

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

##### ***2.1.1 Hubungan antara Motif Penggunaan Fitur LINE Today dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur LINE Today***

Penelitian terdahulu pertama berbentuk jurnal yang diteliti oleh Resti Aprida Mulya, Universitas Diponegoro Semarang pada 2018 (Mulya, 2018). Saat ini sudah memasuki era digital yang ditandai dengan melesatnya perkembangan internet. Sehingga membuat penyebaran berita juga dapat cepat dan mudah dengan bantuan teknologi *smartphone*. Seperti yang dilakukan salah satu aplikasi pesan yaitu *LINE* yang menyediakan informasi dari berbagai media massa *online* Indonesia dengan fitur yang bernama *LINE Today*.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara motif dan interaktivitas khalayak dengan gratifikasi yang diperoleh dari penggunaan fitur *LINE Today*. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk metode yang dipilih metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Banyaknya sampel yang dibutuhkan adalah 60

responden. Populasi yang dipilih adalah pengguna *LINE Today* di Kota Semarang yang berusia 18-32 tahun.

Penelitian ini ingin melihat tingkat kepuasan dengan menggunakan teori *uses and gratification*. Dengan konsep untuk mengukur kepuasan yaitu *Gratification Sought* dan *Gratification*. Setelah mendapatkan hasil GS dan GO, maka kepuasan dapat dilihat melalui kesenjangan hasil antara GS dan GO. Pada penelitian terdahulu pertama ini, peneliti mendapatkan temuan baru yaitu mengenai konsep kepuasan dan dapat menjadi acuan untuk penulisan pembahasan pada BAB IV.

Hasil penemuan pada penelitian terdahulu pertama yaitu pertama, hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan motif penggunaan fitur *LINE Today* dengan kepuasan khalayak dan interaktivitas kepuasan untuk menggunakannya. Kedua, motif menggunakan *LINE Today* adalah motif informasi dan identitas pribadi. Ketiga, terdapat kesenjangan kepuasan sehingga *LINE Today* tidak memuaskan khalayaknya. Relevansi dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah dapat menjadi acuan dan rujukan baru bagi peneliti karena sama-sama menggunakan teori *uses and gratifications* dengan menggunakan konsep kepuasan dengan variabel GO dan GS.

### ***2.1.2 Tingkat Kepuasan dalam Membaca Berita Listicle Sains IDN Times Pada Generasi Z di Tangerang***

Penelitian terdahulu kedua berbentuk skripsi yang diteliti oleh Rachel Rinesya Putri, Universitas Multimedia Nusantara pada 2020 (Rinesya, 2020). Umumnya menulis sebuah artikel berita menggunakan format piramida terbalik, di mana hal yang paling penting dituliskan terlebih dahulu dan diikuti dengan informasi tambahan. Namun salah satu media di Indonesia, *IDN Times* mencoba hal baru dengan menulis artikel berita menggunakan format listicle adalah sebuah artikel yang ditulis dalam bentuk daftar yang menyoroti poin penting dari sebuah peristiwa. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui kepuasan dari khalayak terutama yang membaca *listicle IDN Times*. Fokus penelitian ini mengerucut hanya pada artikel sains. Dalam mengukur tingkat kepuasan khalayak, peneliti menggunakan konsep *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Selain itu untuk melihat kesenjangan kepuasan menggunakan dimensi yang dimiliki oleh McQuail yaitu Informasi, Identitas Pribadi, Integritas dan Interaksi sosial dan Hiburan. Hasil analisis dilakukan untuk melihat kesenjangan total skor *mean GS* dan *GO* dengan *Gratification Discrepancy*.

Populasi yang dipilih sebagai responden adalah Generasi Z karena karakteristik generasi tersebut yang tumbuh besar bersama dengan teknologi dan menyukai akses media. Pada penelitian kedua ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Metode penelitian

yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden. Penelitian ini ingin melihat tingkat kepuasan membaca berita *listicle* dengan menggunakan turunan teori *uses and gratification*. Dengan konsep untuk mengukur kepuasan yaitu *Gratification Sought* dan *Gratification*. Setelah mendapatkan hasil skor GS dan GO, maka kepuasan dapat diukur dengan melihat *discrepancy gratification* atau kesenjangan kepuasan antara GS dan GO. Penelitian ini juga menggunakan teori dan lain yaitu media daring, format *listicle*, jurnalisme *sains*, dan Generasi Z.

Hasil dari penelitian kedua ini berupa terdapat kepuasan dari Generasi Z di Tangerang Selatan, Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang dalam membaca *listicle sains IDN Times*. Pada penelitian terdahulu kedua ini, peneliti mendapatkan rujukan baru untuk mengukur konsep kepuasan yaitu GS dan GO.

### ***2.1.3 Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pembaca Detikcom***

Penelitian terdahulu ketiga berbentuk jurnal yang diteliti oleh Elsa Susanto dan Rezi Erdiansyah, Universitas Tarumanegara pada 2018 (Susanto, 2019). Di era yang serba internet seperti saat ini, maka dapat memberikan banyak sekali manfaat terutama untuk portal berita *online*. Salah satu manfaatnya adalah khalayak yang membacanya dapat mengakses berita kapan pun dan di mana pun melalui *smartphone*. *Detikcom* menjadi salah satu media Indonesia yang terpopuler dan juga memiliki portal berita. *Detikcom*

adalah suatu portal web yang berisi berita dan artikel *online*. Tujuan dilakukannya penelitian terdahulu ketiga ini adalah untuk mengetahui pengaruh motif dan kualitas dari sebuah informasi terhadap kepuasan pembaca *Detikcom*. *Detikcom* sendiri adalah sebuah portal website yang berisi artikel *online* di Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah motif penggunaan media, kualitas informasi dan kepuasan pembaca. Dengan *Detikcom* sebagai objek dari penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang dipilih adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan kualifikasi penduduk *Detikcom*.

Penelitian ini menggunakan 4 teori dan konsep yang dijadikan acuan dalam melakukan penelitian yakni *uses and gratification theory*, motif penggunaan media, kualitas informasi dan kepuasan. Hasil yang diperoleh adalah secara parsial atau simultan, motif dan kualitas informasi berpengaruh pada kepuasan pembaca *Detikcom*. Motif dan kualitas informasi berpengaruh sebesar 50,9% terhadap kepuasan pembaca. Selain itu variabel kualitas informasi lebih berpengaruh terhadap kepuasan pembaca. Tingkat kepuasan pembaca *Detikcom* sebesar 74,23%. Penelitian terdahulu ketiga berbentuk jurnal, sehingga dapat menjadi acuan dan temuan baru untuk penulisan pembahasan pada BAB IV. Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini dapat menjadi acuan karena sama-sama ingin melihat efektivitas penggunaan dari sebuah portal berita.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

	1	2	3
Judul Penelitian	Hubungan antara Motif Penggunaan Fitur <i>LINE Today</i> dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur <i>LINE Today</i>	Tingkat Kepuasan dalam Membaca Berita <i>Listicle Sains IDN Times</i> Pada Generasi Z di Tangerang	Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pembaca <i>Detikcom</i>
Hasil Penelitian	Pertama, hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan motif penggunaan fitur <i>LINE Today</i> dengan kepuasan khalayak dan interaktivitas kepuasan untuk menggunakannya. Kedua, motif menggunakan <i>LINE Today</i> adalah motif informasi dan identitas pribadi. Ketiga, terdapat kesenjangan kepuasan sehingga <i>LINE Today</i> tidak memuaskan khalayaknya.	Terdapat kepuasan dari Generasi Z di Tangerang Selatan, Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang dalam membaca <i>listicle sains IDN Times</i> .	Secara parsial atau simultan, motif dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pembaca <i>Detikcom</i> . Motif dan kualitas informasi berpengaruh sebesar 50,9% terhadap kepuasan pembaca. Variabel kualitas informasi merupakan variabel yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pembaca. Variabel kualitas informasi merupakan variabel yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pembaca. Tingkat kepuasan pembaca <i>Detikcom</i> dalam penelitian ini sebesar 74,23%.
Relevansi	dapat menjadi acuan dan rujukan baru bagi peneliti karena sama-sama	mendapatkan sebuah teori dan konsep baru yang dapat digunakan	penelitian ini dapat menjadi acuan karena sama-sama ingin melihat

	<p>menggunakan teori <i>uses and gratifications</i> dengan menggunakan konsep GO dan GS.</p>	<p>dalam penelitian yang akan dilakukan yakni <i>uses and gratification theory</i>. Selain itu penelitian terdahulu ini dapat menjadi acuan untuk penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama ingin melihat tingkat kepuasan penggunaan sebuah media.</p>	<p>efektivitas penggunaan dari sebuah portal berita. Dalam penelitian terdahulu ketiga ini, peneliti mendapatkan sebuah teori dan konsep baru yakni motif penggunaan media.</p>
--	--	---	---

Sumber: olahan peneliti

## 2.2 Teori dan Konsep

Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih beberapa teori dan konsep yang dapat menjadi acuan dasar. Beberapa diantaranya yakni sebagai berikut

### 2.2.1 Uses and Gratification Theory

Teori ini dicetuskan oleh Elihu Katz, menurutnya *Uses and Gratification theory* adalah sebuah studi bahwa khalayak mengonsumsi sebuah media karena memiliki alasan masing-masing (Griffin, 2015, p. 354). Teori ini mencoba memahami fakta bahwa khalayak mengonsumsi pesan media yang tentunya memusingkan untuk berbagai alasan dan efek yang diterima setiap khalayak tentunya juga berbeda. Jika kebutuhan khalayak terpenuhi, maka media tersebut dianggap

efektif dapat memenuhi kebutuhan khalayaknya. Dengan memahami kebutuhan khalayak, maka konsumsi media menjadi lebih jelas lagi. Secara tidak langsung, setiap media bersaing untuk dapat memberikan informasi yang informatif agar bisa mendapatkan perhatian dari khalayak pembacanya.

Namun inti dari teori *uses and gratification* bahwa pesan media yang sama tidak selalu memengaruhi semua orang dengan cara yang sama, karena khalayak terdiri dari orang-orang yang tidak identik satu sama lainnya (Griffin, 2015, p. 356). Khalayak haruslah menjadi aktif dalam teori *uses and gratifications*, agar media dapat dianggap sebagai instrumen pemecahan masalah. Oleh karena itu khalayak akan terus-menerus mencari media mana yang cocok dengan kebutuhan sehari-harinya.

Terdapat 4 asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* sebagai berikut (McQuail, 2010, p. 424).

1. Media dan konten umumnya rasional dan diarahkan pada tujuan dan kepuasan tertentu.
2. Anggota audiens sadar akan kebutuhannya terhadap media dan dapat menyuarakan.
3. Secara umum, fitur budaya dan estetika konten memainkan peran yang lebih sedikit dalam menarik audiens daripada kepuasan pribadi dan sosial.

4. Pada prinsipnya, semua yang relevan untuk pembentukan audiens dapat diukur.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan dalam membaca infografik berita ekonomi pada *Databoks*. Konsep untuk mengukur kepuasan mahasiswa dapat diukur melalui kesenjangan antara *gratification sought* (GS) dengan *gratification obtained* (GO). *Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi sebuah media, sedangkan *Gratification obtained* (GO) adalah kepuasan nyata yang diperoleh individu setelah mengonsumsi sebuah media (Kriyantono, 2006, p. 208).

Setelah mendapatkan hasil skor jawaban dari kuesioner yang disebar, peneliti akan melihat kesenjangan dari GS dan GO. Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak akan ditentukan sebagai berikut (Kriyantono, 2020, p. 210).

1. Jika *mean* skor GS lebih besar dari *mean* skor GO, maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kesimpulan, media tidak memuaskan khalayaknya.
2. Jika *mean* skor GS sama dengan *mean* skor GO, maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang

diinginkan semuanya terpenuhi. Dengan kesimpulan, media dapat memenuhi keinginan khalayaknya.

3. Jika *mean* skor GS lebih kecil dari *mean* skor GO, maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kesimpulan, media tersebut memuaskan khalayaknya.

Kesimpulan yang dapat diberikan semakin kecil kesenjangan kepuasannya maka media tersebut berhasil memuaskan khalayak pembacanya.

Untuk mengukur tingkat kepuasan menggunakan tipologi yang dikemukakan oleh McQuail (1987, p. 73) sebagai berikut.

1. Motif informasi

Kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar untuk eksplorasi realitas. Pada motif pertama ini terdapat 5 indikator pengukuran yaitu individu mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar; mencari nasihat, pendapat, keputusan dalam hal praktis; memuaskan rasa ingin tahu; memperoleh rasa damai dan mempelajari hal baru.

2. Motif identitas pribadi

Motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu yang penting

dalam hidupnya. Pada motif kedua ini terdapat 4 indikator pengukuran yaitu menemukan media yang dapat menunjang nilai-nilai pribadinya; menemukan model perilaku dalam media; mengidentifikasi diri dengan model-model peran tersebut; dan mendapatkan wawasan tentang diri sendiri.

### 3. Motif integrasi dan interaksi sosial

Motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Pada motif ketiga ini terdapat 3 indikator pengukuran yaitu mendapatkan wawasan tentang keadaan orang lain; menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial; dapat membantu menjalankan peran sosialnya.

### 4. Motif hiburan

Kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan. Pada motif keempat ini terdapat 4 indikator pengukuran yaitu media membantu melepaskan diri dari masalah; memberikan suasana santai; memperoleh kenikmatan budaya; dapat mengisi waktu luang.

## **2.2.2 Jurnalisme Data**

Secara sederhana maksud dari jurnalisme data adalah jurnalis yang bekerja dengan data (Gray, 2012, p. 2). Data dapat menjadi alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah berita, sehingga jurnalis

harus mengetahui bagaimana membentuk dan membatasi cerita yang akan dibuat.

Lanjut cakupan topik dari jurnalisme data sangatlah luas, maka dari sanalah jurnalis mendapat banyak kesempatan untuk membuatnya agar lebih dipahami oleh semua orang (Gray, 2012, p. 4). Dari sanalah jurnalisme data dapat bekerja dengan sangat penting, karena pada era yang sudah berkembang ini berita bisa mengalir masuk begitu saja tanpa disaring.

Perbedaan jurnalisme data dengan jurnalisme lainnya adalah kemampuannya untuk bercerita dengan menarik melalui berbagai sumber informasi digital saat ini, sebagai salah satu contohnya yakni infografis. Lebih lanjut, bekerja dengan menggunakan data seperti melangkah ke wilayah yang luas dan tidak dikenal (Gray, 2012, p. 5). Melihat data mentah sangatlah membingungkan, cukup sulit untuk membentuk dan melihat sebuah cerita tersembunyi dengan benar untuk divisualisasikan.

Proses jurnalisme data terbagi atas 3 tahapan yang besar yakni mencakupi (Gray, 2012, p. 109-220)

1. Pengumpulan

Mengumpulkan data merupakan tahapan pertama dari jurnalisme data. Dibutuhkan cara yang tepat dalam memilih sumber yang tepat di sebuah situs, format dan jenis konten perlu

disertakan dalam mencari data, seperti misalnya *spreadsheet* (*filetype: XLS*), *geodata* (*filetype: shp*), dan lain-lain.

Bisa juga menggunakan cara lain di mana data secara langsung dapat ditemukan, seperti misalnya *site: agency.gov Directory Listing*. Selama beberapa tahun terakhir, sejumlah portal data khusus, hub data, mengumpulkan data dari organisasi seperti lembaga negara, mengunduh data yang ada dan resmi dirilis ke publik dan situs data bisa digunakan untuk mencari data-data yang terpercaya.

## 2. Penyaringan

Ketika sudah mendapatkan sekumpulan data mentah yang akan diolah, langkah selanjutnya adalah merapikan dan langsung membersihkannya untuk menilai validitas dan reliabilitas agar dapat dengan mudah menganalisis data sesuai dengan kebutuhan pelaporan. Terdapat cara cepat untuk mencari ketidakaturan dari sebuah berita yakni dengan membuat tabel frekuensi dari kategori tertentu dan dapat menggunakan *Microsoft Excel* untuk memudahkan proses pengerjaannya.

## 3. Visualisasi

Setelah mengkategorikan data dan mendapatkan hasil yang diinginkan, langkah terakhir yang dilakukan adalah

memvisualisasikannya agar data tersebut dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak.

Dalam jurnalisme data, laporan berita tidak hanya berbentuk teks yang sangatlah panjang, namun data yang telah diolah dapat didukung dengan berbagai narasi yang divisualisasikan dalam bentuk peta, bagan, infografik dan animasi. Oleh karena itu perlu untuk mempertimbangkan bentuk visualisasi yang menarik dan cocok dengan isi berita yang hendak disampaikan.

Dalam pembuatan sebuah infografik, peran jurnalisme data sangatlah penting karena menjadi proses awal di mana data mentah yang diperoleh haruslah dipilih dan diolah kembali agar nantinya proses visualisasinya menjadi menarik dan tidak rumit untuk dibaca dan dimengerti oleh khayalak.

### **2.2.3 Infografik**

Infografik berasal dari bahasa Inggris yang merupakan istilah gabungan dari *information and graphic*. Infografik sebagai bentuk dari visualisasi data atau ide-ide yang mampu menyampaikan informasi secara kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat (Smiciklas, 2012, p.6).

Terdapat hubungan antara infografik dan jurnalisme data, karena dalam pembuatan dan bentuknya infografik menggunakan data dan

tidak mengubah dalam tulisan melainkan memvisualisasikan melalui gambar atau desain yang menarik pembaca. Manusia membutuhkan informasi dalam bentuk verbal dan visual seperti yang dapat diwujudkan oleh infografis sehingga dalam membaca berita akan jauh lebih efektif jika dibandingkan dengan membaca sebuah narasi berita yang panjang.

Dalam menggunakan infografik pertama-tama harus melihat apa yang ingin disampaikan oleh infografik sebelum membuat untuk penerapannya (Lankow, 2012, p.38). Infografik bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi, namun yang bervariasi adalah tujuan untuk melakukannya. Pemahaman tujuan inilah yang nantinya akan menentukan prioritas infografik yang ingin digunakan. Prioritas ini akan menjadi pembeda dari setiap desain yang telah dibuat.

Penting untuk mempertimbangkan jenis dari informasi yang akan disajikan serta diperlukan pemahaman karakteristik dari setiap bentuk infografik agar dapat menentukan pendekatan terbaik untuk menyampaikan cerita visual secara efektif. Setidaknya ada dua jenis kategori infografik yang sering atau mudah ditemui pada kehidupan sehari-hari yakni (Kategorinya, 2018)

1. Infografik visualisasi data

Infografik jenis ini berisi representasi data yang ditampilkan secara visual sehingga penyampaiannya terasa lebih ringan dan mudah dimengerti oleh pembacanya. Infografik

visualisasi data diolah dari data-data yang kompleks dari sebuah isu atau peristiwa yang hendak diangkat.

## 2. Infografik desain informasi

Infografik jenis ini berfokus pada desain atau tampilan informasi yang efisien dan efektif. Desain yang disajikan biasanya tidak serumit infografik visualisasi data sehingga informasi di dalamnya dapat mudah dibaca atau tersampaikan dengan baik.

Selain kategorinya, infografik juga dibedakan berdasarkan ragam bentuknya yang terdiri atas 3 macam bentuk yakni (Gray, 2012, p.166-167)

### 1. Tabel

Sangat berguna untuk jumlah data yang relatif kecil. Tabel menunjukkan label dan jumlah dengan terstruktur dan terorganisasi. Keunggulan bentuk tabel ini adalah bisa menunjukkan data tertinggi seperti 10 teratas, dan lain-lain. namun tebal kurang cocok untuk membandingkan data seperti perbandingan populasi dari tahun ke tahun.

### 2. Bagan

Secara umum, menggambarkan bagan sebagai visualisasi yang mengubah data ke dalam bentuk geometri. Posisi dari data berperan penting dalam visualisasi bagan. Berdasarkan bentuknya bagan terdiri dari 2 jenis visualisasi yakni pertama,

diagram garis cocok untuk menunjukkan evolusi waktu dan kedua, diagram batang yang cocok untuk membandingkan data dalam kategori tertentu. Visualisasi data juga bisa disajikan secara tersusun yang dikenal dengan istilah *stack*.

### 3. Peta

Kekuatannya ada pada kemampuan menunjukkan lokasi dan memiliki hubungan geografis pada peta.

Dengan adanya kategori dan ragam bentuk dari infografik yang memiliki peran dan fungsinya masing-masing, sehingga infografik yang digunakan harus sesuai dengan isi berita yang ingin disampaikan agar memiliki kesinambungan. Pada penelitian ini peneliti fokus pada infografik visualisasi data yang berbentuk bagan yang dikeluarkan oleh *Databoks*. Dipilihnya teori infografik karena peneliti ingin mengetahui apakah dengan penyajian berita ekonomi berbentuk infografik pembaca dapat lebih mengerti dan tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai berita ekonomi tersebut.

## 2.2.4 Media Daring Databoks

Media daring atau yang kerap disebut media *online* termasuk dalam kategori media baru atau *new media*. Media baru yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/ informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital (Romli, 2012, p. 35). Media *online* dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online*

pada situs *website* internet (Romli, 2012, p. 34). Media hadir karena adanya khalayak sebagai pembaca.

Jumlah media daring di Indonesia berkembang sangatlah pesat. Dengan terdapat banyaknya jumlah media daring, maka harus bersaing untuk merebut perhatian pembacanya. Media daring yang berhasil berarti bisa memanfaatkan kelebihan internet semaksimal mungkin, secara terus-menerus, untuk melayani kebutuhan dan keinginan pembacanya (Wendratama, 2017, p.4). Maksud dari memanfaatkan kelebihan internet adalah dengan memberikan inovasi-inovasi baru penyampaian berita agar dapat memikat perhatian pembacanya.

Dengan berubahnya zaman dari media cetak ke media daring, sehingga cara kerja jurnalis pun juga berubah sebagai berikut (Wendratama, 2017, p.6).

- Jurnalis media daring harus mampu menggunakan berbagai alat multimedia untuk mendukung penyampaian cerita.
- Secara umum, penulisan teks media daring menjadi lebih ringkas daripada media cetak.
- Jurnalis harus bekerja lebih cepat, meskipun kecepatan bukanlah segalanya.

Salah satu media daring yang berhasil memanfaatkan keberadaan internet yaitu *Databoks*. *Databoks* adalah sebuah portal data statistik ekonomi dan bisnis yang merupakan bagian dari *Katadata* (Databoks, n.d.). *Databoks* menyajikan berita ekonomi dan bisnis terbaru yang

disajikan dalam bentuk visualisasi infografik yang menarik dan memudahkan pembaca untuk memahaminya. Tujuan dibuatnya adalah untuk memudahkan perusahaan, pebisnis, periset, pelajar, dan lain-lain untuk mencari dan mengolah data ekonomi dan bisnis secara cepat. Oleh karena itu, peneliti pun tertarik untuk mengetahui apakah pembacanya merasa puas dengan *Databoks* yang berhasil memanfaatkan keberadaan internet.

### **2.2.5 Audiens Berita Ekonomi**

Audiens atau kerap yang disebut khalayak adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi (Nasrullah, 2019, p.5). Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa sebagai audiens untuk melihat kepuasan membaca infografik berita ekonomi *Databoks*. Dengan mengetahui kepuasan dari pembacanya, maka dapat melihat keberhasilan penyampaian pesan yang dilakukan oleh sebuah media.

Dipilihnya mahasiswa yang membaca berita ekonomi karena sesuai dengan tujuannya dibuat *Databoks* yaitu dapat memudahkan perusahaan, pelaku bisnis, periset, pelajar, pemerintah dan media untuk mencari dan mengolah data ekonomi dan bisnis secara cepat. Pada umumnya, berita ekonomi merupakan konten berita atau informasi yang memiliki ketertarikan tersendiri, tetapi tidak sedikit pembaca yang kesulitan memahami berita (Arigia, 2017, p. 122). Hal ini dibuktikan

juga dari sebuah riset SKK edisi 193 terkait eksistensi berita *online* bagi pembaca, menyatakan bahwa rendahnya minat mahasiswa untuk membaca berita ekonomi yaitu hanya 3,99% (Putri,2019). Tingkat persentase mahasiswa dalam budaya literasi masih jauh di bawah persentase yang pasif. Berita ekonomi menjadi salah satu berita penting dan erat kaitannya dalam menjalani kehidupan sehari-hari, pembaca tidak bisa terlepas dari permasalahan atau persoalan ekonomi yang tidak sedikit menampilkan angka-angka yang banyak dan rumit selain itu pemakaian bahasa ekonomi yang sulit dimengerti oleh pembaca umum.

### **2.3 Hipotesis**

Sebelum mengumpulkan data yang dibutuhkan, dalam sebuah penelitian haruslah memiliki sebuah hipotesis. Hipotesis adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya (Siregar, 2013, p.38). Dikatakan pernyataan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang digunakan dan belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Pada penelitian ini menggunakan hipotesis deskriptif yaitu hipotesis yang tidak membandingkan dan menghubungkan dengan variabel lain (Siregar, 2013, p.39). Berikut hipotesis yang ditentukan peneliti.

- Ho: Tidak terdapat kepuasan dalam membaca infografik berita ekonomi *Databoks*.

- Ha: Terdapat kepuasan dalam membaca infografik berita ekonomi *Databoks*.

## 2.4 Alur Penelitian

Berita ekonomi menjadi salah satu berita yang memiliki daya tarik tersendiri, tetapi sangat terbatas pemahaman yang dimiliki oleh khalayak pembaca. Hal ini dibuktikan dari sebuah riset SKK Ganto edisi 193 yang menunjukkan bahwa hanya 3,99% mahasiswa yang memilih untuk membaca berita ekonomi.

Oleh karena itu, media sebagai pemberi informasi harus mengubah cara penyampaian berita ekonomi agar dapat mudah dipahami oleh semua orang dengan menggunakan infografik. Infografik adalah bentuk penyampaian berita yang dikombinasikan dengan grafik, gambar dan ilustrasi sehingga dapat mempermudah khalayak untuk membaca.

*Databoks* merupakan sebuah portal berita yang dikemas dalam bentuk infografik yang fokus pada berita ekonomi dan bisnis. Populasi yang dipilih adalah mahasiswa atau mahasiswi yang pernah menggunakan *Databoks*. Peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa saat membaca berita ekonomi yang dikemas dalam bentuk infografik. Yang diukur dengan menggunakan konsep kepuasan variabel *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO).