

**PENGUNAAN DAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP
MEDIA MASSA *ONLINE***
(Studi Deskriptif Kuantitatif di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan,
Banguntapan, Bantul)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**Mareta Rahmawati
NIM. 11210126**

Pembimbing:

**Dr. H. M. Kholili, M.Si.
NIP. 19590408 198503 1 005**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B- 1562/Un.02/DD/PP.05.3/08/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGUNAAN DAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA MASSA
ONLINE (STUDI DESKRIPTIF - KUANTITATIF DI RUSUNAWA
PROJOTAMANSARI III, PRINGGOLAYAN, BANGUNTAPAN, BANTUL)**

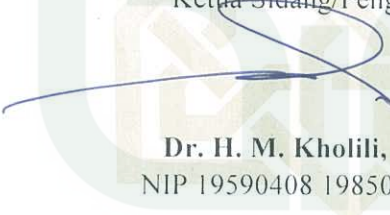
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mareta Rahmawati
NIM/Jurusan : 11210126/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 3 Agustus 2018
Nilai Munaqasyah : 90 / A -

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

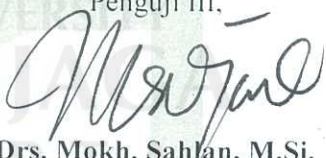
Ketua Sidang/Penguji I,


Dr. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji II,


Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP 19671006 199403 1 003

Penguji III,


Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
NIP 19680501 199303 1 006

Yogyakarta, 3 Agustus 2018





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856
E-mail: fd@uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

**Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta**

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Mareta Rahmawati
NIM : 11210126
Judul Skripsi : Penggunaan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Media Massa
Online (Studi Deskriptif Kuantitatif di Rusunawa
Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul)

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 24 Juli 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Drs. Abdul Rozak, M.Pd

NIP19671006 199403 1 003

Pembimbing

Dr. H. M. Kholili, M.Si

NIP. 19590408 198503 1 005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mareta Rahmawati
NIM : 11210126
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Penggunaan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Media Massa *Online* (Studi Deskriptif Kuantitatif di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Juni 2018

Yang menyatakan



Mareta Rahmawati

NIM. 11210126

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mareta Rahmawati
NIM : 11210126
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya benar-benar mengenakan jilbab dengan kesadaran diri dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terbukti pernyataan tersebut tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 22 Juni 2018

Yang menyatakan



Mareta Rahmawati

NIM. 11210126

PERSEMBAHAN

Untuk malaikat yang dikirim Allah spesial untukku.. Malaikat berparas teduh berhati mulia yang mencintaiku sepenuh hatinya, menyayangiku sepanjang hidupnya...

Malaikat yang bibirnya tiada pernah lelah memanjatkan doa untukku.. Malaikat yang kedua matanya senantiasa memancarkan cinta yang tiada habisnya.. Malaikat yang telinganya tak pernah bosan mendengarkan setiap ceritaku baik suka maupun duka.. Malaikat yang menggunakan kedua tangannya untuk merengkuh agar aku tak terjatuh...

Malaikat yang surgaku berada di bawah telapak kakinya... Malaikat yang mengajarkan aku untuk tetap tegar menghadapi setiap badai dalam kehidupan.. Malaikat yang rela bertaruh nyawa untukku.. Malaikat yang kemurnian cinta kasihnya tak akan mampu ku balas meski dengan bumi dan seisinya.. Malaikat tersayang itu aku panggil, ibu.....

”Ribuan kilo jarak yang kau tempuh.... lewati rintang untuk aku anakmu.... Ibuku sayang masih terus berjalan walau tapak kaki penuh darah penuh nanah

Seperti udara.... kasih yang engkau berikan.... tak mampu ku membalas.... ibu ibu
Ingin ku dekat dan menangis di pangkuanmu.. Sampai aku tertidur bagai masa kecil dulu.. Lalu doa-doa baluri sekujur tubuhku.. Dengan apa membalas... ibu ... ibu ...”

—Ibu, Virgiawan Listanto (Iwan Fals)—

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمُ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (١٣٩)

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) kamu bersedih hati, karena kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.”

– Qur'an Surah Ali `Imran : 139 –

“Yang penting bukan menang atau kalah. Allah tidak mewajibkan manusia untuk menang, sehingga kalah pun bukan dosa. Yang penting adalah..... apakah seseorang berjuang atau tidak berjuang”.

- Emha Ainun Nadjib –

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ عَلَى إِحْسَانِهِ وَالشُّكْرُ لَهُ عَلَى تَوْفِيقِهِ وَامْتِنَانِهِ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَاللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ
وَأَشْهَدُ أَنَّ سَيِّدَنَا مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ الدَّاعِيَ إِلَى رِضْوَانِهِ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ
وَسَلِّمْ تَسْلِيمًا كَثِيرًا

Tiada untaian kata yang patut dilafadzkan kecuali rasa syukur *Alhamdulillah* kehadiran Allah Swt. Karena tanpa pertolongan dan kehendakNya, mungkin karya tulis ilmiah berupa skripsi ini tak akan berwujud. Salawat serta salam tak henti-hentinya penulis lantunkan melalui lisan serta hati, sebagai wujud penghormatan yang teramat tinggi pada manusia agung di bumi. Karena dengan perantara Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam* inilah, manusia dapat meneladani keluhuran budi pekerti.

Penelitian ini bermula ketika penulis mengamati fenomena media massa *online* yang semakin berkembang seperti saat ini. Masyarakat semakin mudah menggunakan atau mengakses media kapanpun dan dimanapun berada. Begitu juga masyarakat Rusunawa Projotamansari III, Bantul yang notabene adalah warga yang bekerja diluar rumah. Penulis ingin mengamati bagaimana mereka menggunakan dan memperoleh kepuasan dari media massa *online*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penelitian ini juga tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga
2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
3. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd., sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Penguji II, yang banyak memberikan arahan.
4. Bapak Drs. Mohammad. Sahlan, M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik sekaligus Penguji III yang sabar dalam memberikan arahan dan saran.
5. Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar memberikan arahan dan saran, serta dengan setulus hati memberikan motivasi
6. Bapak Komed, yang bagaikan “bapak ummat”, bapak yang sudah banyak membantu mahasiswa-mahasiswi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
8. Segenap pengelola Rusunawa PTS III Bantul dan warga yang dengan ringan tangan membantu terlaksananya penelitian ini.
9. Ibunda tercinta, Ibu Yuli Supriyati, ibunda ter-istimewa versi peneliti.
10. Keluarga besar anak cucu cicit Alm. Simbah Basirun & Simbah Sri Ngadinah : Bulek Berty, Paklek Gatot, Almh. Bude Yuli, Pakde Yanto, Paklek Feri, Bulek Pur, Pakde Jat, Bude Hartini, beserta seluruh sepupu dan keponakan.
11. Keluarga besar Alm. Bp. H. Kusdiya Wiryawilaga, Ibu Hj. Antiningsih dan Bapak H. Imam Santosa, Dek Dyah Karunia Rahmawati beserta seluruh

keluarga yang berbaik hati mencurahkan cinta kasih, memberikan perhatian, bantuan dan *support* bagi peneliti.

12. Mba Atiya Prahyuningtyas sahabat yang dengan sabar mengajarkan menggunakan program SPSS, Mba Windy yang juga dermawan membagi ilmunya kepada peneliti. Mba Winda dan Mba Dyah team “Kajian Rangers Pink” semoga kita tetap istiqomah.
13. Sahabat pejuang skripsi : Lilik Sulistyowati, Ade Nanang Syaefullah, Ardhi Fuady, A’yun, Cicha, M. As’adul Amin, Chafida Marzuki, Atiek, Nur Sholleh, Yusri, Agus. Dan sahabat KPI 2011 : Ita Rosita, Fa’lul, Nasihatun, Nisa, Fanji, Deni, Raisa Maya, Fahmi, Sani, Yanuardi, Marda, Siti Azizah, Maryam, Ida, Ainih, Tika, Arum, dan seluruh sahabat-sahabat KPI 2011 yang telah mendahului, semoga kalian sukses semua.
14. Yana Farida Arfiani, Sri Wahyuni, Galuh Putri Pertiwi, Widya, Mila Puspitasari, Tasya Aestetika, dan semua sahabat, perempuan-perempuan istimewa yang memberi warna tersendiri di hidup peneliti.
15. Bapak-Ibu Pimpinan Perusahaan yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendapatkan pengalaman kerja dan sarana menjemput rejeki : Toshiba Electronic, Matahari Department Store, Pizza Hut, Garuda Food, Kalbe Enseval, Unilever, Deka Medica, Arina Multi Karya.
16. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

ABSTRAK

Mareta Rahmawati, 11210126. Penggunaan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Media Massa *Online* (Studi Deskriptif Kuantitatif di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul). Skripsi. Yogyakarta. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2018.

Sebelum media massa *online* berkembang pesat seperti saat ini, masyarakat massa hanya menggunakan media massa cetak maupun elektronik. Orientasi penggunaannya pun terbatas pada pencarian informasi hanya pada waktu dan ruang tertentu. Peneliti tertarik untuk mengamati keaktifan pengguna media massa *online* saat ini. Dimana khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan yang cukup jelas.

Dengan asumsi *teori uses and gratification* menunjukkan bahwa setiap individu memiliki penilaian tersendiri terhadap media yang digunakan atau diaksesnya. Media massa *online* yang tidak lepas dari genggam (*gadget*) khalayak menjadi menarik untuk diketahui bagaimana pola penggunaan sekaligus kepuasan yang diperolehnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survey. Analisis penelitian ini menggunakan bantuan SPSS untuk mengolah data. Menggunakan pengukuran skala Likert yang terdiri dari 5 pilihan, yakni selalu, sering, kadang-kadang, jarang, dan tidak pernah. Indikator penggunaan media massa *online* adalah frekuensi, intensitas, dan durasi. Kemudian indikator kepuasan dalam mengakses media massa *online* adalah informasi, hiburan, identitas pribadi, lalu integrasi dan interaksi sosial.

Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Rusunawa Projotamansari III sering bahkan selalu menggunakan media massa *online* setiap hari. Mereka juga merasa terpenuhi kebutuhannya dalam hal mendapat informasi dan hiburan ketika mengakses media massa *online*. Meski cukup banyak juga yang menyatakan kadang-kadang memperoleh kepuasan dalam dimensi identitas pribadi dan interaksi sosial.

Kata kunci: *teori uses and gratification*, penggunaan media, deskriptif kuantitatif, media massa *online*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
 BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Kegunaan Penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Kerangka Teori	9
1. Teori Uses and Gratification	9
2. Tinjauan Tentang Media Massa Online	13
F. Sistematika Pembahasan	17
 BAB II: METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	19
B. Definisi Konseptual	20
C. Definisi Operasional	22
D. Populasi dan Sampel	23

1. Populasi	23
2. Sampel	24
E. Instrumen Penelitian	24
F. Teknik Pengumpulan Data	26
1. Kuesioner (Angket)	27
2. Wawancara	27
3. Dokumentasi	28
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	28
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas	32
H. Analisis Data	34
 BAB III: PROFIL MASYARAKAT RUSUNAWA PROJOTAMANSARI	
III, PRINGGOLAYAN, BANGUNTAPAN, BANTUL	
A. Sejarah Berdiri	35
B. Letak Geografis	37
C. Struktur Kelembagaan	38
D. Kehidupan Sosial, Agama dan Budaya Masyarakat	39
 BAB IV: PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Responden	44
1. Jenis Kelamin	45
2. Usia Responden	45
3. Jenjang Pendidikan	46
4. Pekerjaan	47
5. Media Massa <i>Online</i> yang Diakses	48
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	50
1. Deskripsi Indikator Penggunaan Media (<i>Media Use</i>)	50
2. Deskripsi Indikator Kepuasan Dalam Mengakses Media Massa <i>Online</i>	57

C. Analisis Nilai Dimensi Penggunaan	
Media (<i>Media Use</i>).....	74
D. Analisis Nilai Dimensi Kepuasan Dalam	
Mengakses Media Massa <i>Online</i>	78
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	84
1. Penggunaan Media Massa <i>Online</i>	84
2. Kepuasan Dalam Mengakses	
Media Massa <i>Online</i>	87
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasional Variabel.....	22
Tabel 2	Kisi-kisi Kuesioner Variabel Penggunaan Media (<i>Media Use</i>).....	26
Tabel 3	Kisi-kisi Kuesioner Variabel Kepuasan dalam Mengakses Media Massa Online.....	26
Tabel 4	Uji Validitas Instrumen Pernyataan	32
Tabel 5	Uji Reliabilitas Instrumen	33
Tabel 6	Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 7	Kelompok Usia Responden.....	46
Tabel 8	Jenjang Pendidikan Responden.....	47
Tabel 9	Pekerjaan Responden	48
Tabel 10	Media Massa Online yang Paling Sering Diakses Responden.	49
Tabel 11	Frekuensi Mengakses Media Massa <i>Online</i> Dalam Satu Hari.....	52
Tabel 12	Durasi Setiap Kali Mengakses Media Massa <i>Online</i>	56
Tabel 13	Memperoleh Informasi Teraktual di Media Massa <i>Online</i>	58
Tabel 14	Melepaskan Kepenatan Dari Rutinitas Harian.....	63
Tabel 15	Meningkatkan Kepercayaan Diri Pengguna.....	67
Tabel 16	Memperoleh Pengetahuan Tentang Keadaan Orang Lain.....	71
Tabel 17	Nilai Dimensi Penggunaan Media (<i>Media Use</i>)	74

Tabel 18	Kategorisasi Nilai Dimensi Frekuensi.....	76
Tabel 19	Kategorisasi Nilai Dimensi Intensitas	77
Tabel 20	Kategorisasi Nilai Dimensi Durasi.....	78
Tabel 21	Nilai Dimensi Kepuasan dalam Mengakses Media Massa Online.....	79
Tabel 22	Kategorisasi Nilai Dimensi Informasi.....	80
Tabel 23	Kategorisasi Nilai Dimensi Hiburan	81
Tabel 24	Kategorisasi Nilai Dimensi Identitas Pribadi	82
Tabel 25	Kategorisasi Nilai Dimensi Integrasi dan Interaksi Sosial.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini ilmu komunikasi massa yang merupakan bagian dari ilmu komunikasi telah mengalami kemajuan yang begitu pesat. Media massa yang mewadahi proses komunikasi massa tentunya juga mengalami banyak pembaharuan. Banyaknya pilihan media massa yang ada semakin memudahkan komunikator untuk menyampaikan pesan. Begitu pula khalayak juga mendapatkan kemudahan dalam memilih media yang diinginkan.

Pada mulanya pemberitaan informasi bermula dari media cetak yang disebarluaskan pada khalayak umum agar masyarakat dapat mengikuti berita-berita teraktual. Adapun kelebihan media cetak yaitu flexibel jika ditinjau dari segi waktu penggunaan, karena dapat disesuaikan dengan keinginan pembaca. Untuk membaca surat kabar harian misalnya, pembaca dapat membacanya di pagi hari, siang maupun malam hari tergantung keinginannya. Akan tetapi seiring perkembangan teknologi, informasi pun dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui media elektronik, dan media *online*. Oleh karena itu motif masyarakat dalam penggunaan media massa tersebut menjadi kajian ilmiah yang perlu diteliti.

Setelah media cetak, ada media massa elektronik yang juga memiliki segmentasinya sendiri, yaitu radio. Radio memiliki keunggulan, yaitu bersifat personal. Saat pendengar radio mendengarkan siaran radio, seolah-olah ia mendengarkan penyiar berbicara secara personal kepadanya. Mendengarkan

siaran radio juga bisa beriringan dengan melakukan aktifitas lain, karena radio hanya memerlukan indra pendengaran saja. Kelebihan radio mampu membuatnya tetap eksis hingga saat ini. Selain itu, bagi penyandang disabilitas tunanetra, radio tentu saja menjadi pilihan media massa yang sangat tepat. Hal ini tentu saja menambah nilai plus radio.

Disamping radio, ada pula televisi. Keunggulan televisi yaitu kemampuan daya jangkau yang lebih luas. Televisi menjadi menarik karena menampilkan audio dan visual yang secara lebih kompleks menyajikan informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Perkembangan media massa khususnya televisi di Indonesia sangat pesat, hal tersebut dapat dilihat dengan munculnya stasiun televisi swasta nasional yang semakin beragam.

Media massa memiliki banyak fungsi, diantaranya memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan kontrol sosial. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Terkait fungsi media massa khususnya televisi dalam memberikan hiburan, masyarakat dewasa atau orangtua perlu memberi pengawasan pada anak dibawah umur dalam menentukan siaran hiburan yang ditayangkan. Karena pada usia yang dini tersebut anak memerlukan tontonan yang bersifat edukasi. Sehubungan dengan itu siaran yang ditonton oleh anak akan mempengaruhi moral dan etika karena akan menjadi pemikiran anak dan akan dicontoh oleh anak mengenai tingkah laku dan gaya hidup yang disajikan di televisi.

Selain media cetak dan media elektronik, media yang terbaru dan sekaligus menjadi yang paling muda yaitu media *online*. Media *online* juga menyampaikan informasi dan hiburan kepada masyarakat, adapun dalam

pengaksesannya dengan menggunakan jaringan internet. Pada era yang modern ini, media *online* sangat menarik perhatian masyarakat karena kecanggihannya teknologinya menjadi acuan dalam perkembangan media massa ini.

Menurut survei yang telah dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Adapun komposisi pengguna internet berdasarkan jenis kelamin, terdiri dari perempuan sebanyak 48,57 persen, dan lelaki sebanyak 51,43 persen.¹ Jika melihat data komposisi pengguna internet berdasar wilayah di Indonesia, maka pulau Jawa masih yang tertinggi sebesar 58,08 persen, lalu ada Sumatera sebanyak 19,06 persen. Kemudian layanan internet yang diakses oleh pengguna di Indonesia yakni chatting sebanyak 89,35 persen, lalu social media sebanyak 87,13 persen.² Dan media massa *online* di Indonesia memiliki social media yang selalu *update* berita maupun informasinya, sehingga termasuk bagian yang diakses oleh pengguna di Indonesia.

Akan tetapi maraknya isu sara di media *online* yang kerap terdapat konten yang memiliki tujuan adu domba, sehingga konflik ideologi dapat merprovokasi dengan mudah. Bahkan ujaran kebencian mudah sekali terjadi karena suatu perbedaan. Oleh karena itu partisipasi masyarakat dalam menyaring informasi

¹“Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband”, *kominfo.go.id*, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers, diakses tanggal 11 Agustus 2018.

²Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*, hlm. 28.

sangatlah diperlukan untuk merujuk kepada media massa yang terpercaya dan perlu menentukan media massa yang digunakan. Selain itu perlunya memberikan kritik dan saran kepada media jika menemui hal-hal yang dianggap tidak sebagaimana mestinya.

Dari uraian di atas, menjadi hal menarik secara akademik yang akan diteliti. Kesadaran masyarakat dalam menyaring informasi sangatlah diperlukan agar tidak sepenuhnya “menelan mentah-mentah” semuanya media massa. Akan tetapi banyak juga masyarakat awam yang belum menganalisa dengan baik informasi atau berita yang disampaikan oleh media massa. Hal ini akan membuat suatu sudut pandang dimana masyarakat mudah digiring opininya oleh media massa. Seyogyanya masyarakat mempunyai kendali untuk menentukan media massa yang digunakan, dan tentu saja semua tergantung pribadi masing-masing.

Hal ini berkaitan erat dengan teori *uses and gratification*, dimana khalayak yang menentukan media jenis apa dan yang mana yang akan mereka pilih dan gunakan. Menurut teori *uses and gratification*, khalayak memegang kendali, sehingga tidak serta merta dapat dikuasai sepenuhnya oleh penguasa media. Dewasa ini masyarakat sudah mampu melakukan sortir terhadap produk media massa. Dikarenakan hal tersebut, media massa dituntut untuk mementingkan proses tanggapan balik atau memperhatikan kepentingan masyarakat.

Masyarakat yang memiliki latar belakang yang beragam tentu juga memiliki motif yang berbeda-beda dalam memilih media massa yang mereka gunakan. Rumah Susun Sewa atau lebih dikenal dengan singkatannya yaitu Rusunawa Projotamansari III, merupakan lingkungan yang dihuni masyarakat

yang berasal dari wilayah Bantul. Memiliki latar belakang yang berbeda, baik dari segi pekerjaan maupun pendidikan serta desa asal, menjadi daya tarik bagi peneliti untuk memilih Rusunawa Projotamansari III, yang sedikit banyak bisa dikatakan sebagai miniatur Kabupaten Bantul, walaupun tidak dapat dikatakan sepenuhnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Penggunaan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Media Massa Online (Studi Deskriptif Kuantitatif di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penggunaan media massa *online* oleh masyarakat Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul?
2. Bagaimana kepuasan masyarakat Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul dalam menggunakan media massa *online*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui penggunaan media massa *online* oleh masyarakat Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul.

- b. Untuk mengetahui kepuasan masyarakat Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul terhadap media massa *online*.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi massa, khususnya seputar teori *uses and gratifications* dan media massa *online*.
- b. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi akademisi, praktisi, dan pembaca dalam pengkajian media massa *online*. Selanjutnya dapat digunakan sebagai alternatif untuk melakukan penelitian dengan tema serupa.

D. Tinjauan Pustaka

Terkait tema yang peneliti ambil dalam skripsi ini, beberapa penelitian telah dilakukan sebelumnya. Untuk menjelaskan posisi dan titik pijak peneliti di tengah penelitian sejenis yaitu dengan mencantumkan kajian pustaka. Adapun beberapa penelitian sejenis seputar penggunaan media dan kepuasan khalayak dengan teori *uses and gratification* sebagai berikut;

Penelitian Muhammad Rifefan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2014 yang berjudul *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori *uses and gratification*

sebagai metode analisisnya. Selanjutnya dalam penelitian tersebut menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan datanya. Adapun subjek penelitiannya adalah beberapa mahasiswa dari perguruan tinggi negeri di Yogyakarta. Perbedaan penelitian Rifefan dengan penelitian peneliti yaitu, jenis penelitian Rifefan deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian peneliti merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif.³

Penelitian Ika Nur Fitriani, mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, tahun 2013 yang berjudul *Korelasi Antara Motif Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan Kepuasan Menonton Pada Masyarakat Gowok Nolobangsanka*. Penelitian Ika menggunakan teori *uses and gratification* dan teori motivasi McQuail sebagai pisau analisisnya. Perbedaan penelitian Ika dengan penelitian peneliti yaitu penelitian Ika menggunakan satu motif saja yaitu motif informasi sebagai dimensi dari motif menonton, sedangkan penelitian peneliti menggunakan 4 dimensi dari kepuasan, yang bersumber langsung dari model teori *uses and gratification*.⁴

Jurnal Penelitian Francisca Amalia Inkaristi dan Th. Diyah Wulandari dari program studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tahun 2014 yang berjudul *Motivasi Khalayak Menonton Program Acara Taman Gabusan (Studi Deskriptif-Kualitatif Motivasi Warga Bantul Menonton Program*

³Muhammad Rifefan, *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)*, Skripsi (Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2014)

⁴Ika Nur Fitriani, *Korelasi Antara Motif Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan Kepuasan Menonton Pada Masyarakat Gowok Nolobangsanka*, Skripsi (Yogyakarta: Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013)

Acara Taman Gabusan di TVRI Yogyakarta). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian kualitatif memaparkan data yang diperoleh dalam bentuk deskripsi.⁵

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransisca Amalia Inkaristi dan Th. Diah Wulandari adalah teori yang sama dalam mengkaji karya ilmiah yaitu teori *Uses and Gratification*. Perbedaan penelitian Fransisca Amalia Inkaristi dan Th. Diah Wulandari dengan penelitian penulis terletak pada jenis penelitiannya. Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan Fransisca Amalia Inkaristi dan Th. Diah Wulandari menggunakan jenis penelitian kualitatif. Selain itu subjek penelitian juga berbeda, dimana subjek penelitian Fransisca Amalia Inkaristi dan Th. Diah Wulandari fokus pada tayangan televisi, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus kepada situs atau portal berita *online*.

Jurnal Penelitian oleh Roswita, Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman, yang berjudul *Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pelajar Siswa SMA Negeri 5 Samarinda*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif-kuantitatif. Teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification* dan teori motivasi Kerlinger. Dalam penelitian Roswita lebih fokus dengan media *online* dan korelasinya dihubungkan dengan tingkat kepuasan. Adapun

⁵Francisca Amalia Inkaristi dan Th. Diah Wulandari, *Motivasi Khalayak Menonton Program Acara Taman Gabusan (Studi Deskriptif-Kualitatif Motivasi Warga Bantul Menonton Program Acara Taman Gabusan di TVRI Yogyakarta)* Jurnal, (Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya, 2014)

perbedaan dengan penelitian penulis, yaitu penelitian Roswita terletak pada objek kajian yang fokus pada media sosial, sedangkan penelitian ini fokus pada situs atau portal berita *online* dan tidak mencari hubungan antara dua variabel melainkan hanya mendeskripsikan atau memaparkan data.⁶

Dengan demikian dapat disimpulkan mengenai persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan empat penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan teori *uses and gratification*. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya dan juga cakupan objek yang dikaji, meskipun sama membahas tentang media massa akan tetapi berbeda fokusnya.

E. Kerangka Teori

1. Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1959 oleh Elihu Katz yang dimuat di suatu artikel, yang merupakan tanggapan terhadap pernyataan Bernard Berelson pada tahun yang sama. Saat itu Berelson menyatakan bahwa tampaknya penelitian komunikasi akan mati. Katz kemudian menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi. Katz menerangkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai saat itu diarahkan pada penyelidikan efek kampanye persuasi

⁶Roswita, *Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pelajar Siswa SMA Negeri 5 Samarinda*, Jurnal, (Samarinda: Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Mulawarman, 2015)

pada masyarakat. Penelitian Katz diarahkan kepada jawaban terhadap pertanyaan “Apa yang dilakukan media untuk khalayak (*What do the media do to people?*)”⁷

Teori ini melihat apa yang dilakukan orang terhadap media, bukan apa yang dilakukan media terhadap orang. Pengguna media dianggap aktif memilih atau menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Sebab itulah timbul istilah *uses and gratification* yang berarti penggunaan dan kepuasan atau pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa sebenarnya khalayak kepala batu (*stubborn*). Dikarenakan penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan efek media dianggap sebagai situasi saat kebutuhan itu terpenuhi.

Merujuk pada tulisan Ardianto dalam bukunya, Para pendiri teori *uses and gratification*, Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch, mengemukakan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya layak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk memilih media terletak pada khalayak.
- c. Bagaimana kebutuhan khalayak dipenuhi oleh media massa bergantung pada perilaku khalayak.

⁷Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 289.

- d. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang artikultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dulu orientasi khalayak.⁸

Pada tahun 1972, McQuail, Blumler, dan Brown, berdasarkan penelitian mereka di Inggris, mengusulkan kategori-kategori berikut :

- a. Pengalihan – pelarian dari rutinitas dan masalah; pelepasan emosi.
- b. Hubungan Personal – manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan.
- c. Identitas Pribadi atau psikologi individu – penguatan nilai atau penambah keyakinan; pemahaman diri; eksplorasi realitas; dan sebagainya.
- d. Pengawasan – informasi mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu.⁹

Sebagian orang menyebutkan bahwa konsumsi media massa hanya bersifat kebetulan. Orang membaca koran memang karena jika ada loper koran. Orang melihat televisi jika memang sinyal televisi tertangkap. Orang mendengar radio jika memang frekuensi radio terdeteksi, tapi tidak sesederhana itu. Melihat banyaknya orang menggunakan koran, televisi atau media lainnya, jelas bahwa

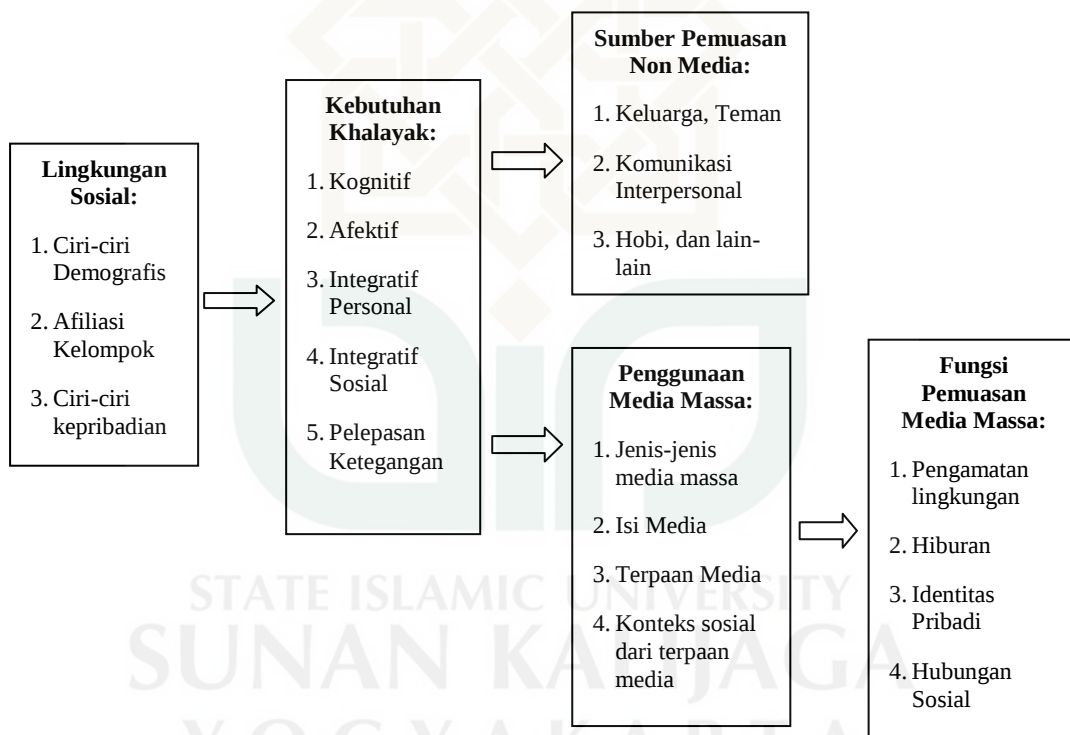
⁸Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 70.

⁹Saverin, dkk, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hlm. 356.

terdapat kepuasan yang mereka dapatkan setelah menggunakan media tertentu sehingga mereka berulang atau beberapa kali menggunakan media tersebut.

Untuk menggunakan media tersebut seseorang harus memiliki motif dan pemuasannya. Seperti dalam teori behaviorisme yang mengatakan bahwa perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi.¹⁰ Oleh sebab itulah istilah *uses* (menggunakan) dan *gratification* (pemuasan kebutuhan) berasal.

Bagan 1. Model Teori *Uses and Gratification*



(Sumber: Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, 2003, hlm. 293)

Pendekatan yang dilakukan oleh Metode *Uses and Gratification* berusaha menjelaskan tentang bagaimana khalayak menggunakan media massa untuk

¹⁰Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, ed. revisi, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007), hlm. 207.

memenuhi kebutuhannya, berdasarkan seleksi kepentingannya, bukan atas dasar *dictum* dan media massa.¹¹ Banyak peneliti (dan konsumen media) yakin khalayak akan mengubah caranya menonton televisi dan menggunakan media secara umum di waktu yang akan datang. Dan hal tersebut terjadi saat ini, dimana khalayak bebas memilih media mana yang digunakan, bahkan pada salah satu media yang digunakannya memiliki pola penggunaan dan pemenuhan kebutuhan yang berbeda.

Barbara Kaye dan Thomas Johansson mengatakan bahwa pertumbuhan internet “menghasilkan renaissans dalam tradisi Kegunaan dan Gratifikasi ketika ilmuwan semakin tertarik lebih dalam dari sekadar mengetahui siapa yang menggunakan internet menjadi mengapa mereka menggunakan media baru ini”¹² Jhon Dimmick, Yan Chen, dan Zhan Li mengamati bahwa meskipun internet sebuah media baru, internet bersinggungan dengan media tradisional dalam hal kegunaan dan gratifikasi.¹³ Kita bisa melihatnya saat ini, khalayak menggunakan media baru untuk mencari berita atau informasi. Cara tersebut sama dengan yang mereka gunakan dalam bentuk media lainnya demi kebutuhannya. Hal tersebut seperti ada kemungkinan perebutan tempat oleh internet terhadap media lama. Namun hal itu memperlihatkan bahwa kegunaan dan gratifikasi tetap berguna dan dapat diterapkan pada media baru. Seperti halnya yang dilakukan peneliti saat ini, yakni dengan mengamati pola penggunaan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap media massa *online* yang sering diaksesnya.

¹¹Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, cet. I, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 76.

¹²Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, ed. 9, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm. 113.

¹³*Ibid.*, hlm.113.

2. Tinjauan Tentang Media Massa *Online*

Dalam buku *The Second Media Age*, karya Mark Poster tahun 1990, disebutkan yang membedakan periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Ada dua pandangan yang dominan terhadap perbedaan antara era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua, dengan penekanannya pada jaringan.¹⁴

Pemikiran Mark Poster pada bukunya tersebut sudah mulai terbukti. Saat ini setiap orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang tersedia di media online. Setiap orang dapat menggunakan media online sebagai sumber terpercaya dan pilihan utama sesuai dengan kebutuhan informasi yang mereka perlukan.

Seperti dikutip oleh Astri dalam www.cerita-astri.net, menurut Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, bahwa media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, *website* (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dan lain-lain, dengan karakteristik masing-masing.

Jenis-jenis media *online* jika diklasifikasikan berdasarkan situs berita dibagi menjadi:

- a. Edisi *online* dari media cetak.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 413.

- b. Media *online* dari media elektronik.
- c. Media *online* murni yang tidak ada kaitannya dengan media cetak maupun media elektronik.
- d. Kanal berita atau portal berita media *online* yang memuat *link-link* berita dari situs lain.

Berdasarkan pemiliknya atau yang sering dikenal sebagai publisher, maka media massa online diklasifikasikan menjadi :

- a. Situs penyiaran (*News organization website*), merupakan situs lembaga pers atau organisasi pers.
- b. Situs perusahaan (*Commercial organization website*), digunakan oleh perusahaan untuk kepentingan bisnis komersial.
- c. Situs pemerintah.
- d. Situs kelompok atau organisasi non komersial (*Interest Group*).
- e. Blog pribadi (*personal blog*).

Paul Levinson dalam buku yang berjudul *New New Media* menyebutkan media *online* tidak hanya terbatas media sosial, media *online* lebih dari itu. Paul Levinson menyebutkan ada beberapa layanan yang dapat dikategorikan dalam *new media* atau media *online*. Empat diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. *Website* atau situs *online* yang menyediakan berbagai macam berita dalam satu tempat yang terdiri atas beberapa halaman.
- b. Media sosial yang meliputi *facebook*, *twitter*, dan *Myspace* dan sebagainya yang memberikan keleluasaan pada penggunaanya untuk saling berbagi informasi pribadi dan melakukan percakapan.

- c. Youtube sebuah platform yang memungkinkan penggunanya dapat mengunggah video dan kemudian pengguna lainnya dapat menikmatinya pula secara streaming.
- d. Blog, Pada awal kehadirannya pengguna blog disebut juga *citizen journalist* dimana pemilik akun blog menceritakan apa saja yang terjadi dalam kesehariannya, sehingga dapat memberikan informasi kepada pengguna blog lainnya.¹⁵

Selain itu, dalam buku *New Media: A Critical Introduction* disebutkan bahwa media *online* memiliki beberapa karakteristik yang menjadi pembeda dengan yang lainnya, yakni sebagai berikut :

- a. Pengalaman tekstual yang baru: sebuah jenis baru baik genre dan penyajiannya serta dalam cara mengkonsumsi hiburan dan pola seperti permainan komputer, simulasi, spesial efek pada film.
- b. Cara baru memperlihatkan dunia: dimana media tidak selalu didefinisikan dengan baik, media menawarkan cara baru dalam memperlihatkan beberapa kemungkinan dan pengalaman baru.
- c. Adanya hubungan baru (yang berbeda dari sebelumnya) antara subjek (*users dan consumers*) dengan media teknologi: hal yang berubah adalah cara penggunaan dan penerimaan dari tampilan dan media komunikasi dalam keseharian dan arti dari berinvestasi kepada media teknologi.

¹⁵Paul Levinson, *New New Media*, (New York: Penguin Academics, 2009), hlm. 27.

d. Pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, identitas dan komunitas:

Dalam artian menggantikan nilai personal dan pengalaman sosial terhadap waktu, ruang dan tempat kita berada.¹⁶

Pada penjabaran di atas bisa disimpulkan bahwa media online memiliki karakteristik yang unik sehingga tidak menutup kemungkinan akan menjadi sebuah kiblat dalam pencarian informasi ke depannya. Siapapun bisa menjadi komunikator dan komunikasi dalam media online, siapapun bebas mencari dan kemudian menyebarkan informasi yang didapat. Khalayak memiliki kuasa penuh atas informasi yang didapat. Pilihan selanjutnya adalah kepada khalayak tersebut akan dibagikan informasi yang sudah mereka dapatkan selama menembus ruang dan waktu dalam dunia maya.

Adapun dalam penelitian ini media massa online yang dimaksud adalah situs penyiaran milik lembaga penyiaran (*news organization website*) yang sudah memiliki izin resmi kepenyiaran.

F. Sistematika Pembahasan

Sesuai dengan ketentuan penulisan skripsi yang berlaku, juga untuk mempermudah dalam pembahasan penelitian ini, maka penulis akan menguraikan sistematika pembahasan yang dibagi menjadi lima bab, yaitu :

Bab Pertama, yaitu pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

¹⁶Martin Lister, dkk., *New Media a Critical Introduction*, (Kanada: Routledge, 2009), hlm. 12-13.

Bab Kedua, yaitu metode penelitian yang meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan analisis data.

Bab Ketiga, menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, yakni masyarakat di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul.

Bab Keempat, merupakan hasil dari penelitian. Berupa penyajian data dari penggunaan dan kepuasan masyarakat dalam menggunakan media massa online di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul.

Bab Kelima, yaitu penutup sebagai akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dari penelitian dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti menyajikan dan mendeskripsikan data tentang penggunaan media dan kepuasan dalam mengakses media massa *online* terhadap warga Rusunawa Projotamansari III, maka ditemukan kesimpulan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori utama yaitu teori *uses and gratification*. Salah satu asumsi dasar dari teori kegunaan dan gratifikasi adalah khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Dari asumsi tersebut peneliti ingin menjelaskan penggunaan media dan juga menjelaskan kepuasan dalam mengakses media massa *online* oleh warga Rusunawa Projotamansari III. Berdasarkan analisis dan deskripsi data pada bab IV sebelumnya, berikut kesimpulan mengenai penggunaan dan kepuasan dalam mengakses media massa online oleh warga Rusunawa Projotamansari III.

1. Penggunaan Media Massa Online

Khalayak yang aktif tentu dapat mengolah dengan sendiri media massa *online* mana yang akan diaksesnya. Dalam penelitian ini, khalayak tersebut ialah warga Rusunawa Projotamansari III. Warga Rusunawa tentunya memiliki karakteristik yang berbeda dengan warga Perumahan atau di Desa. Di sebuah desa warga cenderung bersosialisasi melalui suatu perkumpulan atau lainnya. Meski ada beberapa yang menggunakan *gadget* namun hal itu tidak menjadi hal utama di

masyarakat desa. Dalam sebuah rumah susun, meski sosialisasi juga dapat berupa suatu perkumpulan, namun peran media massa tidak bisa lepas. Melalui media massa *online*, biasanya warga memulai suatu bahan pembicaraan dan peran sosialnya. Seperti yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam variabel penggunaan media memuat tiga dimensi untuk menganalisisnya. Ketiga dimensi tersebut, yaitu dimensi frekuensi, dimensi intensitas, dan dimensi durasi. Dari ketiga dimensi tersebut telah dideskripsikan sesuai dengan data yang telah diperoleh peneliti melalui program SPSS.

a. Dimensi Frekuensi

Dalam hal penggunaan media massa *online*, frekuensi berarti tingkat kekerapan atau keseringan dalam mengakses media massa *online*. Dalam dimensi ini peneliti mengukur tingkat keseringan dalam dua item pernyataan. Pertama yaitu keseringan mengakses media massa *online* dalam satu pekan. Kedua yaitu keseringan mengakses media massa *online* dalam satu hari. Dari kedua pernyataan tersebut, ternyata warga Rusunawa Projotamansari III mengakses media massa *online* setiap hari dalam sepekan. Namun untuk penggunaan dalam sehari, pengakuan warga menjadi berdeda-beda. Ada warga yang menyatakan 1-2 kali, lalu 5-6 kali, bahkan ada yang lebih dari 8 kali dalam sehari. Dalam hal ini peneliti juga memperoleh penjelasan dari salah satu warga Rusunawa Projotamansari III mengenai frekuensi penggunaan media massa *online*. Untuk nilai keseluruhan pada dimensi frekuensi adalah 881 dan menempati kategori sedang.

b. Dimensi Intensitas

Dalam hal penggunaan media massa *online*, intensitas berarti melakukan perhatian penuh terhadap media massa *online* yang diaksesnya. Hal tersebut dilakukan oleh pengguna dengan tujuan memperoleh berita atau informasi secara lengkap dan berimbang. Untuk nilai keseluruhan pada dimensi identitas yang telah dianalisis pada bab IV yaitu 980 dan menempati kategori tinggi. Dan selanjutnya pada dimensi intensitas juga terdapat dua item pernyataan yang telah dibagikan pada responden untuk mengamati penggunaan media massa *online*.

Dari data yang sudah dipaparkan pada bab penyajian data dan pembahasan diketahui bahwa warga Rusunawa Projotamansari III menyatakan “kadang-kadang menyimak informasi hingga tuntas.” Namun disisi lain warga Rusunawa juga mengaku “sering memerhatikan dengan seksama media massa *online* yang diaksesnya.” Dari kedua pernyataan tersebut dapat kita lihat bahwa media massa *online* tidak selalu dibaca hingga tuntas oleh warga Rusunawa, namun mereka tetap memerhatikan dengan seksama apa yang sedang diaksesnya.

c. Dimensi Durasi

Durasi yakni alokasi waktu yang disediakan pengguna setiap kali mengakses media massa *online*. Untuk mengukur durasi, peneliti membuat item pernyataan yakni dengan batasan durasi setiap kali mengakses media lebih dari 60 menit. Dari item pernyataan tersebut, diketahui nilai keseluruhan dimensi durasi adalah 222 dan berada pada level rendah. Dan pada deskripsi data juga mendapatkan fakta bahwa hampir 50% warga mengaku tidak pernah mengakses media massa *online* lebih dari 60 menit. Hal tersebut menjadi wajar ketika peneliti

mengetahui penjelasan dari salah satu warga Rusunawa Projotamansari III yang mengatakan bahwa dalam membaca atau mengakses media massa *online* tidak membutuhkan alokasi waktu yang cukup lama, berbeda ketika mengakses media sosial.

2. Kepuasan Dalam Mengakses Media Massa *Online*

Kepuasan dalam hal ini adalah tujuan yang ingin dipenuhi oleh pengguna ketika mengakses media massa *online*. Khalayak aktif akan menentukan sendiri hal apa saja yang dapat memenuhi kebutuhan akan informasi atau yang lainnya. Dalam bab sebelumnya, sudah dipaparkan beberapa dimensi yang digunakan untuk mengamati kepuasan pengguna dalam mengakses media massa *online*. Yakni dimensi informasi, dimensi hiburan, dimensi identitas pribadi, lalu dimensi integrasi dan interaksi sosial. Dari keempat dimensi tersebut telah dipaparkan pada bab IV deskripsi data setiap indikator dimensi dan analisis nilai setiap dimensinya. Berikut kesimpulan dari pemaparan data yang didapat oleh peneliti.

a. Dimensi Informasi

Pengguna atau seseorang yang mengakses media massa *online*, salah satu tujuan yang biasa dijumpai adalah mencari berita atau informasi. Ketika pengguna mendapat informasi atau berita yang diinginkan, maka pemenuhan kebutuhan atau kepuasan telah dicapai oleh pengguna. Dari data yang telah didapatkan oleh peneliti, ternyata warga Rusunawa Projotamansari III menyatakan sering bahkan selalu merasa puas dalam memperoleh informasi terkini. Warga juga mengaku sering bahkan selalu mendapat bimbingan praktis atau tips-tips yang berguna

dalam keseharian dengan mengakses media massa *online*. Dan dimensi informasi sebagai pemenuhan kebutuhan pengguna mendapat nilai atau skor sebanyak 1981 dan menempati interval tinggi.

b. Dimensi Hiburan

Kepuasan atau pemenuhan kebutuhan lainnya selain informasi yaitu sebagai hiburan. Hiburan disini bukan berarti hanya mencari sesuatu yang menyenangkan atau menggembirakan. Tapi pengalihan dari suatu hal atau rutinitas juga termasuk suatu hiburan. Pengguna yang mengakses media massa *online* juga berhak memutuskan dengan tujuan apa mereka menggunakan media. Jika pengguna merasa terhibur dan terpenuhi kebutuhannya, maka kepuasan akan dimensi hiburan telah didapatnya. Pada deskripsi dari setiap indikator hiburan ternyata warga Rusunawa Projotamansari III tidak begitu mendapatkan kepuasan dalam hal tersebut. Terbukti dari data yang ada pengakuan warga terbagi dalam 3 jawaban yang mendominasi. Kebanyakan warga mengaku kadang-kadang merasa dapat melepaskan kepenatan dari rutinitas harian dengan mengakses media massa *online*. Namun juga terdapat warga yang mengaku sering bahkan selalu dalam hal tersebut.

Selain dapat melepaskan kepenatan dengan mengakses media massa *online*, warga juga mengaku selalu mendapatkan pengalaman estetis dengan mengakses media massa *online*, seperti terharu, ikut senang, dan perasaan lainnya. Juga banyak dari warga yang mengaku sering mengakses media massa *online* agar tidak bosan saat menunggu atau dalam antrian. Selanjutnya dimensi hiburan mendapat skor atau nilai sebanyak 1893 dan menempati interval tinggi. Artinya

warga Rusunawa Projotamansari III juga mendapat kepuasan dimensi hiburan dalam menggunakan media massa *online*. Hal tersebut juga telah dipaparkan melalui deskripsi setiap indikator yang didominasi dengan pernyataan sering bahkan selalu dari warga.

c. Dimensi Identitas Pribadi

Selanjutnya peneliti mengamati kepuasan warga Rusunawa Projotamansari III melalui dimensi identitas pribadi. Artinya pengguna akan puas dengan media massa *online* yang diaksesnya jika dia mendapatkan pemahaman atas kepribadian dirinya. Pada dimensi identitas pribadi tersebut meliputi kepercayaan diri dan kemampuan beradaptasi. Dengan mengakses media massa *online*, pengguna yang mendapat pemenuhan kebutuhan yakni kepercayaan diri dan mampu beradaptasi, maka dia telah puas dengan dimensi identitas pribadi.

Pada setiap item pernyataan yang merupakan rumusan dari indikator dimensi identitas pribadi, warga banyak yang menyatakan kadang-kadang mendapat kepuasan dalam dimensi tersebut. Peneliti juga mendapat keterangan dari salah satu warga Rusunawa Projotamansari III yang mengaku mengakses media massa *online* hanya fokus pada informasi sebuah berita sekaligus untuk mengisi waktu luang saja. Jika terdapat suatu informasi yang dapat meningkatkan pemahaman diri dengan berbagai karakter, maka itu terkadang dapat memuaskan tujuannya. Namun ada 1 item pernyataan yang mendapat pengakuan sering dari warga Rusunawa, yakni dengan mengakses media massa *online*, dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna. Dari data yang diperoleh peneliti menunjukkan nilai dimensi identitas pribadi yakni sebanyak 1724 dan berada pada

kategori sedang. Artinya memang warga Rusunawa Projotamansari III kadang-kadang merasa puas dalam dimensi identitas pribadi seperti yang dipaparkan dalam deskripsi sebelumnya.

d. Dimensi Integrasi dan Interaksi Sosial

Pada dimensi kali ini, peneliti ingin mengetahui kepuasan pengguna media massa *online* pada dimensi integrasi dan interaksi sosial. Dengan mengakses media massa *online* pengguna akan mengetahui berbagai macam informasi maupun berita yang berguna bagi kehidupan sosialnya. Warga Rusunawa Projotamansari III kebanyakan berprofesi sebagai karyawan swasta. Artinya mereka setiap harinya bersosial dengan karyawan lainnya yang berasal dari luar rusunawa. Hal tersebut membutuhkan pemahaman mengenai cara bersosial dan menemukan bahan percakapan dalam kesehariannya.

Pada dimensi integrasi dan interaksi sosial sudah dipaparkan pada bab IV bahwa warga Rusunawa banyak yang menyatakan kadang-kadang merasa terpenuhi kebutuhannya ketika mengakses media massa *online*, yakni dapat mengetahui keadaan orang lain. Lalu dari warga juga mengaku kadang-kadang merasa terbantu menjalankan peran sosial dengan mengakses media massa *online*. Jadi dari item pernyataan yang disebar kepada responden, dimensi integrasi dan interaksi sosial didominasi dengan pernyataan kadang-kadang dari warga. Namun terdapat beberapa warga yang juga menyatakan sering mendapat kepuasan dalam dimensi tersebut. Dari data yang didapat peneliti dimensi tersebut menempati kategori sedang yang memiliki nilai atau skor 1768.

B. Saran

Saran diberikan untuk penelitian selanjutnya agar dapat dijadikan sebagai rujukan, sehingga dapat menambah keilmuan di bidang penelitian yang sama, serta penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari penelitian saat ini.

1. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu, dalam proses menganalisis data dapat menggunakan metode lain yang lebih bervariasi. Jika dalam penelitian ini hanya mencari tendensi sentral dari setiap nilai dan mendeskripsikan hasil dari nilai tersebut, maka penelitian selanjutnya diharapkan mampu memberikan pengolahan data yang cukup mendalam. Sehingga dapat menambah khazanah keilmuan dalam penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media dan kepuasan pengguna.
2. Jika dalam penelitian ini menganalisis dan mendeskripsikan pengguna dalam mengakses beberapa media massa *online*, penelitian selanjutnya dapat diaplikasikan dalam satu saja media massa *online* yang ingin diaksesnya. Dengan begitu akan diketahui motif mengakses media secara lebih mendalam dan spesifik. Dapat juga diaplikasikan dalam media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Munawar Syamsudin, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rnika Copta, 1992.
- Azwar, Saifudin, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Ed. 5*, 2016 (versi android KBBI V 0.2.0 Beta).
- Bajari, Atwar, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003.
- Fitriani, Ika Nur, *Korelasi Antara Motif Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan Kepuasan Menonton Pada Masyarakat Gowok Nolo Bangsanika*, Skripsi, Yogyakarta: Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, Malang: UMM Press, 2007.
- Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hikmat, Mahi M., *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Inkaristi, Francisca Amalia dan Th. Diah Wulandari, *Motivasi Khalayak Menonton Program Acara Taman Gabusan (Studi Deskriptif-Kualitatif Motivasi Warga Bantul Menonton Program Acara Taman Gabusan di TVRI Yogyakarta)*, Jurnal, Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya, 2014.

“Integrasi Sosial dan Interaksi Sosial”,

<https://yudistirapaokimilani.wordpress.com/2013/05/27/integrasi-sosial-dan-interaksi-sosial/>, diakses tanggal 1 Januari 2018.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2006.

Laporan Tahunan Petugas Operasional Rusunawa Projotamansari III Bantul, Yogyakarta: tp., 2016.

Levinson, Paul, *New New Media*, New York: Penguin Academics, 2009.

Lister, Martin, dkk., *New Media a Critical Introduction*, Kanada: Routledge, 2009.

Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, ed. 9, Jakarta: Salemba Humanika, 2009.

McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga, 1996.

Mustafa EQ, Zainal, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Nazir, Mohammad, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985.

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali, 2012.

Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, ed. revisi, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.

Rifefan, Muhammad, *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)*, Skripsi, Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Roswita, *Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pelajar Siswa SMA Negeri 5 Samarinda*, Jurnal, Samarinda: Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman, 2015

Saverin, dkk., *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Massa*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3S, 1989.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Tarigan, Hendry Guntur, *Menyimak sebagai Suatu Ketrampilan Berbahasa*, (Bandung: Angkasa, 1989.

“Televisi masih jadi media favorit bagi masyarakat”,
<https://www.merdeka.com/uang/televisi-masih-jadi-media-favorit-bagi-masyarakat.html>, diakses tanggal 12 Agustus 2017.

Tumanggor, Rusmin, dkk., *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, ed. 3, Jakarta: Kencana, 2007.

“2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta”,
<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>, diakses pada tanggal 7 September 2017.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id

KUISIONER
Penelitian Tentang:
PENGUNAAN DAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA
MASSA *ONLINE* (Studi Studi Deskriptif Kuantitatif di Rusunawa Projotamansari
III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul)

Oleh: Mareta Rahmawati (11210126)
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: maretarahmawati99@gmail.com

Petunjuk Pengisian:

Lembar kuesioner ini ditujukan untuk warga penghuni Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul, antara lain:

1. Warga penghuni Rusunawa PTS III yang memiliki *gadget (smartphone)* atau perangkat komputer
2. Pernah mengakses atau mencari informasi di media massa *online*
3. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat, kemudian pilihlah jawaban sesuai dengan keadaan kondisi anda/ yang dirasakan. Yaitu dengan memberi tanda ceklist (✓) pada salah satu kode “SL, SR, KD, JR, TP”, dengan kriteria:
 - **SL** : untuk jawaban **Selalu**
 - **SR** : untuk jawaban **Sering**

- **KD** : untuk jawaban **Kadang-kadang**
- **JR** : untuk jawaban **Jarang**
- **TP** : untuk jawaban **Tidak Pernah**

4. Untuk pilihan jawaban yang tidak menggunakan kode SL/SR/KD/JR/TP, Anda cukup memberikan tanda ceklist (✓) pada kotak (☐) yang tersedia.

5. Kesungguhan dan kejujuran Anda dalam menjawab kuesioner sangat membantu dalam penelitian ini dan peneliti mengucapkan terima kasih atas waktunya.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan

Usia : ☐ 20-27 tahun ☐ 28-35 tahun
☐ 36-43 tahun ☐ 44-50 tahun

Jenjang Pendidikan : ☐ SD ☐ SMP
☐ SMA ☐ Sarjana

Pekerjaan : ☐ Dosen/Guru/Pendidik ☐ Karyawan swasta
☐ Wirausaha ☐ *Freelance*
☐ Ibu Rumah tangga

Media Massa *Online* yang paling sering anda gunakan atau akses:

☐ detikcom ☐ Okezone.com ☐ Liputan6.com
☐ Kapanlagi.com ☐ KOMPAS.com

A. Kuisisioner untuk Penggunaan Media massa *online* yang sering anda akses

1. Seberapa sering frekuensi anda menggunakan/mengakses media massa *online* dalam satu pekan? (pilih salah satu)

☐ Setiap hari ☐ 3 hari sekali ☐ 7 hari sekali
☐ 2 hari sekali ☐ 5 hari sekali

2. Dalam satu hari berapa kali frekuensi anda menggunakan/mengakses media massa *online*? (pilih salah satu)

☐ Lebih dari 8 kali

☐ 5 - 6 kali

☐ 1 - 2 kali

☐ 7 - 8 kali

☐ 3 - 4 kali

3. Berapa lama durasi setiap kali anda menggunakan/mengakses media massa online?

(pilih salah satu)

☐ Lebih dari 60 menit

☐ 26 – 45 menit

☐ 5 – 15 menit

☐ 46 – 60 menit

☐ 16 – 25 menit

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SL	SR	KD	JR	TP
4	Saya membaca/melihat/menonton informasi di media massa <i>online</i> hingga tuntas.					
5	Saya memerhatikan dengan seksama isi/materi dari berita/informasi yang saya baca di media massa <i>online</i>					

B. Kuisioner untuk Kepuasan Terhadap Media massa *online* yang anda gunakan

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
	<i>Information Seeking (Informasi)</i>	SL	SR	KD	JR	TP
6	Media massa <i>online</i> yang saya gunakan membantu saya memperoleh informasi <i>terupdate</i> atau teraktual.					
7	Saya mengetahui berbagai hal yang sedang banyak diminati dari media massa <i>online</i> .					
8	Dari media massa <i>online</i> saya mendapatkan bimbingan praktis/tips seperti panduan ibadah, tutorial memasak, tutorial membuat/ memperbaiki sesuatu.					
9	Media massa <i>online</i> membantu saya menentukan pilihan untuk banyak hal, seperti memilih pendidikan unggulan, informasi pekerjaan, tempat belanja hemat, tempat wisata, dll.					
	<i>Entertainment (Hiburan)</i>	SL	SR	KD	JR	TP

10	Mengakses media massa <i>online</i> membuat saya bisa bersantai sejenak dari rutinitas.					
11	Waktu luang saya terasa lebih berharga dan menyenangkan dengan mengakses media massa online.					
12	Media massa <i>online</i> mampu memenuhi kebutuhan saya untuk memperoleh rasa estetik/keindahan, serta pengalaman emosional (perasaan haru, senang, dll).					
13	Dengan mengakses media massa online saya menjadi tidak mudah bosan saat harus menunggu seseorang atau sedang dalam antrian.					
	<i>Personal Identity (Identitas Pribadi)</i>	SL	SR	KD	JR	TP
14	Mengakses media massa online membuat saya lebih percaya diri.					
15	Media massa online yang saya akses membuat saya puas karena pemahaman saya terkait kepribadian diri meningkat.					
16	Saya menjadi lebih mampu menyesuaikan diri sesuai kondisi/situasi dengan mengakses media massa online.					
17	Media massa online yang saya gunakan membantu saya mengetahui berbagai macam model perilaku/karakter.					
	<i>Social Integration and Interaction (Integrasi dan Interaksi Sosial)</i>	SL	SR	KD	JR	TP
18	Mengakses media massa online membantu saya mengetahui keadaan orang lain.					
19	Dengan mengakses media massa online saya menjadi memiliki lebih banyak bahan percakapan dengan keluarga, teman, tetangga, relasi, rekan kerja.					
20	Media massa online membantu saya dalam menjalankan peran di masyarakat dan menghadapi permasalahan di masyarakat.					
21	Saya semakin dapat bersosialisasi dengan baik di lingkungan masyarakat berkat informasi dari media massa online.					

PEDOMAN WAWANCARA RESPONDEN

1. Bagaimana pendapat anda mengenai tingkat keseringan dalam menggunakan media massa *online*?
2. Bagaimana bentuk perhatian yang anda lakukan ketika mengakses media massa *online*?
3. Bagaimana cara anda memberikan alokasi waktu untuk mengakses media massa *online*?
4. Apa saja bentuk informasi yang memenuhi kebutuhan anda (kepuasan) ketika mengakses media massa *online*?
5. Bagaimana kepuasan mengenai hiburan yang anda peroleh ketika mengakses media massa *online*?
6. Bagaimana kepuasan yang anda peroleh terkait integrasi dan interaksi sosial ketika mengakses media massa *online*?
7. Apa media massa *online* yang anda anggap mampu memenuhi kebutuhan dalam bersosialisasi dengan lingkungan masyarakat?

DATA RESPONDEN

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	KATEGORI USIA	PEKERJAAN	PENDIDIKAN
1	Novi Ardianto	Laki-Laki	36-43	Karyawan Swasta	SMA
2	Arif .R.	Laki-Laki	28-35	Wirausaha	Sarjana
3	Widiantono Ragil	Laki-Laki	20-27	Pegawai Harian Lepas	SMA
4	Hadi Sukarno	Laki-Laki	36-43	Buruh	SMA
5	Agung Subekti	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
6	Wika	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
7	W. Erinia Lestari	Perempuan	36-43	Karyawan Swasta	Sarjana
8	Alif Ariel Setiawan	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	Sarjana
9	Ani	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	Sarjana
10	Nonik Noviaty	Perempuan	36-43	Wirausaha	Sarjana
11	Endang	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
12	Surti	Perempuan	44-50	Buruh	Sarjana
13	Menik Martini	Perempuan	36-43	Ibu Rumah Tangga	SMA
14	Winda Yuni	Perempuan	20-27	Ibu Rumah Tangga	SMP
15	Moh. Dwi Anto	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
16	Anik Styaning .P.	Perempuan	20-27	Ibu Rumah Tangga	SMA
17	Endang Prabandari	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
18	Erlina Irawati	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	Sarjana
19	Sonni Kuncoro	Laki-Laki	20-27	Seniman	SMA
20	Rusti Asih	Perempuan	36-43	Karyawan Swasta	SMA
21	Rina Sumaryati	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
22	Andi Varizta Zuep	Laki-Laki	28-35	Buruh	SMP
23	Tutik R	Perempuan	44-50	Ibu Rumah Tangga	Sarjana
24	Andi Kuniawan	Laki-Laki	28-35	Pendidik	Sarjana
25	Lisa	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	Sarjana
26	Romi Widyaningsih	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	SMA
27	Bima Sakti	Laki-Laki	20-27	Wirausaha	Sarjana
28	Anggraeni Puspitasari	Perempuan	28-35	Pendidik	Sarjana
29	Asih Muryani	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
30	Sugianto	Laki-Laki	36-43	Pegawai Harian Lepas	SMP
31	Charisa .A.	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
32	Dona Ariguno	Laki-Laki	20-27	Wirausaha	SMA
33	Yuli Lono C	Laki-Laki	36-43	Karyawan Swasta	SMA
34	Eka Suryanti	Perempuan	36-43	Karyawan Swasta	Sarjana
35	Riswanto	Laki-Laki	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMA

36	Dyah Sulistyowati	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
37	Santoso Riyono	Laki-Laki	36-43	Buruh	SMA
38	Rofli Nurcahya	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
39	Feri	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
40	Ochi	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
41	Imas	Perempuan	20-27	Ibu Rumah Tangga	SMA
42	Metia	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	SMA
43	Nuryani	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	SMA
44	Prasetyo	Laki-Laki	20-27	Wirausaha	Sarjana
45	Ari	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
46	Heri Pratomo	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
47	Wahyu Setyowati	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
48	Yofan Yan	Laki-Laki	20-27	Pedagang	SMA
49	Yulianto	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
50	Isna	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	SMA
51	Dofa AP	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
52	Witri	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
53	Ajeng Anjani Putri	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
54	Ayu Dwi Andini	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	SMA
55	Triya	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	Sarjana
56	Ayu Devita Putri	Perempuan	28-35	Pedagang	SMA
57	Frida	Perempuan	28-35	Pedagang	Sarjana
58	Siti Latifah	Perempuan	20-28	Karyawan Swasta	SMA
59	Noor Permatasari	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	Sarjana
60	Ninggar Aida Safitri	Perempuan	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMA
61	Yuana Sizilia	Perempuan	28-35	Pedagang	Sarjana
62	Kharismawan Ali	Laki-Laki	28-35	Wirausaha	Sarjana
63	Rika Merlina	Perempuan	20-27	Pedagang	Sarjana
64	Andaru Bebbyta	Perempuan	28-35	Wirausaha	Sarjana
65	Endri Eprilianto	Laki-Laki	20-27	Wirausaha	SMA
66	Rita	Perempuan	36-43	Ibu Rumah Tangga	SMA
67	Riana	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
68	Wijayanto	Laki-Laki	36-43	Wirausaha	Sarjana
69	Risza Candra	Laki-Laki	20-27	Wirausaha	SMA
70	Ria Alang	Perempuan	36-43	Ibu Rumah Tangga	Sarjana
71	Hendry Prasetyo	Laki-Laki	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMA
72	Dede	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	SMA
73	Andreas Sunyata	Laki-Laki	36-43	Karyawan Swasta	SMA
74	Bayu	Laki-Laki	28-35	Pegawai Harian Lepas	Sarjana
75	Faishal	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA

76	Ponijo	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
77	Poniman	Laki-Laki	36-43	Pedagang	SMA
78	Ulfa	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
79	Dani	Laki-Laki	20-27	Pegawai Harian Lepas	SMA
80	Qoriah	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
81	Afif Adhyatma	Laki-Laki	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMA
82	Marisa	Perempuan	28-35	Karyawan Swasta	Sarjana
83	Wakhid Iyan Pratama	Laki-Laki	36-43	Pedagang	Sarjana
84	Mohammad Apriwan	Laki-Laki	20-27	Mahasiswa	SMA
85	Dian Ambarwati	Perempuan	36-43	Pegawai Harian Lepas	SMA
86	Anum Budi	Laki-Laki	28-35	Buruh	SMA
87	Ardian	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
88	Didik	Laki-Laki	28-35	Wirausaha	Sarjana
89	Ratmi	Perempuan	36-43	Buruh	SMP
90	Marlinda	Perempuan	20-27	Wirausaha	SMA
91	Fitri Cahyani	Perempuan	28-35	Wirausaha	SMA
92	Riki Ferdiansyah	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
93	Ernanda Ersalina	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
94	Rini Pujiastuti	Perempuan	36-43	Pedagang	SD
95	Ahmad Yani	Laki-Laki	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMP
96	Hasan	Laki-Laki	28-35	Buruh	SMP
97	Galih	Laki-Laki	20-27	Pegawai Harian Lepas	SMA
98	Annisa	Perempuan	28-35	Ibu Rumah Tangga	SMA
99	Mahesa	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA
100	Fajar Prasetya	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
101	Angga	Laki-Laki	36-43	Wirausaha	SMA
102	Jajang Herzan	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
103	Handoko	Laki-Laki	36-43	Buruh	SMP
104	Bima Heryawan	Laki-Laki	28-35	Pedagang	SMA
105	Ruminah	Perempuan	44-50	Pedagang	SMA
106	Siti Mariyam	Perempuan	44-50	Ibu Rumah Tangga	SMP
107	Budianto	Laki-Laki	44-50	Wirausaha	SMP
108	Dayat	Laki-Laki	36-43	Buruh	SMP
109	Gito Sudarmo	Laki-Laki	36-43	Seniman	SMA
110	Sahab	Laki-Laki	28-35	Pedagang	SMA
111	Munawi	Laki-Laki	44-50	Wirausaha	SMP
112	Haryono	Laki-Laki	36-43	Buruh	SMP
113	Fatimah Az-Zahra	Perempuan	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMA
114	Ita Permatasari	Perempuan	20-27	Pegawai Harian Lepas	SMA
115	Indra Gunarto	Laki-Laki	36-43	Buruh	SMP

116	Gatot Legowo	Laki-Laki	44-50	Pegawai Harian Lepas	SMA
117	Fahriansyah	Laki-Laki	28-35	Karyawan Swasta	SMA
118	Kardiman	Laki-Laki	44-50	Pedagang	SMP
119	Ahmad	Laki-Laki	36-43	Pegawai Harian Lepas	SMA
120	Puspitasari	Perempuan	28-35	Pedagang	Sarjana
121	Novendra	Laki-Laki	20-27	Karyawan Swasta	SMA
122	Rahma	Perempuan	20-27	Pedagang	SMA
123	Rusdiyanto	Laki-Laki	28-35	Pegawai Harian Lepas	SMA
124	Agus	Laki-Laki	28-35	Buruh	SMA
125	Dermawan	Perempuan	20-27	Karyawan Swasta	SMA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	71.3520	137.343	.358	.892
Q2	72.7840	137.171	.254	.899
Q3	71.8320	140.576	.362	.891
Q4	71.5120	143.316	.230	.893
Q5	73.8160	142.087	.217	.895
Q6	71.3520	139.617	.407	.890
Q7	71.7600	132.119	.600	.884
Q8	71.6560	133.147	.623	.884
Q9	71.7520	133.156	.608	.884
Q10	71.7360	135.728	.491	.888
Q11	71.9840	135.693	.470	.888
Q12	71.8160	132.990	.568	.885
Q13	71.6880	134.845	.581	.885
Q14	71.9040	135.152	.598	.885
Q15	72.2000	130.081	.732	.881
Q16	72.2000	130.387	.668	.882
Q17	72.2720	130.458	.624	.883
Q18	72.0480	135.627	.497	.887
Q19	71.9520	133.949	.618	.884
Q20	72.1920	132.802	.620	.884
Q21	72.0320	134.838	.564	.886

Dimensi Penggunaan Media (*Media Use*)

Q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	4.8	4.8	4.8
2	5	4.0	4.0	8.8
3	20	16.0	16.0	24.8
4	16	12.8	12.8	37.6
5	78	62.4	62.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	34	27.2	27.2	27.2
2	22	17.6	17.6	44.8
3	33	26.4	26.4	71.2
4	6	4.8	4.8	76.0
5	30	24.0	24.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	3.2	3.2	3.2
3	49	39.2	39.2	42.4
4	45	36.0	36.0	78.4
5	27	21.6	21.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	2.4	2.4	2.4
3	26	20.8	20.8	23.2
4	54	43.2	43.2	66.4
5	42	33.6	33.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	61	48.8	48.8	48.8
2	46	36.8	36.8	85.6
3	8	6.4	6.4	92.0
4	5	4.0	4.0	96.0
5	5	4.0	4.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Dimensi Kepuasan Pengguna Media Massa *Online*

Q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	3.2	3.2	3.2
3	20	16.0	16.0	19.2
4	43	34.4	34.4	53.6
5	58	46.4	46.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	3.2	3.2	3.2
2	11	8.8	8.8	12.0
3	29	23.2	23.2	35.2
4	39	31.2	31.2	66.4
5	42	33.6	33.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	5	4.0	4.0	6.4
3	32	25.6	25.6	32.0
4	42	33.6	33.6	65.6
5	43	34.4	34.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	3.2	3.2	3.2
2	7	5.6	5.6	8.8
3	30	24.0	24.0	32.8
4	48	38.4	38.4	71.2
5	36	28.8	28.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	8	6.4	6.4	8.8
3	32	25.6	25.6	34.4
4	43	34.4	34.4	68.8
5	39	31.2	31.2	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	3.2	3.2	3.2
2	12	9.6	9.6	12.8
3	43	34.4	34.4	47.2
4	36	28.8	28.8	76.0
5	30	24.0	24.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	12	9.6	9.6	12.0
3	36	28.8	28.8	40.8
4	33	26.4	26.4	67.2
5	41	32.8	32.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	8	6.4	6.4	7.2
3	31	24.8	24.8	32.0
4	47	37.6	37.6	69.6
5	38	30.4	30.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	11	8.8	8.8	9.6
3	36	28.8	28.8	38.4
4	55	44.0	44.0	82.4
5	22	17.6	17.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	4.0	4.0	4.0
2	16	12.8	12.8	16.8
3	49	39.2	39.2	56.0
4	35	28.0	28.0	84.0
5	20	16.0	16.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	3.2	3.2	3.2
2	24	19.2	19.2	22.4
3	40	32.0	32.0	54.4
4	33	26.4	26.4	80.8
5	24	19.2	19.2	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	5.6	5.6	5.6
2	23	18.4	18.4	24.0
3	44	35.2	35.2	59.2
4	25	20.0	20.0	79.2
5	26	20.8	20.8	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	4.0	4.0	4.0
2	11	8.8	8.8	12.8
3	42	33.6	33.6	46.4
4	45	36.0	36.0	82.4
5	22	17.6	17.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	8	6.4	6.4	8.8
3	44	35.2	35.2	44.0
4	46	36.8	36.8	80.8
5	24	19.2	19.2	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	3.2	3.2	3.2
2	17	13.6	13.6	16.8
3	49	39.2	39.2	56.0
4	35	28.0	28.0	84.0
5	20	16.0	16.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Q21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	3.2	3.2	3.2
	2	9	7.2	7.2	10.4
	3	46	36.8	36.8	47.2
	4	45	36.0	36.0	83.2
	5	21	16.8	16.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Data Crosstabulation Responden**Q1: Jenis Kelamin Crosstabulation**

Count		Jenis_Kelamin		Total
		Lk	Pr	
Q1	1	4	2	6
	2	2	3	5
	3	11	9	20
	4	6	10	16
	5	44	34	78
Total		67	58	125

Q1: Pendidikan Crosstabulation

Count		Pendidikan				Total
		SD	SMP	SMA	Sarjana	
Q1	1	0	1	4	1	6
	2	0	0	3	2	5
	3	1	9	9	1	20
	4	0	1	13	2	16
	5	0	3	53	22	78
Total		1	14	82	28	125

Q2: Media Crosstabulation

Count		Media					Total
		Detik	Kapan Lagi	Liputan6	Kompas	Okezone.com	
Q2	1	15	3	3	5	8	34
	2	9	0	4	4	5	22
	3	17	2	2	6	6	33
	4	3	0	0	2	1	6
	5	13	5	0	5	7	30
Total		57	10	9	22	27	125

Q3: Media Crosstabulation

Count		Media					Total
		Detik	Kapan Lagi	Liputan6	Kompas	Okezone.com	
Q5	1	25	4	5	14	13	61
	2	25	4	4	5	8	46
	3	4	0	0	1	3	8
	4	1	2	0	1	1	5
	5	2	0	0	1	2	5
Total		57	10	9	22	27	125

Q4: Pekerjaan Crosstabulation

Count		Pekerjaan					Total
		Pendidik	Karyawan Swasta	Wirausaha	Freelance	Ibu Rumah Tangga	
Q4	2	0	1	1	0	2	4
	3	4	18	11	13	4	49
	4	0	12	14	11	8	45
	5	0	14	4	4	4	27
Total		4	45	30	28	18	125

Q5: Pendidikan Crosstabulation

Count		Pendidikan				Total
		SD	SMP	SMA	Sarjana	
Q5	2	0	0	3	0	3
	3	0	3	20	3	26
	4	1	6	30	17	54
	5	0	5	29	8	42
Total		1	14	82	28	125

Q6: Jenis_Kelamin Crosstabulation

Count		Jenis_Kelamin		Total
		Lk	Pr	
Q6	2	2	2	4
	3	8	12	20
	4	25	18	43
	5	32	26	58
Total		67	58	125

Q6: Media Crosstabulation

Count		Media					Total
		Detik	Kapan Lagi	Liputan6	Kompas	Okezone.com	
Q6	2	1	0	0	0	3	4
	3	8	2	2	4	4	20
	4	21	3	5	6	8	43
	5	27	5	2	12	12	58
Total		57	10	9	22	27	125

Q7: Pendidikan Crosstabulation

Count		Pendidikan				Total
		SD	SMP	SMA	Sarjana	
Q7	1	0	0	3	1	4
	2	0	3	7	1	11
	3	0	5	22	2	29
	4	1	3	25	10	39
	5	0	3	25	14	42
Total		1	14	82	28	125

Q8: Pekerjaan Crosstabulation

Count		Pekerjaan					Total
		Pendidik	Karyawan Swasta	Wirausaha	Freelance	Ibu Rumah Tangga	
Q8	1	0	0	1	1	1	3
	2	0	2	1	1	1	5
	3	2	13	6	6	6	32
	4	0	15	10	12	4	42
	5	2	15	12	8	6	43
Total		4	45	30	28	18	125

Q9: Pekerjaan Crosstabulation

Count		Pekerjaan					Total
		Pendidik	Karyawan Swasta	Wirausaha	Freelance	Ibu Rumah Tangga	
Q9	1	0	0	2	1	1	4
	2	0	1	0	4	2	7
	3	2	15	5	6	2	30
	4	0	11	13	14	9	48
	5	2	18	10	3	4	36
Total		4	45	30	28	18	125

Q10: Media Crosstabulation

Count		Media					Total
		Detik	Kapan Lagi	Liputan6	Kompas	Okezone.com	
Q10	1	3	0	0	0	0	3
	2	5	1	0	1	1	8
	3	19	3	2	2	6	32
	4	18	3	4	11	7	43
	5	12	3	3	8	13	39
Total		57	10	9	22	27	125

Q13: Media Crosstabulation

Count		Media					Total
		Detik	Kapan Lagi	Liputan6	Kompas	Okezone.com	
Q13	1	1	0	0	0	0	1
	2	3	1	1	1	2	8
	3	17	3	1	4	6	31
	4	21	5	6	8	7	47
	5	15	1	1	9	12	38
Total		57	10	9	22	27	125

Q15: Jenis_Kelamin Crosstabulation

Count		Jenis_Kelamin		Total
		Lk	Pr	
Q15	1	3	2	5
	2	8	8	16
	3	25	24	49
	4	22	13	35
	5	9	11	20
Total		67	58	125

Q19: Jenis_Kelamin Crosstabulation

Count		Jenis_Kelamin		Total
		Lk	Pr	
Q19	1	3	0	3
	2	5	3	8
	3	19	25	44
	4	28	18	46
	5	12	12	24
Total		67	58	125

Tabel r untuk df = 1 - 40

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu				
	0.0	0.02	0.0	0.00	0.000
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, email: fd@uin-suka.ac.id

Yogyakarta, 30 Oktober 2017

Nomor : B- /Un.02/DD.1/PN.01.1/10/2017
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada:
**Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
Kabupaten Bantul**
Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan tugas akhir/ skripsi penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini:

Nama : **Mareta Rahmawati**
NIM/ Jurusan : 11210126/ **KPI**
Semester : XIII (Tiga Belas)
Alamat : Jotawang RT 01, Bangunharjo, Sewon, Bantul.
Lokasi Penelitian : Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul.
Metode Penelitian : Kuantitatif
Waktu Penelitian : 1 November – 31 Desember 2017
Pembimbing : **Dr. HM Kholili, M.Si**
Judul : Penggunaan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Media Massa Online (Studi Deskriptif-Kuantitatif di Rusunawa Projotamansari III, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul)

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan kepada Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Bantul agar memberikan izin penelitian dan pengumpulan data bagi mahasiswa kami tersebut di atas.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas izin yang diberikan kami sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang
Akademik dan Pengembangan



Dr. HM Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 005



PEMERINTAH KABUPATEN BANTUL
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(B A P P E D A)

Jln. Robert Wolter Monginsidi No. 1 Bantul 55711, Telp. 367533, Fax. (0274) 367796
Website: bappeda.bantulkab.go.id Webmail: bappeda@bantulkab.go.id

SURAT KETERANGAN/IZIN

Nomor : 070 / Reg / 3320 / S1 / 2017

Menunjuk Surat : Dari : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Nomor : B-1279/Un.02/DD.1/PN.01.1/10/2017
Tanggal : 30 Oktober 2017 Perihal : Izin Penelitian

Mengingat : a. Peraturan Daerah Nomor 17 Tahun 2007 tentang Pembentukan Organisasi Lembaga Teknis Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 17 Tahun 2007 tentang Pembentukan Organisasi Lembaga Teknis Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul;
b. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perijinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta;
c. Peraturan Bupati Bantul Nomor 17 Tahun 2011 tentang Ijin Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Praktek Lapangan (PL) Perguruan Tinggi di Kabupaten Bantul.

Diizinkan kepada
Nama : **MARETA RAHMAWATI**
P. T / Alamat : **Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta
NIP/NIM/No. KTP : **3471136403910001**
Nomor Telp./HP : **081329868343**
Tema/Judul Kegiatan : **PENGUNAAN DAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA MASSA ONLINE (STUDI DESKRIPTIF-KUANTITATIF DI RUSUNAWA PROJOTAMANSARI III, PRINGGOLAYAN, BANGUNTAPAN, BANTUL)**
Lokasi : **Rusunawa Projotamansari III, Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan Dan Kawasan Permukiman**
Waktu : **31 Oktober 2017 s/d 31 Januari 2018**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut harus selalu berkoordinasi (menyampaikan maksud dan tujuan) dengan institusi Pemerintah Desa setempat serta dinas atau instansi terkait untuk mendapatkan petunjuk seperlunya;
2. Wajib menjaga ketertiban dan mematuhi peraturan perundangan yang berlaku;
3. Izin hanya digunakan untuk kegiatan sesuai izin yang diberikan;
4. Pemegang izin wajib melaporkan pelaksanaan kegiatan bentuk *softcopy* (CD) dan *hardcopy* kepada Pemerintah Kabupaten Bantul c.q Bappeda Kabupaten Bantul setelah selesai melaksanakan kegiatan;
5. Izin dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak memenuhi ketentuan tersebut di atas;
6. Memenuhi ketentuan, etika dan norma yang berlaku di lokasi kegiatan; dan
7. Izin ini tidak boleh disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu ketertiban umum dan kestabilan pemerintah.

Dikeluarkan di : B a n t u l
Pada tanggal : 31 Oktober 2017

A.n. Kepala,
Kepala Bidang Pengendalian
Penelitian dan Pengembangan u.b.
Kasubbid Penelitian dan
Pengembangan



Tembusan disampaikan kepada Yth.

1. Bupati Bantul (sebagai laporan)
 2. Ka. Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Bantul
 3. Ka. Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman Kab. Bantul
 4. Pengelola Rusunawa Projo Taman Sari 3
 5. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
- Yang Bersangkutan (Pemohon)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Mareta Rahmawati
Tempat /Tgl.lahir : Yogyakarta, 24 Maret 1991
Alamat : Rusunawa PTS, Pringgolayan, Banguntapan, Bantul
E-Mail : maretarahmawati45@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK ABA Suryo Condro Panembahan YK
2. SD N Vidya Qasana YK
3. MTS N UIN Sunan Kalijaga YK
4. SMK N 7 YK
5. S1-Komunikasi Penyiaran Islam UIN SUNAN KALIJAGA YK

C. Pengalaman Organisasi

1. OSIS SMK N 7 Yogyakarta 2006-2008
2. ROHIS SMK N 7 Yogyakarta 2006-2008
3. Badan Eksekutif Mahasiswa Jurusan KPI UIN SUKA YK 2012-2013
4. Presenter SUKA TV 2011-2-012
5. Presenter KRONIKA Jogja RBTv 2009

D. Pengalaman Kerja

1. Sales Promotion TOSHIBA Electronic 2011-2013
2. Customer Service Rumah Nutrisi Cinta Sehat 2013-2014
3. Sales Promotion Event Kalbe Enseval 2014-2016
4. Sales Promotion Dexa Medica 2017

Saya yang bersangkutan,

Mareta Rahmawati