

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Manusia tidak dapat hidup sendiri, manusia membutuhkan manusia lain untuk hidup dan bertumbuh. Hal ini bukanlah kata-kata semata, inilah realitas yang manusia jalani. Manusia adalah makhluk sosial dan berkelompok, tidak dapat dipungkiri bahwa manusia tidak dapat hidup sendiri. Selain keluarga manusia juga butuh tempat untuk berkembang. Oleh karena itu, terciptalah persekutuan atau komunitas yaitu sebagai tempat untuk seseorang berkembang, menyalurkan ide, gagasan dan berbagi kebahagiaan bersama-sama dengan orang lain. Komunitas tidak hanya sekedar tempat orang berkumpul, latar belakang terciptanya persekutuan adalah sebuah kesamaan kebutuhan.

Tidak hanya berkumpul, anggota komunitas melakukan sebuah *action* untuk saling mengembangkan diri. Selain itu, kegiatan yang mereka lakukan tersebut digunakan untuk menunjukkan aktualitas mereka dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas menjadikan anggotanya semakin berkembang dalam aspek sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *General Secreatry* JOY, persekutuan mahasiswa Kristen JOY telah berdiri sejak 16 tahun yang lalu di Yogyakarta. JOY adalah singkatan dari kepanjangan *Jesus, Others, You*. Anggota JOY lebih senang menyebut JOY sebagai wadah persekutuan para mahasiswa Yogyakarta. Sangat jelas, bahwa semua anggota JOY memiliki kesamaan yaitu seorang mahasiswa yang menimba ilmu di Yogyakarta dan beragama Kristiani.

Banyak kegiatan yang telah dibentuk oleh JOY sebagai tempat berkembang bersama. Selain kegiatan ibadah bersama, membicarakan tentang Injil dalam kelompok-kelompok kecil, anggota JOY juga membentuk sebuah kegiatan yang disebut *Ministry* yang didalamnya terdapat bermacam-macam kegiatan yang mengarah pada potensi atau kegemaran setiap anggota. Seperti drama, *dance*, *publishing*, *EQ (Equipment)*, multimedia, musik, *fellowship* dan *choir*.

Khusus dalam penelitian ini, terdapat satu kegiatan JOY yang membuat peneliti tertarik yaitu *publishing*, kegiatan ini mengarah pada bidang jurnalisme, mencurahkan pikiran dengan cara menulis. Hasil karya kegiatan *publishing* JOY adalah sebuah buletin mingguan yang sampai sekarang hampir mencapai edisi ke 400. *Team Publishing*, sebutan bagi anggota JOY yang masuk dalam keredaksian buletin JOY. *Team* ini terdiri dari pemuda-pemudi yang gemar berkecimpung dalam jurnalisme, membuat buletin yang dibuat oleh anggota JOY sendiri dan dibaca oleh anggota JOY pula. Buletin yang terdiri dari 8 halaman dan diterbitkan setiap hari Jum'at ini sebagai media atau alat bagi semua anggota untuk mengenal JOY semakin dekat, mempererat keanggotaan dan masyarakat serta mempererat keyakinan individu terhadap Tuhan.

Buletin adalah satu bentuk media cetak berupa selebaran, berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk kelompok profesi tertentu (dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997). Sebuah media massa tidak sekedar sebuah tulisan semata, namun media massa membawa visi misi dari organisasi atau lembaga yang membuatnya. Tentu saja, diharapkan pembacanya juga ikut mewujudkan

visi misi yang telah diciptakan. Setiap Buletin JOY tertulis visi JOY yaitu *Committed, Contagious, Contemporary* (Berkomitmen, Menular, Mengikuti zaman). Maksud dari visi JOY tersebut adalah agar seluruh anggota JOY menjadi orang Kristen yang mau berkomitmen, menularkan nilai-nilai Kristiani, dan tetap mengikuti perkembangan zaman. Hal ini tentu saja ini semua mengarah ke hal yang positif dan beriman Kristiani. Sedangkan misi dari JOY adalah *We Are Ambassadors For Heaven To The Earth* (Kami Adalah Utusan Bagi Surga Untuk Dunia)

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, JOY tidak hanya menitik beratkan pada tugas buletin JOY. Kegiatan bersifat kerohanian dan sosial diciptakan untuk mewujudkan visi dan misi JOY. Buletin JOY sebagai media massa bagi anggota memiliki fungsi penting dan fungsi media massa tidak bisa lepas dari hubungan dengan kebutuhan manusia atau pembacanya. Devito mengungkapkan bahwa terdapat 6 fungsi media massa yang paling penting, yaitu :

- 1) Fungsi menghibur,
- 2) Fungsi meyakinkan,
- 3) Fungsi menginformasikan,
- 4) Menganugerahkan status,
- 5) Fungsi membius,
- 6) Menciptakan rasa kebersatuan

(dikutip dari Effendy,1990:238). Sedangkan menurut Joseph R.Dominick terdapat fungsi lain dari media massa yaitu fungsi pengawasan (*Surveillance*) (dikutip dari Effendy,1990:243).

Laporan bertajuk "*Media for People in Cities : A Study of Community Media in The Urban Context*" yang diterbitkan oleh United nations Educational Organization menguraikan sejumlah ciri-ciri media komunitas:

(www.ikon.or.id/1media/archive/edisi126-130.asp diakses pada tanggal 20 Februari 2009)

- Melayani komunitasnya sendiri
- Tidak untuk mencari keuntungan
- Kebijakan yang mendorong terjadinya proses demokratisasi, sehingga setiap anggotanya bisa berpartisipasi menyumbangkan pemikirannya
- Menghargai pluralisme, anti realisme atau diskriminasi di berbagai bidang kehidupan
- Memberi kesempatan pada anggota komunitas untuk berkomunikasi, termasuk hak untuk berpartisipasi di setiap tahap perencanaan, produksi, distribusi dan proses evaluasi
- Menggunakan teknologi komunikasi yang sesuai dengan kemampuan komunitas
- Informasi merupakan hasil refleksi realitas anggotanya
- Mendukung komunitas untuk membagi peran, tugas dan tindakan kolektif

Walaupun hanya sekedar salah satu kegiatan dari JOY, *Team Publishing* selalu ingin menghasilkan karya yang berfungsi bagi setiap anggota. Lalu munculah pertanyaan, apakah buletin JOY telah menjalankan fungsinya? Apakah anggota JOY atau pembaca telah mendapatkan kepuasan dari keberadaan buletin JOY ? Semua pertanyaan ini diharapkan terjawab dalam penelitian ini. Kepuasan pembaca akan terpenuhi jika kebutuhannya untuk mengakses media massa juga terpenuhi.

Pada penelitian ini, pembaca tidak dianggap sebagai penerima atau korban pasif media massa namun pembaca adalah orang yang secara aktif menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhan tertentu yang dapat dispesifikan. Hasil penelitian ini tentu saja digunakan untuk *feedback* bagi *Team Publishing JOY*, agar buletin JOY menjadi salah satu media yang dapat memenuhi kebutuhan setiap anggota JOY dan bidang jurnalisme akan semakin berkembang dalam persekutuan JOY.

Sama dengan media massa lainnya, buletin juga membawa semua pandangan atau ideologi persekutuan ke dalam tulisan. Media sebagai alat untuk menyampaikan semua ideologi pembuat ataupun pemilik kepada pembacanya. Untuk selanjutnya media dapat mempengaruhi pembaca dan merubah ideologi dan sikap pembaca. Begitu banyak harapan yang dibawa oleh redaksi dalam buletin JOY. Bagaimana dengan harapan pembaca? Semua harapan pembaca tidak pernah lepas dari kebutuhan masing-masing pembaca dan kepuasan akan didapat apabila media berjalan sesuai fungsinya.

Harapan sebuah motivasi bagi diri kita untuk mencapai sesuatu. Harapan seluruh pembaca tentu juga sebagai motivasi bagi *Team Publishing JOY*. Harapan –harapan muncul dari diri seseorang juga didorong oleh rasa kebutuhan. Sedangkan kebutuhan masing-masing orang berbeda karena dibentuk oleh pengalaman sosial yang berbeda pula. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengungkapkan harapan dan kepuasan yang didapat pembaca buletin JOY dan dapat dijadikan motivasi bagi *Team Publishing JOY*.

Alasan peneliti tertarik dengan persekutuan JOY terutama buletin JOY adalah berawal dari latar belakang peneliti sendiri yaitu sebagai mahasiswa dan beragama Kristen. Sebagai mahasiswa yang mengambil bidang jurnalistik, peneliti sangat tertarik dengan kegiatan tulis menulis. Oleh karena itu peneliti tertarik dengan kegiatan anggota JOY yang menghasilkan sebuah buletin.

Umur persekutuan JOY yang akan menginjak 17 tahun menunjukkan bahwa JOY adalah persekutuan yang sudah mempunyai banyak cerita dan pengalaman dalam berkembang bersama dengan segala bentuk kegiatan. Peneliti ingin membantu mengembangkan buletin JOY dengan cara meneliti harapan dan kepuasan yang didapat pembaca. Hasil penelitian ini akan dipersembahkan untuk JOY terutama *Team Publishing* yang akan selanjutnya digunakan untuk memperbaiki atau mengevaluasi kerja dan hasil *Team Publishing* dalam membuat buletin JOY.

Telah banyak penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Terdapat beberapa contoh penelitian yang dapat dijadikan acuan dan membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya dan sampai pada tujuan penelitian. Misalnya skripsi yang berjudul ***Kepuasan Pendengar Program Interaktif Radio Persada Blitar***. Penelitian ini memiliki latar belakang kehadiran media massa yaitu sebagai salah satu fenomena sosial yang menandai kehidupan modern, sebab kemunculan media massa diiringi dukungan perkembangan teknologi. Pendengar adalah sasaran komunikasi massa melalui media radio siaran. Komunikasi dapat dikatakan efektif, apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya, dan melakukan kegiatan apa yang

diinginkan komunikator produk radio yang berupa program acara. Pemuasan kebutuhan pendengar dapat diperoleh melalui program acara yang dikemas dan disiarkan tiap stasiun radio. (<http://id.shvoong.com/social-sciences/1828659-kepuasan-pendengar-program-interaktif-radio/> diakses pada tanggal 20 Februari 2009)

Terdapat juga penelitian yang mengambil fenomena persaingan antar situs. Persaingan tersebut sangat jelas untuk mendapatkan lebih banyak pengakses. Di Indonesia salah satu persaingan yang terjadi adalah antara situs Kompas.com dan Detik.com. Hal ini disebabkan karena kedua situs tersebut sama-sama situs media online lokal yang berisi tentang informasi yang bersifat umum, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui perbedaan kepuasan pengakses internet pada situs Kompas.com dan Detik.com.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa Unair mengakses internet dan mengetahui perbedaan kepuasan mahasiswa Unair sebagai pengakses internet pada situs Kompas.com dan Detik.com. Dalam penelitian ini kajian pustaka yang digunakan adalah *Uses and Gratifications*, motif, modernisasi dan teknologi komunikasi, manfaat internet, dan internet sebagai media pemuas kebutuhan individu. Judul penelitian ini adalah ***Perbedaan Tingkat Kepuasan Pengakses Internet Pada Situs Kompas.com dan Detik.com*** . (<http://www.adln.lib.unair.ac.id/go.php?id=jiptunair-gdl-s2-2005-masamah-1734&node=270&start=6&PHPSESSID=e1a1db63db45796bcd3839163683afa7> diakses pada tanggal 20 Februari 2009)

Penelitian lainnya yang menggunakan teori *Uses and Gratification* dan bisa dijadikan acuan adalah penelitian yang berjudul ***Penggunaan Penerbitan Majalah Media HALO dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Pada Produk Kartu HALO***. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimana Penggunaan Penerbitan Majalah media HALO dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Pada Produk Kartu HALO”. Penelitian ini menggunakan Model *Uses and Gratifications* oleh Katz, Gurevitch, dan Haas. (<http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi/ilmu-komunikasi/penggunaan-penerbitan-majalah-mediahalo-dalam-memenuhi-kebutuhan-informasi-pelanggan-pada-produk> diakses pada tanggal 20 Februari 2009)

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di muka maka penelitian ini akan mengungkapkan :

1. Bagaimana deskripsi harapan pembaca dalam membaca buletin JOY ?
2. Bagaimana deskripsi kepuasan pembaca dalam membaca buletin JOY ?
3. Apakah ada hubungan antara harapan pembaca dengan kepuasan dalam menggunakan buletin JOY?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendiskripsikan harapan pembaca akan buletin JOY.
2. Untuk mendiskripsikan kepuasan pembaca dalam membaca buletin JOY.

3. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara harapan pembaca dengan kepuasan dalam menggunakan buletin JOY.

D. MANFAAT PRAKTIS

1. Bagi penulis, melalui penelitian ini telah diberi kesempatan untuk memenuhi rasa ketertarikan dan keingintahuan penulis dalam mengkaji ilmu *Uses and Gratifications* untuk mengetahui harapan yang dicari dan kepuasan yang didapat dari khalayak dalam membaca buletin JOY dan suvey sebagai metode penelitian.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengetahui dan memahami teori *Uses and Gratifications*, khususnya harapan dan kepuasan yang diperoleh khalayak dalam membaca buletin JOY.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai kerangka acuan atau referensi awal untuk penelitian yang lebih dalam dengan tema atau metode yang sama, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

E. KERANGKA TEORI

E.1. Media Massa dan Media Komunitas

Barrigan mengungkapkan bahwa media komunitas merupakan media yang lebih berdasar pada, dan bukannya mengasumsikan, kebutuhan dan minat audiens. Media ini merupakan media pengekspresian dari anggota komunitas dan tidak hanya berfungsi sebagai media yang ditujukan pada komunitas tersebut. Arus

informasinya bekerja dalam bentuk pertukaran pandangan, berita, dan informasi, bukannya transmisi dari satu sumber kepada pihak lainnya (Oepen, 1989 : 12)

Stuart Hall mengemukakan fungsi-fungsi kultural media massa modern. Yang pertama adalah, dalam kehidupan yang semakin terfragmentasi dimana masyarakat hidupnya kelompok-kelompok dan kelas-kelas sosial, media massa mempunyai tanggung jawab menyediakan dasar-dasar bagi kelompok dan kelas sosial tersebut untuk mengkonstruksi citra kehidupan, makna, dan nilai dari kelompok dan kelas lain dalam masyarakat. Selain itu media massa juga berperan dalam menentukan imej, representasi dan ide-ide dimana totalitas sosial yang terdiri dari bagian-bagian yang terpisah dipahami sebagai suatu keseluruhan. (dikutip dari Curran, 1979 : 340)

Fungsi yang kedua adalah merefleksikan dan juga terefleksikan dalam keberagaman masyarakat. Artinya adalah bahwa media massa menyediakan “daftar” bahasa, gaya hidup dan ideologi yang kemudian diobyektivasi dalam masyarakat tersebut. Fungsi media di sini adalah menentukan realitas sosial, atau dengan kata lain menentukan arah pada kecenderungan yang sudah ada untuk diadopsi oleh masyarakat dalam sikap dan perilaku mereka, sementara kegagalan dalam hal pengadopsian ini direpresentasikan sebagai suatu penyimpangan yang tidak dapat diterima. Stuart Hall mengistilahkan , *“media is helping us not simply to know more about the world but to make sense of it”*, yang dapat diartikan bahwa media tidak membantu kita untuk banyak mengetahui tentang dunia tetapi untuk membuatnya masuk akal (dikutip dari Curran, 1979 : 340).

Sedangkan fungsi yang ketiga adalah untuk mengorganisasikan dan menyatukan sudut pandang yang sudah direpresentasikan dan diklasifikasikan secara selektif. Di sini dapat dilihat bahwa betapa terfragmentasi dan beragamnya suatu masyarakat, tingkat kohesi dan integrasi serta koherensi dan kesatuan yang sifatnya imajiner terus menerus dibangun. Tapi walaupun demikian harus ada ruang bagi opini-opini, suara-suara minoritas, pandangan-pandangan yang berlawanan dengan mainstream, dimana orang-orang yang berada di kelas subordinat dapat saling bergabung dan tampil (dikutip dari Curran, 1979 : 340).

Pawito dalam Jurnal Ilmu Komunikasi (2007:168) menjelaskan secara sederhana beberapa karakter yang dimiliki media komunitas, yaitu:

1. Memiliki jangkauan terbatas (lokal). Media komunitas tidak seperti media massa kebanyakan, ruang lingkupnya hanya terbatas pada suatu wilayah tertentu seperti sekolah, perusahaan, wilayah Kelurahan, Kecamatan, dan lingkup lainnya.
2. Menampilkan isi yang bersifat kontekstual yang mengacu pada kondisi komunitas. Isinya merupakan topik-topik yang berkaitan atau memiliki kedekatan (*proximity*) dengan anggota komunitas tersebut.
3. Pengelola dan target adalah orang-orang dari komunitas yang sama. Media komunitas dikelola oleh orang-orang dalam kelompok komunitas tersebut dan ditujukan bagi warga lain dalam komunitas.
4. Hadir dengan misi melayani dan tidak ada orientasi mencari keuntungan (*capital gain*). Media komunitas dibentuk untuk bisa menjadi sarana yang mampu mengakomodir penyampaian informasi antar warga. Media

komunitas tidak bertujuan untuk mencari keuntungan layaknya media massa yang telah menjadi industri.

Menurut Pawito mengenai 4 karakter yang dimiliki oleh media komunitas tersebut, buletin JOY termasuk dalam karakter yang telah disebutkan. Buletin JOY hadir hanya bagi anggota JOY saja, berisi tentang informasi kegiatan JOY dan menampilkan kisah ataupun pandangan tentang kehidupan Kristiani dari para anggota JOY sendiri. Pengelolaan buletin JOY berasal dari anggota JOY sendiri yang tertarik dalam bidang jurnalisme dan tidak mencari keuntungan.

Selain itu, Pawito dalam Jurnal Ilmu Komunikasi (2007:168) juga memaparkan peran media komunitas, yaitu:

1. Informasi.

Penyebarluasan informasi, pengetahuan, keanekaragaman perspektif, sesuai dengan kebutuhan warga komunitas

2. Forum diskusi publik.

Media komunitas memiliki peran yang nyata dalam memfasilitasi berkembangnya diskusi dan interaksi antara warga komunitas.

3. Membantu mencapai kesepakatan untuk mengatasi persoalan.

Media komunitas turut berpartisipasi dalam pencapaian solusi yang dihadapi bersama oleh warga komunitas.

4. Menggelorakan semangat partisipasi.

Hal ini memiliki maksud media komunitas juga berfungsi untuk membangkitkan semangat warga komunitas untuk ikut berpartisipasi dalam berbagai hal.

Buletin JOY mencoba menjadi media komunitas yang berperan bagi perkembangan anggota JOY dari segi sosial dan iman Kristen. Tampak dari rubrik yang dihadirkan buletin JOY yang menampilkan tentang ajakan untuk mengikuti beberapa kegiatan JOY, membahas firman Tuhan melalui Kitab suci, serta menginformasikan tanggal ulang tahun anggota JOY agar para anggota saling peka dengan keadaan sekitar.

Keberadaan media komunitas yang mewakili berbagai kelompok dalam masyarakat kita tidak sekedar menyemarakkan dunia jurnalistik semata. Kemunculan media-media tersebut berangkat dari semakin seragamnya informasi yang disajikan oleh media-media mainstream, yang pada akhirnya dapat menghambat proses demokratisasi dalam hal komunikasi.

Media komunitas tumbuh dengan semangat mengekspresikan gagasan, pemikiran anggota komunitas tersebut. Satu hal yang menjadi elemen penting dalam pertumbuhannya adalah proses pembelajaran yang terjadi di dalamnya. Pengelolaan media ini bisa dibilang sangat sederhana. Dengan dilandasi pengetahuan dasar jurnalistik serta didukung dengan penggunaan teknologi yang juga sangat sederhana menghasilkan media dengan tampilan yang bisa dibilang seadanya, namun yang menjadi kekuatan utamanya adalah kreatifitas serta kebebasan berekspresi bagi para anggotanya.

Selama ini media komunitas yang banyak dikenal merupakan media yang didasarkan pada komunitas yang terbentuk karena berada pada suatu wilayah tertentu atau lebih didasarkan pada aspek geografis. Akan tetapi saat ini seiring dengan kemajuan dalam segala bidang mendorong adanya perubahan pola dalam

masyarakat saling dihubungkan secara imajiner, yaitu dengan adanya nilai-nilai serta identitas tertentu. Apalagi dengan kemajuan teknologi informasi sudah semakin dapat mengatasi kendala geografis, sehingga apa yang disebut komunitas tidak hanya terbatas dengan mendasarkan pada aspek teritorial saja.

Kemunculan media persekutuan mahasiswa Kristen di Yogyakarta ini selain sebagai tempat menyalurkan bakat dalam bidang jurnalistik sebagai alat untuk membentengi atau memperkuat diri setiap anggota komunitas dari kebiasaan atau perilaku yang jauh dari norma, khususnya dari nilai-nilai hidup orang Kristiani. Mengingat bahwa sebagian besar anggota persekutuan JOY adalah bukan berasal dari Yogyakarta, jauh dari orang tua. JOY juga dapat menjadi komunitas yang mengawasi dan mendidik bagi setiap anggota persekutuan.

Media komunitas atau persekutuan mahasiswa Kristen di Yogyakarta ini mengajak untuk setiap anggota lebih dekat. Diharapkan bahwa kedekatan yang dijalin dapat diwujudkan dan anggota JOY dapat berkembang bersama-sama dalam kota Yogyakarta dengan hidup berdasarkan nilai-nilai hidup Kristiani dengan JOY sebagai wadahnya.

Bentuk media yang dipakai JOY adalah buletin mingguan, yang diterbitkan setiap hari Jum'at. Tentu saja, buletin berbeda dengan media massa yang lainnya. Buletin memiliki pengertian suatu publikasi yang diterbitkan pada jangka waktu tertentu oleh lembaga Pemerintahan, badan sosial, organisasi profesi maupun lembaga penelitian yang diberi nomor urut. (Lasa H.S, 1994 : 15)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buletin adalah satu bentuk media cetak berupa selebaran, berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk kelompok profesi tertentu (dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997)

E.2. Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification*)

Menurut teori ini, khalayak ramai bukanlah dianggap sebagai penerima atau korban pasif media massa. Para pendukung perspektif ini secara blak-blakan menyatakan bahwa orang secara aktif menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhan tertentu yang dapat dispesifikasikan. Jadi, perspektif baru ini menjadi suatuimbangan yang penting dan realistis dengan menekankan bagaimana khalayak mempengaruhi secara positif pengalaman media mereka sendiri. Bukannya menanyakan apa yang media lakukan terhadap orang-orang, para peneliti “kegunaan dan kepuasan” justru membalikkan pertanyaan itu menjadi apa yang orang lakukan dengan media? Inilah yang dimaksud dengan khalayak aktif. (dikutip dari Rakhmat, 1993 : 64).

Menurut Swanson, model *Uses and Gratification* tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam asumsi ini tersirat bahwa komunikasi massa (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (dikutip dari Rakhmat, 1993 : 65).

Blumler menyebutkan bahwa terdapat tiga orientasi khalayak mengakses media :

1. Orientasi kognitif

Kebutuhan akan informasi, *surveillance* (pengawasan), dan eksplorasi realitas

2. Diversi

Kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan

3. Identitas personal

Menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri

Rosengren mengungkapkan bahwa penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (dikutip dari Rakhmat,1993 :66)

Denis McQuail dan rekan-rekannya juga menghasilkan sebuah konsep “melarikan diri” (*escape*) sebagai titik tolak mereka pada waktu itu, seperti halnya sekarang, orang-orang sering mengaku “menghabiskan waktu” dengan media sebagai pelarian. Tetapi “melarikan diri” dapat diinterpretasikan dengan banyak cara. Kita dapat memandang “pelarian” secara negatif sebagai lari dari kenyataan, penundaan, atau menghindari tanggungjawab. Tetapi media tak memaksa atau menyebabkan orang melarikan diri. Orang memilih melarikan diri *dari* situasi atau keadaan pikiran tertentu *ke dalam* dunia lain. McQuail dan rekan bermaksud

membuktikan jenis-jenis pelarian diri yang berbeda-beda dan berbagai motivasi yang mendorong orang melarikan diri. Para peneliti itu juga menganalisis banyak cara halus yang konon digunakan oleh orang-orang untuk melarikan diri. Berhasil melarikan diri diteorikan sebagai kepuasan yang didapat dari media (dikutip dari Lull,1998:109)

Para peneliti menemukan bahwa berbagai khalayak (misalnya, orang-orang dari kelas sosial berbeda) menggunakan media dengan cara yang berlainan dan untuk tujuan berbeda pula. Mereka menyimpulkan bahwa agar riset ilmu sosial itu dapat lebih lengkap memahami apa yang diperoleh khalayak dari waktu yang mereka habiskan dengan media massa, maka perhatian harus diberikan pada “beraneka jenis daya pikat isi, motivasi, kepuasan, dan pengalaman” (McQuail dkk, 1972 :141)

Alexis S.Tan dalam bukunya *Mass Communication, Theories and Research* mengatakan bahwa meskipun terdapat beberapa perbedaan dalam melakukan pendekatan untuk mengukur kebutuhan khalayak dan fungsi media, studi *uses and gratifications* didasarkan pada suatu perangkat asumsi yang sama, yakni sebagai berikut (Effendy, 1986 : 26) :

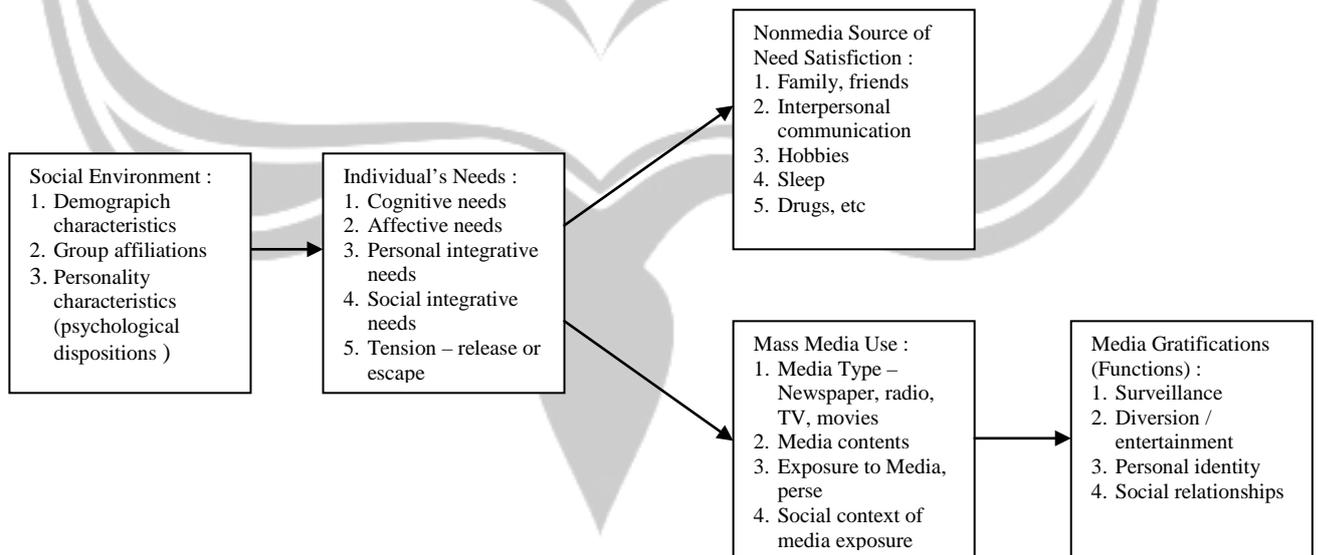
1. Penggunaan media terarah kepada suatu tujuan. Khalayak menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhannya yang spesifik. Kebutuhan tersebut berkembang sesuai dengan lingkungan sosial.
2. Khalayak memilih media dan jenis isi media untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi khalayak memprakarsai proses komunikasi massa, dan

mereka lebih siap dalam menyesuaikan media kepada kebutuhannya daripada media menunjukkan kemampuannya menguasai khalayak.

3. Terdapat sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak, dan media massa harus menyainginya. Sumber-sumber kebutuhan yang non-media adalah keluarga, teman, komunikasi antar personal, kesenggangan, tidur, dan lain-lain.
4. Khalayak sadar akan kebutuhannya, yang dapat memenuhinya bila dikehendaki. Khalayak juga sadar akan alasan mengapa mereka menggunakan media massa.

Diagram 1
Mass Media Uses and Gratifications Model

E.Katz. M. Gurevitch, dan H. Haas



(Sumber : Effendy, 1986 : 27)

Model ini menggambarkan bahwa *Uses and Gratifications* dimulai dengan lingkungan sosial yang menentukan kebutuhan kita. Lingkungan sosial mencakup

ciri-ciri demografik, afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian. Sedangkan kebutuhan individual, terbagi dalam kategori sebagai berikut :

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran atau dorongan untuk penyelidikan kita.

2. *Affective needs* (kebutuhan afektif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan penguatan pengalaman-pengalaman yang estestis, menyenangkan dan emosional.

3. *Personal Integratif needs* (kebutuhan sosial secara integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan penguatan kontak dengan keluarga, teman, dan sebagainya. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

4. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan /eskapis)

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Titik fokus dalam teori ini adalah kesadaran khalayak akan kebutuhan media. Khalayak akan menentukan keputusan yang terkait dengan media mana yang akan ia pilih, media mana yang akan ia gunakan atau konsumsi. Khalayak dianggap telah mencapai kesadaran dalam memenuhi berbagai kebutuhannya lewat media massa.

Model tersebut juga berkaitan dengan sumber-sumber pemuasan kebutuhan yang berhubungan dengan media yang mencakup (Liliweri, 1991:135):

1. *Media type* :

Tipe media merujuk pada jenis media yang digunakan oleh khalayak. Seperti : koran, radio, TV, film, buletin, majalah.

2. *Media content* :

Isi media meliputi pemberitaan dari media. Setelah khalayak mengkonsumsi pemberitaan atau isi media, lantas ia akan memberikan tanggapan dan juga penilaian berdasarkan apa yang telah ia baca, dengar atau tonton.

3. *Media exposure* :

Upaya untuk mencari data khalayak sehubungan dengan interaksinya dengan media. Data ini berupa pencarian besaran frekuensi atau durasi individu dalam menggunakan suatu media.

4. *Social context of media exposure* :

Yaitu konteks sosial tempat di mana terpapar media tersebut berlangsung.

Terdapat pula sumber pemenuhan kebutuhan yang bukan berbentuk media massa (*non media source*), seperti : keluarga, teman, komunikasi interpersonal, hobi, tidur dan sebagainya.

Kebutuhan-kebutuhan nyata juga dipuaskan oleh media yang mengacu kepada fungsi-fungsi media, sebagai berikut (Liliweri, 1991:138) :

1. *Surveillance* :

Menyajikan informasi mengenai alam dan kehidupan sekitar.

2. *Diversion / entertainment* :

Menyajikan pembebasan dari kendala-kendala rutin dan beban masalah serta pelepasan dari tekanan emosional.

3. *Personal identity* :

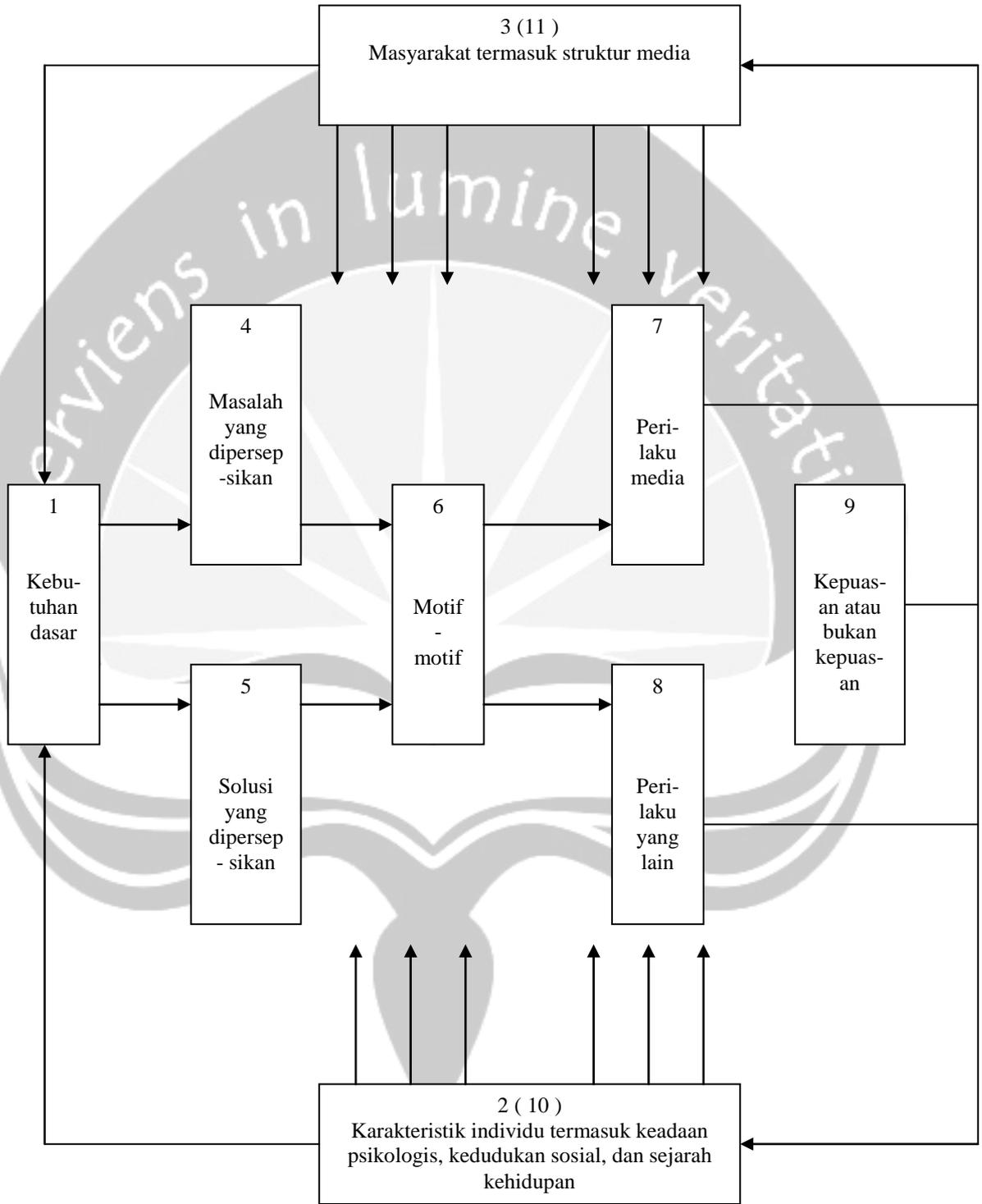
Menyajikan arahan kepada referensi personal, penjelajahan kenyataan dan pembinaan nilai-nilai.

4. *Social relationship* :

Menyajikan informasi-informasi yang memungkinkan terjadinya keterpautan sosial.

Karl Erk Rosengren mengajukan apa yang dinamakannya sebuah paradigma yang divisualkan mengenai kegunaan dan kepuasan Pada diagram 2 dimaksudkan untuk menjelaskan proses di mana seorang konsumen khalayak media, yang tersituasi dalam sebuah masyarakat yang kompleks menggunakan media. Bahwa kebutuhan biologis dan psikologis manusia seharusnya merupakan titik tolak teoritis untuk perjalanan rumit menuju kepuasan. Kebutuhan menciptakan persepsi masalah dan membangkitkan solusi yang memotivasi kontak dengan media massa dan mengilhami bentuk-bentuk aktivitas sosial lain yang kemudian berhasil atau tak berhasil memuaskan kebutuhan itu. Pada model terdapat panah kecil dari kotak-kotak yang mewakili masyarakat dan karakter perorangan. Hal ini dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan di bawah pengaruh eksternal dan internal yang berpengaruh kuat namun secara konseptual tidak jelas (Lull, 1998 : 111).

Diagram 2
Paradigma yang divisualisasikan Rosengren



(Sumber : Lull, 1998 : 114)

Konsep dasar teori berdasarkan pendirinya adalah berawal dari kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan terpaan dari media massa atau sumber –sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan. (Rachmat, 2007 : 204)

Shore mengungkapkan bahwa *Exposure is more complicated than access because its deal not only with what a person is within physically (range of particular mess medium) but also wether a person is actually expose no message .exposure is hearing, seeing, reading or most generally, experiencing, with a least a minimal amount of interest, the mass media message. This exposure might occur at an individual or group level* (dikutip dari Kriyantoro,2007:204)

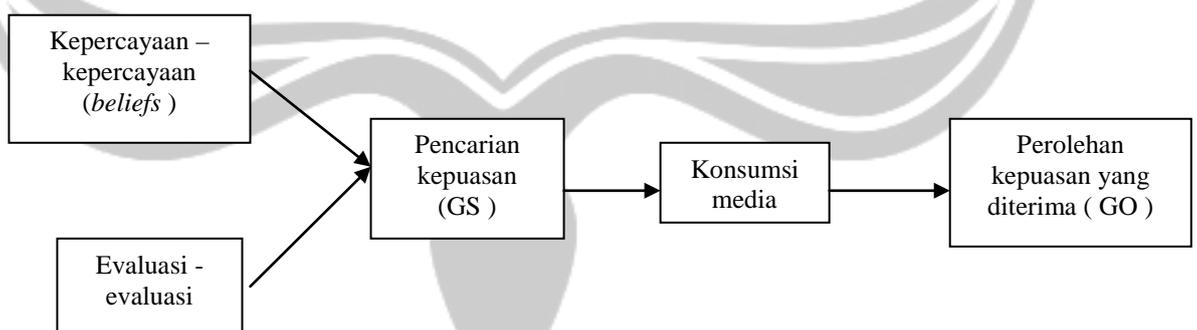
Terpaan media lebih dari sekedar mengakses media, tidak hanya menyangkut kedekaan secara fisik seseorang terhadap kehadiran media massa tetapi seseorang benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media massa tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok

Kebanyakan riset *Uses and Gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Palmgreen juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu. Namun, pernyataan dari Palmgreen tersebut tidak

berhenti disitu. Palmgreen menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dipenuhi oleh media (Kriyantoro,2007:206).

Konsep di atas juga disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). Konsep tersebut mampu memunculkan teori yang merupan varian dari teori *Uses and Gratifications*, yaitu teori nilai pengharapan *expectancy values*. Menurut teori nilai pengharapan, orang mengarahkan pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. GS adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. GS adalah motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. Sedangkan GO adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Bahwa GS dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. (Kriyantoro, 2007 : 206 – 20).

Diagram 3
Model *Expectancy Values*



(Sumber : Kriyantoro, 2007 : 208)

Menurut Littlejohn *Uses and Gratifications* bukanlah komunikasi yang sederhana, banyak faktor yang mempengaruhinya. Faktor personal dan eksternal menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang. Kepercayaan dan nilai-nilai

akan menentukan pencarian kepuasan, yang akhirnya menentukan perilaku konsumsi terhadap media seseorang.

Kepercayaan seseorang tentang isi media dapat dipengaruhi sebagai berikut (Kriyantoro, 2007 : 207):

1. Budaya dan institusi sosial seseorang, termasuk media itu sendiri.
2. Keadaan sosial seperti ketersediaan media.
3. Variabel psikologis tertentu, seperti introvert-ekstrovert, dogmatis.

Sedangkan nilai-nilai dipengaruhi oleh :

1. Faktor kultural dan sosial.
2. Kebutuhan.
3. Variabel psikologis.

F. KERANGKA KONSEP

Pada penelitian ini, peneliti akan melihat hubungan antara latar belakang lingkungan sosial, kebutuhan individu, penggunaan media massa dan kepuasan bermedia.

Dalam penelitian ini menggunakan istilah khusus untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang diteliti. Hal ini yang kemudian disebut dengan konsep, yaitu istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Jadi, dengan adanya konsep yang jelas maka akan terhindar dari terjadinya kesalahan pengukuran. Pada penelitian ini terdapat beberapa definisi konsep yang akan dijelaskan.

Berawal dari adanya kebutuhan-kebutuhan individu. Kebutuhan terhadap media disebabkan karena motif atau kebutuhan tertentu. Pada awalnya, motif yang timbul akan memunculkan daya gerak seseorang agar melakukan suatu tindakan tertentu dalam rangka mencapai kepuasan atau tujuan tertentu. Kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah (Effendi, 1986 : 27)

1. Kebutuhan kognitif (*cognitif needs*)

Pembaca membaca buletin JOY karena ingin memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai apa yang terjadi di persekutuan JOY atau lingkungan sekitar. Misalnya, ingin mengetahui hasil rapat yang dilakukan pengurus persekutuan JOY minggu lalu.

2. Kebutuhan afektif (*affective needs*)

Pembaca membaca buletin JOY untuk menyenangkan diri, memperoleh pengalaman emosional, mendapatkan sesuatu yang lucu. Misalnya, ada rasa kedekatan dengan personal yang diangkat.

3. Kebutuhan pribadi secara integratif (*personal integrative needs*)

Pembaca membaca buletin JOY karena ingin mendapatkan dan meningkatkan rasa percaya diri, tidak mau ketinggalan informasi, serta menaikkan statusnya, karena dengan membaca buletin JOY pembaca akan mendapatkan beragam informasi, bahkan tips dan trik yang diangkat oleh buletin JOY yang mungkin saja tidak semua orang mengetahuinya.

4. Kebutuhan sosial secara interatif (*social integrative*)

Pembaca membaca buletin JOY agar dapat menjalin komunikasi dan beradaptasi dengan lingkungannya, seperti teman persekutuan JOY. Hal ini terjadi ketika pembaca dapat melontarkan yang ia peroleh dari media.

5. Kebutuhan pelepasan atau eskapis (*escapist*)

Pembaca membaca buletin JOY untuk melepaskan diri sejenak dari masalah, tekanan dan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari yang padat. Apalagi jika disajikan tema yang dimunculkan adalah tema yang dikemas secara ringan bahkan bisa melepaskan kepenatan seseorang.

Kemudian, sebelum mencapai suatu kepuasan terdapat sumber pemenuhan kebutuhan dalam menggunakan media seperti frekuensi dan durasi pembaca dalam membaca buletin JOY serta konteks sosial tempat di mana terpaa berlangsung. Selain itu terdapat sumber pemenuhan yang berbentuk non media yang berasal dari keluarga, teman, hobi, tidur, obat.

Setelah proses pemenuhan kebutuhan, maka kepuasan setiap individu terukur. Kepuasan atau puas dapat diartikan sebagai merasa senang karena hasrat atas kebutuhan dan keinginan yang telah terpenuhi. Hasrat atas kebutuhan dan keinginan individu bisa juga disebut sebagai harapan individu. Ada beragam kepuasan yang muncul setelah khalayak menggunakan media, yaitu :

1. *Surveillance*.

Pengawasan dalam bentuk menyajikan informasi-informasi penting yang terdapat di lingkungan sekitar. Tentu saja informasi tentang persekutuan JOY sendiri.

2. *Diversion / entertainment.*

Menyajikan pembebasan dari kendala-kendala rutin dan beban masalah serta pelepasan dari tekanan emosional. Media juga mampu sebagai sumber hiburan bagi pembaca.

3. *Personal identity.*

Menyajikan arahan kepada referensi personal, penjelajahan kenyataan dan pembinaan nilai-nilai. Fungsi media untuk mengembangkan pribadi pembaca. Karena JOY adalah persekutuan berbasis agama, buletin JOY lebih condong ke arah mengembangkan sisi kerohanian setiap pribadi anggota persekutuan.

4. *Social relationship.*

Menyajikan informasi-informasi yang memungkinkan keterpautan sosial. Mempererat hubungan antar masing-masing anggota dan lingkungan sekitar diluar JOY.

G. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan karena ini merupakan instrumen kerja dari teori. Sebagai hasil deduksi dari teori atau proposisi, hipotesis lebih spesifik sifatnya sehingga lebih siap untuk diuji secara empiris (Singarimbun, 1995 : 43)

Di bawah ini adalah hipotesis untuk menjelaskan tentang hubungan antara tingkat harapan/kebutuhan dengan tingkat kepuasan bermedia.

Hk: Terdapat korelasi yang positif antara harapan individu dengan tingkat kepuasan bermedia.

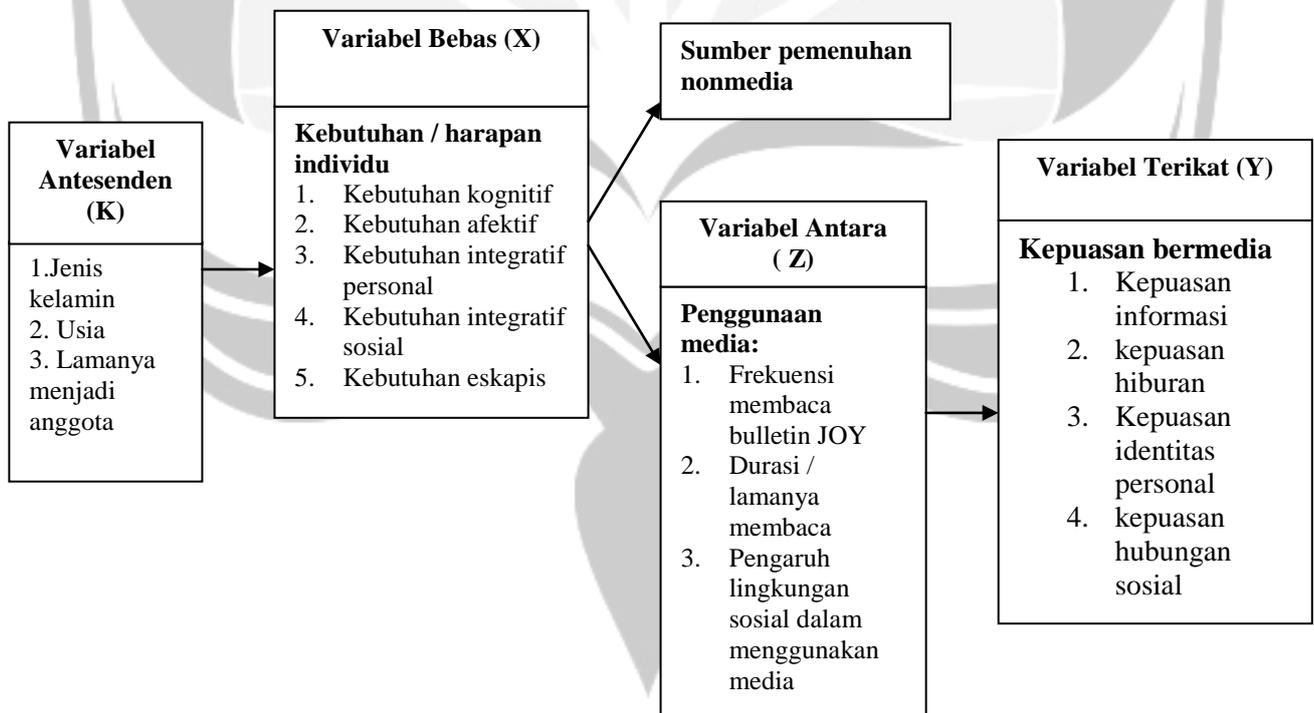
Ho: Tidak terdapat korelasi yang positif antara harapan individu dengan tingkat kepuasan bermedia.

Untuk menguji hipotesis tersebut, maka akan diuji lewat analisis data yang akan dijelaskan pada bagian berikutnya. Hipotesis ini akan diuji dan dilihat kesimpulannya, yaitu pada H_k dan H_o , di dalam keadaan diterima ataupun ditolak.

H. HUBUNGAN ANTARVARIABEL

Diagram 4
Hubungan Antarvariabel

Diolah dari model *Mass Media Uses and Gratifications*



Hubungan antarvariabel di atas menunjukkan hubungan antarvariabel antesenden, variabel bebas, variabel antara dan variabel terikat. Variabel

antesenden (K) meliputi jenis kelamin, usia dan lamanya menjadi anggota persekutuan. Adanya kedua hal tersebut, maka akan terlihat kebutuhan atau harapan sebagai individu. Kebutuhan atau harapan tersebut disebut sebagai variabel bebas (X), terbagi ke dalam kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelarian.

Kemudian, berdasarkan harapan tersebut, dapat dilihat bagaimana pemenuhan kebutuhan, yaitu penggunaan media buletin sebagai variabel antara (Z). Setelah dilihat interaksi pembaca dengan media, maka akan terlihat kepuasan yang diperoleh sebagai variabel terikat (Y). Kepuasan mengacu pada pemenuhan informasi, hiburan, identitas personal, dan relasi sosial.

I. DEFINISI OPERASIONAL

Penelitian ini menggunakan definisi operasional penelitian sebagai berikut:

a. Harapan / kebutuhan individu sebagai variabel bebas (X)

Harapan / kebutuhan individu meliputi kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan eskapis. Responden akan diberi pertanyaan berkaitan dengan kebutuhannya. Indikatornya adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :

1. Kebutuhan kognitif :

- Saya ingin mendapatkan informasi yang beragam seputar kegiatan persekutuan JOY
- Saya ingin mendapatkan informasi seputar anggota persekutuan JOY

- Saya ingin memperoleh sumber rujukan menyangkut berbagai masalah
- Saya ingin memenuhi dorongan rasa ingin tahu dan untuk memperkuat pendapat dan pengetahuan yang didapat dari buletin JOY

2. Kebutuhan afektif :

- Saya ingin dapat merasakan adanya kedekatan personal maupun emosional dengan persekutuan dan anggota JOY
- Saya ingin mencari kesenangan atau pengalaman yang menyenangkan.
- Saya ingin menyalurkan emosi, pendapat, masukan maupun kritikan terhadap buletin JOY
- Saya ingin mencari hiburan lewat rubrik-rubrik buletin JOY

3. Kebutuhan integratif personal :

- Saya ingin mengetahui nilai-nilai Kristiani
- Saya ingin meyakinkan diri akan nilai-nilai Kristiani
- Saya ingin menumbuh dan mengembangkan rasa percaya kepada Tuhan
- Saya ingin mampu mengapresiasi nilai-nilai Kristiani dalam kehidupan pribadi saya

4. Kebutuhan integratif sosial :

- Saya ingin mengetahui masalah yang dihadapi di luar persekutuan
- Saya ingin mendapatkan bahan percakapan dengan teman atau keluarga saat mengobrol
- Saya ingin memiliki kemampuan menjalankan peran sosial di masyarakat

- Saya ingin berinteraksi dengan banyak orang (termasuk anggota persekutuan JOY sendiri)
 - Saya ingin menjadi anggota persekutuan JOY yang aktif (mengikuti kegiatan ministry JOY)
 - Saya ingin menjadi lebih peka dengan lingkungan sekitar
 - Saya ingin percaya diri dan merasa bangga menjadi orang Kristiani
5. Kebutuhan eskapis (pelepasan ketegangan):
- Saya ingin melepaskan diri dari permasalahan
 - Saya ingin bisa bersantai dari kesibukan pekerjaan
 - Saya ingin menghilangkan kebosanan dan kejenuhan
 - Saya ingin mengisi waktu luang

b. Penggunaan media buletin (Z)

Penggunaan buletin meliputi frekuensi membaca buletin JOY dan durasi / lamanya membaca serta pengaruh lingkungan dalam menggunakan media.

- Saya membaca buletin JOY setiap hari
- Saya tidak melewatkan setiap edisi buletin JOY
- Saya membaca buletin JOY selama satu jam atau lebih dalam satu hari
- Saya membaca buletin JOY karena pengaruh teman diluar persekutuan
- Saya membaca buletin JOY karena pengaruh teman persekutuan JOY
- Saya membaca buletin JOY karena pengaruh keluarga

c. Kepuasan bermedia (Y)

Kepuasan bermedia meliputi sumber *surveillance*, *diversion / entertainment*, *personal identity*, dan *social relationship*. Responden akan diberi pertanyaan berkaitan dengan kepuasan mereka menggunakan media.

1. Kepuasan memperoleh informasi (*suveillance*) :

- Saya puas dengan buletin JOY karena saya mendapatkan informasi yang beragam seputar kegiatan persekutuan JOY
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya mendapatkan segala informasi seputar anggota persekutuan JOY
- Saya puas memperoleh sumber rujukan menyangkut berbagai masalah
- Saya puas bahwa dorongan rasa ingin tahu dan untuk memperkuat pendapat dan pengetahuan yang diperoleh dari buletin JOY telah terpenuhi

2. Kepuasan memperoleh hiburan (*diversion / entertainment*) :

- Saya puas dengan buletin JOY karena dapat menyalurkan emosi, pendapat, masukan maupun kritik terhadap buletin JOY
- Saya puas dengan buletin JOY karena dapat mencari hiburan yang hanya bisa diperoleh lewat buletin JOY
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat melepaskan diri dari permasalahan dan ketegangan
- Saya puas dengan buletin JOY karena dapat melihangkan kebosanan dan kejenuhan

3. Kepuasan identitas personal (*personal identity*) :

- Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi tahu akan nilai-nilai Kristiani
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi yakin akan nilai-nilai Kristiani
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat menumbuh kembangkan rasa percaya kepada Tuhan
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya mampu mengapresiasi nilai-nilai Kristiani dalam kehidupan pribadi saya

4. Kepuasan hubungan sosial (*social relationship*) :

- Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat mengetahui masalah yang dihadapi di luar persekutuan
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya mendapatkan bahan percakapan dengan teman atau keluarga saat mengobrol
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat menjalankan peran sosial di masyarakat
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi ingin berinteraksi dengan banyak orang (termasuk anggota persekutuan JOY sendiri)
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi lebih peka dengan lingkungan sekitar
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi anggota aktif persekutuan JOY
- Saya puas dengan buletin JOY karena saya merasa percaya diri dan bangga menjadi orang Kristiani

Apabila dibuat tabel, maka variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Tabel Variabel dan Indikator

No	Variabel Antesenden (K)	Indikator
1	Jenis kelamin responden	a. laki-laki b. perempuan
2	Usia responden	Usia responden
3	Lamanya menjadi anggota persekutuan	Lamanya menjadi anggota persekutuan
Variabel Bebas (X)		Indikator
1	Harapan kognitif	a. Saya ingin mendapatkan informasi yang beragam seputar kegiatan persekutuan JOY b. Saya ingin mendapatkan informasi seputar anggota persekutuan JOY c. Saya ingin memperoleh sumber rujukan menyangkut berbagai masalah d. Saya ingin memenuhi dorongan rasa ingin tahu dan untuk memperkuat pendapat dan pengetahuan yang di dapat dari buletin JOY
2	Harapan afektif	a. Saya ingin dapat merasakan adanya kedekatan personal maupun emosional dengan persekutuan dan anggota JOY b. Saya ingin mencari kesenangan atau pengalaman yang menyenangkan. c. Saya ingin menyalurkan emosi, pendapat, masukan maupun kritikan terhadap buletin JOY d. Saya ingin mencari hiburan lewat rubrik-rubrik buletin JOY
3	Harapan integratif personal	a. Saya ingin mengetahui nilai-nilai Kristiani b. Saya ingin meyakinkan diri akan nilai-nilai Kristiani c. Saya ingin menumbuh dan mengembangkan rasa percaya kepada Tuhan d. Saya ingin mampu mengapresiasi nilai-nilai Kristiani dalam kehidupan pribadi saya

4	Harapan integratif sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya ingin mengetahui masalah yang dihadapi di luar persekutuan b. Saya ingin mendapatkan bahan percakapan dengan teman atau keluarga saat mengobrol c. Saya ingin memiliki kemampuan menjalankan peran sosial di masyarakat d. Saya ingin berinteraksi dengan banyak orang (termasuk anggota persekutuan JOY sendiri) e. Saya ingin menjadi anggota persekutuan JOY yang aktif (mengikuti kegiatan ministry JOY) f. Saya ingin menjadi lebih peka dengan lingkungan sekitar g. Saya ingin percaya diri dan merasa bangga menjadi orang Kristiani
5	Harapan pelepasan ketegangan	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya ingin melepaskan diri dari permasalahan b. Saya ingin bisa bersantai dari kesibukan pekerjaan c. Saya ingin menghilangkan kebosanan dan kejenuhan d. Saya ingin mengisi waktu luang
	Variabel Antara (Z)	Indikator
	Penggunaan media	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya membaca buletin JOY setiap hari b. Saya tidak melewatkan setiap edisi buletin JOY c. Saya membaca buletin JOY selama satu jam atau lebih dalam satu hari d. Saya membaca buletin JOY karena pengaruh teman diluar persekutuan e. Saya membaca buletin JOY karena pengaruh teman persekutuan JOY f. Saya membaca buletin JOY karena pengaruh keluarga
	Variabel Terikat (Y)	Indikator
1	Kepuasan informasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya puas dengan buletin JOY karena saya mendapatkan informasi yang beragam seputar kegiatan persekutuan JOY b. Saya puas dengan buletin JOY karena saya mendapatkan segala

		<p>informasi seputar anggota persekutuan JOY</p> <p>c. Saya puas memperoleh sumber rujukan menyangkut berbagai masalah</p> <p>d. Saya puas bahwa dorongan rasa ingin tahu dan untuk memperkuat pendapat dan pengetahuan yang diperoleh dari buletin JOY telah terpenuhi</p>
2	Kepuasan hiburan	<p>a. Saya puas dengan buletin JOY karena dapat menyalurkan emosi, pendapat, masukan maupun kritik terhadap buletin JOY</p> <p>b. Saya puas dengan buletin JOY karena dapat mencari hiburan yang hanya bisa diperoleh lewat buletin JOY</p> <p>c. Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat melepaskan diri dari permasalahan dan ketegangan</p> <p>d. Saya puas dengan buletin JOY karena dapat melihangkan kebosanan dan kejenuhan</p>
3	Kepuasan identitas personal	<p>a. Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi tahu akan nilai-nilai Kristiani</p> <p>b. Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi yakin akan nilai-nilai Kristiani</p> <p>c. Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat menumbuh kembangkan rasa percaya kepada Tuhan</p> <p>d. Saya puas dengan buletin JOY karena saya mampu mengapresiasi nilai-nilai Kristiani dalam kehidupan pribadi saya</p>
4	Kepuasan hubungan sosial	<p>a. Saya puas dengan buletin JOY karena saya dapat mengetahui masalah yang dihadapi di luar persekutuan</p> <p>b. Saya puas dengan buletin JOY</p>

		<p>karena saya mendapatkan bahan percakapan dengan teman atau keluarga saat mengobrol</p> <p>c. Saya puas dengan buletiin JOY karena saya dapat menjalankan peran sosial di masyarakat</p> <p>d. Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi ingin berinteraksi dengan banyak orang (termasuk anggota persekutuan JOY sendiri)</p> <p>e. Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi lebih peka dengan lingkungan sekitar</p> <p>f. Saya puas dengan buletin JOY karena saya menjadi anggota aktif persekutuan JOY</p> <p>g. Saya puas dengan buletin JOY karena saya merasa percaya diri dan bangga menjadi orang Kristiani</p>
--	--	--

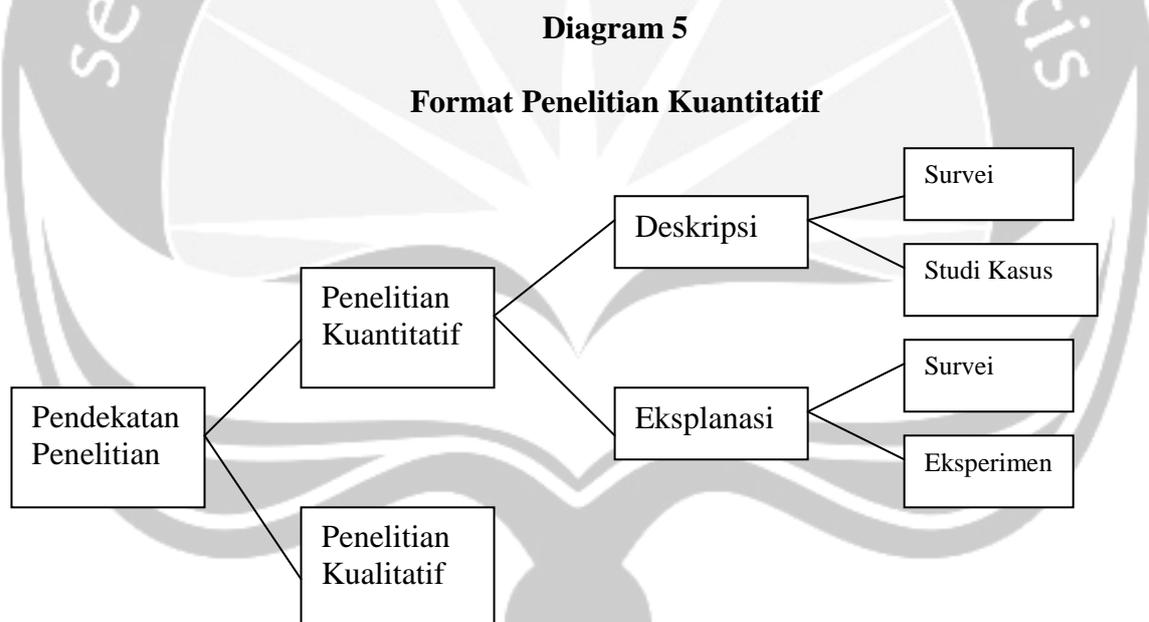
J. METODOLOGI PENELITIAN

J.1. Jenis Penelitian

Demi tercapainya tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui harapan pembaca buletin JOY dan kepuasan yang diperoleh melalui buletin JOY, maka peneliti menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. Menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan informasi yang diolah berupa angka. Alasan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena penelitian ini memiliki data kuantitatif yang dinyatakan ke dalam bentuk angka lalu dihitung secara matematik dengan rumus statistika. Penelitian ini juga menggunakan format deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau variabel yang timbul dalam masyarakat. (Bungin, 2005:36)

Penelitian ini juga menggunakan metode survei yaitu upaya pengumpulan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu bersama-sama dan informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Umumnya, pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan demikian penelitian survei adalah *“penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”* (Singarimbun, 1989 : 3)

Format penelitian kuantitatif jika dilihat dalam diagram, sebagai berikut :



(Sumber : Bungin, 2005:35)

J.2. Populasi dan Lokasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh pembaca buletin JOY. Pembaca tersebut tidak lain adalah anggota persekutuan JOY sendiri yang tercatat secara

administrasi berjumlah 200 orang. Anggota JOY yang berjumlah 200 orang tersebut terdiri dari 125 anggota laki-laki dan 75 anggota perempuan (sumber: data administrasi keanggotaan JOY). Seluruh anggota JOY berstatus mahasiswa di universitas yang berada di Yogyakarta. Buletin JOY berjenis buletin mingguan yang selalu diterbitkan pada hari Jum'at dan dibagikan sebelum kebaktian bersama yang rutin dilakukan dimulai.

Karena kuesioner dirasa lebih efektif apabila disebar pada saat setelah anggota JOY melakukan *cell group* yang dilakukan secara berkelompok maka peneliti menyebarkan kuesioner dengan dibantu oleh staff *cell group* JOY. Setiap *cell group* terdiri dari 10-15 orang.

J.3. Teknik Penarikan Sampling

Penelitian ini dilakukan dengan menentukan jumlah sampel. Penentuan sampel dilakukan sesuai dengan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut : (Kriyantoro, 2007:160)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = presisi yang dikehendaki, (ditentukan dalam perhitungan ini sebesar 90% atau tingkat kesalahannya 10%)

Kemudian aplikasi dalam jumlah responden penelitian ini adalah :

N = 200

$$n = \frac{200}{1 + 200(0,1)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200(0,01)}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$$n = 66,66$$

Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 66,66 kemudian dibulatkan menjadi 67 orang.

J.4. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu.

J.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Angket berstruktur (kuesioner), yaitu pengumpulan data primer melalui penyebaran daftar pertanyaan tersusun dengan jawaban tertutup kepada responden.
2. Studi Kepustakaan, merupakan pengumpulan data atau teori melalui sumber tertulis sebagai penunjang, yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti.

J.6. Teknik Skala Pengukuran

Untuk mengetahui jawaban responden, penelitian ini menerapkan pengukuran dengan skala Likert. Kategorisasi jawaban dengan skala Likert

berguna untuk melihat kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju hingga ke arah hingga tidak setuju. Kecenderungan jawaban responden sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------|------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | bernilai 5 |
| b. Setuju (S) | bernilai 4 |
| c. Netral (N) | bernilai 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | bernilai 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | bernilai 1 |

J.7. Uji Validitas dan Realibilitas

Validitas adalah sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar 2009:5)

J.8. Seleksi Item

Seleksi item dilakukan sebelum skala digunakan untuk memperoleh item-item yang berkualitas dan sesuai dengan fungsi skala. Item yang baik adalah item yang memiliki daya beda tinggi yaitu mempunyai kemampuan untuk memberikan indikasi apakah seseorang mempunyai sikap positif atau tidak. Teknik yang dipakai dalam menyeleksi item dalam penelitian ini adalah penggunaan koefisien korelasi dengan mengkorelasikan skor item dengan skor item total dan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Pengkorelasian antara skor item dengan skor item total akan menghasilkan koefisien korelasi item total (r_{ix}). Koefisien korelasi yang baik adalah $\geq 0,30$ pada taraf signifikansi 0,05 karena memiliki daya pembeda

yang memuaskan. Item dengan nilai r_{ix} di bawah 0,30 dianggap buruk karena dapat diinterpretasikan sebagai item yang memiliki daya diskriminasi rendah sehingga tidak dimasukkan dalam item yang digunakan dalam penelitian atau dinyatakan gugur. Penyeleksian item dilakukan dengan komputer menggunakan program *SPSS for windows 12*.

J.9. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya, disebut sebagai reliabel (Azwar, 2004).

Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan metode pendekatan konsisten internal yaitu dengan melihat konsistensi antar item dalam alat ukur atau instrumen itu sendiri. Melalui pendekatan ini subjek hanya dikenai satu perlakuan (*Single Trial Administration*). Analisis reliabilitasnya dilakukan dengan teknik Alpha dari Cronbach (Azwar, 2004). Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) yang memiliki rentang angka 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya, koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti reliabilitasnya semakin rendah. Pengukuran koefisien reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* program *SPSS for windows 12*.

J.10. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah atau sebuah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Proses tersebut dapat dilakukan apabila seluruh data telah terkumpul (Singarimbun, 1995 : 263).

Pada penelitian ini, akan digunakan beberapa teknik analisis data karena penelitian ini akan melihat derajat perbedaan di setiap tingkat kebutuhan / harapan pembaca dan tingkat kepuasan. Setiap teknik analisis data memiliki kegunaan masing-masing. Berikut teknik analisis data yang digunakan :

a. Uji Normalitas

Sebelum dianalisis, data yang telah diperoleh terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari distribusi normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan program *SPSS for Windows 12*. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$) maka sebarannya dinyatakan normal. Akan tetapi, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka sebarannya dinyatakan tidak normal.

Berdasarkan hasil analisis dengan uji *One Sample Kolmogorov- Smirnov Test SPSS for Windows 12*, hasil uji normalitas diperoleh nilai p sebesar : 0,201 sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran setiap variabel dalam penelitian ini adalah normal.

b. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi berguna untuk mengetahui penyebaran data responden berdasarkan jenis kelamin, keanggotaan persekutuan, serta kecenderungan masing-masing jawaban dari tiap pertanyaan di dalam kuesioner. Hasil distribusi frekuensi ini akan menunjukkan frekuensi masing-masing harapan / kebutuhan dan frekuensi masing-masing kepuasan bermedia.

Untuk memperoleh distribusi frekuensi digunakan rumus :

$$N = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

N = jumlah kejadian

fx = frekuensi individu

c. Analisis Korelasi

Analisis ini bertujuan untuk melihat derajat hubungan di antara dua atau lebih dari dua variabel dan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson's Correlation (Product Moment)* . Korelasi bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor yang berkaitan dengan variasi dengan faktor lain. (Rakhmat, 1995:27). Untuk mencari korelasi antara data interval dengan data interval lainnya, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{N.SDx.SDy}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

Σxy = jumlah hasil perkalian x dan y

N = jumlah individu dalam sampel

SDx = standar deviasi dari variabel x

SDy = standar deviasi dari variabel y

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel antara secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dan variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = variabel independen

a = konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)