkan bahwa mereka menggunakan media internet untuk keperluan mengakses informasi seperti hasil penelitian, berita dalam dan luar negeri, artikel dalam topik tertentu, teori-teori, tawaran beasiswa, baik untuk memperkaya wawasan keilmuan mau pun untuk bahan rujukan penulisan tugas.

Untuk mempermudah mahasiswa mengakses internet, pihak kampus perlu menyediakan fasilitas akses *Wi-Fi* (*Wireless Fidelity*). Mahasiswa hanya perlu membawa laptop (notebook), atau PDA yang mempunyai kemampuan *Wi-Fi* untuk mendapatkan akses internet karena *Wi-Fi* ini menggunakan teknologi *wireless* sebuah alat jaringan komputer tanpa memakai kabel penghubung fungsi kegunaannya sama seperti halnya *Infrared* atau *Bluetooth*, fasilitas untuk mentransfer data yang sering terdapat di telepon selular atau yang lebih dikenal dengan Hp (*Hand Phone*) tapi teknologi *Wi-Fi* hanya bisa digunakan oleh komputer saja.

Seperti di Universitas Budi Luhur yang menyediakan akses *Wi-Fi*. Fasilitas ini tentu mempermudah mahasiswa yang masih menuntut ilmu dan banyak membutuhkan informasi. Mereka hanya perlu membawa laptop atau notebook yang memiliki kemampuan *Wi-Fi* untuk mendapatkan akses internet.

Penulis tertarik untuk meneliti terpaan isi media online detikcom di Universitas Budi Luhur karena sebagian besar mahasiswa, khususnya mahasiswa FIKOM menggunakan media internet dengan memanfaatkan fasilitas yang ada seperti tersedianya teknologi *Wi-Fi* dengan membawa laptop atau notebook mereka saja ke kampus dan pemakaian internet berhubungan dengan dunia jurnalistik yang dapat diakses di detikcom.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis ingin mengetahui hubungan antara terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat diambil kesimpulan secara ringkas rumusan masalah sebagai berikut "Adakah hubungan terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur?"

Model Konstelasi Masalah Penelitian

Gambar 1.1
Model Konstelasi Masalah Penelitian



Ket : Variabel X: adalah Terpaan Isi
Media Online detikcom
Variabel Y: adalah Pemenuhan
Kebutuhan Informasi

Model konstelasi masalah merupakan suatu penggambaran mengenai suatu arah variabel X dan Y. Model ini menggambarkan Hubungan Terpaan Isi Media Online detikcom Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa FIKOM Angkatan 2006 Universitas Budi Luhur.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui hubungan antara terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur.

Media Online

Ketika menyampaikan isi pernyataan kepada khalayak, seorang komunikator akan membutuhkan suatu alat yang dapat menjangkau khalayak yang luas dalam waktu bersamaan. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah medium atau alat perantara yang dapat menghubungkan antara komunikator dan komunikannya. Dalam bentuk jamak, medium disebut media. Menurut Cangara (2004:119) Media adalah "sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak". *Online* menurut Priyono (2005:436) adalah "sambungan secara langsung suatu komputer dengan beberapa komputer dalam jaringan yang disebut internet". *Online* sebagai sistem komputerisasi yang saling terhubung satu sama lain. Sistem ini sebagai kemudahan untuk sebuah transaksi lain yang bisa langsung diproses saat itu juga secara otomatis.

Uses and Gratifications

Uses and Gratifications Model (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atau kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu (Ardianto dan Erdinaya 2004, 70).

Teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media itu 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 (Nurudin 2004, 181).

Katz, Blumler dan Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan;
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak;
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan;
4. Tujuan memilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu;
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak

Jadi, inti masalah dari model ini adalah model-model sebelumnya membahas pengaruh media massa terhadap khalayak. Pendekatan penggunaan dan kepuasan membalikan pokok bahasan menjadi: apa yang dilakukan khalayak dengan media, dan titik perhatiannya adalah apa kegunaan isi media bagi khalayak untuk memenuhi kebutuhan, untuk memperoleh kepuasan.

Definisi Terpaan

Menurut Mahmud (1990:40) bahwa terpaan merupakan proses penerimaan stimulus-stimulus melalui alat indera seperti perasaan, pendengaran dan penglihatan.

Kemudian Murray (1997: 453) juga berpendapat terpaan merupakan suatu pengalaman elementer yang timbul bila salah satu perangsang membangkitkan satu reseptor atau suatu proses untuk merasakan dan menghayati suatu pesan.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Informasi dapat didefinisikan sebagai data yang telah diolah menjadi suatu hasil yang lebih berguna dan berarti bagi si penerima informasi. Sumber suatu informasi adalah data. Tanpa data kita tidak mengetahui kejadian yang terjadi pada suatu tempat dan waktu tertentu. (<http://www.ilkom.unsri.ac.id/>)

Menurut Davis yang disadur oleh Abdul Kadir (2003: 28) bahwa informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. Informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima.

Setiap orang dihadapkan pada kebutuhan informasi dalam kesehariannya. Kebutuhan informasi sangat beragam tergantung profesi, pekerjaan, kondisi, dan situasi diri sendiri atau orang lain. Dari kebutuhan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, saat ini kita dihadapkan pada berbagai informasi dalam format yang berbeda, sumber yang beragam, dan bermacam jenis.

Konteks kebutuhan informasi yang terakhir menurut Wilson adalah kebutuhan terkait dengan karakteristik personal (*individual characteristics*). Kebutuhan ini berkaitan erat dengan pemenuhan faktor-faktor kognitif, afektif, serta kebutuhan untuk memperoleh hiburan (*escapist needs*). Kebutuhan afektif adalah kebutuhan untuk menambah pengetahuan dan informasi terkait dengan lingkungan (Yusup, 1995). Dalam hal ini, informasi yang diperoleh akan digunakan oleh seorang individu untuk memenuhi kebutuhan personalnya.

Pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilakukan melalui berbagai sumber, seperti sumber tradisional yaitu buku-buku. Namun seiring waktu berjalan selain sumber tradisional tersebut juga terdapat suplemen sumber teknologi mutakhir. Teknologi informasi mutakhir yang kini banyak dikenal, bahkan sudah menjadi salah satu kebutuhan manusia, adalah internet. Internet yang merupakan

kepanjangan dari *Interconnection Networking* atau juga yang telah menjadi *International Networking* merupakan suatu jaringan yang menghubungkan komputer di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh jumlah unit menjadi satu jaringan yang bisa mengakses satu sama lain. (<http://www.fisip.unair.ac.id/>)

Pemanfaatan sumber belajar menggunakan alat bantu berbasis teknologi dengan media elektronik saat ini sangat umum digunakan di dunia pendidikan. Mahasiswa cenderung menjadikan internet menjadi sumber informasi pertama untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Termasuk untuk mendapatkan berita terkini dalam hitungan detik.

Hipotesis

Ada hubungan antara terpaan isi media *online* detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur jalan Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan. Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2008. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey, yaitu suatu riset yang dilakukan untuk memperoleh informasi apa saja yang timbul untuk mengumpulkan berbagai keterangan yang faktual secara seksama untuk mengidentifikasi permasalahan dengan menggunakan angket sebagai alat pengumpul data.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FIKOM Universitas Budi Luhur yang masih aktif yaitu angkatan 2006 dengan jumlah 150 orang. Target populasi adalah mahasiswa baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun wanita yang menjadi pengguna media internet di lingkungan kampus. Populasi sebanyak 150 orang dengan tingkat kesalahan 10 % diperoleh jumlah sampel 43,5 responden. Penulis membulatkannya menjadi 44 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua teknik analisa yaitu deskriptif dan inferensial. Analisis Data Deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu. Pada penelitian ini, meliputi identitas responden, variabel terpaan isi media *online* detikcom dan variabel dari pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur, yang disajikan dalam tabel frekuensi satu

variabel. Analisis Data Inferensial yaitu berupa uji hubungan terpaan isi media online dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur dengan menggunakan koefisien korelasi *Pearson Product Moment Correlation*.

HASIL Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FIKOM Universitas Budi Luhur angkatan 2006 dengan jumlah sampel sebanyak 44 responden. Dengan identitas responden yang mencakup jenis kelamin dan jurusan, yang dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin Responden	Frequency (f)	Percent (%)
1.	Laki-laki	20	45,4
2.	Perempuan	24	54,6
	Total	44	100

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden terbanyak dalam penelitian ini adalah perempuan yang berjumlah 20 orang atau 45,4 persen selanjutnya pada responden laki-laki berjumlah 24 orang atau 54,6 persen. Hasil data di atas jumlah responden laki-laki dan perempuan berbeda jauh, karena mahasiswa perempuan lebih banyak yang menjadi pengguna media internet dengan mengakses detikcom.

2. Jurusan Responden

Tabel 2
Jurusan Responden

No.	Jurusan Responden	Frequency (f)	Percent (%)
1.	Hubungan Masyarakat	14	32
2.	Jurnalistik Penyiaran	20	45
3.	Periklanan	10	23
	Total	44	100

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah

jurusan Jurnalistik Penyiaran dengan jumlah 20 orang (45%), selanjutnya di urutan kedua diikuti oleh responden dengan jurusan Hubungan Masyarakat dengan jumlah 14 orang (32%), dan yang paling sedikit adalah mahasiswa Periklanan dengan jumlah 10 orang (23%). Berdasarkan interpretasi tabel di atas, dapat dilihat bahwa jurusan mahasiswa terbanyak adalah Jurnalistik Penyiaran. Karena jurusan tersebut adalah jurusan yang paling diminati oleh para mahasiswa FIKOM Angkatan 2006.

Data Penelitian Variabel X (Terpaan Isi Media Online Detikcom)

Pada variabel X yaitu terpaan media online dalam penelitian ini terdiri dari dua dimensi frekuensi dan dimensi intensitas menggunakan internet dengan mengakses detikcom. Untuk mengkategorikan kedua dimensi tersebut terlebih dahulu dibuat interval sebagai berikut :

$$1. \text{ Range} = \text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal} = 30 - 10 = 20$$

$$2. \text{ Interval} = \frac{\text{Range}}{\text{Kategori yang diinginkan}}$$

$$= \frac{20}{3} = 6,6 = 7$$

Asumsi nilai maksimum untuk pernyataan yang berkaitan dengan seluruh pernyataan terpaan media internet apabila responden menjawab "Setuju (S)" untuk seluruh pernyataan dengan skor 30 dan asumsi nilai minimum adalah apabila responden menjawab "Tidak Setuju (TS)" dengan skor 10. Berikut ini adalah kategori tersebut :

- Skor responden sebanyak 10 – 16 menunjukkan bahwa responden mengalami terpaan media internet pada kategori Rendah.
- Skor responden sebanyak 17 – 23 menunjukkan bahwa responden mengalami terpaan media internet pada kategori Sedang.
- Skor responden 24 - 30 menunjukkan bahwa responden mengalami terpaan media internet berada pada kategori Tinggi.

Untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai terpaan media online detikcom terhadap responden berdasarkan indikator terpaan, data yang diperoleh dijelaskan ke dalam tabel berikut :

Tabel 3
Terpaan Media Online detikcom

Indikator	Kategori						Total	
	Rendah		Sedang		Tinggi			
	F	%	F	%	F	%	F	%
Frekuensi	5	11,4	16	36,4	23	52,2	44	100
Intensitas	4	9,1	18	40,9	22	50	44	100
Terpaan	4	9,1	7	15,9	33	75	44	100

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan secara rinci mengenai kategori dari terpaan media internet yaitu sebagai berikut :

1. Frekuensi

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat terpaan media online detikcom dengan kategori tinggi sebesar 23 orang (52,2 %), kategori sedang sebanyak 16 orang (36,4 %), dan kategori rendah sebanyak 5 orang (11,4 %).

Frekuensi menunjukkan seberapa sering khalayak, dalam penelitian ini adalah mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur menggunakan internet dengan mengakses detikcom selama satu bulan terakhir dan berapa lama tiap penggunaan internet dengan mengakses detikcom.

Analisis pada tabel di atas menunjukkan bahwa terpaan isi media online detikcom sudah menarik perhatian, pemahaman, dan penerimaan sebanyak 23 orang. Hasil tersebut merupakan hasil yang baik, karena dengan semakin seringnya responden menggunakan internet dengan mengakses detikcom, maka semakin besar kemungkinan responden akan terpenuhi kebutuhan informasinya dari isi yang ditampilkan di detikcom.

2. Intensitas

Berdasarkan data yang diatas, dapat disimpulkan kategori intensitas responden terhadap terpaan isi media online detikcom berada pada tingkat yang rendah dengan jumlah 4 orang (9,1%), sedangkan pada kategori intensitas sedang berjumlah 18 orang (40,9%), dan 22 orang (50%) berada pada kategori intensitas tingkat tinggi.

Intensitas menunjukkan bagaimana khalayak, dalam penelitian ini mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur melihat lebih dalam dengan mengakses detikcom.

Analisis pada tabel di atas menunjukkan bahwa intensitas terpaan media online detikcom menunjukkan hasil yang baik, karena dengan tingkatan intensitas responden terbanyak berada

pada kategori tinggi, menunjukkan bahwa intensitas terpaan media online detikcom menarik perhatian, pemahaman, dan penerimaan sebanyak 22 responden.

Dan berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan pula bahwa dari 10 pernyataan tentang terpaan isi media online detikcom terhadap 44 responden dari 150 populasi, dapat diketahui keterangan tentang tabel di atas mengenai tingkat terpaan isi media online detikcom dengan tingkat persentase rendah sebesar 4 orang (9,1%), sedangkan pada kategori sedang sebesar 7 orang (15,9 %), selanjutnya pada kategori tinggi sebesar 33 orang (75 %).

Analisis pada tabel diatas menunjukkan bahwa media online detikcom memiliki suatu kelebihan dan daya tarik, hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki frekuensi dan intensitas yang tinggi terhadap isi media online detikcom. Frekuensi yang tinggi disini dapat diartikan sebagai responden menggunakan media internet dan mengakses detikcom dengan waktu yang sering dan durasi yang cukup lama. Intensitas yang tinggi disini dapat diartikan sebagai responden mengakses media *online* detikcom dengan kesadaran tentang internet, memahami, menyukai dan kecenderungan. Dengan intensitas khalayak yang tinggi dalam hal melihat isi, tampilan, maka diharapkan khalayak akan merasa terpenuhi informasinya dari media online detikcom.

Hasil tersebut akan mempengaruhi terpenuhinya kebutuhan informasi responden, karena berdasarkan teori *uses and gratifications*, jika khalayak aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan, dalam hal ini memberikan perhatian, pemahaman dan penerimaan dari pesan yang diterimanya dalam frekuensi dan intensitas yang tinggi, maka pemenuhan kebutuhan informasi yang ditunjukkan terhadap media *online* detikcom akan berada pada tingkat yang tinggi pula. Begitu pula sebaliknya, jika terpaan media *online* detikcom berada pada tingkat atau kategori yang rendah, kemungkinan responden tidak memberikan perhatian, pemahaman, dan penerimaan yang tinggi, sehingga tidak terpenuhinya akan suatu informasi yang mereka tunjukkan dari media *online* detikcom, karena mereka hanya sedikit bahkan tidak sama sekali mengkonsumsi media *online* tersebut. Dengan kata lain, tingkat terpaan media *online* detikcom akan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi yang akan ditunjukkan khalayak terhadap pesan yang ada di detikcom.

Data Penelitian Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa FIKOM Angkatan 2006 Universitas Budi Luhur)

Pada penelitian ini, pemenuhan kebutuhan informasi dibagi ke dalam tiga dimensi yang terdiri dari menambah pengetahuan dan wawasan, hiburan dan memberikan berita terkini.

Pertanyaan yang disusun dalam variabel Y ini berbentuk suatu pernyataan yang pilihan jawabannya disesuaikan dengan skala likert 1- 3, dimana pilihan jawaban beserta skor dari jawaban tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Setuju diberi skor 3.
- 2) Ragu-ragu diberi skor 2.
- 3) Tidak Setuju diberi skor 1.

Pada variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi, dalam penelitian ini terdiri dari tiga dimensi yaitu dimensi menambah pengetahuan dan wawasan, dimensi hiburan dan dimensi memberikan berita terkini. Berikut ini akan dibahas mengenai ketiga dimensi tersebut secara menyeluruh. Untuk mengkategorikan ketiga dimensi tersebut terlebih dahulu dibuat interval dengan rumus sebagai berikut :

1. Range = nilai maksimum- nilai minimum
= 30 - 10
= 20
2. Interval = $\frac{\text{Range}}{\text{Kategori yang diinginkan}}$
= $\frac{20}{3}$
= 6,6
= 7

Asumsi nilai maksimum untuk pernyataan yang berkaitan dengan seluruh pernyataan terpaan media internet apabila responden menjawab "Setuju (S)" untuk seluruh pernyataan dengan skor 30, dan asumsi nilai minimum adalah apabila responden menjawab "Tidak Setuju (TS)" dengan skor 10. Berikut ini adalah kategori tersebut :

- a. Skor responden sebanyak 10 - 16 menunjukkan bahwa responden mengalami terpaan media internet pada kategori Rendah.
- b. Skor responden sebanyak 17 - 23 menunjukkan bahwa responden mengalami terpaan media internet pada kategori Sedang.
- c. Skor responden 24 - 30 menunjukkan bahwa responden mengalami terpaan media internet berada pada kategori Tinggi.

Untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai variabel pemenuhan kebutuhan informasi, data yang diperoleh dijelaskan kedalam tabel distribusi frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa

Indikator	Kategori						Total	
	Rendah		Sedang		Tinggi			
	F	%	F	%	F	%	F	%
Menambah pengetahuan dan wawasan	4	9,1	17	38,6	23	52,3	44	100
Hiburan	7	15,9	18	40,9	19	43,2	44	100
Memberikan Berita Terkini	7	15,9	9	20,5	28	63,6	44	100
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	4	9,1	9	20,4	31	70,5	44	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan secara rinci mengenai kategori dari pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur, yaitu sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan dan wawasan

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa dimensi menambah pengetahuan dan wawasan responden pada kategori rendah terdapat 4 orang (9,1 persen), sedangkan pada kategori sedang terdapat 17 orang (38,6 persen), selanjutnya responden memberikan respon yang tinggi pada media media online detikcom berjumlah 23 orang (52,3 persen).

Menambah pengetahuan dan wawasan. Salah satu kebutuhan terbesar manusia adalah memenuhi kebutuhan kognitifnya. Wilson mengartikan kebutuhan kognitif (*cognitive needs*) sebagai '*need to find order and meaning in the environment*' (Eeva-Liisa: 1998). Kebutuhan ini berkaitan erat dengan motif seseorang untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungannya (Yusup, 1995).

Pernyataan yang berkaitan dengan menambah pengetahuan dan wawasan terdiri dari 4 pernyataan, yaitu mengenai bertambahnya pengetahuan, wawasan dan inspirasi responden setelah mengakses detikcom. Berdasarkan jawaban-jawaban tersebut dapat diketahui bahwa dengan bertambahnya pengetahuan dan wawasan responden setelah mengetahui isi dari media online detikcom, maka responden sudah merasa terpenuhi kebutuhan informasinya. Karena dengan adanya media online detikcom, responden menjadi sadar dan memiliki pengetahuan (*knowledge*) lebih tentang suatu pesan atau informasi. Persentase tinggi yang menjadi mayoritas terhadap media online detikcom, bahwa responden telah menunjukkan suatu respon terhadap pesan yang berupa perhatian, pemahaman, dan penerimaan terhadap media internet. Hal ini membuktikan bahwa responden merasa pemenuhan kebutuhan informasinya tinggi melalui media online detikcom, terbukti persentase tinggi yang mencapai

52,3 % atau lebih besar diantara kategori yang lain.

1. Hiburan

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dimensi hiburan responden dalam menanggapi media online detikcom, dengan jumlah 19 orang (45,4 persen) berada pada kategori tinggi, selanjutnya terdapat 18 orang (38,6 persen) yang berada pada kategori sedang dalam menanggapi media internet, dan terdapat 7 orang (16 persen) yang berada pada kategori rendah. Dimensi hiburan yang mengacu pada alam emosi manusia, yang mencakup tahap kesukaan (*liking*) tahap kecenderungan (*preference*) responden terhadap isi media online detikcom. Kesukaan (*liking*), yaitu informasi dan pengetahuan yang didapat mungkin mengakibatkan timbul suatu perasaan suka yang positif. Perasaan positif tersebut dapat membawa responden menjadi kecenderungan atau memilih media online detikcom dibanding dengan media lainnya. Berdasarkan interpretasi terhadap pernyataan-pernyataan tersebut, seperti yang digambarkan sebelumnya bahwa perhatian, pemahaman dan penerimaan yang telah diberikan responden ternyata juga memberikan hasil mayoritas yang terarah atau positif. Ini berarti dengan responden memberikan perhatian, pemahaman, dan penerimaan dengan disertai adanya kesukaan dan kecenderungan dari mengonsumsi media internet, maka hasil informasi yang diperoleh akan lebih baik dibandingkan hanya sebatas sadar dan mengetahui internet saja. Karena adanya merasa suka terhadap isi yang terdapat dalam media online detikcom, responden juga akan memberikan dampak yang baik pula. Perasaan suka yang timbul dalam diri responden terhadap media online detikcom, akan membawa responden membangun kecenderungan terhadap media online detikcom dibandingkan dengan media online lainnya.

Apabila dilihat secara keseluruhan yaitu pemenuhan kebutuhan informasi itu sendiri, maka berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan sebanyak 10 pernyataan yang diajukan kepada 44 responden dari 150 populasi, dapat diketahui keterangan tabel di atas mengenai pemenuhan kebutuhan informasi dengan tingkat persentase rendah sebesar (9,1%), sedangkan pada kategori sedang sebesar (20,4 %), selanjutnya pada kategori tinggi sebesar (70,5 %).

Tingkat terpaan isi media online detikcom yang tinggi membuktikan bahwa pemenuhan mahasiswa tentang informasi akan terpenuhi pula. Dapat dilihat pula, bahwa dimensi pemenuhan kebutuhan informasi terbesar dari setiap tingkatan terpaan media online detikcom adalah tinggi. Artinya, pemenuhan kebutuhan informasi yang ditunjukkan bukan hanya berasal dari faktor tingkat terpaan media online detikcom, namun faktor lain seperti kesukaan responden terhadap isi media online detikcom dengan segala portal-portal di dalamnya mempengaruhi

responden dalam mendapatkan suatu informasi. Karena suatu komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila komunikasi tersebut mampu mengubah sikap dan perilaku orang lain secara sukarela adalah melalui komunikasi persuasif. Artinya, keberhasilan komunikasi dapat terjadi dengan adanya keikhlasan dari komunikator untuk merubah sikap terhadap pesan atau informasi yang diperoleh, sehingga responden dapat melakukan tindakan yang positif.

Analisis data diatas juga menunjukkan bahwa responden merasa terpenuhi kebutuhan informasinya. Mereka mau memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap isi media online detikcom. Sedangkan persentase tinggi yang diberikan sebagian besar responden, terjadi karena responden memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan yang baik serta ditunjang dengan perasaan suka (*liking*).

Bila dikaitkan dengan teori *uses and gratifications*, setelah khalayak dalam penelitian ini mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur aktif mengakses media online detikcom, responden sadar bahwa adanya media online detikcom, setelah melihat dan mengakses detikcom lebih dalam lagi, responden menjadi tahu akan kelebihan, manfaat, serta isi portal-portal yang menarik yang ada di detikcom. Karena adanya pengetahuan maka dalam diri responden muncul perasaan suka terhadap isi atau informasi, suka pada tampilan dari setiap portal yang dibuka. Rasa suka tersebut membawa responden untuk memiliki perasaan kecenderungan memilih media online detikcom dibanding dengan media online lainnya.

Persentase tinggi yang ditunjukkan sebagian besar responden, mungkin disebabkan karena isi dari media online detikcom memberikan banyak sumber informasi, hal itu ditunjang dengan adanya portal-portal yang ada di detikcom, yaitu Detiknews, berisi informasi mengenai hal yang kami sebut "politik-peristiwa" detiknews menghadirkan konsep berita yang langsung terjadi dan kontinyu dengan bangunan berita dan struktur kalimat khas media online. Detikhot, dunia gaya hidup dan hiburan tak luput dari detikcom dalam menghadirkan informasi untuk segmen ini. Informasi hiburan televisi, film, musik, selebritis, belanja, konsultasi gaya hidup adalah rubrik-rubrik yang senantiasa "memanaskan". Detiksport, informasi olahraga dengan berbagai cabang seperti basket, F1, moto GP, sepakbola, dan jenis olahraga lain disajikan dalam portal ini. Detikfinance, perekonomian dunia yang cenderung tidak stabil memerlukan referensi informasi yang update. Detiknet, tidak hanya disajikan informasi teknologi dan ulasan produk-produk canggih beserta sisi bisnisnya. Namun juga gaya hidup, referensi komputasi populer, gadget dan hal-hal menarik lain bagi masyarakat umum. Detikfood, meramu informasi dunia tata boga dan kuliner serta resep-resep makanan.

Tentunya masih banyak lagi berita atau informasi yang selalu update di detikcom. Dengan berbagai

keuntungan yang didapat dari media online detikcom ini, responden menunjukkan pemenuhan kebutuhan informasi yang tinggi..

PEMBAHASAN

Analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan di antara dua variabel atau lebih dari dua variabel. Hasil pengolahan data penelitian Hubungan Terpaan Isi Media Online Detikcom dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa FIKOM Angkatan 2006 Universitas Budi Luhur, dengan menggunakan rumus korelasi pearson sebesar 0,73 dengan jumlah sampel sebanyak 44 responden. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dinyatakan ada korelasi antara terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur, dimana nilai koefisien korelasi (r) di dapat hasilnya sebesar 0,73, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel terpaan media online detikcom dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur, r hitung sama dengan 0,73 berada pada interval 0,60-0,799, diperoleh tingkat hubungan yang kuat antara terpaan media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur. Uji hipotesis yang membandingkan uji signifikansi r dengan tingkat kepercayaan 0,05 dengan r tabel seperti yang diketahui untuk $n = 44$ adalah 0,297 nilai hasil perhitungan, yaitu $r_{xy} = 0,73 \geq r_{tabel} = 0,297$. H_1 diterima yaitu ada hubungan terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur.

SIMPULAN

1. Terpaan isi media online detikcom masuk dalam kategori tinggi, yaitu sebesar 75%, terpaan isi media online detikcom yang masuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 15,9%, sedangkan terpaan isi media online detikcom yang masuk dalam kategori rendah yaitu sebesar 9,1%.
2. Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa FIKOM Angkatan 2006 Universitas Budi Luhur menunjukkan kategori tinggi adalah sebesar 70,5%, pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa FIKOM Angkatan 2006 Universitas Budi Luhur yang menunjukkan kategori sedang adalah sebesar 20,4%, sedangkan yang menunjukkan kategori rendah adalah sebesar 9,1 %.
3. Terpaan Isi Media Online Detikcom berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa

FIKOM Angkatan 2006 Universitas Budi Luhur. Berdasarkan hasil uji statistik dengan rumus korelasi Pearson Product Moment diperoleh bahwa tingkat korelasi antara terpaan isi media online dengan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki hubungan sebesar 0,73, yang artinya hubungan antara terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur berada pada taraf yang kuat. Jadi hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan ada hubungan terpaan isi media online detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur.

4. Media online detikcom memberikan pengaruh yang baik bagi kebutuhan informasi mahasiswa FIKOM angkatan 2006 Universitas Budi Luhur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simosa Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bhineka Cipta.
- Cangara, Hafie.D. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Mahmud, Damiaati. 1990. *Pengantar Psikologi Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE IKIP.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. 2004. *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Severin, Werner J dan Tankard, James W. 2007. *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode dan Terpaan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Soehoet, Hoeta. 2003. *Dasar-dasar Jurnalistik*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP.
- _____. 2002. *Teori Komunikasi 2*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP.
- Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Internet : (<http://www.library.usu.ac.id>)
(<http://www.ilkom.unsri.ac.id/>)
(<http://www.fisip.unair.ac.id/>)