BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Massa

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common) istilah *komunikasi* atau *Communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *Communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya Communis, yang bermakna umum atau bersama-sama.

Carl. I. Hoveland³²seorang ahli jiwa pada Yale University yang menyatakan sebagai berikut: "Communication is the process by which an individual transmit stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of another individuals."

Komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya.³³

Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number

³² Muhammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi : Pengantar Ontologis*, *Epistimologis*, *Aksiologis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009) hlm 4.

³³ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa* (Melek Media & Budaya), Jakarta : 2012. ERLANGGA, hal 7.

of people). Dari definisi tersebut dapat di ketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media masa. Jadi, sekalipun meskipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akabar di lapangan luas yang dihadiri ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukanlah komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah : radio siaran dan televisi – keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah – keduanya disebut media cetak ; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Definisi komunikasi massa dari Meletzke berikut ini memperlihatkan sifat dan ciri komunikasi massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga bersifat pesannya yang terbuka untuk semua orang . dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah tang tersebar . istilah tersebar menunjukan bahwa komunikasi sebagai pihak penerima pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahli komunikasi, tampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi-definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa dapat diketahui pula cirri-ciri komunikasi massa yang membedakan dari bentuk komunikasi lainnya.

Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa tersebut menjadi : "komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

2. Komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah proses yang terjadi di dalam individu mulai dari kegitan menerima pesan atau informasi, mengolah, menyimpan dan menghasilkan kembali. Komunikasi intrapersonal juga dapat diartikan proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu (internal).

Aktivitas dari komunikasi intrapersona yang dilakukan manusia sehari-hari dalam upaya memahami diri sendiri diantaranya adalah: berdoa, bersyukur, intropeksi diri dengan meninjau perbuatan diri sendiri dan berimajinasi secara kreatif.

Komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi. Proses ini melewati empat tahap; sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Dari empat tahap komunikasi intrapersonal dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Sensasi

Sensasi merupakan tahap awal penerimaan pesan atau informasi yang diterima oleh sensor atau alat indera manusia (eksteroseptor, interoseptor, proprioseptor).

b. Persepsi

Persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, hubungan-hubungan yang diperoleh dari menyimpulkan informasi-informasidan menafsirkan pesan yang diterima.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah:

1. Perhatian

- a. Faktor eksternal
- b. Faktor internal
- 2. Faktor Fungsional
- 3. Faktor Structural

c. Memori

Memori adalah system yang berstruktur yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta dan menggunakan

pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Jenis-jenis memori ada beberapa macam, diantaranya:

- 1. Recall: menghasilkan kembali fakta dan informasi.
- 2. Recognition: mengenal kembali sejumlah fakta.
- 3. Relearning: menguasai kembali pelajaran yang pernah diperoleh.
- 4. Redintegrasi: merekonstruksi seluruh materi dengan petunjuk memori kecil.

a. Berpikir

Berpikir adalah proses dalam pengambilan kesimpulan. Pada proses ini melibatkan sensasi, persepsi dan memori. Ada tiga macam berpikir, yaitu:

- 1. Deduktif: mengambil kesimpulan umum ke khusus.
- 2. Induktif: mengambil kesimpulan dari hal yang khusus digeneralisir.
- 3. Evaluatif: menilai baik buruknya, tepat atau tidaknya. 34

1. Sistem Informasi Akademik atau SIAKAD

a. Pengertian Siakad

Aplikasi berbasis web yang dibangun dengan tujuan mengelola data akademik dan administrasi perkuliahan, SIAkad dirancang sebagai

³⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu komunikasi suatu pengantar*, PT Remaja Rosadakarya, Bandung; 2010, hlm 73.

software generic yang dapat digunakan untuk mengelola aktivitas akademik seperti KRS, KHS, Transkrip, bimbingan online, pengelolaan kurikulum dan semester, serta disesuaikan dengan standar pelaporan DIKTI³⁵. PDPT Sistem Informasi Akademik (Siakad) dikembangkan sejak 14 tahun yang lalu dan pada tahun 2005, sistem ini telah digunakan oleh seluruh jurusan di universitas. Tujuan dari dikembangkannya Siakad tersebut adalah untuk mengakomodasi administrasi kebutuhan proses akademik di universitas.. mengakomodasi kebutuhan-kebutuhan tersebut Siakad memiliki berbagai modul penting, antara lain vaitu Formulir Rencana Studi (FRS), transkrip dan prestasi studi, dan indeks penilaian dosen. Namun, seiring dengan pentingnya peranan dari sistem, evaluasi terhadap sistem tersebut masih minim. Sehingga, timbul kebutuhan untuk melakukan pemantauan untuk memastikan efektivitas dari fungsi sistem informasi akademik tersebut melalui evaluasi yang sistematis.

Keberhasilan implementasi suatu sistem informasi akademik dapat diukur dengan melakukan evaluasi. Salah satu metodologi yang dapat digunakan adalah dengan melakukan evaluasi yang didasarkan pada kerangka kerja Whyte & Bytheway. Kerangka kerja ini menawarkan pendekatan evaluasi sistem informasi akademik yang menekankan pada

³⁵ Jurnal Penelitian, Disusun oleh : UPT. Pusat Data dan Pengembangan IT UNISNU JEPARA http://it.unisnu.ac.id | it@unisnu.ac.id 2014

tiga unsur elemen utama yang relevan, yaitu produk, layanan, dan proses. Disisi lain, kepuasan pengguna sistem secara signifikan mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan sistem informasi. Metodologi yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan dari pengguna tersebut adalah dengan menggunakan Servqual (Service Quality) . Poin penting dari evaluasi efektivitas sistem informasi adalah membandingkan kinerja sistem tersebut dengan harapan atau ekspektasi dari apa yang dapat dilakukan oleh sistem tersebut. Poin tersebut dapat diakomodasi oleh analisis kesenjangan yang terdapat pada model gap Servqual .

Dengan melakukan evaluasi terhadap sistem informasi akademik universitas, diharapkan informasi akan tingkat pencapaian tujuan serta tingkat kesenjangan dari harapan dan persepsi pengguna sistem tersebut dapat tersingkap dan akan dapat memunculkan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas dari sistem tersebut pada masa mendatang.

b. Bagaimana Mengakses SIM Akademik?

a) Apa itu aplikasi Sistem Informasi Manajemen Akademik?

SIM Akademik adalah sistem perangkat lunak yang mengolah data dan melakukan proses kegiatan akademik yang melibatkan antara mahasiswa, dosen, administrasi akademik, keuangan dan data atribut lainnya.

- b) Siapa yang berhak menggunakan SIM Akademik ini?
 Pada SIM Akademik ini user yang berhak menggunakan adalah Admin,
 Dosen/ karyawan dan Mahasiswa IAIN.
- c) Apa alamat webnya?
- 1) Untuk mengakses *web SIM Akademik* dapat dilakukan melalui alamat demo:



3) Pilih menu seperti contoh di atas. kemudian klik menu *Administrator – IAIN*. Maka akan muncul tampilan seperti berikut: siakad.uinsby.ac.id



2) Pada saat user selesai melakukan login, maka akan muncul tam**bidatar**



c. Bagaimana cara Login sebagai pengguna?

a) Apa itu Login?

Login adalah fitur dalam SIM Akademik IAIN untuk masuk ke dalam system yang digunakan untuk keamanan system sehingga tidak sembarangan orang memakai system ini.

b) Siapa yang berhak menggunakan *Login*?

LoginSIM Akademik IAIN digunakan oleh beberapa user, dimana setiap user melakukan login nantinya akan masuk pada system yang telah dibuat khusus ketiga user tersebut.

c) Bagaimana menggunakannya?

 Untuk melakukan Login sebagai Admin, masukkan username dan password yang telah ditentukan. Pastikan username dan password yang anda

masukkan benar. Seperti tampilan berikut :



- 2) Klik tombol atau enter.
- 3) Jika username dan password salah, maka muncul peringatan:

Login gagal. Username atau Password anda salah.

ulangi langkah 1.

4)Jika username dan password benar, maka akan muncul tampilan menu



d. Bagaimana cara mengelola Portal?

a) Apa itu Portal?

Portal adalah menu yang berisi/ menampilkan seluruh informasi user dari aplikasi SIM Akademik IAIN, pada menu portal juga terdapat system elerning.

b) Siapa yang berhak mengelola Portal

Portal hanya dikelola oleh admin

c) Bagaimana mengelolanya?

Portal yang diperlukan oleh SIM Akademik ada beberapa. Kesemuanya dapat dikelola dengan cara klik menu Portal tersebut.

e. Mahasiswa

a) Apa itu data mahasiswa?

Data Mahasiswa adalah data yang menampilkan seluruh mahasiswa IAIN, dan juga keterangan lengkap dari masing- masing mahasiswa.

b) Siapa yang berhak mengelola menu data mahasiswa?

Menu data mahasiswa hanya bisa dikelola oleh admin

- c) Bagaimana cara mengelola menu data mahasiswa?
 - Untuk melihat daftar data Mahasiswa pada menu data mahasiswa,
 pilih:

Portal >> Mahasiswa

Maka akan muncul tampilan awal Daftar Data mahasiswa seperti di bawah ini:



2) Untuk menambahkan data pada daftar mahasiswa, yaitu dengan klik tombol , maka akan muncul tampilan seperti di bawah ini:



- 3) Kemudian lengkapi isian datanya, lalu simpan dengan menekan tombol simpan.
- 4) Pada tampilan ini admin juga bisa langsung menampilkan data mahasiswa, caranya dengan memasukkan NIM mahasiswa di



5) Untuk melihat *detail* dari data mahasiswa, klik icon pada salah satu Nama mahasiswa yang ingin dilihat *detail*nya, maka akan muncul tampilan seperti di bawah ini:



6) Untuk malakuk <mark>annaruhahamata</mark> mah<mark>aci</mark>swa nilih tombol nada datail Data mahasiswa Makaakan muncultamnilan form sanarti

waktu mela<mark>kukan penamb</mark>ahan <mark>d</mark>ata. Ubahlah isian yang akan diubah datanya kemudian simpan kembali dengan menekan tombol simpan.

Untuk melakukan upload foto, caranya yaitu dengan klik bagian gambar foto yang tersedia sampai tampil sebuah pop-up, klik pop-up **Upload Foto** untuk proses mengupload foto, sedangkan untuk menghapus/ membatalkan upload foto klik bagian pop-up **Hapus Foto**, berikut

tampilan untuk upload foto:



- 8) Demikian juga untuk melakukan perubahan data pada tab-tab

 Akademik Pendidikan Relasi Pekerjaan Beasiswa Penghargaan Skors
- 9)Untuk melakukan penghapusan data, pilih tombol hapus pada detail Data mahasiswa atau pilih *icon* pada kolom Aksi.
- d)Bagaimana cara melakukan KRS Mahasiswa?

KRS berisikan daftar mata kuliah yang akan diikuti oleh setiap mahasiswa dalam satu semester.

- 1)Untuk melak<mark>ukan KRS Maha</mark>sisw<mark>a te</mark>rdapat 2 cara :
- a. Dengan mengklik icon link pada salah satu data mahasiswa yang ada di daftar mahasiswa, berikut tampilannya :



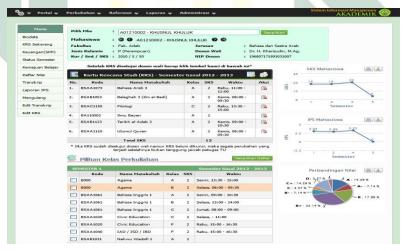
b. Masuk ke detail data mahasiswa, berikut tampilannya:



2) Jika mahasiswa tersebut belum melunasi SPP maka akan muncul peringatan sbb :

Anda Belum Bayar SPP

3) Dan apabila mahasiswa tersebut sudah melunasi SPP maka akan tampil seperti berikut ini:



4) Pada tampilan ini, user bisa melakukan KRS yaitu dengan memilih mata kuliah yang akan diambil pada Daftar Kelas Perkuliahan, caranya dengan melakukan centang pada check box yang tersedia pada kolom sebelah kiri, setelah di centang klik tombol

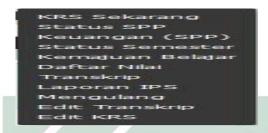
Ambil Mata Kuliah

yang berada pada bagian bawa daftar kelas

perkuliahan.

e)Apa fungsi *Link* pada daftar Mahasiswa?

Tombol pada daftar mahasiswa, digunakan untuk menampilkan beberapa pop-up menu berikut ini:



Pop-up menu digunakan untuk melakukan link ke label popup menu yang dimaksud. Masing-masing pop-up menu tersebut dijelaskan di bawah ini :

1. KRS Sekarang

- a) KRS singkatan dari kartu rencana studi, dimana pada pop up KRS sekarang, adalah kartu yang berisi daftar mata kuliah yang akan diikuti oleh setiap mahasiswa dalam satu semester
- b) Bagaimana cara menampilkan KRS Sekarang?
 - Untuk melihat KRS Sekarang, klik pop-up KRS Sekarang pada kolom link, maka tampilannya sama dengan proses melakukan KRS seperti diatas.
 - 2) Pada proses ini pihak user juga bisa melakukan print KRS yaitu dengan klik icon yang terletak pada kanan atas, dan apabila ingin melakukan **Kunci KRS** klik icon



3) Pada KRS sekarang apabila mahasiswa yang bersangkutan belum melunasi SPP, maka tidak bisa melakukan proses KRS.

2. Status SPP

- a) Status SPP merupakan status pembayaran SPP yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut.
- b) Bagaimana cara menampilkan Status SPP?
 - Untuk melihat Status SPP mahasiswa, klik Status SPP pada popup pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah ini:



2) Pada tampilan ini, akan terlihat status SPP mahasiswa per periode apakah mahasiswa tersebut telah melunasi SPP apa belum, apabila sudah melunasi maka pada kolom SPP akan tampil icon

3. Keuangan (SPP)

- a) Keuangan SPP merupakan tampilan yang menampilkan detail keuangan mahasiswa.
- b) Bagaimana cara menampilkan Keuangan (SPP)?

1) Untuk melihat Keuangan (SPP) mahasiswa, klik keuangan (SPP) pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah ini:



2) Pada tampilan ini, akan terlihat status lunas SPP mahasiswa per periode apakah mahasiswa tersebut telah melunasi SPP apa belum, apabila sudah melunasi maka pada kolom SPP akan tampil icon .

4. Status Semester

- a) Status semester merupakan status semester yang telah dilalui oleh masing-masing mahasiswa/perwalian yang telah dilakukan.
- b) Bagaimana cara menampilkan Status semester?
 - Untuk melihat status semester, yaitu dengan klik status semester pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah

ini:



2) Untuk melihat *detail* dari status semester , klik icon pada salah satu data status semester yang ingin dilihat *detai I*nya, maka akan

muncul tampilan seperti di bawah ini:



5. Kemajuan Belajar

- a) Kemajuan Belajar merupakan daftar nilai yang telah dilalui mulai dari semester awal sampai semester terakhir yang telah dilalui.
- b) Bagaimana cara menampilkan Kemajuan Belajar?
 - Untuk melihat Kemajuan Belajar, yaitu dengan klik Kemajuan Belajar pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah ini:



2) Pada tampilan pop-up kemajuan belajar juga disertakan dengan grafik SKS Mahasiswa, IPS Mahasiswa, Perbandingan nilai semua mata kuliah, klik icon untuk proses print dan download grafik.

6. Daftar Nilai

- a) Daftar nilai merupakan daftar nilai yang diperoleh oleh masingmasing mahasiswa.
- b) Bagaimana cara menampilkan Daftar Nilai?
 - 1) Untuk melihat Daftar Nilai, yaitu dengan klik Daftar Nilai pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah ini:

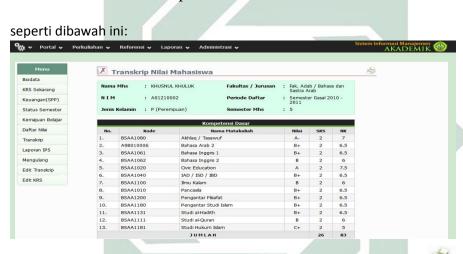


2) Untuk mencetak laporan daftar nilai, yaitu dengan klik icon pada bagian kanan atas daftar nilai mahasiswa.



7. Transkrip

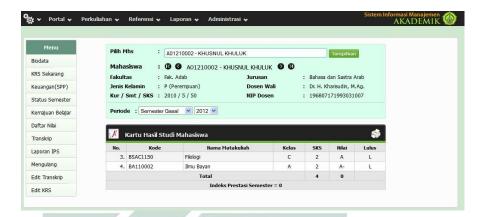
- a) Transkrip merupakan rekap nilai mahasiswa dari matakuliah yang pernah diambil berdasarkan jenis matakuliah.
- b) Bagaimana cara menampilkan Transkrip?
 - Untuk melihat Transkrip nilai mahasiswa, yaitu dengan klik Transkrip pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil



2) Untuk mencetak laporan dafta r nilai, yaitu dengan klik icon pada bagian kanan atas.

8. Laporan IPS

- a) Laporan IPS merupakan laporan hasil belajar dari masingmasing mahasiswa berdasarkan periode semester.
- b) Bagaimana cara menampilkan Laporan IPS?
 - 1) Untuk melihat Laporan IPS mahasiswa, yaitu dengan klik Laporan IPS pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah ini:



- Untuk melihat Laporan IPS per periode, maka pilih periode pada combobox yang tersedia.
- 3) Untuk mencetak laporan IPS, yaitu dengan klik icon pada bagian kanan atas Kartu Hasil Studi Mahasiswa.

9. Mengulang

- a) Mengulang merupakan daftar mata kuliah yang harus diulang oleh mahasiswa yang bersangkutan.
- b) Bagaimana cara menampilkan pop-up Mengulang?
 - Untuk melihat Laporan Mengulang mahasiswa, yaitu dengan klik Mengulang pada pop-up pada kolom link, maka akan tampil seperti dibawah ini:



2) Pada daftar mengulang mata kuliah akan menampilkan berapa kali mahasiswa tersebut mengulang mata kuliah.

2. Optimal

Optimal berarti lebih baik, sempurna, menjadikan lebih baik dan sempurna. Optimal adalah berusaha untuk memaksimumkan sesuatu yang diinginkan. Dalam penelitian ini optimal menjadi salah satu aspek penting dalam pengukuran kegunaan siakad. Seberapa jauh optimalisasi mahasiswa dalam menggunakan siakad, yang artinya optimalisasi disini mengukur penggunaaan mahasiswa terhadap menu-menu yang ada didalam siakad tersebut.

3. Kepuasan

Puas berarti merasa sangat lega karena terpenuhi keinginannya, Kepuasaan berarti kesenangan atau kelegaan. J. Ibnu WIbowo dalam majalah ilmiah Bina Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, Mengutip pendapat Zuliant Yamit, bahwa kepuasan adalah hasil yang dirasakan konsumen atas penggunaan produk dan jasa yang sama atau melebihi harapannya. Menurutnya harapan konsumen dapat diidentifikasi secara tepat apabila penyedia jasa mampu memahami persepsi kepuasan pelanggan agar terjadi kesenjangan persepsi. Sementara dari sumber yang sama mengutip

³⁶ Kamus Lengkap Bahasa Inndonesia, Em Zul Fajri, Ratu Aprilia S, Difa Publisher, hal 602.

³⁸ Ibid, hal 675.

pendapat Babin & Grifin bahwa kepuasan konsumen merupakan reaksi perasaan positif yang merupakan hasil dari sebuah penilaian baik atas suatu pengalaman berbelanja atau konsumsi. Dalam penelitian ini Kepuasan adalah ketika seorang mahasiswa merasa kebutuhan dan proses pemenuhan kebutuhan oleh siakad telah terpenuhi sesuai harapan mahasiswa selaku konsumen pada sebuah perguruan tinggi. Sehingga untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa, perlu diadakan pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa terhadap siakad.

4. Media Komunikasi dan Informasi

Arti pertama kata informasi (information) yang diberikan oleh Kamus Funk adalah "pegetahuan yag dimiliki". Eco mendifinisikan informasi dalam perspektif atau segi pandangan si pengirim , "informasi menyajikan kebebasaan pilihan yang tersedia dalam suatu seleksi peristiwa yang mungkin". Sesungguhnya, informasi adalah sebuah konsep yang benar-benar khas bagi pembahasaan komunikasi manusia, meski juga tidaklah unik. Dalam konteks komunikasi, informasi bukan konsep yan artinnya tergantung pada perspektif yang

2

³⁹ A. J. Ibnu Wibowo, 2009, "Pengaruh Layanan, Reputasi, dan nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa", Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi UNPAR, vol 13, no 2, hal. 60.

dipakai untuk mengkaji seluruh proses komunikasi. 40 Kemajuan teknologi komunikasi teknologi, terutama elektronik, menimbulkan dampak pad masyarakat dan cenderung menyisihkan hasrat membaca buku di kalangan masyarakat. Informasi merupakan bahan pokok komunikasi. Inilah yang membedakan komunikasi dengan perbuatan-perbuatan lainnnya. Informai yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.41

Untuk dapar menyajikan informasi yang terpilih maka harus diketahui sifat-sifat informasi. Sifat-sifat informasi adalah sebagai berikut:

- Informasi yang relevan dan yang tidak relevan. Yang dimaksud dengan informasi yang relevan adalah informasi yang ada hubunganya bagi si penerima, sedangkan informasi yang tidak ada atau sedikit sekali kepentingan bagi si penerima.
- b. Informasi dapat berguna dan kurang berharga.

126

Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Bandug :2009, PT Remaja Rosdakarya, hal 23.
 Hafied Cangara, M.Sc, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: 1998, PT Rajagrafindo Persada, hal 62.

- c. Informasi dapat tepat waktunya dapat pula tidak tepat waktunya. Informasi dikatakan tepat waktunya apabila dapat mencapai si penerima sebelum ia melakukan pengambilan keputusan. Tetapi apabila informasi tersebut telat datangnya setelah keputusan diambil, maka informasi tersebut tidak tepat waktunya atau telah basi.
- d. Informasi dapat valid dan dapat tidak valid. Apabila informasi yang diberikan kepada seseorang merupakan informasi yang keliru, maka informasi tersebut merupakan informasi yang tidak valid, sebaliknya bila inforasi itu benar maka informasi informasi itu valid.

Setiap orang dalam setiap saat akan mengambil keputusan untuk mengambil keputusan yang tepaat memerlukan informasi yang relevan, berguna, tepa dan benar. Dengn demikian informasi merupakan bahan baku untuk mengambil keputusan. Pengambilan keputusan oleh seseorang tanpa informasi yang relevan, berguna, tepat dan benar berarti seseorang mempertaruhkan dana yang dipercayakan kepadanya, karena tindakannya secara tidak langsung bersifat unntung- untungan, yang kemungkinan suksesnya kecil.

B. Kajian Teoritis

1. Teori Uses and Gratifications

Model dari teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada pengguna (uses) media untuk mendapat kepuasan (gratifications) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar prilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. 42

Teori penggunaan dan kepuasan ini disebut-sebut sebagai salah satu teori paling popular dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiensi mencari, menggunakan, dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda antara individu audiensi. Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif.

⁴² Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa (Melek Media & Budaya)*, Jakarta : 2012. ERLANGGA, hal 73-74.

126

Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Teori penggunaan dan kepuasaan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasaan audiensi dipandang sebagai pertisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan tiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri. Teori ini menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. 43

2. Asumsi Teori

Dalam hal ini terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasaan sebagaiman dikemukakan Katz, Blumler dan Gurevitch (1974) yang menggembangkan teori ini. Mereka menyatakan lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan

⁴³ Ibid. hal 75

-

yaitu: 1) Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media; 2) Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi; 3) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain; 4) Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media; dan 5) Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi.

Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. Dalam perspektif teori ini audiens dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain, tingkat keaktifan audiensi merupakan variabel. Prilaku komunikasi audiensi mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi; audiensi melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka.

Audiensi memiliki sejumlah alasan dan berusaha mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. McQuail dan rekan (1972) mengemukakan empat alasan mengapa audiensi menggunakan media yaitu:

- a. Pengalihan (diversion), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari. Mereka yang sudah lelah bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian dari rutinitas.
- b. Hubungan personal; hal ini terjadi terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
- c. Identitas personal, sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu. Misalnya, banyak pelajar yang merasa lebih bisa belajar jika ditemani alunan musik dari radio.
- d. Pengawasan (surveillance), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu. Misalnya, orang menonton program agama di televisi untuk membantunya memahami agamanya secara lebih baik.⁴⁴

Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi. Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh audiensi sendiri. Karena sifatnya yang aktif maka audiensi mengambil inisiatif. Kita memilih menonton acara komedi di televisi karena kita menyukai acara yang dapat membuat kita tertawa, atau menonton program berita karena kita ingin mendapatkan informasi. Tidak seorang pun dapat menentukan apa yang kita inginkan terhadap isi media. Jadi, orang bisa saja mendapatkan

.

⁴⁴ Ibid. hal 76

hiburan dari program berita atau sebaliknya mendapatkan informasi dari program komedi. Dengan demikian, audiensi memiliki kewenangan penuh dalam proses komunikasi massa.

S. Finn (1992) menyatakan, bahwa motif seseorang menggunakan media itu dikelompokkan ke dalam dua kategori yaitu proaktif dan pasif. Artinya, pengguna secara aktif mencari informasi dari media berdasarkan atas kehendak, kebutuhan, dan motif yang dimilikinya. Sedangkan untuk pengguna yang pasif hanya menjelaskan bahwa kita tidak memulai pengalaman menonton dengan motif tertentu yang ada dalam pikiran kita.

Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media dan audiensi tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan audiensi dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan sendiri.

Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan , motif, dan penggunaan media. Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dari dalam diri yang dilanjutkan

dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh audiensi. Audiensi melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan di gunakannya. Riset awal terhadap teori ini dilakukan dengan mewawancarai responden dengan menanyakan mengapa ia mengkonsumsi media tertentu dan secara langsung melakukan observasi terhadap reaksi responden selama wawancara berlangsung. Namun dengan semakin berkembangnya teori penggunaan dan kepuasan ini, pendekatan kualiatif tersebut mulai di tinggalkan dan beralih menggunakan penelitian kuantitatif.

Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi. Menurut teori ini, isi media hanya dapat dinilai oleh audiensi sendiri. Program televisi yang dianggap tidak bermutu bisa menjadi berguna bagi audiensi tertentu karena merasakan mendapatkan kepuasaan dengan menonton program tersebut. Menurut J.D. Rayburn dan Philip Palmgreen (1984) seseorang yang membaca surat kabar tertentu tidak berarti ia merasa puas dengan surat kabar yang dibacanya karena mungkin hanya surat kabar itu saja yang tersedia. Ia akan segera beralih ke surat kabar lain jika ia mendapat kesempatan memperoleh surat kabar lain.

Selain itu, dunia di mana audiensi berada ikut serta menentukan kebutuhan dan kepuasan audiensi terhadap media. Dengan kata lain, kebutuhan dan kepuasan audiensi terhadap media tidak bersifat otonom yang tidak ditentukan semata-mata hanya pada diri individu.. Katz dan rekan (1974) menyatakan bahwa situasi sosial di mana audiensi berada turut serta terlibat dalam mendorong atau meningkatkan kebutuhan audiensi terhadap media melalui lima cara sebagai berikut:

- ♣ Pertama, situasi sosial dapat menghasilkan ketegangan dan konflik yang mengakibatkan orang membutuhkan sesuatu yang dapat mengurangi ketegangan melalui penggunaan media.
- ↓ Kedua, situasi sosial dapat menciptakan kesadaran adanya masalah yang menuntut perhatian. Media memberikan informasi yang membuat kita menyadari hal-hal yang menarik perhatian kita, dan kita dapat mencari lebih banyak informasi yang menarik perhatian kita melalui media.
- ♣ Ketiga, situasi sosial dapat mengurangi kesempatan seseorang untuk dapat memuaskan kebutuhan tertentu, dan media berfungsi sebagai pengganti atau pelengkap. Dengan kata lain, terkadang situasi yang kita hadapi menjadikan media sebagai sumber terbaik atau mungkin sumber satu-satunya yang tersedia.

- ♣ Keempat, situasi sosial terkadang menghasilkan nilai-nilai tertentu yang dipertegas dan diperkuat melalui konsumsi media. Orang terdidik akan memilih media yang dapat mempertegas atau memperkuat nilai-nilai yang menghargai akal sehat, kesadaran diri, dan ilmu pengetahuan.
 Namun sebaliknya, media juga dapat mempertegas atau memperkuat nilai-nilai yang bertentangan dengan akal sehat.
- ↓ Kelima, situasi sosial menuntut audiensi untuk akrab dengan media agar mereka tetap dapat diterima sebagai anggota kelompok tertentu. Dalam pergaulan sosial, seseorang yang serba tidak tau mengenai isuisu yang menjadi sorotan media akan dianggap sebagi seorang yang tidak mengikuti perkembangan zaman.

 45

⁴⁵ Ibid, hal 77-78.