

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Portal Berita Pikiran-Rakyat.com Terhadap Efek Pemenuhan Kebutuhan Informasi Audiens (Studi Kasus Kota Bandung)” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam Tugas Akhir saya ini.

Bandung, September 2013

Yang membuat pernyataan,

Jodi Wardhana Kawi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya yang tidak terhingga sehingga penulis diberi kelancaran dalam proses pembuatan tugas akhir ini. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan pada program S-1 jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika pada Institut Manajemen Telkom.

Tugas akhir ini disusun berdasarkan hasil penelitian penulis pada media berita Pikiran Rakyat kota Bandung. Pada pelaksanaan kegiatan penelitian maupun proses penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan sehingga penulis diberi kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Orang tua saya W. Asmuran Kawi dan Hilda Kesuma, dan saudara-saudara saya Adi Bhasyudewo, Tiara Gribsya, dan Dariah Nabillah Humairah yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Listyo D. Harsono selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing, memberikan pengetahuan, arahan, bantuan serta menjadi mentor yang luar biasa bagi penulis.
4. Khususnya pada Niken Larasati, Vicky Alditiara, dan umumnya pada semua teman-teman yang selalu memberikan dukungan, bantuan, serta motivasi hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun yang diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Penulis juga berharap semoga kelak laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, September 2013

Penulis

ABSTRAK

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, internet memegang peranan penting dalam hal pendistribusian informasi. Pentingnya peranan komunikasi dalam proses distribusi informasi terjadi pada saat teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang terbatas oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas. Dengan hadirnya media informasi baru yaitu media *online* memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Semakin banyaknya media berita yang menyampaikan konten berita mereka melalui media online memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk dapat memilih media mana yang dapat benar-benar memenuhi kebutuhan informasi mereka, sehingga menurut teori *uses & gratification* Hebert Blumer dan Elihu Katz (1974) menyatakan 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 mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Internet memang sangat terbukti dapat mempercepat distribusi informasi ke khalayak luas, namun apakah media online Pikiran Rakyat telah mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat kota Bandung

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode asosiasi kausal dengan mengikutsertakan 396 responden yang merupakan pengguna media portal berita *Pikiran-Rakyat.com* sebagai objek penelitian. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Media terhadap efek pemenuhan kebutuhan informasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Variabel yang diteliti adalah penggunaan media sebagai variabel independen serta efek pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa: (i) penggunaan media untuk portal berita *Pikiran-Rakyat.com* termasuk pada kategori baik sebesar 77,6%, (ii) Efek pemenuhan kebutuhan informasi yang dirasakan pengguna media berada pada posisi baik dengan presentase sebesar 77,13%, (iii) Penggunaan media memiliki pengaruh terhadap efek pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 61.9%.

Berdasarkan analisis dan pembahasan, peneliti merekomendasikan bagi pihak redaksi *Pikiran-Rakyat.com* untuk dapat memberikan referensi berita dan sumber berita pada suatu artikel, kemudian agar redaksi portal berita *Pikiran-Rakyat.com* mampu memberikan *update* secara aktual melalui jejaring sosial, umumnya informasi mengenai Jawa Barat dan khususnya informasi mengenai Kota Bandung.

Kata Kunci: *uses and gratification*, penggunaan media, efek pemenuhan kebutuhan informasi, deskriptif, kausal, regresi linear sederhana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Deskripsi Pikiran Rakyat Online.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	9
2.1.1 Bisnis Media <i>Online</i>	9
2.1.2 Pengertian Media Massa	10
2.1.2.1 Fungsi Media Massa	10
2.1.3 Internet Sebagai Media Massa	10
2.1.4 Berita.....	12
2.1.4.1 Karakteristik Berita.....	13
2.1.5 <i>Newspaper in The Digital Age</i>	14
2.1.6 Jurnalisme <i>Online</i> Sebagai Media Massa.....	14
2.1.7 Komunikasi <i>Cyber</i>	16
2.1.8 Situs (<i>Website</i>)	16
2.1.10 Teori <i>Uses and Gratification</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
2.4.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	31
2.4.2 Lokasi dan Objek Penelitian	31
2.4.3 Waktu dan Periode Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Variabel Operasional.....	32
3.2.1 Operasional Variabel.....	32
3.2.2 Skala Pengukuran.....	33
3.3 Tahapan Penelitian	34
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	35
3.4.3 Teknik Sampling	36

3.5	Sumber dan Pengumpulan Data	36
3.5.1	Sumber Data.....	36
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	37
3.6.1	Uji Validitas	37
3.6.2	Uji Reliabilitas	39
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1	Analisis Deskriptif	40
3.7.2	Analisis Regresi Sederhana.....	41
3.7.3	Transformasi Data dengan MSI	42
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8	Pengujian Hipotesis.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.4	Rekapitulasi Karakteristik Responden	48
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Penggunaan Media	48
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Efek Pemenuhan Kebutuhan Informasi	51
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	56
4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran.....	62
5.2.1	Bagi Peneliti Lain.....	62
5.2.2	Bagi Perusahaan.....	62

DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produksi Surat Kabar per Hari di Bandung	4
Tabel 1.2	Pertumbuhan Jumlah Pengguna Internet Indonesia.....	5
Tabel 1.3	Jumlah Pengakses Situs Berita Pertengahan 2013	6
Tabel 2.1	Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2	Desain Pengukuran Kuesioner	34
Tabel 3.3	Desain Pengukuran Kuesioner	34
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Penggunaan Media)	38
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pemenuhan Informasi).....	39
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Penggunaan Media)	39
Tabel 3.7	Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	40
Tabel 3.8	Klasifikasi Kriteria Penilaian Presentase.....	41
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4	Rekapitulasi Karakteristik Responden	48
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Pengguna Media (X).....	49
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Efek Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Linearitas	56
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana (<i>Coefficient</i>).....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji R.....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Hipotesis (ANOVA)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tampilan Situs Pikiran-Rakyat.com.....	3
Gambar 2.1	<i>Uses and Gratification: A Paradigm Outlined</i>	18
Gambar 2.2	Model “ <i>Uses and Gratification</i> ”	19
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	35
Gambar 3.2	Garis Kontinum	41
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.2	karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.4	Presentase Variabel Penggunaan Media Dalam Garis Kontinum	50
Gambar 4.5	Presentasi Variabel Efek Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dalam Garis Kontinum.....	52
Gambar 4.6	Uji Heterokedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Visi dan Misi

Bidang Usaha Pikiran Rakyat

Kuesioner

Data Ordinal

Transformasi Data Menggunakan Metode Of Successive Interval

Uji Validitas & Reliabilitas

Uji Asumsi Klasik

Uji Regresi Sederhana