

PENGARUH KONTEN DAN AKSES MEDIA *ONLINE* KOMPAS.COM TERHADAP KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA S1 FAKULTAS KOMUNIKASI MERCU BUANA

Mulatua Hasiholan

Institut Pertanian Bogor
mula.simanjuntak@gmail.com

Abstract: *Information is one of human fundamental needs. Nowadays, online media is being such an alternative way to fulfil this need of information. This research aims to examine the influences of news content and access of online media to the information satisfaction of college students. The theory used in this research is cognitive model of Uses and Gratification, which the variables involved are information elements (content and access) as X variable and satisfaction obtained as Y variable. This research was conducted in Mercu Buana University, with total sample about 340 college students. Primary data collecting utilizes questionnaire technique research, where the respondents were requested giving a response based on a whole statement written intended to measure the influence of content and access of Kompas.com as an object of observation. Primary data processing using a quantitative analysis method, specifically with a multiple regression analysis. The results of this research are concluded as follows:(1) Content and access variables together significantly influence the college student information satisfaction with coefficient of determination by 56,2%, (2) Content variable significantly influence the college student information satisfaction by 24%, and (3) Access variable significantly influence the college student information satisfaction by 41,3%.*

Keywords: *content, access, information satisfaction, online media, journalism*

Abstrak: *Kebutuhan informasi adalah hal yang mendasar bagi umat manusia. Saat ini media online menjadi salah satu alternatif sumber pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten dan akses berita pada media online terhadap kepuasan informasi mahasiswa. Teori yang digunakan adalah model kognitif Uses and Gratification dengan variabel yang akan dikaji adalah komponen informasi (konten dan akses) sebagai variabel X dan komponen kepuasan (satisfaction) sebagai variabel Y. Penelitian ini dilakukan di Universitas Mercu Buana dengan sampel sebanyak 340 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen angket sebagai data primer, dimana responden diminta memberikan tanggapan terhadap seluruh pernyataan yang ada untuk mengukur pengaruh konten dan akses pada Kompas.com sebagai media kajian. Pengolahan data primer menggunakan metode analisis kuantitatif dengan uji regresi berganda. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Variabel konten dan akses secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan informasi mahasiswa dengan nilai koefisien determinasi 56,2% (2) Variabel konten berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi mahasiswa dengan nilai pengaruh sebesar 24,8% (3) Variabel akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi mahasiswa dengan nilai pengaruh sebesar 41,3%.*

Kata kunci: *konten, akses, kepuasan informasi, media online, jurnalisme*

PENDAHULUAN

Media baru merupakan hasil evolusi dari media yang lama (tradisional) dengan adanya perubahan-perubahan yang terjadi melalui perkembangan teknologi. Dengan demikian konten media baru masih didasarkan kepada konten media lama (Pavlik, 1998:73). Livingstone dan Lievrouw (2006:21) menyebutkan bahwa kebanyakan definisi dari media baru dan teknologi informasi dan komunikasi telah berfokus kepada fitur dari teknologinya yang kemudian menjadi ciri khas utama dari sebuah media baru.

Berita dan informasi menjadi salah satu item yang disampaikan baik pada media baru maupun media lama. Hiebert et al. (1984:495) mengatakan bahwa saat ini berita dan informasi menjadi hal yang sangat vital bagi asupan peradaban yang kompleks. Kita melihat berita setiap hari bukan hanya sebagai hiburan, tetapi karena peristiwa yang terjadi dan fakta-fakta yang disampaikan memiliki konsekuensi langsung dalam kehidupan kita serta tindakan yang harus kita ambil untuk dapat tetap bertahan.

Konten yang cenderung sama membuat media baru sangat bersaing dengan media tradisional dalam menyampaikan berita dan informasi. Berdasarkan Global Generational Lifestyles Survey yang dilakukan oleh Nielsen (2015) melalui 30.000 responden *online* di 60 negara disebutkan bahwa ketika konsumen ingin mengetahui berita-berita terbaru, televisi masih menjadi sumber yang paling banyak dipilih lebih dari separuh total responden, yakni sebesar 53 persen yang diikuti oleh media sosial sebesar 33 persen. Sementara itu di lain pihak, berdasarkan data survei yang dilakukan oleh APJII bersama Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia (PUSKAKOM UI) tahun 2015 ditemukan fakta bahwa ketika ditanya mengenai aktivitas yang dilakukan ketika menggunakan internet, salah satu jawaban dengan persentase tertinggi adalah mencari berita terkini dengan nilai persentase sebesar 59,7 persen. Dari paparan data tersebut semakin nyata bahwa kedua media tersebut menjadi alternatif pemuas berita dan informasi yang menjadi pilihan prioritas.

Walaupun sama-sama dipilih menjadi alat pemenuhan informasi oleh khalayak, namun terdapat perbedaan pola penggunaan antara media tradisional dengan media baru yang cukup nyata saat ini. Media tradisional mulai stagnan dan cenderung mengalami penurunan dan sebaliknya penggunaan media baru mengalami peningkatan. *Nielsen Consumer and Media View* (2015) mengatakan bahwa media tradisional, seperti televisi, radio, koran, majalah, dan tabloid, telah mencapai titik jenuhnya dan bahkan sebagian besar sudah mengalami penurunan khalayak. Sebaliknya menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2015, jumlah pengguna internet dan penetrasinya di Indonesia secara bertahap mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada 2005, jumlah pengguna internet masih berada pada angka 16 juta orang dengan nilai penetrasi sekitar 7,8 persen, namun kurang dari 10 tahun, yakni pada 2014, jumlah pengguna internet telah mencapai angka 88,1 juta orang dengan nilai penetrasi sebesar 34,9 persen.

Di tengah-tengah keunggulannya sebagai media massa yang tengah digandrungi oleh khalayak, media *online* ternyata memiliki beberapa masalah ketika menyampaikan berita dan informasi kepada khalayaknya. Mengutip ungkapan dalam Haryanto (2014:3), definisi berita yang sebelumnya bermakna “melaporkan peristiwa yang telah terjadi”, kini telah berganti makna menjadi “melaporkan peristiwa yang sedang terjadi”. Hal tersebut juga yang akhirnya mengubah gaya pemberitaan saat ini. Margianto dan Syaefullah (2011:5) menjelaskan bahwa dalam jurnalisme baru, informasi mengalir deras, sepotong-demi sepotong, sementara substansi kebenaran terasa tidak jelas. Media *online* seperti berlomba-lomba menjadi yang pertama mewartakan informasi apa pun bentuk informasi itu, terlepas dari apakah informasi itu benar atau tidak. Beberapa hasil penelitian juga mendukung hal ini. Christiany (2016) melaporkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa beberapa situs berita online mengangkat pemberitaan yang hanya bersumber dari sebuah *tweet* dan menganggapnya

sebagai sebuah fakta yang tidak terbantahkan tanpa memastikan kebenaran atau keaslian dokumen yang diposting oleh twit tersebut. Objektivitas berita yang dimuat pada situs berita online ini hampir tidak terbangun di awal pemberitaan mereka. Selain kebenaran informasi yang tidak bisa diandalkan, juga tidak dilakukan cek dan ricek atas isu ini atau menguji kebenaran atau ketepatan fakta pada subjek, objek atau saksi berita sebelum disajikan. Berita-berita yang disajikan pun cenderung tidak berimbang. Semuanya hanya menyampaikan sisi negatif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita. Selanjutnya pada Manurung (2015) terlihat hasil penelitian yang menunjukkan adanya indikasi konstruksi peristiwa hanya berdasarkan ideologi yang dianut oleh media online tersebut sehingga terlihat kurang general dalam membingkai pemberitaan.

Saat ini juga terdapat perbedaan yang cukup mencolok pada pengawasan pemberitaan media baru jika dibandingkan dengan media tradisional. Saat proses pemberitaan pada media tradisional cenderung masih mengutamakan idealisme dan kode etik jurnalisme yang lebih baik karena diawasi dengan cukup ketat sebaliknya pengawasan yang dilakukan terhadap media *online* masih cenderung longgar. Undang-undang Pers tidak mengatur soal komunitas, model-model baru praktik pemberitaan dalam media *online*, juga distribusi berita dalam ranah media sosial (Margianto dan Syaefullah, 2011:53). Dengan kondisi teknologi informasi yang semakin maju, banyak wartawan yang lebih malas untuk turun ke lapangan, berbicara dengan narasumber, guna melengkapi informasi yang akan disampaikan (Haryanto, 2014:3). Maryadi di dalam Margianto dan Syaefullah (2011) mengatakan bahwa masalah pokok dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Masalah kualitas dan kredibilitas ini bermula dari apa yang diagungkan di media massa *online* sebagai kecepatan menyampaikan informasi.

Salah satu segmen pengguna informasi yang berasal dari media *online* adalah mahasiswa. Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh APJII bersama PUSKAKOM UI tahun 2015 terlihat bahwa mahasiswa berada di posisi kedua pengguna internet berdasarkan profesi dengan nilai persentase sebesar 18 persen. Pertumbuhan dari blogs dan web berita online membuat khalayak usia muda memiliki kesempatan untuk memilih dan mengambil informasi yang sesuai dengan kepuasan personal mereka (Wilson, et al. 2011: 115). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wilson, penelitian yang dilakukan oleh Waliyadin (2010) terhadap mahasiswa Komunikasi Mercu Buana 2006 menunjukkan bahwa motivasi tertinggi mahasiswa dalam menggunakan internet adalah untuk dimensi informasi dengan persentase sebesar 76.4 persen. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Mercu Buana cukup mengandalkan internet untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap informasi. Walaupun demikian, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adiarsi et al (2015) dengan judul "Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa" dimana beberapa narasumbernya juga adalah mahasiswa komunikasi Mercu Buana menunjukkan bahwa sebagian besar narasumber yang merupakan mahasiswa komunikasi belum sepenuhnya memiliki sikap kritis terhadap pemberitaan dan pesan media dalam diri mereka.

Dengan melihat keseluruhan fenomena dan data-data yang ada maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa di tengah-tengah keraguan mengenai substansi kebenaran informasi pada media *online*, mahasiswa masih mempertahankan perilaku mencari informasi yang berasal dari media *online* tersebut, walaupun di dalam diri mahasiswa tersebut belum memiliki sikap kritis terhadap setiap informasi yang mereka temukan dalam pemberitaan media *online* yang mereka konsumsi. Berdasarkan hal inilah maka dirasa perlu adanya kajian untuk melihat apakah kondisi pemberitaan pada media *online* saat ini mampu memberikan kepuasan informasi terhadap para mahasiswa yang cukup mengandalkan kemampuan media tersebut dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Di dalam Hiebert et al. (1984:496) disebutkan bahwa kebutuhan informasi adalah hal yang mendasar bagi umat manusia. Manusia membutuhkan informasi mengenai berbagai hal

bertujuan agar dapat bertahan dalam dunia yang sangat kompleks. Lebih lanjut Hiebert et al. menyatakan bahwa media massa yang paling sukses adalah media massa yang dapat menyediakan informasi, bukan hanya hiburan. Khalayak melakukan pemilihan di antara berbagai alternatif media dan non media yang ada didasarkan kepada kebutuhannya, mereka akan memilih media yang memiliki persepsi paling dekat untuk memenuhi kebutuhannya tersebut (Rosengren et al., 1985:21). Khalayak juga menginginkan jurnalis yang menyediakan informasi tersebut untuk bersikap serius sebagai penghubung dan penafsir mengenai apa yang sedang terjadi di dunia ini (Van der Wurf dan Schoenbach, 2014:447)

Berdasarkan fakta dan data yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah, terlihat bahwa saat ini media *online* menjadi salah satu alternatif sumber pemenuhan kebutuhan informasi di samping media tradisional yang sudah lebih dulu ada. Meskipun media *online* digunakan sebagai salah satu sumber alternatif untuk mencari berita terkini, namun konten informasi yang disampaikan pada media *online* cenderung memiliki masalah dalam hal kualitas. Di tengah-tengah keraguan mengenai substansi kebenaran informasi pada media *online*, mahasiswa masih mempertahankan perilaku mencari informasi yang berasal dari media *online* tersebut, walaupun di dalam diri mahasiswa tersebut belum memiliki sikap kritis terhadap setiap informasi yang mereka temukan dalam pemberitaan media *online* yang mereka konsumsi.

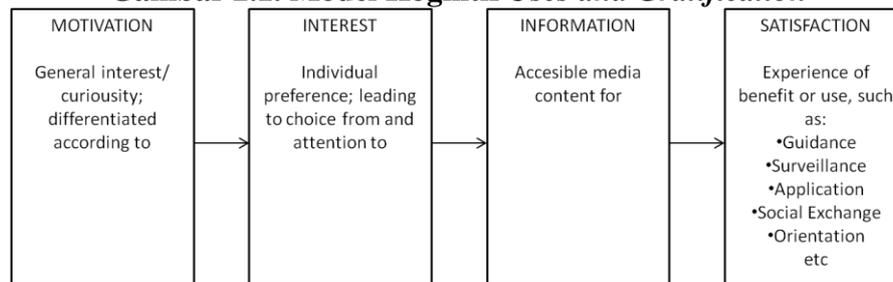
Dengan melihat keseluruhan realita yang ada, rumusan masalah yang akan dijawab melalui kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh konten berita pada media *online* terhadap kepuasan informasi yang didapatkan oleh mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh akses berita pada media *online* terhadap kepuasan informasi yang didapatkan oleh mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh konten dan akses berita pada media *online* secara bersama-sama terhadap kepuasan informasi yang didapatkan oleh mahasiswa?

KAJIAN LITERATUR

Uses and Gratification

Uses and gratification awalnya merupakan teori yang berusaha menguji sifat dari keterlibatan khalayak dan pencapaian kepuasan (*gratification*) dari menonton televisi, dengan penekanan pada motif, karakter psikologi, dan sosial yang memengaruhi penggunaan ini (Papacharissi, 2008:137). Walaupun teori *uses and gratification* secara historis banyak diaplikasikan kepada media massa (termasuk televisi), namun teori ini menjanjikan untuk digunakan dalam mempelajari media lainnya termasuk teknologi media baru (Rosengren et al., 1985:157). *Uses and gratifications* menjadi teori yang sangat penting posisinya untuk memetakan kecenderungan media baru yang menjadi suplemen atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di dalam masyarakat (Baran & Davis, 2009:238). Salah satu penelitian yang mendukung hal tersebut adalah survei yang dilakukan oleh Perse dan Dunn, 1995 (di dalam Severin dan Tankard, 2005:362) yang menyimpulkan bahwa orang menggunakan komputer dan internet sebagai media komunikasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pembelajaran, hiburan, interaksi sosial, pelarian, menghabiskan waktu, dan melepaskan diri dari rutinitas. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa seperti halnya pada media televisi, komputer dan internet yang saat ini dikenal sebagai media *online*, juga mengarahkan khalayak kepada gratifikasi-gratifikasi tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka masing-masing.

Gambar 2.1. Model Kognitif *Uses and Gratification*

Sumber: McQuail (1984) di dalam Windahl et al., 1992

Penelitian ini akan menggunakan model kognitif dari pendekatan *uses and gratification* untuk melihat bagaimana khalayak memperoleh kepuasan informasi melalui penggunaan media *online*. Model kognitif dalam pendekatan *uses and gratification* telah berusaha dijelaskan oleh beberapa literatur. Model ini merupakan sebuah turunan dari model transmisi (penyampaian informasi) dari media massa. Mcquail di dalam Windahl et al. (1992:161) menjelaskan bahwa penelitian *uses and gratification* dapat dibedakan antara tipe kognitif dan kultural dari konten dan penggunaan media. Model kognitif adalah model yang paling menyerupai model dominan dari model *uses and gratification*. Model kognitif menjelaskan bahwa konten media digunakan untuk mendapatkan kepuasan melalui teks. Model kognitif menghubungkan penggunaan media kepada aspek-aspek kehidupan sehari-hari, seperti untuk mengetahui lingkungan sekitar, memperoleh bantuan dalam membuat sebuah pilihan, dan sebagainya. Tidak jauh berbeda dengan yang dijelaskan oleh Mcquail, Bryant dan Zillmann (2002:534) menyebutkan orientasi penggunaan media dalam pendekatan *uses and gratification* dapat dibagi menjadi ritual dan instrumental. Orientasi instrumental inilah yang sama dengan model kognitif menurut Mcquail. Bryant dan Zillmann (2002:535) menjelaskan orientasi instrumental adalah pencarian konten media tertentu dengan alasan informasional. Orientasi ini memerlukan paparan yang lebih besar kepada berita dan konten informasional yang realistis. Penggunaan instrumental lebih aktif dan bertujuan. Di dalam Rosengren et al., (1985:157), model kognitif dijelaskan sebagai pandangan scientific. Pandangan scientific dalam komunikasi lebih kepada alat kepada tujuan, sebagai instrumental dibandingkan expressive. Pandangan scientific berfokus kepada informasi.

Konten Media, Informasi, dan Berita

Berdasarkan model transmisi dari komunikasi massa, konten media massa dikaitkan dengan fungsinya sebagai proses penyampaian (*transmission*) dari sejumlah informasi (Mcquail, 2010:69). Konsep informasi masih sulit untuk didefinisikan secara pasti, walaupun demikian elemen sentralnya adalah kemungkinan kapasitasnya untuk mengurangi ketidakpastian (Mcquail, 2010:350). Berkaitan dengan fungsi informasi media massa, Windahl et al. (1992:136) menjelaskan bahwa penyampaian informasi akan menghasilkan publik yang lebih berpengetahuan, sehingga memungkinkan mereka mengambil keputusan yang lebih baik, dan berita dapat memenuhi fungsi ini. Berita adalah suatu hal yang berbeda dari informasi. Informasi berhubungan dengan berbagai subjek yang ada di dunia, namun informasi tidak menjadi sebuah berita sampai jurnalis memilih untuk menyajikannya melalui media berita Hiebert et al. (1984:496). Beberapa elemen konten berita yang secara spesifik akan digunakan sebagai dimensi konten media massa dalam penelitian ini adalah: objektivitas, akurasi, kelengkapan berita, adil dan berimbang, serta nilai berita.

Akses Media

Akses media dapat dibagi menjadi dua bagian utama, yakni: teknologi dan konten. Akses teknologi ditujukan kepada hardware (perangkat keras) dan pertimbangan infrastruktur. Akses teknologi dapat dibagi menjadi dua bagian, yakni: akses fisik kepada komputer (atau fisik media lainnya) dan akses kepada jaringannya (internet) yang disebut dengan akses sistem. Setelah akses kepada teknologi dapat terselesaikan, selanjutnya akan dilanjutkan ke akses terhadap konten. Akses konten berfokus kepada motivasi untuk menggunakan teknologi informasi dan kemampuan untuk memroses makna saat pengguna sudah terhubung kepada sistem komunikasi yang ada. Akses konten dapat dibagi menjadi dua bagian, yakni: akses sosial dan akses kognitif. Akses sosial kepada media lebih berfokus kepada demografi dari pengguna media yang berkaitan dengan pengaruh sosial. Sedangkan akses kognitif menjelaskan sumber daya psikologis pengguna yang dibawa kepada penggunaan komputer dan ditujukan bagaimana individu berorientasi kepada media, mengolah informasi, dan terikat dengan pemecahan masalah ketika menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini akan mengkaji akses media pada level individual, dimana dimensi akses teknologi yang akan dikaji adalah akses kepada jaringan (internet), dan dimensi akses konten yang akan dikaji adalah akses kognitif yang terkait dengan sifat interaktivitas media online.

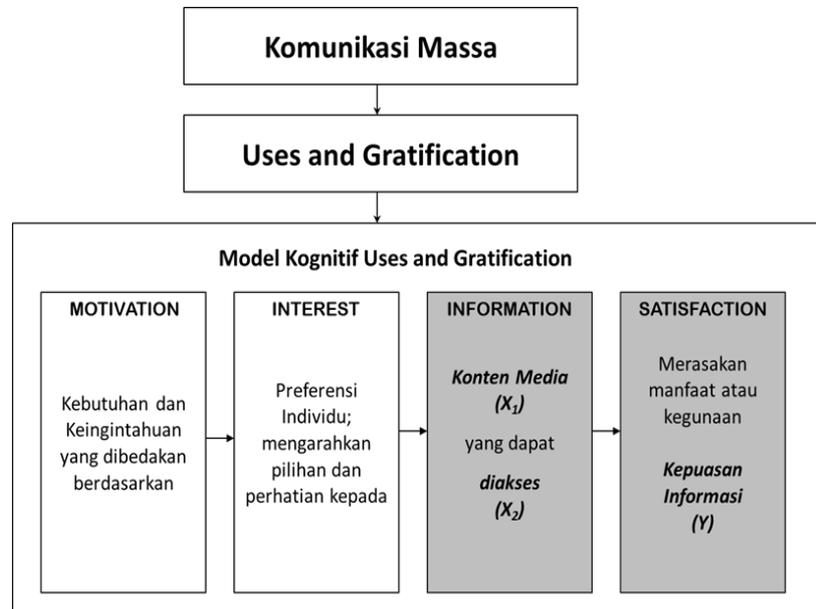
Kepuasan Informasi

Kepuasan informasi merupakan salah satu konsep yang sangat terkait dengan pendekatan *uses and gratification* pada model kognitif. Pada model ini, kebutuhan sosial dan psikologis khalayak terhadap media massa yang ditekankan adalah kebutuhan untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman. Rosentiel dan Kovach (2007:12) mengatakan bahwa tujuan utama dari jurnalisme adalah menyediakan informasi yang diperlukan oleh khalayak agar mampu mengatur diri mereka secara mandiri. Rosentiel dan Kovach (2007:15) juga menyebutkan bahwa berita merupakan bagian komunikasi yang menjaga khalayak agar tetap terinformasi mengenai perubahan yang terjadi di dunia luar. Dikarenakan berita merupakan materi yang digunakan khalayak untuk belajar dan berpikir mengenai dunia di luar diri mereka, maka kualitas yang paling penting dari sebuah berita adalah berita tersebut harus dapat digunakan dan diandalkan (Rosentiel dan Kovach, 2007:37).

Khalayak menginginkan cerita yang akurat dan tertulis dengan jelas yang memberikan informasi secara cepat (Craig, 2005). Dalam memenuhi kebutuhan informasi ini, khalayak akan mempertimbangkan untuk menggunakan berbagai media berdasarkan ketersediaan dan tingkat aksesibilitasnya untuk memenuhi kebutuhan tertentu yang dirasakan (Rosengren et al., 1985). Media massa secara nyata berhasil dalam memberikan informasi, dan untuk kebanyakan orang, media massa adalah sumber satu-satunya informasi pada banyak topik (Agee et al., 1982). Menurut Mcquail (1991:72) kepuasan terhadap motif informasi terpenuhi ketika khalayak: (1) Mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat sekitar, (2) Memeroleh berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia, (3) Mendapat bimbingan menyangkut berbagai masalah, (4) Mendapat bimbingan menyangkut berbagai pendapat, dan (5) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. Selanjutnya dari sisi akses, Bucy et al. (2004:65) memaparkan bahwa kemampuan untuk secara efektif menghadapi dan mengambil manfaat informasi dari kompleksitas teknologi akan memberikan banyak keuntungan termasuk memberikan hasil dalam pembelajaran, penambahan pengetahuan, dan peningkatan manfaat.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori-teori serta konsep-konsep yang telah dipaparkan sebelumnya, dan agar posisi permasalahan dalam penelitian ini menjadi jelas mengenai variabel-variabel yang terlibat, maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat diilustrasikan sebagaimana yang ditunjukkan dalam Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh konten dan akses berita pada media *online* terhadap kepuasan informasi mahasiswa

H_a : Terdapat pengaruh konten dan akses berita pada media *online* terhadap kepuasan informasi mahasiswa

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Universitas Mercu Buana. Lokasi penelitian ini dipilih, karena sebagai “*Toward World Class University*”, Universitas Mercu Buana telah menerapkan banyak sistem *online* dalam proses akademiknya (*E-learning*), termasuk untuk perkuliahan, pengerjaan tugas akhir, maupun bimbingan skripsi dan tesis (<http://www.mercubuana.ac.id/id/publikasi-media>). Hal ini membuat Universitas Mercu Buana menjadi lokasi penelitian yang sesuai, dimana para mahasiswanya diharapkan merupakan orang-orang yang sudah akrab dan terbiasa mengakses informasi menggunakan media *online*. Universitas Mercu Buana juga menjadi salah satu universitas yang sebagian besar program studinya mendapat akreditasi yang baik dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. Selain itu, jika dilihat berdasarkan pemeringkatan universitas berbasis kepada web mereka, universitas Mercu Buana terlihat berhasil mendapatkan posisi yang cukup baik. Berdasarkan 4ICU, situs yang melakukan penilaian *University Web Ranking* yang dimiliki oleh perguruan tinggi seluruh dunia, Mercu Buana berhasil menduduki posisi ke-2 di Jakarta, dan posisi ke-10 teratas di Indonesia (sumber: www.4icu.org). Sedangkan berdasarkan Webometrics, situs pemeringkatan yang didasarkan kepada visibilitas dan aktivitas web suatu universitas, Mercu Buana berada pada posisi ke-4 di Jakarta, dan ke-43 di Indonesia (sumber: www.webometrics.info). Data-data tersebut semakin menguatkan fakta

bahwa Mercu Buana merupakan universitas yang memiliki kualifikasi yang baik dari segi pemanfaatan teknologi komunikasi berbasis web untuk meningkatkan kualitas universitasnya.

Media *online* yang akan diteliti dalam kajian ini adalah Kompas.com. Selain karena berada di bawah naungan nama besar Kompas yang memiliki asosiasi cukup kuat sebagai *News Brand Media*, Kompas.com juga dipilih karena merupakan salah satu portal berita dengan pengunjung terbanyak, yakni urutan kedua setelah Detik.com (Alexa, Analytic Toolkit - Amazon.Com Company Data per tanggal 18 Februari 2015). Tema berita di Kompas.com yang dipilih menjadi materi observasi pada penelitian ini adalah “Prostitusi Anak untuk Gay”. Tema ini dipilih karena merupakan isu sosial yang sangat menarik perhatian masyarakat dikarenakan menimbulkan korban yang cukup banyak terutama pada rentang usia remaja dan pemuda. Berdasarkan data yang dilansir dari Kompas.com itu sendiri, hingga 02 September 2016, polisi telah mengungkap total korban prostitusi anak untuk kaum gay sebanyak 103 orang dimana keseluruhan korban tersebut berumur di bawah 23 tahun. Sementara itu, pada artikel lainnya, Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Yohana Yembise mengatakan ada 3.000 anak laki-laki yang menjadi korban perdagangan anak yang menasar klien penyuka sesama jenis kelamin di Indonesia.

Penelitian ini, secara khusus pada bagian persiapan angket, pengumpulan data, analisis data dan penulisan laporan dilakukan pada September 2016 - Desember 2016.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei untuk membuktikan hubungan kausalitas. Neuman (2006:344) menjelaskan penelitian survei sebagai penelitian yang mengajukan pertanyaan kepada sejumlah besar orang tentang keyakinan, pendapat, karakteristik serta perilaku mereka. Penelitian survei akan sangat sesuai jika peneliti ingin mempelajari tentang keyakinan atau perilaku yang dilaporkan sendiri. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini cukup sesuai untuk menggunakan metode survei, dimana penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana penilaian khalayak (mahasiswa) dalam mengukur kepuasan informasi yang dihasilkan dari konten dan akses yang terdapat pada media *online*.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2003:72). Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, karena dengan bidang keilmuan yang mereka miliki, mereka diharapkan dapat dengan lebih mudah untuk mengerti dan memahami pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan pada topik penelitian ini. Melalui pemilihan subjek tersebut maka diketahui jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 2.214 orang (data BAA Universitas Mercu Buana 2012-2015).

Operasionalisasi variabel adalah mengukur konsep abstrak menjadi besaran-besaran yang dapat terukur (Rakhmat, 2005:12). Mengoperasionalkan variabel sama dengan menjelaskan variabel berdasarkan parameter atau indikator-indikatornya. Sebuah variabel harus dioperasionalkan agar dapat diukur. Dalam operasionalisasi variabel, variabel akan diberikan indikator sebagai parameter pengukuran pada penelitian ini, yakni:

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel X₁

Variabel X ₁			
Variabel	Dimensi	Keterangan	Skala
Konten Berita	Objektivitas	Berita yang dibuat selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, bebas dari prasangka.	Skala Likert: • Sangat Setuju (Skor 5) • Setuju (Skor 4) • Netral (Skor 3)
	Akurasi	(1) Kesesuaian laporan kepada persepsi sumber berita atau subjek dari yang diberitakan, (2) Ketepatan dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai oleh penyajian detail-detail fakta dan oleh tekanan yang diberikan fakta-faktanya.	
	Kelengkapan	Kekayaan informasi berdasarkan jumlah fakta	

		yang ditawarkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak setuju (Skor 2) • Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
	Adil dan Berimbang	Keseimbangan dalam menentukan pilihan dan sumber, sehingga dapat merefleksikan sudut pandang (<i>point of view</i>) yang berbeda, dan juga sebagai presentasi dari dua sisi di mana penilaian dan fakta akan diadu.	
	Nilai Berita	Asumsi-asumsi intuitif tentang apa yang menarik bagi khalayak, terdiri atas: (1) Aktualitas, (2) Kedekatan, (3) Keterkenalan	

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel X₂

Variabel X ₂			
Variabel	Dimensi	Keterangan	Skala
Akses Berita	Teknologi	Akses terhadap fungsi sistem media (termasuk jaringan)	Skala Likert: <ul style="list-style-type: none"> • Sangat Setuju (Skor 5) • Setuju (Skor 4) • Netral (Skor 3) • Tidak setuju (Skor 2) • Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
	Kognitif	Bagaimana individu berorientasi kepada media, mengolah informasi, dan terikat dengan pemecahan masalah ketika menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (termasuk dalam sifat interaktivitas media baru)	

Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Y

Variabel Y			
Variabel	Dimensi	Keterangan	Skala
Kepuasan Informasi	Kepuasan Informasi	(1) Mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat sekitar, (2) Memperoleh berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia, (3) Mendapat bimbingan menyangkut berbagai masalah, (4) Mendapat bimbingan menyangkut berbagai pendapat, (5) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.	Skala Likert: <ul style="list-style-type: none"> • Sangat Setuju (Skor 5) • Setuju (Skor 4) • Netral (Skor 3) • Tidak setuju (Skor 2) • Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan apakah butir-butir pertanyaan pada kuisisioner telah valid untuk digunakan mengukur variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Validitas ditentukan dengan menggunakan kriteria r_{hitung} ditemukan nilainya positif dan lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} . Dari hasil output SPSS 22 yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} keseluruhan butir pertanyaan pada variabel konten (X_1), variabel akses (X_2) dan variabel kepuasan informasi (Y) memiliki nilai yang positif dan lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} , dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel-variabel tersebut telah valid untuk digunakan sebagai instrument penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah butir-butir pertanyaan pada angket dapat diandalkan (reliabel) ketika digunakan untuk mengukur variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Reliabilitas ditentukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing butir pertanyaan. Jika nilai alpha hitung lebih besar dari 0,60 maka instrumen

telah memenuhi syarat reliabilitas sehingga instrumen dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Dari hasil output SPSS 22 yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha keseluruhan butir pertanyaan pada variabel konten (X₁), variabel akses (X₂) dan variabel kepuasan informasi (Y) memiliki nilai di atas 0.80, dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel variabel tersebut sudah reliabel untuk digunakan sebagai instrument penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengukur hubungan atau tingkat asosiasi antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Besarnya nilai koefisien korelasi berganda diketahui dengan melihat besarnya nilai R pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Nilai R

Model	R
1	.752 ^a

a. Predictors: (Constant), AKSES, KOI
 b. Dependent Variable: INFO

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 22, Oktober 2016

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai R pada model penelitian adalah sebesar 0,752, yang berarti hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen terjadi secara simultan bersifat kuat.

Selanjutnya, untuk melihat besarnya koefisien korelasi di antara variabel-variabel yang terlibat dalam model penelitian ini dapat menggunakan angka yang terdapat pada tabel 4.2. Korelasi antar variabel penelitian ditujukan untuk memastikan adanya hubungan antara variabel sebelum diuji lebih lanjut untuk menyimpulkan pengaruh yang ditimbulkan antar variabel penelitian melalui uji signifikansi parsial dan simultan.

Tabel 4.2 Nilai Koefisien Korelasi Antar Variabel

		KONTEN	AKSES	INFO
KONTEN	Pearson Correlation	1	.525**	.697**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	340	340	340
AKSES	Pearson Correlation	.525**	1	.605**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	340	340	340
INFO	Pearson Correlation	.697**	.605**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	340	340	340

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 22, Oktober 2016

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Koefisien korelasi variabel independen konten dan variabel independen akses adalah sebesar 0.525, yang berarti hubungan di antara kedua variabel tersebut cukup kuat dan searah. Korelasi tersebut dinyatakan signifikan karena angka Sig pada tabel tersebut sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05.

- b. Koefisien korelasi variabel independen konten dan variabel dependen kepuasan informasi adalah sebesar 0,697, yang berarti hubungan di antara kedua variabel tersebut kuat dan searah. Korelasi tersebut dinyatakan signifikan karena angka Sig pada tabel tersebut sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05.
- c. Koefisien korelasi variabel independen akses dan variabel dependen kepuasan informasi adalah sebesar 0,605, yang berarti hubungan di antara kedua variabel tersebut kuat dan searah. Korelasi tersebut dinyatakan signifikan karena angka Sig pada tabel tersebut sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05.

Uji Signifikansi Parsial (Uji statistik t)

Angka yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen konten dan pengaruh variabel akses masing-masing secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa dapat diketahui dengan melihat nilai *unstandardized coefficients* beta pada tabel 4.3, sedangkan untuk pengujian hipotesisnya menggunakan nilai t pada tabel yang sama.

Tabel 4.3 Nilai Koefisien Variabel Independen

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,125	1,548		3,958	,000
	KONTEN	,248	,020	,524	12,401	,000
	AKSES	,413	,053	,330	7,824	,000

a. Dependent Variable: INFO

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 22, Oktober 2016

1. Pengaruh Konten Secara Parsial Terhadap Kepuasan Informasi Mahasiswa

Untuk melihat apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen konten dengan variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

- a. Menentukan hipotesis yang akan diuji, yaitu:
 - H₀: Tidak terdapat hubungan linear antara variabel independen konten dengan variabel dependen kepuasan informasi.
 - H₁: Terdapat hubungan linear antara variabel independen konten dengan variabel dependen kepuasan informasi.
- b. Menentukan taraf keyakinan.

Taraf keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dengan signifikansi sebesar 5%.
- c. Menghitung besarnya nilai t penelitian (*t_{hitung}*).

Nilai *t_{hitung}* variabel konten menggunakan angka yang tertera pada tabel 4.3. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai *t_{hitung}* adalah sebesar 12,401.
- d. Menghitung besarnya nilai *t_{tabel}*.

Derajat kebebasan/*Degree of Freedom* penelitian ini diperoleh dengan ketentuan:

$$df = n - 2$$

$$df = 338$$

Dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0.05 dan nilai df sebesar 338, maka diperoleh angka *t_{tabel}* sebesar 1,967.
- e. Menentukan daerah penolakan H₀ dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika *t_{hitung}* > *t_{tabel}*, H₀ ditolak dan H₁ diterima;

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk menentukan apakah pengaruh signifikan atau tidak, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Jika $Sig < 0,05$ maka pengaruh signifikan;

Jika $Sig > 0,05$ maka pengaruh tidak signifikan.

f. Hasil pengujian hipotesis

Hasil pengolahan data responden dengan menggunakan SPSS 22 menunjukkan angka t_{hitung} sebesar 12,401 lebih besar jika dibandingkan dengan angka t_{tabel} sebesar 1,967. Dengan demikian keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Keputusan tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel independen konten dengan variabel dependen kepuasan informasi. Karena adanya hubungan linear di antara kedua variabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen konten mempengaruhi variabel dependen kepuasan informasi. Besarnya pengaruh variabel independen konten terhadap variabel dependen kepuasan informasi dapat diketahui dari nilai *unstandardized coefficients beta* pada tabel 4.3, yakni sebesar 0,248 atau sebesar 24,8%. Pengaruh tersebut signifikan, hal ini diketahui karena angka Sig pada tabel tersebut sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05.

2. Pengaruh Akses Secara Parsial Terhadap Kepuasan Informasi Mahasiswa

Untuk melihat apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen akses dengan variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

a. Menentukan hipotesis yang akan diuji, yaitu:

H_0 : Tidak terdapat hubungan linear antara variabel independen akses dengan variabel dependen kepuasan informasi.

H_1 : Terdapat hubungan linear antara variabel independen akses dengan variabel dependen kepuasan informasi.

b. Menentukan taraf keyakinan.

Taraf keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dengan signifikansi sebesar 5%.

c. Menghitung besarnya nilai t penelitian (t_{hitung}).

Nilai t_{hitung} variabel akses menggunakan angka yang tertera pada tabel 4.3. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar 7,824.

d. Menghitung besarnya nilai t_{tabel} .

Derajat Kebebasan/*Degree of Freedom* penelitian ini diperoleh dengan ketentuan:

$$df = n - 2$$

$$df = 338$$

Dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0.05 dan nilai df sebesar 338, maka diperoleh angka t_{tabel} sebesar 1,967.

e. Menentukan daerah penolakan H_0 dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima;

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk menentukan apakah pengaruh signifikan atau tidak, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Jika $Sig < 0,05$ maka pengaruh signifikan;

Jika $Sig > 0,05$ maka pengaruh tidak signifikan.

f. Hasil pengujian hipotesis

Hasil pengolahan data responden dengan menggunakan SPSS 22 menunjukkan angka t_{hitung} sebesar 7,824 lebih besar jika dibandingkan dengan angka t_{tabel} sebesar 1,967. Dengan demikian keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Keputusan tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel independen akses dengan variabel dependen kepuasan informasi.

Karena adanya hubungan linear di antara kedua variabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen akses mempengaruhi variabel dependen kepuasan informasi. Besarnya pengaruh variabel independen akses terhadap variabel dependen kepuasan informasi dapat diketahui dari nilai *unstandardized coefficients beta* pada tabel 4.3, yakni sebesar 0,413 atau sebesar 41,3%. Pengaruh tersebut signifikan, hal ini diketahui karena angka Sig pada tabel tersebut sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05.

3. Pengaruh Akses dan Konten Terhadap Kepuasan Informasi Mahasiswa

Angka yang menunjukkan apakah terdapat pengaruh variabel independen konten dan pengaruh variabel independen akses secara bersama-sama terhadap variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa dapat diketahui dengan melakukan uji nilai F yang terdapat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Nilai Goodness of Fit

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2663,060	2	1331,530	218,817	.000 ^b
	Residual	2050,693	337	6,085		
	Total	4713,753	339			

a. Dependent Variable: INFO

b. Predictors: (Constant), AKSES, KONTEN

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 22, Oktober 2016

Berikut adalah tahapan untuk melakukan uji F pada penelitian ini.

a. Menentukan hipotesis yang akan diuji, yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh variabel independen konten dan pengaruh variabel independen akses secara bersama-sama terhadap variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa

H_1 : Terdapat pengaruh variabel independen konten dan pengaruh variabel independen akses secara bersama-sama terhadap variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa

b. Menentukan taraf keyakinan.

Taraf keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dengan signifikansi sebesar 5%.

c. Menghitung besarnya nilai F penelitian (F_{hitung}).

Nilai F_{hitung} dalam uji ini menggunakan angka yang tertera pada tabel 4.4. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 218,817.

d. Mencari besarnya nilai F_{tabel} .

Derajat kebebasan/*Degree of Freedom* pada uji ini diperoleh dengan ketentuan:

$$df1 = k - 1 \qquad df2 = n - k$$

$$df1 = 2 \qquad df2 = 337$$

Dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0.05 dan nilai $df1$ sebesar 2 dan nilai $df2$ sebesar 337, maka diperoleh angka F_{tabel} sebesar 3,022.

- e. Menentukan daerah penolakan H_0 dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima;

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk menentukan apakah pengaruh signifikan atau tidak, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Jika $Sig < 0,05$ maka pengaruh signifikan;

Jika $Sig > 0,05$ maka pengaruh tidak signifikan.

- f. Hasil pengujian hipotesis

Hasil pengolahan data responden dengan menggunakan SPSS 22 menunjukkan angka F_{hitung} sebesar 218,817 lebih besar jika dibandingkan dengan angka F_{tabel} sebesar 3,022. Dengan demikian keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Keputusan tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel independen konten dan variabel independen akses secara bersama-sama terhadap variabel dependen kepuasan informasi mahasiswa. Pengaruh tersebut dinyatakan signifikan, hal ini diketahui karena angka Sig pada tabel tersebut sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05.

Uji Determinasi (R^2)

Pengaruh variabel konten dan akses secara simultan terhadap variabel kepuasan informasi mahasiswa dapat diketahui dengan menggunakan nilai R square (*adjusted*) pada tabel *Model Summary* yang merupakan hasil olahan data responden dengan menggunakan SPSS 22 seperti yang tertera pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Nilai R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.565	.562	2,46681

a. Predictors: (Constant), AKSES, KONTEN

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 22, Oktober 2016

Besarnya nilai *adjusted R square* pada tabel 4.5 adalah 0,562. Nilai yang dimiliki oleh *adjusted R square* tersebut menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *adjusted R square* dapat dikonversi ke dalam persentase dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 56,2\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 56,2%. Nilai tersebut dapat dipahami sebagai besarnya pengaruh variabel konten dan akses terhadap variabel kepuasan informasi mahasiswa. Hal ini berarti sebesar 56,2% kepuasan informasi mahasiswa dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel konten dan akses, sedangkan sisanya (43,8%) dijelaskan oleh pengaruh lain di luar model pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini pada dasarnya merupakan kajian terhadap model kognitif *uses and gratification* yang ingin melihat seberapa besar pengaruh konten dan akses berita pada media *online* terhadap kepuasan informasi. Uji yang dilakukan adalah uji regresi untuk menemukan koefisien determinasi (*R square*) yang akan menjelaskan seberapa jauh kemampuan model regresi yang diperoleh dari hasil penelitian mampu menerangkan variasi dari variabel dependen kepuasan informasi. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas dan sebaliknya nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013:97). Menurut Singh (2007; 181) secara luas telah diterima dalam aplikasi ilmu sosial dan psikologi bahwa nilai *R square* di atas 75% adalah sangat baik, di antara 50-75% adalah baik, di antara 25-50% adalah moderat, dan di bawah 25 adalah buruk. Nilai adjusted *R square* yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebesar 56,2%. Hal ini berarti bahwa kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen kepuasan informasi termasuk dalam kategori baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model kognitif *uses and gratification* terbukti melalui nilai regresi penelitian yang menjelaskan bahwa 56,2% kepuasan informasi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel konten dan akses.

Berdasarkan besarnya nilai pengaruh masing-masing variabel independen yang diperoleh dari hasil penelitian ini, terlihat bahwa variabel akses memiliki pengaruh parsial yang lebih besar terhadap kepuasan informasi dibandingkan pengaruh yang diberikan oleh variabel konten, dimana pengaruh variabel akses adalah sebesar 41,3% sedangkan pengaruh variabel konten adalah sebesar 24,8%. Terkait dengan hal ini, McLuhan di dalam Straubhaar (49:2012) menjelaskan bahwa teknologi komunikasi akan menentukan sebuah budaya, dimana pada akhirnya bentuk media menjadi lebih penting dibandingkan kontennya. Demikian pula yang terjadi dengan hadirnya teknologi komunikasi media baru dan internet, dimana kemudahan dan kecepatan akses sebagai sebuah karakter utama media online terlihat lebih berpengaruh dibandingkan dengan konten yang dihidirkannya.

Analisis Pengaruh Konten Media terhadap Kepuasan Informasi

Meskipun nilai pengaruh parsial variabel konten berada di bawah pengaruh variabel akses, namun variabel konten tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perolehan kepuasan informasi. Walaupun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa indikator konten Kompas.com ternyata tidak dinilai terlalu cemerlang oleh para responden. Penilaian mengenai kemampuan Kompas.com di dalam mendukung dan menguatkan berita melalui bukti dan fakta ternyata tidak menunjukkan nilai persentase persetujuan yang tinggi, hal ini terlihat pada respon pernyataan “Mencantumkan bukti fakta dan data” (63,8%), “Bukti yang ditunjukkan mendukung isu” (63,5%), dan “Semua pihak terwakilkan” (62,4%). Nilai persetujuan yang lebih rendah bahkan ditemukan pada beberapa indikator objektivitas dan keberimbangan yang juga seakan-akan menunjukkan keraguan responden pada konten berita yang disampaikan oleh Kompas.com. Hal ini terlihat pada respon pernyataan “Tidak terdapat opini” (41,5%), “Tidak terdapat tuduhan” (50,9%), “Tidak menyerang privasi” (57,1%), dan “Bersikap kritis dan mengawasi” (58,2%).

Pada media *online*, banyaknya jumlah pembaca memang tidak selalu seiring sejalan dengan kualitas konten dan kepercayaan para pembaca terhadap konten itu sendiri. Hal ini menjadi salah satu alasan yang membuat pengaruh variabel konten menjadi lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh variabel akses terhadap kepuasan informasi. Banyak pembaca media *online* yang datang untuk membaca suatu portal berita dikarenakan pengaruh nama besar yang dimiliki oleh portal berita itu sendiri, apalagi jika portal berita tersebut merupakan salah satu pemain besar koran nasional seperti Kompas (Straubhaar, 103:2012). Dengan

naungan koran Kompas, Kompas.com sedikit banyak mendapatkan keuntungan dalam hal kredibilitas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pooler et al. (2010) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap kredibilitas media tradisional masih lebih baik dibandingkan dengan media *online*. Mengacu kepada penelitian tersebut, dengan melekat dan memiliki nama yang serupa dengan *brand* media tradisionalnya yang sudah lebih dulu ada dan sangat dikenal masyarakat, tentu akan berdampak baik pada sebuah media *online*, termasuk Kompas.com.

Adanya perkembangan teknologi komunikasi juga membuat semakin banyak berita yang disediakan oleh berbagai sumber. Kehadiran media *online* sebagai bagian media konvensional yang hadir untuk memperkuat media konvensional agar memperluas jaringan pembaca melalui distribusi berita yang lebih beragam (Nurliah, 2011). Konsumen kini banyak memiliki banyak alternatif untuk menggunakan *platform* yang lebih cepat dan nyaman (Rusadi, 2012: 121). Penyampaiannya pun menggunakan teknologi yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Hal ini membuat khalayak dapat memilih informasi yang mereka inginkan kapan pun mereka membutuhkannya (Biagi, 2010: 258). Kondisi tersebut membuat lahirnya sejumlah media online sebagai sumber informasi yang mengandalkan "tulisan amatir" yang sering disebut dengan jurnalisme warga (*citizen journalism*). Bergantung kepada berita yang disampaikan oleh jurnalisme warga tentunya memiliki beberapa resiko, terutama pada lemahnya kredibilitas dan objektivitas dari para jurnalis warga itu sendiri. Dengan demikian pembaca akan sering menemukan kesulitan untuk mengetahui apakah jurnalis warga tersebut memiliki agenda tersembunyi, atau seberapa besar wawasan yang mereka memiliki dalam melakukan kaidah jurnalistik (Dominick, 92:2009). Kekhawatiran juga mungkin akan muncul ketika latar belakang pendidikan mereka bukan di bidang jurnalistik tetapi mereka yang memiliki motivasi dan latar belakang secara individual yang memiliki kecintaan pada profesi jurnalisme (Rusadi, 2012:120). Selain itu, beberapa wartawan juga sering dengan mudahnya melakukan *copy paste* berita tanpa menyebutkan sumber pengutipan yang berasal dari media *online* lainnya yang berujung berita yang diangkat di media *online* seringkali sama dengan media *online* lainnya (Hidayat, 2015: 299)

Selain industri formal, jurnalisme warga dengan berbagai jenis pelaporan yang mereka berikan juga berkontribusi dalam semakin meluasnya cakupan dan keragaman sumber-sumber informasi pada praktik jurnalistik (Van der Haak, et al. 2012). Banyaknya pilihan informasi yang tersedia saat ini juga membuat khalayak memiliki sifat membandingkan antara konten yang dimiliki media *online* yang satu dengan yang lainnya. Seiring dengan semakin seringnya khalayak bertualang secara *online* untuk membandingkan konten tersebut, mereka akan menggunakan media baru dengan cara yang lebih imajinatif. Pembaca akan mengharapkan serta menuntut lebih banyak terhadap apa yang disampaikan oleh media *online* tersebut (Siapera, 135:2012). Khalayak biasanya tidak langsung percaya dengan satu sumber saja. Khalayak baru akan merasa yakin ketika mereka sudah berhasil mengumpulkan informasi sampai kepada titik jenuh tertentu. Hal ini pulalah yang mungkin membuat pengaruh variabel konten menjadi lebih kecil terhadap kepuasan informasi pada media *online*.

Ketika pers dihadapkan kepada pilihan untuk menentukan peristiwa-peristiwa yang tepat untuk dijadikan berita, kewajiban mereka tidak hanya untuk menyajikan fakta, namun juga kebenaran dan dampak dari berita tersebut (Artini, 2011: 111). Namun pernyataan tersebut sepertinya tidak seiring dengan apa yang terjadi pada konten media online saat ini. Banyak konten media *online* yang sudah semakin tercemar dengan menurunnya kualitas kerja jurnalisnya. Hal ini merupakan salah satu dampak signifikan dari meningkatnya sisi "kecepatan" pada media *online* khususnya terhadap kaidah jurnalistik. Siapera (128:2012) menjelaskan bahwa hal yang paling menjadi perhatian dengan adanya kondisi ini adalah berubahnya perspektif tujuan jurnalisme dari investigatif dan analisis menjadi jurnalisme sebagai terbitan publikasi yang harus disegerakan. Berita *online* seakan terpaksa harus "di-

update” beberapa kali dalam sehari dengan harapan dapat menarik lebih banyak pembaca, atau membuat beberapa pembaca mau mengunjungi media online tersebut lebih sering. Jurnalis akan mengumpulkan informasi apa saja yang dapat mereka peroleh, selama informasi tersebut merupakan berita terbaru sehingga sering tidak menghiraukan ketika informasi aktual tersebut pada akhirnya hanya memiliki bobot nilai berita yang sangat sedikit. Masalah akurasi sangat menentukan kredibilitas media di mata publik. Tidak akurasi yang banyak muncul di media saat ini disebabkan antara lain minimnya cek dan ricek. Terkait akurasi sumber informasi, wartawan hendaknya melakukan identifikasi kembali sumber-sumber informasi sebelum menyajikan berita. Idealnya penyebutan sumber harus menyebutkan nama, bukan anonim (Christiany 2013:149). Sejalan dengan itu, Van Dijk di dalam Lievrouw (96:2006) menyebutkan bahwa akan terdapat sangat banyak informasi yang bisa ditemukan dari internet yang nantinya akan menyulitkan pembaca untuk menentukan apa yang valid dan apa yang tidak, dimana hal tersebut beresiko membawa pembaca kepada pengambilan keputusan yang salah.

Kondisi yang serupa juga terindikasi pada penilaian responden terhadap Kompas.com yang menilai indikator bahwa Kompas.com sudah memiliki “Pelaporan yang berita bersifat segera” (72,1%) dengan persentase persetujuan yang cukup baik namun sebaliknya kepuasan informasi terhadap konten dengan indikator pernyataan “Dapat dipercaya sebagai kebenaran” (61,2%) dan pernyataan “Informasi yang diberikan menyeluruh” (63,5%) masih berada pada nilai persentase persetujuan yang cenderung rendah. Fenomena lemahnya konten pada media online ini juga searah dengan pernyataan Aliansi Jurnalisme Independen (AJI) Indonesia (Margianto dan Syaefullah, 2011:5) yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian ini. Mereka menyebutkan bahwa pada jurnalisme media online yang berkembang saat ini, informasi yang disampaikan mengalir deras, sepotong-demi sepotong, sementara substansi kebenaran terasa tidak jelas. Kekurangan media *online* lainnya adalah media *online* belum menyediakan kebijakan koreksi ketika terjadi sebuah kesalahan informasi. Portal berita *online* diharapkan bisa lebih bertanggung jawab dalam menyediakan informasi yang akurat kepada khalayak, demikian juga ketika kesalahan informasi terjadi. Media memiliki tanggung jawab untuk memperbaiki kesalahan informasi tersebut (Cornish, 2010:98). Dalam hal inilah letak pentingnya khalayak mengetahui kesalahan informasi apa yang dilakukan dan informasi apa yang menjadi perbaikannya.

Walaupun konten berita Kompas.com masih dinilai cukup lemah, sebaliknya kemampuan jurnalistik dari sisi teknis pada Kompas.com dinilai sudah memiliki standar yang baik. Hal ini terlihat dari cukup tingginya nilai persentase persetujuan terhadap indikator pernyataan “Mencantumkan sumber gambar” (76,5%), “Mencantumkan sumber fakta dan data” (71,8%), “Melakukan wawancara pada narasumber yang terlibat langsung” (70,0%), “Memiliki kutipan wawancara” (69,1%), dan “Gambar mendukung isi berita” (69,7%). Responden juga melihat bahwa secara keseluruhan informasi yang disampaikan pada Kompas.com sudah “Meliputi aspek 5W+1H” (80,3%) yang “Diikat dengan narasi yang mengalir dengan baik” (69,7%). Hal ini sepertinya sangat didukung oleh pengalaman dan jam terbang korporasi Kompas yang memang sudah sangat matang dalam bidang jurnalistik.

Analisis Pengaruh Akses Media terhadap Kepuasan Informasi

Pengaruh akses terhadap kepuasan informasi menjadi komponen yang sangat penting pada media *online*, dimana pengaruhnya ditemukan lebih besar dibandingkan konten media *online* itu sendiri. Rosengren et al (1985:242) di dalam *Media Gratification Research* menyampaikan bahwa media baru menawarkan banyak peningkatan alternatif akses dan interaksi kepada stimuli pesan. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa keberadaan media *online* melahirkan kesempatan-kesempatan baru pada akses yang membuat khalayak

memiliki semakin banyak pilihan, dan akhirnya memberikan lebih banyak alternatif gratifikasi.

Sebagai teknologi yang terbilang kompleks, penggunaan komputer dan internet (termasuk media online) membutuhkan keterampilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan media konvensional (Hadiyat, 2014:88). Banyak survei yang mengindikasikan bahwa pembaca berita *online* adalah mereka yang berusia yang lebih muda dibandingkan dengan kebanyakan konsumen berita pada umumnya serta memiliki kecenderungan pria, berpendidikan, dan memiliki ekonomi yang baik (Craig,12:2005). Beberapa kualifikasi tersebut juga ditemukan pada responden penelitian ini, yang berasal dari mahasiswa, sehingga diasumsikan berpendidikan, memiliki usia yang muda dan memiliki ekonomi yang memadai. Dengan karakter seperti itu, pembaca media online memiliki tendensi untuk berpindah-pindah dari laman yang satu ke laman yang lain sehingga mudah mengalami frustrasi. Mereka cenderung berkeinginan bukan hanya untuk mendapatkan kualitas laporan yang baik, namun juga tampilan *web* yang didesain dengan baik dan memiliki fitur-fitur yang lebih dari sekedar teks sederhana dan cerita yang baru (Craig, 12:2005). Dengan demikian, akses secara teknologi dan struktur tampilan yang memudahkan khalayak untuk memperoleh informasi juga menjadi indikator yang penting dari sebuah media *online*.

Responden menilai Kompas.com cenderung memiliki kelemahan dalam memberikan akses teknologi sebagai cara untuk mendapatkan informasi yang tersimpan di dalam media *online* tersebut. Hal ini terlihat dari rendahnya nilai persentase persetujuan terhadap indikator pernyataan “Kemampuan portal untuk terbuka dengan cepat” (60%) dan pernyataan kemampuan portal untuk merespon dengan baik” (61,8%). Walaupun demikian, kendala-kendala ini tidak selalu merupakan kesalahan dari media online-nya. Lemahnya akses teknologi terhadap media *online* juga dipengaruhi oleh infrastruktur-infrastruktur di luar media online, seperti kekuatan jaringan yang disediakan oleh penyedia layanan internet (*provider*) dan gadget (spesifikasi alat dan sistem operasi) yang digunakan oleh para responden untuk mengakses laman media *online* itu sendiri. Hal inilah yang membuat akses sebenarnya tidak akan pernah sama. Koneksi tercepat dan teknologi *gadget* (untuk menjalankan *software* terbaru) cenderung masih terkonsentrasi pada dunia pertama yakni negara maju (Lievrouw, 240:2006).

Hambatan lain terhadap akses teknologi juga ditemukan dari sisi ekonomi. Persentase persetujuan untuk pernyataan “Tidak terdapat kecemasan portal akan memakan kuota internet yang besar” (51,5%) terlihat rendah. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh profesi subjek pada penelitian ini yang merupakan mahasiswa sehingga memiliki keterbatasan dalam alokasi keuangan kepada kuota internet. Mengacu kepada semua kelemahan akses teknologi media online tersebut terlihat bahwa sebagai media yang tergolong masih baru, pertumbuhan media *online* sebagai media massa bagi sebagian orang yang mencari informasi mampu dibatasi oleh faktor teknologi *digital* dan ekonomi (Biagi, 192:2010).

Walaupun terdapat kelemahan pada akses teknologi, sebaliknya akses kognitif yang mengukur kemampuan responden untuk mengambil dan mengolah informasi pada portal berita Kompas.com ternyata sudah dinilai cukup baik oleh responden, termasuk dari segi tampilan dan pencarian isu.

Banyak komunikasi massa modern yang melibatkan khalayak melihat kepada layar. Selama beberapa tahun lalu, layar untuk komunikasi massa didominasi oleh TV dan komputer. Saat ini, parade dari layar-layar kecil telah bertumbuh dan semakin mendominasi, yakni layar telepon selular. Kemunculan dari layar-layar kecil ini telah membentuk sebuah tren yang baru, yakni media massa menjadi sesuatu yang berpindah (*mobile*) (Dominick, 24:2009). Kondisi ini menuntut media *online* harus memberikan kenyamanan kepada pembacanya ketika akan digunakan untuk mengakses informasi di mana pun. Tuntutan ini juga mengarahkan media online untuk memiliki tampilan yang baik dan mudah untuk dibaca

di berbagai jenis ukuran layar yang ada. Kompas.com sebagai media *online* sudah menunjukkan penilaian yang baik dalam hal ini. Persentase persetujuan pada pernyataan “Kesesuaian ukuran tulisan” (74,1%) dan pernyataan “Struktur susunan tampilan baik” (69,7%) sudah menunjukkan besaran yang cukup baik.

Saat ini kita juga berada di dalam sebuah era dimana para pengguna dapat mengontrol media mereka untuk memilih informasi apa yang akan mereka inginkan. Pengguna media hadir dengan perubahan, alih-alih sebagai pengguna yang pasif, para pengguna media saat ini menjadi secara aktif terlibat pada media (Zemmels, 2012). Teknologi yang semakin maju membuat pembaca memiliki kuasa terhadap apa yang mereka ingin lihat, dan kapan mereka melakukannya. Tren yang sama terjadi terhadap pembaca berita saat ini, dimana mereka dapat memilih berdasarkan layanan internet yang tersedia 24 jam mengenai berita apapun yang ingin dibaca dan sumbernya dari mana (Dominick, 21-22:2009). Dengan adanya tren ini maka penting bagi sebuah media berita *online* untuk memberikan keleluasaan kepada pembaca dalam mencari isu tertentu secara mudah. Kompas.com sebagai media online juga sudah menunjukkan penilaian yang baik dalam hal ini, dimana persentase persetujuan untuk pernyataan “Kemudahan dalam pencarian isu” (71,8%) telah memiliki nilai yang cukup baik. Selain itu, responden juga menilai Kompas.com memiliki keunggulan pada kemampuannya untuk mengelola judul dimana persentase persetujuan untuk pernyataan “Judul sesuai isi” (73,8%) dan pernyataan “Judul memberi petunjuk tentang isi” (73,8%) memiliki persentase yang juga baik. Hal ini tentu terkait dengan kemudahan proses pencarian isu, dimana judul sering terlibat menjadi bagian penting di dalam proses pencarian sebuah informasi secara spesifik.

Judul merupakan komponen yang sangat penting ketika khalayak membaca berita media *online*. Dengan banyaknya informasi yang tersedia pada media *online*, pembaca seringkali hanya melakukan seleksi secara cepat (screening) terhadap judul berita yang disampaikan. Sehingga jika sebuah media online dapat mengelola judul dengan baik, mereka dapat semakin menguatkan aksesibilitas isu yang dimilikinya sebagai sebuah media berita *online*.

Searah dengan seluruh kekuatan akses kognitif yang dimiliki oleh Kompas.com, respon terhadap pernyataan kepuasan informasi dengan indikator “Mendapatkan informasi lebih cepat” (73,8%) dan “Mendapatkan informasi lebih mudah” (71,5%) memiliki persentase persetujuan yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai media berita *online*, Kompas.com sudah cukup mampu menjawab tantangan akses kognitif yang membuat pembaca dapat lebih mudah dan cepat dalam mencari informasi yang mereka inginkan.

Informasi Media sebagai Fungsi Pengawasan

Selanjutnya jika penelitian ini dihubungkan dengan fungsi pemenuhan informasi menggunakan media *online*, maka dari hasil kajian yang diperoleh menunjukkan bahwa berita pada Kompas.com utamanya digunakan untuk fungsi pengawasan (*surveillance*). Hal ini terlihat dari cukup tingginya nilai persentase persetujuan terhadap pernyataan bahwa dengan membaca Kompas.com responden menjadi lebih “Mengerti tren dan perkembangan” (78,2%) dan “Mengerti kondisi sekitar” (74,4%). Dominick (29:2009) menyatakan bahwa fungsi pengawasan memang mengacu kepada apa yang kita sebut sebagai peran berita dan informasi dari sebuah media. Beberapa media tertentu bahkan memiliki spesialisasi dalam menyediakan informasi untuk menolong khalayak dalam mengawasi lingkungan mereka dan memperingatkan mereka kepada kejadian-kejadian penting. Media *online* merupakan alat pengawasan yang kuat, dimana para penggunanya dapat mencari informasi sesuai dengan keinginannya dan tidak lagi secara pasif menunggu seperti pada periode media lama dalam hal membawakan topik itu kepada mereka (Straubhaar, 46:2012). Dimana sejak awal sebelum media online, pergerakan berita sudah jauh lebih cepat terutama setelah datangnya media elektronik (Dominick, 30:2009).

KESIMPULAN

Pada penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel konten dan akses secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan informasi mahasiswa. Nilai variasi kepuasan informasi mahasiswa yang dapat dijelaskan oleh variabel konten dan akses adalah sebesar 56,2%.
2. Variabel konten berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi mahasiswa. Besarnya pengaruh variabel independen konten terhadap variabel dependen kepuasan informasi adalah sebesar 24,8%.
3. Variabel akses berita berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi mahasiswa. Besarnya pengaruh variabel independen akses terhadap variabel dependen kepuasan informasi adalah sebesar 41,3%.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Penelitian

- Adiarsi, et al. 2015. Literasi Internet Di Kalangan Mahasiswa. *Humaniora Vol. 6 No. 4 Oktober 2015, Halaman 470-482.*
- Artini. 2011. Self Censorship dan Tanggung Jawab Sosial Media Massa. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 15 No. 1, Halaman 111-126.*
- Christiany, Juditha. 2013. Akurasi Berita Dalam Jurnalisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal berita Detiknews). *Jurnal Pekommas, Vol. 16 No. 3, Desember 2013, Halaman 145-154.*
- Christiany, Juditha. 2016. Obyektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media Online: Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN. *Jurnal Pekommas, Vol. 1 No. 1, April 2016. Halaman 1-12.*
- Cornish, Sabryna. 2010. Online Newspaper Sites Need to Establish Uniform Process for Making Corrections. *Newspaper Research Journal Vol. 31 No. 4.*
- Hadiyat, Yayat D. 2014. Kesenjangan Digital di Indonesia. *Jurnal Pekommas, Vol. 17 No. 2, Agustus 2014, Halaman 81-90.*
- Hidayat, Dasrun dan Anisti. 2015. Wartawan Media Now Dalam Mengemas Berita: Perspektif Situational Theory. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM Vol. 2 No. 5, Juli 2015, Halaman 295-303.*
- Manurung, Sonata BS. 2015. Analisis Framing Pemberitaan Bakso Oplosan Pada Portal Berita Republika Online dan Kompas.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3 No. 1, Halaman 443-457.*
- Nurliah et al. 2011. Konvergensi dan Kompetisi Media Massa Dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makassar. *Jurnal Kareba Universitas Hasanuddin Vol. 4 No. 2.*
- Papacharissi, Zizi. 2008. "Uses and Gratifications", *An Integrated Approach to Communication Theory and Research Journal. Lawrence Erlbaum pp 137-152, 2008.*
- Poler, Melita., Karmen, dan Katarina. 2010. Credibility of Traditional vs Online News Media: A Historical Change in journalists Perception. *Medij Istraj Vol. 16 No.1, Halaman 113-130.*
- Rusadi, Udi. 2012. Kompetensi Jurnalis Sebagai Aktor Dalam Produksi Berita Multiplatform. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 16 No. 2, Desember 2012. Halaman 111-122.*
- Van der Haak, Bregtje., Parks, Michael., dan Castells, Manuel. 2012. The Future of Journalism: Networked Journalism. *International Journal of Communication Vol. 6. Feature 2923-2938.*

- Van der Wurf, Richard., dan Schoenbach, Klaus. 2014. Civic and Citizen Demands of News Media and Journalist: What Does the Audience Expect from Good Journalism. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 2014. Vol. 91 No. 3. Halaman 433-451.
- Waliyadin. 2010. *“Motivasi Mahasiswa Dalam Menggunakan Internet (Studi Deskriptif Terhadap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Broadcasting 2006, Mercu Buana, Jakarta).* Skripsi. Universitas Mercu Buana.
- Wilson, Sharon et al. 2011. Trust and Credibility of Urban Youth on Online News Media. *Malaysian Journal of Communication* Vol. 27 No. 2, Halaman 97-120.
- Zemmels, David R. 2012. Youth and New Media: Studying Identity and Meaning in an Evolving Media Environment. *Communication Research Trends* Vol. 31 No. 4, Halaman 4-22.

Buku

- Agee, Warren Kendall., Ault, Phillip H., dan Emery, Edwin. 1982. *Perspectives on Mass Communications*. New York: Harper & Row Publisher.
- Bryant, Jennings dan Zillman, Dolf. 2002. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Bucy, Erik P dan Newhagen, John E. 2004. *Media Access: Social And Psychological Dimensions Of New Technology Use*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact: An introduction to Mass Media, Ninth Edition*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism: Reporting, Writing, and Editing for New Media*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Dominick, Joseph R. 2009. *The Dynamic of Mass Communication Tenth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Hiebert, Ray Eldon., Ungurait, Donald F., dan Bohn, Thomas W. 1984. *Mass Media IV: An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman Inc.
- Livingstone, Sonia dan Lievrouw. Leah A. 2006. *The Handbook of New Media, updated student version*. London: Sage Publication.
- Margianto, J Heru dan Syaefullah, Asep. 2011. *Media Online: Antara Pembaca, Laba, Dan Etika*. Jakarta: AJI Indonesia.
- McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory, 6th edition*. California: Sage Publications.
- Pavlik, John V. 1998. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspective*. Boston: Allyn & Bacon.
- Rosengreen, Karl Erik., Wenner, Lawrence A., Palmgreen, Phillip. 1985. *Media Gratification Research*. California: Sage Publication Inc.
- Rosentiel, Tom dan Kovach, Bill. 2007. *The Elements of journalism: What Newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.

Siapera, Eugenia. 2012. *Understanding New Media*. New Delhi: Sage Publications.

Straubhaar, Joseph., LaRose, Robert., dan Davenport, Lucinda. 2012. *Media Now Understanding Media, Culture, and Technology Seventh Edition*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Windahl, Sven., Signitzer, Benno., dan Olson, Jean. 1992. *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication*. London: Sage Publications Ltd.