

**MOTIF PENGGUNAAN DAN KEPUASAN MENGAKSES  
MEDIA TRIBUNJOGJA.COM PADA SISWA SMK  
PEMBAHARUAN PURWOREJO JURUSAN MULTIMEDIA**



**UIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk memenuhi Sebagai Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Disusun Oleh:**

**Aris Rachmat Nugroho**

**NIM. 13210068**

**Pembimbing:**

**Drs. Mokh. Sahlan, M. Si**

**NIP. 19680501 199303 1 006**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2019**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1169/Un.02/DD/PP.00.9/12/2019

Tugas Akhir dengan judul : MOTIF PENGGUNAAN DAN KEPUASAN MENGAKSES MEDIA  
TRIBUNOGJA.COM PADA SISWA SMK PEMBAHARUAN  
PURWOREJO JURUSAN MULTIMEDIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARIS RACHMAT NUGROHO  
Nomor Induk Mahasiswa : 13210068  
Telah diujikan pada : Jumat, 13 Desember 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Mukhammad Sablan, M.Si  
NIP. 19680501 199303 1 006

Penguji I

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si  
NIP. 19680103 199503 1 001

Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si  
NIP. 19840307 201101 1 013

Yogyakarta, 13 Desember 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Deakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Nurjannah, M.Si  
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230  
E-mail: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

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

*Assalamualaikum wr.wb.*

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

Saudara:

Nama : Aris Rachmat Nugroho

NIM : 13210068

Judul Skripsi : Motif Penggunaan dan kepuasan mengakses media [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) pada siswa SMK Pembaharuan purworejo jurusan multimedia.

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

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

Yogyakarta, 4 November 2019



Ketua Jurusan

*[Signature]*  
Drs. Musthofa, S.Ag., M.Si

NIP. 196307103 199503 1 001

Pembimbing

*[Signature]*  
Drs. Mokh. Sahlan, M.Si

NIP. 19680501 199303 1 006

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aris Rachmat Nugroho  
NIM : 13210068  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: "MOTIF PENGGUNAAN DAN KEPUASAN MENGAKSES MEDIA TRIBUNJOGJA.COM PADA SISWA SMK PEMBAHARUAN PURWOREJO JURUSAN MULTIMEDIA" 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, 4 November 2019

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



*Aris Rachmat Nugroho*  
Aris Rachmat Nugroho

13210068

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Allah SWT.
- Ayah tercinta yang selalu membimbing dan mensupport untuk menggapai cita-citaku.
- Ibu tercinta yang tak terhingga jasa-jasanya untuk membesarkan, mendidik, dan memperjuangkan anak-anaknya.
- Kakak tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat.
- Adik tercinta yang selalu mendoakan kakaknya.
- Teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2013.
- Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“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<sup>1</sup>.”

-*Qur'an Surah Ali 'Imran : 139*-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>1</sup>Al-Qur'an, 3:139, terjemah ayat Al-Qur'an diambil dari Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Solo: PT.Tiga Serangkai 2017).

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirohim,*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan anugerah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat Serta salam penulis haturkan kepada Rasul kita Muhammad SAW, Keluarga, para sahabat, dan para pengikutnya yang senantiasa berada di garis tuntunan-Nya. Setelah melalui berbagai proses akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berjudul *Motif Penggunaan Dan Kepuasan Mengakses Media Tribunjogja.com Pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia dengan lancar dan diberi kemudahan. Untuk itu penulis ingin ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :*

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M. A. Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Drs. Mokh Sahlan, M.Si.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.

6. Orang tua tercinta Bapak Heru Suryanto, Ibu Tugiyem, Kakak Alfian Ramdhani Kusuma dan Adik Evi Nurtri Astuti yang senantiasa mendidik, membimbing, dan memberikan kasih sayang.
7. Dosen KPI dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga.
8. SMK Pembaharuan PN 2 Purworejo khususnya Jurusan Multimedia.
9. PT. Tribun Digital Online khususnya Tribunjogja.com.
10. Sahabat-sahabat KPI angkatan 2013.
11. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan baik secara langsung maupun tidak langsung atas terwujudnya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Kritik dan saran bersifat membangun akan penulis terima dengan segala kerendahan hati sebagai koreksi. *Amin ya robbal 'alamin.*

Yogyakarta, 23 Oktober 2019

Penulis,

Aris Rachmat Nugroho

13210068

## ABSTRAK

### **Aris Rachmat Nugroho, 13210068. Motif Penggunaan dan Kepuasan Mengakses Media Tribunjogja.com Pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia.**

Kebutuhan informasi yang cepat merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting. Karena pada dasarnya, setiap manusia membutuhkan informasi. Di zaman sekarang, manusia sangat mudah mendapatkan informasi melalui apa saja salah satunya melalui media massa. Kemunculan internet, membuat para pemilik media berlomba-lomba untuk menyediakan informasi yang beragam, karena khalayak memilih media sesuai dengan kebutuhan dan motif masing-masing.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat kepuasan siswa SMK Pembaharuan purworejo jurusan multimedia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification Herbert Blumer* dan *Elihu Katz* yang berpendapat bahwa khalayak sangat aktif untuk memilih media yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini dikembangkan kembali oleh *Philp Palmgreen* yang membagi kepuasan menjadi dua yaitu kepuasan yang dicari (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtain*).

Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Tipe desain pengambilan sampel menggunakan *Stratified Random Sampling*. Kuesioner yang disebarakan terkumpul 62 responden, proses pengukuran dengan model Skala Likert. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan menggunakan rumus chi kuadrat atau *chi square*.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti terdapat hubungan antara motif penggunaan dengan tingkat kepuasan pada siswa SMK Pembaharuan jurusan Multimedia dalam mengakses media Tribunjogja.com. Hal ini dinyatakan dengan adanya 10 indikator yang mempunyai nilai lebih kecil dari pada 0,05 yang berarti indikator tersebut mempunyai hubungan motif dengan kepuasan.

**Kata Kunci:** *Motif, Kepuasan, Uses and Gratification, Tribunjogja.com*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian: .....	6
2. Kegunaan Penelitian: .....	7

D. Kajian Pustaka .....	7
E. Kerangka Teori .....	12
1. Teori Uses and Gratification .....	12
2. Tinjauan Motif dan Kepuasan .....	16
3. Tinjauan Tentang Media Massa Online .....	19
F. Hipotesis .....	22
G. Sistematika Penulisan .....	23
BAB V .....	109
PENUTUP .....	109
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran .....	110



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Validitas Motif Penggunaan Media Tribun Jogja.com ...	33
Tabel 1.2 Validitas Kepuasan Penggunaan Media Tribun Jogja.com .....	33
Tabel 1.3 Reliabilitas Motif Penggunaan Media Tribun Jogja.com .....	35
Tabel 1.4 Reliabilitas Kepuasan Penggunaan Media Tribun Jogja.com .....	36
Tabel 2.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 2.2 Data Responden Berdasarkan Kelas .....	52
Tabel 2.3 Data Responden Berdasarkan Umur .....	53
Tabel 2.4 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pernah Mengakses Tribun Jogja.com .....	53
Tabel 2.5 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Mengakses Tribun Jogja.com .....	54
Tabel 2.6 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Durasi Mengakses Tribun Jogja.com .....	54
Tabel 3.1 Mencari Berita Peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan masyarakat, politik & agama.....	57
Tabel 3.2 Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.....	58
Tabel 3.3 Memuaskan Rasa Ingin Tahu dan Minat Umum.....	59

Tabel 3.4 Memperoleh Rasa Damai Melalui Penambahan Pengetahuan.....	60
Tabel 3.5 Menemukan Penunjang Nilai-nilai Pribadi.....	61
Tabel 3.6 Menemukan Model Perilaku.....	62
Tabel 3.7 Meningkatkan Pemahaman Tentang Diri Sendiri.....	63
Tabel 3.8 Memperoleh Pengetahuan Yang Berknaan dengan Empati Sosial.....	64
Tabel 3.9 Mengidentifikasi Diri dengan Orang Lain dan Meningkatkan Rasa Memiliki.....	65
Tabel 3.10 Menemukan Bahan Percakapan dan Interaksi Sosial .....	66
Tabel 3.11 Memperoleh Teman melalui Media Online.....	67
Tabel 3.12 Membantu menjalankan Peran Sosial.....	68
Tabel 3.13 Melepaskan Diri dari Permasalahan.....	69
Tabel 3.14 Mengisi Waktu Luang.....	70
Tabel 3.15 Menyalurkan Emosi.....	71
Tabel 4.1 Menemukan berita tentang peristiwa & kondisi yang berkaitan dengan masyarakat, politik & agama.....	73
Tabel 4.2 Menemukan Bimbingan dari Berbagai Masalah Praktis, Pendapat dan Hal-hal yang Berkaitan dengan Penentuan Pilihan.....	74

Tabel 4.3 Puas dengan Rasa Ingin Tahu dan minat umum yang saya cari .....	75
Tabel 4.4 Merasai Damai Melalui Penambahan Pengetahuan .....	76
Tabel 4.5 Menemukan Penunjang Nilai-nilai Pribadi.....	77
Tabel 4.6 Menemukan Model Perilaku Diri.....	78
Tabel 4.7 Meningkatkan Pemahaman Tentang Diri Sendiri.....	79
Tabel 4.8 Memperoleh Pengetahuan Tentang Keadaan Orang Lain.....	80
Tabel 4.9 Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.....	81
Tabel 4.10 Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.....	82
Tabel 4.11 Memperoleh Teman melalui Media Online.....	83
Tabel 4.12 Membantu Dalam Menjalankan Peran Sosial.....	84
Tabel 4.13 Dapat Melepaskan Diri Dari Permasalahan.....	85
Tabel 4.14 Bisa Mengisi Waktu Luang.....	86
Tabel 4.15 Dapat Menyalurkan Emosi.....	87
Tabel 5.1 Tabel Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Informasi Dengan Kepuasan Informasi.....	88
Tabel 5.2 Tabel Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Identitas Pribadi Dengan Kepuasan Identitas Pribadi.....	89
Tabel 5.3 Tabel Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Dengan Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial.....	91

Tabel 5.4 Tabel Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Hiburan Dengan Kepuasan Hiburan.....	93
Tabel 6.1 Skor Motif Keseluruhan.....	95
Tabel 6.2 Skor Kepuasan Keseluruhan.....	96



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Struktur Organisasi SMK Pembaharuan.....	40
Gambar 1.2 Logo SMK Pembaharuan Purworejo.....	41
Gambar 1.3 Segmentasi Pembaca SKH Tribun Jogja	
Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 1.4 Persentase Pembagian Isi Berita dalam SKH Tribun Jogja.....	46
Gambar 1.5 Logo SKH Tribun Jogja <i>(<a href="http://www.jogja.tribunnews.com">www.jogja.tribunnews.com</a>)</i> .....	47
Gambar 1.6 Distribusi Wilayah Penyebaran Tribun Jogja di Jawa Tengah.....	48

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi dan komunikasi memegang peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Manusia membutuhkan berita sebagai sumber informasi. Berita tersebut didapat melalui media, baik itu media cetak maupun media penyiaran dan pada zaman ini telah berkembang apa yang dinamakan dengan media *online*. Teknologi semakin berkembang, kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang cepat dan mudah membuka peluang bagi media *online* untuk bersaing dengan media cetak dan penyiaran<sup>2</sup>.

Berdasarkan survei yang dilakukan tahun 2019 oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia atau disingkat APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini sebanyak 171,17 juta jiwa. Adapun penduduk Indonesia sendiri sebanyak 264 juta jiwa. Dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia menggunakan internet, hal ini menunjukkan kenaikan 54,86 persen. dibandingkan pengguna internet tahun 2017 lalu. Survei

---

<sup>2</sup>Ardianto, Komala & Lukiati: *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2005), hlm. 73.

yang dilakukan melibatkan 5.900 sampel dengan margin of error 1,28 persen<sup>3</sup>.

Keistimewaan media internet dibandingkan media tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya<sup>4</sup>. Pengguna internet yang sadar terhadap kemajuan teknologi, akan mencari informasi pada sumber yang dapat diandalkan. Ketika pengguna mendengar suatu informasi terbaru yang belum diketahui atau terlambat mendapatkan informasi, maka akan muncul keinginan yang besar untuk mencari berita tersebut atau biasa disebut dengan motivasi.

Motif adalah dorongan dari dalam, dorongan sesaat, emosi atau keinginan yang menggerakkan seseorang untuk berbuat sesuatu guna mencapai tujuan secara keseluruhan<sup>5</sup>. Setiap orang mempunyai motif yang berbeda dalam menggunakan media, kemudian perbedaan tersebut menimbulkan tingkat kepuasan yang berbeda pada setiap individu ketika menggunakan media. Pemilihan terhadap media yang dilakukan oleh setiap individu secara otomatis akan disesuaikan dengan motif kebutuhan dari orang tersebut. Pemilihan terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media elektronik ataupun media cetak.

---

<sup>3</sup>Yudha Pratomo,

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>, diakses pada 31 juli 2019.

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 15.

<sup>5</sup>Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 63.

Penggunaan suatu media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari setiap orang untuk memuaskan kebutuhannya melalui perangkat multimedia seperti *smartphone*, *laptop*, *notebook*, *tablet* dan perangkat sejenisnya.

*Kotler, et al* menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya<sup>6</sup>. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Jadi, kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan dipenuhi. Pengukuran kepuasan pengguna merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pengguna merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

PT. Media Tribun Jogja merupakan salah satu anak perusahaan dari Kompas Gramedia, mempunyai dua jenis surat kabar berdasarkan dari isi beritanya, yakni surat kabar nasional dan surat kabar lokal. Surat kabar yang bersifat nasional adalah Kompas dan surat kabar yang berbasis lokal adalah Tribun Network. Kantor redaksi Tribun Jogja terletak

---

<sup>6</sup>Fandy Tjiptono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Cv. Alfabeta, 2008), hlm. 24.

di Jl. Jendral Sudirman No. 52 Yogyakarta. Distribusi wilayah penyebaran Tribun jogja di Jawa Tengah dan DIY yakni, 72,6% DIY, 6.1% Magelang, 4.5% Klaten, 4.5% Surakarta, 4.2% Semarang, 2.5% Purworejo, 1.6% Kebumen, 1.2% Salatiga, 1.1% Wonosobo, 0.9% Temanggung dan 0.8% Sukoharjo<sup>7</sup>. Ada beberapa faktor yang membuat khlayak memilih dan menggunakan media online untuk memenuhi kebutuhan kepuasan mereka, diantaranya yaitu beragam informasi yang disajikan, kecepatan dalam penayangan berita, kebenaran dalam berita. Secara umum, khlayak memilih media online yang akan digunakan berharap agar dapat memenuhi kebutuhan kepuasan mereka.

Untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti, penulis ingin menggunakan teori *uses and gratification* yang dicetuskan oleh *Elihu Katz* dkk untuk melihat kepuasan siswa yang menjadi sampel penelitian terhadap portal berita [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com). Teori ini mengasumsikan bahwa orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan caranya menggunakan (berlanggan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa<sup>8</sup>. Namun, keputusan apakah seseorang ingin

---

<sup>7</sup>Fahriany, Khair, *Company Profile Tribun Jogja*, (Yogyakarta: PT. Media Tribun Jogja, 2017) hlm. 42.

<sup>8</sup>Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 77.

menggunakan atau tidak adalah mutlak keputusan masing-masing individu. Selain itu, faktor-faktor apa saja yang menjadi kepuasan bagi siswa dalam mengakses [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) dengan melakukan penelitian survei, khususnya mengenai motif dan kuantitas penggunaannya. Survei terhadap siswa SMK Pembaharuan Purworejo dilakukan dengan pertimbangan belum pernah dilakukan penelitian yang sama di sekolah tersebut. disisi lain umur 16-29 tahun dimana orang-orang masih rajin dan aktif menggunakan media online (artikelinformasi).

Pelayanan informasi melalui internet diwujudkan oleh [tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) dalam bentuk situs [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com), yang mana di dalam situs tersebut tidak hanya berisi informasi-informasi dari berita seputaran jogja dan jawa tengah, namun situs ini dirancang khusus oleh pihak media dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih maju kepada masyarakat yang semakin akrab dengan teknologi informasi. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik mengangkat judul “Motif Penggunaan dan Kepuasan Mengakses Media [Tribunjogja.com](http://tribunjogja.com) pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif penggunaan media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan Purworejo jurusan Multimedia?
2. Bagaimana tingkat kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo jurusan Multimedia?
3. Apakah terdapat hubungan antara motif penggunaan dengan tingkat kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo jurusan Multimedia?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian:

Sesuai rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui motif penggunaan media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan Purworejo jurusan Multimedia.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo jurusan Multimedia.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara motif penggunaan dengan tingkat kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada

siswa SMK Pembaharuan purworejo jurusan multimedia.

## 2. Kegunaan Penelitian:

### a. Teoritis:

Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan keilmuan, khususnya mengenai pelayanan informasi berbasis web.

### b. Praktis:

- Pihak media dapat mengetahui apa kebutuhan prioritas dari informasi yang diinginkan oleh siswa dan bagaimana kualitas situs web yang telah dibangun tersebut dalam menanggapi kebutuhan mereka.
- Diperoleh data-data yang dapat digunakan untuk melakukan perbaikan terhadap media Tribun Jogja.com di kemudian hari, sehingga dalam hal ini siswa menjadi lebih puas.

## D. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini peneliti mengkaji beberapa tinjauan sebelumnya yang dirasa bisa membantu penelitian yang akan dilakukan ini. Berikut beberapa tinjauan tersebut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dyane Aulia Drestya, “Motif Menggunakan Sosial Media Path Pada Mahasiswa Di Surabaya”, hasil penelitian ini adalah

Penelitian ini berfokus pada motif menggunakan sosial media Path pada mahasiswa di Surabaya. Path merupakan sosial media baru yang telah menjadi sosial media dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Teori *uses and gratifications (U & G)* merupakan salah satu teori yang banyak digunakan dalam penelitian tentang penggunaan media. Teori ini memberikan perhatian pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Untuk mendapat hasil penelitian ini peneliti menggunakan motif Papacharissi dan Rubin yaitu Motif *Utility*, Motif *Passing Time*, Motif *Seeking Information*, Motif *Convenience* dan Motif *Entertainment*. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik *purposive*, sehingga didapatkan kriteria yang sesuai penelitian ini. Hasil dari penelitian ini dengan motif tertinggi pada Motif *Passing Time*, kedua Motif *Entertainment*, ketiga Motif *Convenience*, keempat Motif *Seeking Information*, dan terakhir Motif *Utility*<sup>9</sup>. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dibuat oleh Dyane Aulia Drestya terletak pada penggunaan teori utama, yaitu menggunakan teori *uses and gratifications*, sedangkan perbedaannya terletak pada sampel penelitian jika penelitian yang dilakukan oleh Dyane Aulia Drestya mengambil sampel dari mahasiswa di Surabaya, maka penelitian yang

---

<sup>9</sup>Dyane Aulia Drestya, *Motif Menggunakan Sosial Media Path Pada Mahasiswa Di Surabaya*, Universitas Airlangga, 2014.

saya lakukan mengambil sampel dari Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia dan perbedaan yang lain terletak pada media, yaitu Dyane Aulia Drestya menggunakan sosial media Path, namun penelitian ini menggunakan media *online* Tribunjogja.com sebagai objek penelitian.

Kedua, Maria Christyfera Fakoniko “Kepuasan Followers Akun Infia\_Fact dalam Mendapatkan Informasi pada Akun Infia\_Fact Di Instagram”, hasil penelitian ini adalah mengetahui kepuasan yang didapatkan *followers* akun *infia\_fact* dalam mendapatkan informasi di akun *infia\_fact*. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Sampel penelitian ini adalah *followers* akun *infia\_fact* berusia 12-24 tahun, yang merupakan target range usia dari *infia\_fact*. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pengukuran menggunakan skala likert. Ada 2 indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu indikator motif sosial dan motif informasi. Indikator yang digunakan adalah Johnson dan Yang pada tahun 2007. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa *followers* akun *infia\_fact* mendapatkan kepuasan kedua motif tersebut, dan motif yang dominan adalah motif informasi<sup>10</sup>. Persamaan penelitian

---

<sup>10</sup>Maria Christyfera Fakoniko, *Kepuasan Followers Akun Infia\_Fact dalam Mendapatkan Informasi pada Akun Infia\_Fact Di Instagram*, Universitas Kristen Petra Surabaya, 2016.

yang saya lakukan dengan penelitian yang dibuat oleh Maria Christyfera Fakoniko terletak pada penggunaan teori, yaitu menggunakan teori *uses and gratifications*, sedangkan perbedaannya terletak pada sampel penelitiannya, yaitu Maria Christyfera Fakoniko mengambil sampel dari *followers* akun *infia\_fact* berusia 12-24 tahun, penelitian yang saya lakukan yaitu mengambil sampel dari Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia dan perbedaan yang lain terletak pada media, yaitu Maria Christyfera Fakoniko menggunakan media sosial Instagram, penelitian ini menggunakan media *online* *Tribunjogja.com* sebagai objek penelitian.

Ketiga, Siti Wahyuningsih “Penggunaan Internet *Mobile* di Kalangan Mahasiswa, penelitian ini merupakan salah satu pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang kini semakin meningkat di Indonesia. Teori yang digunakan yaitu *uses and gratifications* yang diperkenalkan *Herbert Blumer dan Elihu Katz* (1974). Untuk teknik penarikan sampel dilakukan secara *purposive*, dipilih 5 (lima) titik Perguruan Tinggi yang ada di Kota Yogyakarta. pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, metode yang digunakan adalah survei ke lokasi dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan penyebaran instrumen (kuesioner) kepada mahasiswa di Kota Yogyakarta. Hasilnya menunjukkan sebagian besar mahasiswa setuju bahwa Internet *mobile* merupakan media

untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan iritasi<sup>11</sup>. Persamaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian yang dibuat oleh Siti Wahyuningsih terletak pada penggunaan teori, yaitu menggunakan teori *uses and gratifications*, sedangkan perbedaannya terletak pada sampel penelitiannya, yaitu Siti Wahyuningsih mengambil sampel dari mahasiswa di kota Yogyakarta, penelitian yang saya lakukan yaitu mengambil sampel dari Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia dan perbedaan yang lain terletak pada media, yaitu Siti Wahyuningsih menggunakan media *Internet Mobile*, namun penelitian ini menggunakan media *online* Tribunjogja.com sebagai objek penelitian.

Keempat, Latifa Kadir dengan judul “Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring Facebook (Siswa SMK Negeri 7 Samarinda)” dalam eJurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 4, 2014. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apa saja motif siswa/i SMKN 7 Samarinda dalam mengakses jejaring facebook. Hasil dari penelitian ini, yang menggunakan rumus mean untuk menghitung nilai rata-rata dapat diketahui bahwa dari keempat motif yaitu motif informasi sebesar 72% menjawab “iya”, sebesar 28% menjawab “tidak”, motif identitas pribadi sebesar 60%

---

<sup>11</sup>Siti Wahyuningsih, *Penggunaan Internet Mobile di Kalangan Mahasiswa*, Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika, 2013.

menjawab “iya”, sebesar 40% menjawab “tidak”, motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 86% menjawab “iya”, sebesar 14% menjawab “tidak”, dan motif hiburan sebesar 84% menjawab “iya”, sebesar 16% menjawab “tidak”<sup>12</sup>. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dibuat oleh Latifa Kadir terletak pada pengukuran motif yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan empat kategori motif yaitu motif informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori utama, jika yang dibuat oleh Latifa Kadir menggunakan new media sebagai teori utama, maka penelitian ini menggunakan *uses and gratification* sebagai teori utamanya. Dan juga perbedaannya terdapat pada variabel, artikel ini menggunakan satu variabel saja yaitu motif sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu motif dan kepuasan.

## E. Kerangka Teori

### 1. Teori Uses and Gratification

*Uses and gratifications* memandang audiens sebagai pengguna aktif terhadap penggunaan media dan memiliki tujuan tertentu. Audiens juga memiliki tanggung jawab

---

<sup>12</sup>Kadir Latifa, “Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring Facebook (Siswa SMK Negeri 7 Samarinda)”, eJurnal Ilmu Komunikasi, 2014.

dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya<sup>13</sup>. Pada pandangan ini, media disadari menjadi salah satu faktor yang berkontribusi pada bagaimana kebutuhan didapatkan, dan audiens dianggap sebagai agen yang tahu kebutuhan mereka dan bagaimana mereka memuaskan kebutuhan mereka itu dalam menggunakan media.

Teori *Uses and Gratification* menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan pada kebutuhannya. Menganggap bahwa orang yang aktif pada media mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi<sup>14</sup>. Dalam hal ini audiens, khalayak atau pengguna media memiliki hak dan wewenang penuh dalam memilih dan memperlakukan media. Inti dari teori ini adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, dimana dianggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan menjadikan media yang efektif.

*Elihu Katz* menggambarkan asumsi yang mendasari penelitian mengenai media *Uses and Gratification* yaitu kondisi sosial psikologis, seseorang akan menyebabkan

---

<sup>13</sup>Stephen W. Little John and Karen A. Foss, *Theories of Human Communication, Ninth Edition* (United States of America: Thomson Wadsworth, 2008), hlm. 301.

<sup>14</sup>Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2007), hlm. 101.

adanya kebutuhan yang menciptakan harapan terhadap media, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media atau keterlibatan dalam aktifitas lainnya yang akhirnya akan menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi lainnya termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya<sup>15</sup>. Kaitannya dengan penelitian ini, akan dilihat apakah audiens yang menggunakan media online mempunyai motif tertentu dan apakah ada kepuasan yang didapat setelah menggunakan media internet, maka akan terdapat hubungan antara motif dan kepuasan yang disebut *Gratifications Sought* dan *Gratifications Obtained*.

Dalam bukunya Rakhmat Kriyantono, motivasi dan rasa puas memiliki point yang sama. Artinya apabila motif seseorang menggunakan internet untuk mendapatkan informasi, maka rasa puas yang didapat adalah akibat diperolehnya informasi yang dibutuhkan itu<sup>16</sup>. Kepuasan dalam penelitian ini diukur berdasarkan motivasi dan motivasi itu yang menjadi dasar individu untuk memilih media tertentu.

Teori *Uses and Gratifications* sebelumnya telah digunakan pada media massa tradisional, tetapi juga digunakan untuk studi pada media lain termasuk teknologi media baru. Perkembangan dari teknologi baru ini akan

---

<sup>15</sup>Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 2002), hlm. 538.

<sup>16</sup>Rahkmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm. 210.

mempengaruhi struktur komunikasi dan menjadikan pilihan yang lebih besar untuk memuaskan kebutuhan komunikasi pada audiens. Peluang baru pada akses ini digeneralisasikan pada konsekuensi secara psikologis dan perilaku pada komunikasi manusia. Banyak pilihan memberikan kepuasan yang pada akhirnya akan meningkatkan peluang untuk berinteraksi dengan media, atau dengan orang lain melalui jaringan telekomunikasi<sup>17</sup>.

Pendekatan *Uses and Gratification* dapat memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman seiring dengan semakin cepat perkembangan zaman yang bergeser ke zaman digital dan para pengguna media dihadapkan dengan lebih banyaknya pilihan. Internet dan *World Wide Web* memberikan lebih banyak pilihan lagi ke pengguna. Beberapa penelitian mengamati manfaat komputer sebagai alat komunikasi. *Perse* dan *Courtright* menemukan dalam sebuah survei tahun 1988 bahwa komputer berada di peringkat terendah di antara 12 jenis komunikasi yang dimediasi dan bersifat antarpersonal dalam memenuhi kebutuhan komunikasi seperti santai, hiburan, kesadaran diri, dan kesenangan, namun demikian gambaran tersebut berubah beberapa tahun kemudian. Survei yang lain (*Perse* dan *Dunn*) secara khusus mengamati penggunaan komputer

---

<sup>17</sup>Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen, *Media Gratification Research, Current Perspectives* (London: Sage Publication, 1985), hlm. 241-242.

untuk berkomunikasi dengan orang lain melalui layanan informasi dan internet, atau yang disebut oleh para penulisnya sebagai konektivitas komputer. Orang menggunakan komputer sebagai sarana komunikasi elektronik untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial, pelarian, melewatkan waktu, dan lepas dari kebiasaan<sup>18</sup>.

## 2. Tinjauan Motif dan Kepuasan

Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif juga dikatakan sebagai daya penggerak dan melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan<sup>19</sup>.

Mcquail membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam 4 kelompok, yaitu :<sup>20</sup>

### a. Motif Informasi

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.

---

<sup>18</sup>Severin dan Tankard, *Teori Komunikasi Massa*, hlm. 362.

<sup>19</sup>A. M. Sadirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Bandung: Rajawali Pers, 2007), hlm. 73.

<sup>20</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 72.

- Belajar, pendidikan diri sendiri.
  - Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- b. Motif Identitas Pribadi
- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
  - Menemukan model perilaku.
  - Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
  - Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
- c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain.
  - Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
  - Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
  - Memperoleh teman melalui media.
  - Membantu menjalankan peran sosial.
  - Memungkinkan diri untuk dapat menghubungi keluarga, teman dan masyarakat.
- d. Motif Hiburan
- Melepaskan diri dari permasalahan.
  - Bersantai.
  - Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
  - Mengisi waktu.
  - Penyaluran emosi.

Kepentingan khalayak dalam mengakses media ditentukan oleh adanya motif-motif didalam dirinya. Jika di

hubungankan dengan konsumsi media maka akan menjadi alasan dan dorongan seseorang untuk bertindak karena adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dicapai ataupun efek dari media tersebut. Alasan yang membuat manusia bertindak atas sesuatu dengan jalan tertentu disebabkan oleh motif yang berbeda-beda, maka pola penggunaan media juga akan menunjukkan hal yang relatif tidak sama pada setiap individu<sup>21</sup>.

Kepuasan adalah hasil dari penilaian seseorang yang telah memberikan apa yang menjadi kebutuhannya<sup>22</sup>. Kita bisa memahami interaksi seseorang dengan media, melalui pemanfaatan media dan kepuasan yang diperoleh. Kepuasan yang sifatnya umum antara lain pelarian, rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi dan kontak sosial.

Kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media dikenal dengan *Gratifications Obtained (GO)*. *Gratifications Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik<sup>23</sup>. Jika suatu tindakan atau reaksi yang dilakukan seseorang berhasil memuaskan kebutuhannya, maka

---

<sup>21</sup>Rakmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001) hlm. 68.

<sup>22</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm. 183.

<sup>23</sup>Martius, *Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.Net terhadap kepuasan yang diperoleh Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru*, (Riau: Jom Fisip, 2015), hlm. 4.

tindakan tersebut akan dilakukan berulang kali dan cenderung menjadi pola tingkah laku. Sebaliknya, jika tindakan atau reaksi yang dilakukan tidak berhasil menimbulkan kepuasan, gagal dalam memenuhi kebutuhan, atau menimbulkan frustrasi, maka tindakan tidak akan diulangi lagi<sup>24</sup>.

### 3. 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<sup>25</sup>. 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.

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, bahwa media *online* adalah sebutan umum untuk

---

<sup>24</sup>Singarimbun, Masri dan Effendy, Sofian, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES,1989) hlm. 33.

<sup>25</sup>*Ibid.*, hlm. 413.

sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Di dalamnya terdapat portal, *website* (situs *web*), *radio-online*, *TV-online*, *pers-online*, *mail-online*, dan lain-lain, dengan karakteristik masing-masing.

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 *Instagram* dan sebagainya yang memberikan keleluasaan pada penggunanya 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<sup>26</sup>.

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 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.
- 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<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup>Paul Levinson, *New New Media*, (New York: Penguin Academics, 2009), hlm. 27.

<sup>27</sup>Martin Lister, dkk., *New Media a Critical Introduction*, (Kanada: Routledge, 2009), hlm. 12-13.

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 berkomunikasi 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 dibagaimanakan informasi yang sudah mereka dapatkan selama menembus ruang dan waktu dalam dunia maya.

#### **F. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penyelidikan ilmiah. Hipotesis dapat dikatakan kesimpulan sementara, merupakan suatu konsep atau gagasan yang masih perlu dibuktikan, suatu kesimpulan yang belum teruji kebenarannya. Namun perlu digaris bawahi bahwa apa yang dikemukakan dalam hipotesis adalah dugaan sementara yang dianggap besar kemungkinannya untuk menjadi jawaban yang benar<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> A.Muri Yusuf: *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 130.

Dalam penelitian ini penulis menyusun hipotesis alternative atau hipotesis kerja ( $H^a$ ) dan hipotesis statistic atau nol ( $H^o$ ) sebagai berikut :

$H^a$  : Terdapat hubungan antara Motif Penggunaan dan Kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia.

$H^o$  : Tidak terdapat hubungan antara Motif Penggunaan dan Kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia.

Untuk mengetahui penolakan atau penerimaan  $H_a$ , maka nilai  $t$  dari uji  $t$ -tes menentukan apakah nilai  $t$  memiliki nilai signifikan secara statistik atau tidak. Taraf signifikansi pada penelitian digunakan 5% atau tingkat signifikansi 0,05. Maka, jika nilai signifikan  $t$ -tes  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  dalam penelitian ini diterima, sebaliknya jika nilai signifikan saat  $t$ -tes  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  dalam penelitian ini ditolak.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana penyusunan yang akan diuraikan dalam skripsi ini. Untuk lebih memudahkan pembaca dalam penulisan skripsi ini penulis membuat sub judul dalam bab per bab yaitu sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika pembahasan.

## **BAB II : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas, reliabilitas dan analisis data.

## **BAB III : GAMBARAN UMUM**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum, visi misi dan letak geografis SMK Pembaharuan Purworejo dan [Tribunjogja.com](http://Tribunjogja.com)

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan hasil analisis data yang telah diperoleh dari responden, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, pengujian validitas dan uji realibilitas.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari permasalahan yang telah ditulis pada bagian awal penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya analisa dan pembahasan, penelitian berjudul “Motif Penggunaan dan Kepuasan Mengakses Media Tribunjogja.com pada Siswa SMK Pembaharuan Purworejo Jurusan Multimedia” dihasilkan suatu kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Motif penggunaan media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan jurusan multimedia tergolong pada tingkat “Sedang”, hal ini dibuktikan dengan olah data yang menunjukkan presentase sebesar 74,2% yang berarti tingkat motif penggunaan media Tribunjogja.com cenderung sedang dalam mengakses media Tribunjogja.com.
2. Kepuasan penggunaan mengakses media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan purworejo jurusan multimedia tergolong pada tingkat “Sedang”, hal ini dibuktikan dengan olah data yang menunjukkan presentase sebesar 82,3% yang berarti tingkat kepuasan mengakses media Tribunjogja.com pada siswa SMK Pembaharuan purworejo jurusan Multimedia cenderung sedang.

3. Dari hasil analisis menggunakan rumus chi kuadrat atau chi square dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti terdapat hubungan antara motif penggunaan dengan tingkat kepuasan pada siswa SMK Pembaharuan jurusan Multimedia dalam mengakses media [Tribunjogja.com](http://Tribunjogja.com). Hal ini dinyatakan dengan adanya 10 indikator yang mempunyai nilai lebih kecil dari pada 0,05 yang berarti indikator tersebut mempunyai hubungan motif dengan kepuasan.

## B. Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Saran diberikan pada siswa siswi SMK Pembaharuan Khususnya jurusan Multimedia agar lebih bijak memilih motif untuk menggunakan media dan juga agar bisa memilah dan memilih informasi-informasi yang di dapat dari media dengan baik karena dampak dari informasi itu mempunyai efek yang sangat besar, jikalau kita hanya menyerap informasi dari media secara mentah-mentah yang ditakutkan adalah ketika sumber dari informasi tersebut adalah berita bohong.
2. Saran kedua diberikan pada penelitian selanjutnya agar dapat dijadikan sebagai rujukan, sehingga dapat menambah keilmuan dibidang penelitian yang sama, serta diharapkan dapat lebih baik dari penelitian ini.

Dalam proses menganalisis data dapat menggunakan metode lain yang lebih bervariasi dan metode-metode yang lebih sempurna.



## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Qur'an, 3:139, terjemah ayat Al-Qur'an diambil dari Al-Qur'an dan Terjemahnya, Solo: PT.Tiga Serangkai 2017.
- Ardianto, Komala & Lukiati: *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2005.
- Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Fandy Tjiptono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Cv. Alfabeta, 2008.
- Stephen W. Little John and Karen A. Foss, *Theories of Human Communication, Ninth Edition*, United States of America: Thomson Wadsworth, 2008.
- Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2007.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 2002.
- Rahkmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen, *Media Gratification Research, Current Perspectives* London: Sage Publication, 1985.
- Severin dan Tankard, *Teori Komunikasi Massa*, 2001.
- A. M. Sadirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, Bandung: Rajawali Pers, 2007.
- Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Rahkmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Singarimbun, Masri dan Effendy, Sofian, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989.
- Paul Levinson, *New New Media*, New York: Penguin Academics, 2009.

- Martin Lister, dkk., *New Media a Critical Introduction*, Kanada: Routledge, 2009.
- A.Muri Yusuf: *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Munawar Syamsudin, Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Mcquail, Denis, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* Jakarta: Erlangga, 1996.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Furchan dalam Taniredja Tukiran & Mustafidah Hidayati, *Penelitian Kuantitatif* (sebuah Pengantar), Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada media Grup, 2013.
- Suhairsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 134-135.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan peneliti Pemula* Jakarta: Alfabeta, 2010.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2009.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publicserta Ilmu-ilmu lainnya*, Jakarta: Kencana, 2008.

R. gunawan Sudarmanrto, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: BP, UNDIP, 2003.

Company Profile Tribun Jogja dalam Fahriany dalam Khair, 2017.

Internet:

[www.jogja.tribunnews.com](http://www.jogja.tribunnews.com), diakses pada 31 juli 2019 pukul 22.15 WIB.

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>, diakses pada 31 juli 2019 pukul 21.11 WIB.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:SMK\\_Pembaharuan\\_Purworo.jpg](https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:SMK_Pembaharuan_Purworo.jpg), diakses pada tanggal 19 Agustus 2019 pukul 19.12 WIB.

<https://meopinion.wordpress.com/2010/09/27/teori-uses-and-gratifications/>, diakses pada 6 Januari 2019 pukul 16.23 WIB.

Skripsi:

Wisnujati Tika, *Motif Menonton Sinetron Anak Langit pada Jama'ah Pengajian Al-Hidayah Dusun Glonggongan Desa Tanjungsari*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), 2017.

Syafira Nabila Khairiah, *Kontroversi Pembangunan NYIA dalam Pemberitaan Tribun Jogja dan Kedaulatan Rakyat*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: 2018.

## Jurnal:

Kadir Latifa, “*Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring Facebook Siswa SMK Negeri 7 Samarinda*”, eJurnal Ilmu Komunikasi, 2014.

Maria Christyfera Fakoniko, *Kepuasan Followers Akun Infia\_Fact dalam Mendapatkan Informasi pada Akun Infia\_Fact Di Instagram*, Universitas Kristen Petra Surabaya, 2016.

Siti Wahyuningsih, *Penggunaan Internet Mobile di Kalangan Mahasiswa*, Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika, 2013.

Dyane Aulia Drestya, *Motif Menggunakan Sosial Media Path Pada Mahasiswa Di Surabaya*, Universitas Airlangga, 2014.

Martius, *Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.Net terhadap kepuasan yang diperoleh Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru*, Riau: Jom Fisip, 2015.