Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dari hasil pengamatan terhadap beberapa penelitian yang ada, diperoleh beberapa penelitian yang terkait dengan kepuasan individu dalam mengonsumsi sumber informasi. Berikut ini merupakan penjabaran dari hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh peneliti lainnya yang bersangkutan dengan hasil kepuasan individu.

Penelitian pertama, dari Universitas Sebelas Maret Surakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, atas nama Threstiara Ayu Tanjungsari dengan judul ”Tingkat Kepuasan Dalam Menonton Program Musik “Dahsyat” Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) (di Kalangan Remaja di Kampung Ngoresan, Kelurahan Jebres, Kota Surakarta)” tahun 2010. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menghitung tingkat kesenjangan atau *discrepancy* antara *gratification sought* dan *gratification obtained*. Dari penghitungan hasil, maka diperoleh adanya tingkat kepuasan yang cukup yang didapat penonton remaja di Kampung Ngoresan, Kelurahan Jebres.

Penelitian kedua dari Universitas Multimedia Nusantara, Fakultas Ilmu Komunikasi, atas nama Stephanie Yovita dengan judul ”Kepuasan Remaja Putri dalam Membaca Rubrik Fashion Majalah Sister (Survei terhadap Remaja SMA Usia 16-18 tahun yang Berlangganan Majalah Sister)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menghitung tingkat

kesenjangan atau discrepancy antara gratification sought dan obtained. Dari hasil penghitungan, diperoleh adanya tingkat kepuasan yang cukup yang didapat oleh Remaja Putri yang membaca Majalah Sister.

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan pengertian dari peninjauan kembali pustaka yang memiliki keterkaitan dengan laporan penelitian yang akan dibahas. Seperti yang dinyatakan oleh Leedy (1997), peninjauan pustaka ini berguna untuk mengetahui, mengenal serta memahami penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya agar dapat dipertanggungjawabkan.

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan tipe komunikasi yang meliputi semua lapisan masyarakat dalam berbagai tingkat lapisan masyarakat. Selain itu, komunikasi massa biasanya melibatkan berbagai teknologi massa, seperti radio, televisi, surat kabar dan majalah. Littlejohn (dalam Pawito) mendefinisikan bahwa komunikasi merupakan proses dimana organisasi media mereproduksi dan menyampaikan pesan kepada khalayak dan proses dimana pesan dicari, digunakan, dipengaruhi oleh khalayak.

..the process where by media organizations produce and transmit message to large public and the process by which those messages are

sought, uses, understood, and influenced by audiences (Littlejohn dalam Pawito 2008: 16).

Selain itu, komunikasi massa berbeda dengan konteks lainnya karena komunikasi massa biasanya lebih terkendali dan terbatas. Pembuat keputusan biasanya didasarkan pada untung rugi pengonsumsian media, dalam arti apakah media yang dipilih masih dapat memuaskan kebutuhannya atau tidak (West&Lynn, 2008: 42).

2.2.2 Televisi sebagai Media Massa

Televisi sebagai media massa dapat dikonsumsi secara luas dan serempak oleh masyarakat di berbagai tempat dan dari berbagai kalangan. Program acara yang ditampilkan oleh televisi juga akan memberikan dampak yang cukup besar bagi penontonnya dengan hadirnya sifat audio dan visual pada saat penyampaian sumber informasi. Selain itu, televisi juga menjadi suatu komunikasi aktif dimana terdapat siaran langsung ketika penyiar menyampaikan berita yang dimaksud.

Televisi juga menjadi wadah dalam pembentukan sikap dan perilaku masyarakat serta pola pikir karena televisi memberi kesan yang cukup interaktif dan komunikatif (Effendy, 2005: 21).

Effendy juga menuturkan bahwa televisi memiliki dampak yang cukup kuat yang disebabkan oleh unsur kata, musik, *sound effect*, dan unsur

visual yang dapat membangkitkan sebuah kesan mendalam pada penonton. Daya tarik di sini melebihi radio yang hanya dapat menjelaskan suatu kejadian melalui pesan suara saja (Effendy, 2005: 177).

Televisi sebagai salah satu media mempunyai karakteristik yang cukup melekat yakni

1. Bersifat melembaga, yaitu pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai kepada penyajian suatu informasi,
2. Bersifat satu arah, yaitu komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan adanya dialog antara si pengirim pesan dengan penerima pesan. Feedback atau reaksi umpan balik juga tidak dapat dilakukan pada saat itu juga,
3. Meluas dan serempak, yaitu dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak yang diakibatkan oleh kecepatan. Bergerak secara luas karena dapat menyampaikan suatu informasi secara bersamaan kepada banyak orang dengan waktu yang sama,
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis,
5. Bersifat terbuka, yaitu pesan yang disajikan dapat diterima oleh siapa saja dengan waktu kapanpun dan dimana saja.

Menurut McQuail (2005), televisi sebagai media massa memiliki peranan-peranan yaitu

1. Jendela pengalaman yang memungkinkan anda dapat memahami dan mengetahui setiap kejadian yang terjadi,
2. Juru bahasa yang memberikan makna serta menjelaskan akan suatu peristiwa penting,
3. Pembawa dan penghantar sumber informasi,
4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai sarana umpan balik,
5. Penyaring yang memberikan pilihan terdapat hal yang perlu diberi perhatian khusus serta yang kurang penting.

2.2.3 Program Berita

Tayangan sumber informasi yang disajikan oleh Metro TV serta TV One termasuk ke dalam kategori berita yang mengupas tentang program berita. Menurut Suhandang (2004), berita merupakan laporan atau pemberitahuan tentang segala sesuatu peristiwa aktual yang dapat menarik perhatian banyak orang. Menurut macamnya, berita dapat dibedakan menjadi dua yakni

1. Berita langsung, yaitu berita yang hanya menyajikan sumber informasi sesuai fakta saja. Dalam penyajiannya, berita langsung

dapat dikategorikan ke dalam tiga bagian yaitu *matter of fact news* (berita yang hanya menampilkan fakta utama yang terlibat di dalam peristiwa itu saja), *action news* (berita yang hanya mengungkapkan perbuatan dan tindakan saja atau dengan kata lain hanya menguraikan alur/ jalan ceritanya saja, dan *quote news* (berita yang hanya mengemukakan kutipan dari apa yang diucapkan oleh para tokoh terkemuka yang terlibat di dalam peristiwa tersebut).

2. Berita tidak langsung, yaitu berita yang penyampaian sumber informasinya hanya membangun fakta untuk menarik perhatian banyak orang atau menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk membaca dan melihat peristiwa tersebut (Suhandang, 2004: 1103-104).

2.3 Kerangka Teoritis

Pada penelitian ini, teori yang digunakan untuk menjelaskan kepuasan mahasiswa UMN Jurnalististik 2010 terhadap penggunaan informasi yang disajikan oleh Metro TV dengan TV One adalah teori *uses and gratification*. Teori *uses and gratification* merupakan teori yang mendasarkan khalayak menggunakan media berdasarkan tujuan tertentu. Teori ini merupakan loncatan dari teori jarum suntik (*hypodermic needle theory*) yang lebih tertarik melihat apa yang dilakukan media terhadap khalayak (Rakhmat, 1989: 87). Sedangkan teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa

khalayak secara aktif memilih media tertentu yang akan membawa kepuasan bagi dirinya. Teori yang dicetuskan oleh Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch ini mengatakan, jika tujuan khalayak terpenuhi, maka media akan dianggap efektif karena dapat memenuhi kebutuhan khalayak (Kriyantono, 2010: 208). Maka dari itu, teori *uses and gratification* memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan khalayak (Elvinaro, 2007: 73).

Sebagian manusia mempunyai kebutuhan dasar untuk mengadakan interaksi sosial. Individu akan berharap dengan adanya media, tentu akan memberikan pemenuhan kepada individu. Menurut Littlejohn (1996) dalam Kriyantono (2010: 211) mengatakan bahwa kepercayaan seseorang mengenai isi media dapat dipengaruhi oleh 1) budaya dan institusi sosial, termasuk media itu sendiri; 2) keadaan sosial seperti ketersediaan media; 3) variabel psikologis tertentu seperti introvert-ekstrovert dan dogmatisme. Sedangkan nilai-nilai dipengaruhi oleh 1) faktor kultural dan sosial; 2) kebutuhan; 3) variabel psikologis. Kepercayaan dan nilai akan menentukan kepuasan yang pada akhirnya menentukan perilaku konsumen terhadap media.

Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). GS merupakan motif/ tujuan yang mendorong individu mengonsumsi media. Sedangkan GO adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen, 1985 dalam Kriyantono, 2010: 211).

Dalam penelitian ini, kategori motif/tujuan dirujuk dari buku Kriyantono (2010: 215). Kriyantono menjadikan acuan kategori ini berdasarkan kategori pengonsumsian media menurut Denis McQuail. Denis McQuail membagi motif/tujuan menjadi empat motif yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi sosial, dan motif hiburan. Akan tetapi, dalam penelitian ini motif yang digunakan hanya motif informasi, motif identitas diri. Penggunaan kedua motif ini didasarkan dengan melihat pada sumber informasi yang disajikan oleh Metro TV dengan TV One. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Motif informasi → pengguna dikatakan memiliki motif informasi apabila:
   a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat
   b. Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia
   c. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
   d. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat
   e. Dapat memeroleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
2. Motif identitas pribadi → pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila:

a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri

b. Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media

c. Memeroleh nilai lebih sebagai mahasiswa

Kategori kepuasan menurut Denis McQuail seperti yang telah dirujuk oleh Kriyantono adalah:

1. Kepuasan informasi → pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila:

   a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat

   b. Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia

   c. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah

   d. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat

   e. Dapat memeroleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan

2. Kepuasan identitas pribadi → pengguna dikatakan menadapatkan kepuasan identitas pribadi apabila:

a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri

b. Dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media

c. Memeroleh nilai lebih sebagai mahasiswa

2.4 Hipotesis Teoritis

Pemirsa yang menonton tayangan berita atau sumber informasi akan dengan sendirinya memilih stasiun berita yang dapat menyajikan serta memberikan pengetahuan yang dirasa memang cocok dan berguna bagi individu tersebut. Setelah pemirsa memahami sumber informasi yang diberikan dari sebuah stasiun televisi, maka pemirsa akan menjadikan stasiun televisi tersebut sebagai salah satu stasiun favorit mereka ketika mereka akan mengakses sumber berita atau informasi.

Dengan menggunakan teori *uses and gratification*, teori ini akan menjelaskan bahwa pemirsa secaea aktif akan menentukan sendiri kebutuhannya, lalu mereka akan terpuaskan ketika melihat tayangan yang disajikan oleh stasiun televisi tersebut. Berdasarkan penjelasan yang ada, tingkat kepuasan akan individu dalam menonton tayangan, maka dapat ditunjukkan tingkat kepuasan didorong oleh motif tertentu yaitu motif informasi dan identitas diri.