

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas manusia tidak dapat terlepas dari kegiatan belajar mengajar. Kegiatan belajar mengajar merupakan salah satu cara manusia untuk memperoleh pengetahuan dari luar dirinya, mengasah dimensi epistemik yang ada di dalam pemikiran manusia. Menurut KBBI, belajar berarti “berusaha memperoleh kepandaian atau ilmu”, berarti mengandaikan adanya kegiatan yang dilakukan oleh siswa di dalam memperoleh bidang keilmuan yang ditekuni. Pardjono (2000) kemudian melihat bahwa di dalam kegiatan pembelajaran, mekanisme dasar dari proses adaptasi adalah perkembangan kognitif yang terdiri dari dua proses yang saling komplementer, yaitu proses asimilasi dan akomodasi. Roy dan Feldman (1984) kemudian melihat bahwa asimilasi adalah proses memahami pengalaman belajar yang sesuai dengan struktur kognitifnya, sedangkan akomodasi adalah proses perubahan struktur berfikir yang ada karena merespon stimulus. Proses ini berjalan dengan interaksi antara sosok guru/dosen, dengan tingkat keilmuan yang lebih tinggi dengan sosok siswa/mahasiswa sebagaimana siswa/mahasiswa adalah salah satu bagian dari proses pembelajaran. Hal ini membuat proses belajar dilakukan dengan cara membagi keilmuan yang dimiliki seseorang kepada orang yang lain.

Pembelajaran sangat identik dengan sekolah maupun universitas yang ada di sekitar masyarakat. Pembelajaran, sebagaimana dilihat di dalam penjelasan di

atas, memerlukan interaksi guru/dosen dengan siswa/mahasiswa yang ada di dalam satu kesatuan proses tersebut. Namun, pola pengajaran yang terbentuk di dalam kelas diharuskan berubah karena pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia. Perubahan tersebut menempatkan pembelajaran di dalam pola pengajaran jarak jauh menggunakan fasilitas daring. Hal ini bahkan menjadi yang pertama di dalam sejarah Indonesia, di mana pembelajaran secara daring menjadi pola pembelajaran nasional di Indonesia (Bestari, 2020). Pemindahan pola pembelajaran ini dilakukan berdasarkan Surat Edaran Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan No.4 tahun 2020 yang dikeluarkan Nadiem Makarim selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. *Urgensi* yang muncul di dalam pemindahan media pembelajaran tersebut kemudian menjadi titik problem utama di dalam penelitian ini.

Di dalam komunikasi, terdapat tiga unsur utama yang menjadi fokus permasalahan, yaitu: 1) Komunikator, sebagai penyampai pesan; 2) Media, sebagai jalan pesan untuk sampai kepada penerima pesan; dan 3) Komunikan, penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator (Effendy, 2001). Hal ini menjadi penting di mana sebuah pesan yang tersampaikan harus memunculkan makna di dalam komunikan, sehingga makna pesan yang sesungguhnya dapat tersampaikan. Penyampaian pesan ini membuat adanya penitikberatan pada media sebagai jalur tersampainya suatu pesan kepada komunikan. Hal ini juga terjadi di dalam pendidikan yang menjadi latar belakang masalah di dalam penelitian ini. pendidikan yang sebelumnya dilangsungkan di dalam kelas, berpindah kepada pola daring yang membutuhkan media daring sebagai penyampai pesan antara

komunikator, yaitu guru/dosen dan komunikan, yaitu siswa/mahasiswa yang ada di dalam lingkungan tersebut.

Marshall McLuhan di dalam tesisnya mengatakan bahwa “*medium is the message*”, memberikan penekanan bahwa media sebagai bagian dari proses komunikasi mempunyai posisi yang penting di dalam prosesnya. McLuhan melihat bahwa media memberikan “porsi” terhadap bentuk-bentuk asosiasi dan aksi manusia, yang di dalamnya memungkinkan manusia untuk menyampaikan pesan dan mencerapnya secara lebih koheren (Bobbit, 2011). Pemahaman ini membuat adanya hubungan antara pendidikan dengan media, dalam hal ini media pembelajaran yang ada dan digunakan sebagai penyampai pesan. Pergeseran ini membuat adanya signifikansi terhadap perubahan komunikasi yang terjadi, menurut tesis McLuhan, di mana pendidikan seharusnya tidak sama seperti pendidikan yang terjadi di kelas seperti biasanya. Pergeseran pola komunikasi (*communication shifting*) yang terjadi di dalam pola pembelajaran menekankan kepada preferensi media pembelajaran yang dipilih untuk memaksimalkan pesan yang tersampaikan antara komunikator dengan komunikan. Hal ini menjadi urgensi yang muncul di dalam penelitian ini, meletakkan media sebagai aspek yang penting di dalam pembelajaran yang dilangsungkan.

Dampak yang terjadi di dalam perubahan media pembelajaran ini memunculkan berbagai penelitian lanjutan yang dilakukan oleh beberapa ahli. Salah satunya adalah penelitian yang dilangsungkan oleh Amalia dan Sa’adah (2021), yang melihat bahwa pergeseran media pembelajaran memunculkan problem-problem baru yang berkaitan dengan penggunaan media di dalam

pembelajaran daring. Salah satu permasalahan yang muncul adalah kenyamanan para pengguna media pembelajaran sebagai bentuk kepraktisan produk yang ditawarkan oleh para penyedia jasa media pembelajaran. Penelitian tersebut kemudian menjadi sebuah dasar di dalam penelitian ini untuk melihat bahwa kepuasan mahasiswa terhadap media pembelajaran menjadi *problem* yang penting. *Problem* ini kemudian akan difokuskan dalam penelitian ini, untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dimiliki mahasiswa terkait media pembelajaran.

Saat ini, terdapat beberapa *platform* besar penyedia jasa media pembelajaran daring yang tersebar secara gratis dan dapat digunakan oleh khalayak umum. Menurut Sunarti dan Mitrohardjono (2021), sampai saat ini terdapat tiga *platform* media yang menjadi pilihan di dalam media pembelajaran di Indonesia, yaitu Zoom, Google Classroom, dan Cisco Webex, yang menyediakan fasilitas bertatap muka antara beberapa orang yang ada di lokasi berbeda. Zoom merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan oleh Zoom Video Communications, dirilis pada tahun 2012 sebagai media tatap muka secara daring. Zoom telah mendapatkan lebih dari 300 juta pengguna pada masa pandemi Covid-19, yaitu pada tahun 2020, sebagai angka tertinggi yang pernah dicapai oleh Zoom (Langone dkk, 2020). Di sisi lain, salah satu pesaing Zoom, yaitu Google Classroom merupakan *platform* media tatap muka yang dirilis oleh raksasa besar Google di tahun 2014. Google Classroom sendiri telah mencapai angka pengguna sebanyak 150 juta pengguna di tahun 2020. Google Classroom sendiri mempunyai fasilitas yang cukup lengkap di dalam media pembelajarannya, seperti fasilitas tatap muka, pengumpulan tugas, jaringan *cloud* yang besar, dan terhubung secara otomatis di dalam akun Google

pengguna (Buabeng dkk, 2019). Persaingan ini kemudian juga diramaikan oleh *platform* yang bernama Webex, dikembangkan oleh perusahaan bernama Cisco, yang telah merilis Webex sejak tahun 1995, sehingga Webex merupakan salah satu *platform* tatap muka tertua di dunia. Pengguna Webex telah mencapai 500 juta pengguna di tahun 2020 (Howley, 2020).

Hal ini kemudian menjadi penting untuk melihat tingkat kepuasan mahasiswa terhadap media yang digunakan di dalam pembelajaran secara daring. Media perbandingan yang digunakan sebagai salah satu objek utama di dalam penelitian ini adalah media pembelajaran tatap muka konvensional, dimana kelas tatap muka menjadi aktivitas pembelajaran yang diikuti oleh para mahasiswa kampus swasta di Yogyakarta. Setelah kurang lebih 2 tahun menjalani pembelajaran secara daring akhirnya pembelajaran dikembalikan seperti semula dengan menerapkan pembelajaran tatap muka hal ini dipertegas dengan surat edaran nomor 4 tahun 2021 tentang penyelenggaraan pembelajaran tatap muka tahun akademik 2021/2022 yang dikeluarkan Nadiem Makarim selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Pemilihan kampus yang ada di Kota Yogyakarta tersebut adalah Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai bentuk representasi dari kampus swasta di daerah Yogyakarta. Perbandingan di antara kedua media pembelajaran ini berhubungan erat dengan komunikasi tatap muka konvensional dan komunikasi bermedia yang kemudian menjadi fokus utama di dalam penelitian ini.

Analisis yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan teori *Uses and Gratification* (Penggunaan dan Kepuasan). Teori ini bermaksud untuk

meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Hal inilah yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain (Nurudin, 2017). Analisis penggunaan dan kepuasan ini digunakan sebagai cara untuk melihat bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa pada komunikasi dalam pembelajaran di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian sebelumnya kemudian dihadirkan di dalam latar belakang untuk melihat orisinalitas penelitian ini. Salah satu penelitian yang membahas preferensi media daring adalah penelitian berjudul *Preferensi Sumber Belajar Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi* yang ditulis oleh Muhammad Abdul Ghofur pada tahun 2018. Tujuan penelitian Ghofur adalah untuk mengetahui preferensi media daring mahasiswa jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Malang. Objek yang diteliti adalah bentuk-bentuk media belajar yang menjadi pilihan bagi mahasiswa jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Malang, yaitu: 1) Teks; 2) Video; 3) Aplikasi Interaktif; dan 4) Audio. Hasil penelitian Ghofur menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Malang sebanyak 56% memilih media pembelajaran teks sebagai jumlah terbanyak, sedangkan jumlah paling sedikit diperoleh media pembelajaran lewat audio yang hanya memperoleh suara sebanyak 2% (Ghofur, 2018).

Penelitian kedua yang mempunyai tema dengan variabel indikator penggunaan dan kepuasan adalah penelitian berjudul *Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini* yang ditulis oleh Karman pada tahun 2013. *Uses and*

Gratifications merupakan salah satu teori yang banyak digunakan dalam penelitian tentang penggunaan media. Teori ini memberikan perhatian pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Teori yang awalnya dikembangkan Katz dan Gurevitch memiliki banyak perkembangan khususnya pada konsep gratifikasinya. Perkembangan yang pesat ini muncul setelah berkembangnya media baru atau internet. Tulisan ini mengkaji *state of the art* teori tersebut pada 13 tahun terakhir. Hasilnya menunjukkan bahwa teori tersebut sering dijadikan teori inti dalam kajian penggunaan media. Adakalanya beberapa penelitian memadukan teori tersebut dengan Teori *Media Dependency*. Kendatipun berbeda dalam hal asumsi dan konsepnya, keduanya memiliki kesamaan dalam hal titik fokusnya yang memusatkan kajian pada khalayak, dan sama dalam hal tradisi teorinya yaitu sosio psikologis. Konsep gratifikasi teori ini cenderung semakin beragam. Media yang memenuhi kebutuhan khalayak mengalami perkembangan dari media tradisional ke media baru (internet), bahkan ke aplikasi tertentu. Pendekatan penelitian yang digunakan umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei (acapkali didukung juga dengan pendekatan kualitatif). Survei yang dilakukan umumnya sudah lazim dilakukan secara online. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah objek yang diteliti, yaitu media pembelajaran daring dan luring yang tidak ditemukan padanannya di penelitian-penelitian lain.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis di atas maka rumusan masalah yang terbentuk adalah Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa pada komunikasi dalam pembelajaran di Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa pada komunikasi dalam pembelajaran di Universitas Atma Jaya Yogyakarta .

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan teori komunikasi tatap muka dan bermedia terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi lembaga pendidikan untuk memilih media pembelajaran bermedia dan tatap muka yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa.

E. Kerangka Teori

Berdasarkan pada judul penelitian yang ada, penelitian ini ingin melihat tingkat kepuasan mahasiswa universitas Atma Jaya Yogyakarta pada pembelajaran tatap muka dan bermedia. Penelitian ini akan fokus pada

tingkat kepuasan mahasiswa dimana pada masa pandemi Covid-19 mahasiswa dihadapkan pada pembelajaran bermedia dan pada masa endemi dikembalikan menggunakan metode pembelajaran tatap muka. Pembelajaran tatap muka dan bermedia pada penelitian ini, akan dibahas sebagai media penyampaian pesan, sehingga akan dibahas pada teori komunikasi tatap muka dan *computer mediated communication* (CMC). Kerangka teori pada penelitian ini juga menggunakan teori *Uses and Gratifications* (penggunaan dan kepuasan).

1. Teori *Uses and Gratifications* (Penggunaan dan Kepuasan)

Teori *Uses and Gratifications* atau teori penggunaan dan kepuasan ini dibuat oleh Jay G Blumler dan Elihu Katz di dalam bukunya yang berjudul *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Menurut Blumler dan Katz (1974), pada awalnya ingin meneliti penggunaan preferensi media yang digunakan oleh khalayak ramai untuk menentukan bagaimana radio dan koran menjadi pilihan utama di masa itu.

Teori ini bermaksud untuk meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Hal inilah yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Hal ini juga dapat diaplikasikan ke berbagai ekstensi media yang ada saat ini, salah satunya media pembelajaran (Nurudin, 2017).

Menurut Kotler (1997), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi. Sedangkan, menurut Nasution, mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Hakim & Mulyapradana, 2020).

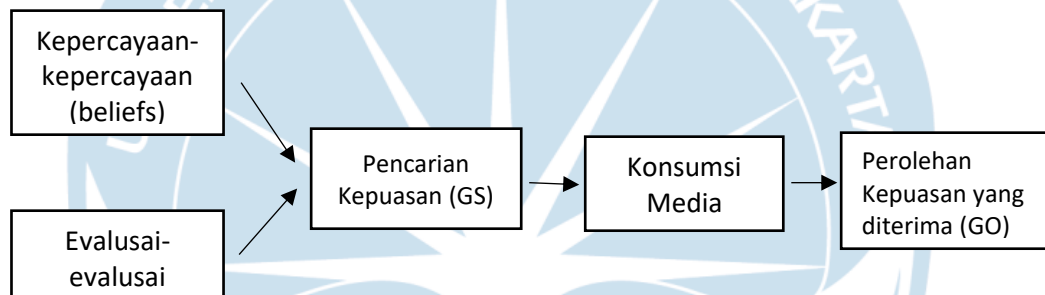
Terdapat lima asumsi dasar di dalam teori penggunaan dan kepuasan Blumler dan Katz (1974), yaitu:

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain.
4. Orang memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
5. Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.

Konsep kepuasan khalayak dapat dilihat dari dua aspek yaitu *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). Palmgreen dalam Kriyantono (2006) menjelaskan bahwa *Gratification Sought* (GS)

adalah kepuasan yang di harapkan atau kepuasan yang dicari individu atau motif yang mendorong individu untuk mengonsumsi media sedangkan *Gratification Obtained* (GO) adalah kepuasan nyata yang di dapatkan dalam mengonsumsi media. Model motif pencarian kepuasan dan kepuasan yang diperoleh ini sering disebut sebagai *Expectancy Values* atau nilai pengharapan seperti yang digambarkan dibawah ini :

Gambar 1. 1 Model *Expectancy Values*



Melalui pengukuran *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) maka dapat diketahui kepuasan mahasiswa berdasarkan dari kesenjangan diantara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). Kesenjangan ini adalah perbedaan perolehan kepuasan skor *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dalam menilai masing masing media pembelajaran (tatap muka dan bermedia). jika kesenjangan semakin kecil maka media pembelajaran semakin memuaskan (Kriyantono, 2006). indikator terjadinya kesenjangan

kepuasan antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dijelaskan sebagai berikut :

1. jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) lebih besar dibandingkan nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh mahasiswa lebih sedikit dari kebutuhan yang diinginkan, dapat diartikan media tidak memuaskan mahasiswa.
2. jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) sama dengan nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO) maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan terpenuhi.
3. jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan mahasiswa, dapat diartikan media tersebut memuaskan mahasiswa.

Dengan kata lain semakin kecil kesenjangan nilai rata-rata (*mean*) skor antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) maka media tersebut semakin memuaskan, sebaliknya semakin besar kesenjangan nilai rata-rata (*mean*) skor antara *Gratification Sought* (GS)

dan *Gratification Obtained* (GO) maka media tersebut semakin tidak memuaskan mahasiswa.

Dalam penelitian ini indikator kepuasan mahasiswa yang digunakan mengambil dari penelitian Napitupulu (2020) yang terdiri dari:

1. Aksesibilitas

Hal ini terkait dengan kenyamanan dan kemampuan mahasiswa dalam mengakses internet dan aplikasi pembelajaran online.

2. Kepemilikan perangkat

Mahasiswa yang memiliki keterbatasan sarana alat akan kesulitan dalam mengakses, misalnya tidak memiliki laptop dan kondisi jaringan internet yang tidak memadai di daerah mahasiswa tersebut sehingga berdampak pada tertinggalnya pada materi pembelajaran atau tidak mendapatkan seluruh informasi dari dosen.

3. Kemampuan memantau

Dalam hal ini bagaimana kemudahan mahasiswa dalam memantau jadwal ataupun materi yang diberikan oleh dosen.

4. Kemudahan memperoleh materi

Umumnya mahasiswa yang banyak dikeluhkan adalah beberapa dosen yang memindahkan jadwal perkuliahan online, sehingga beberapa mata kuliah yang bersamaan di waktu yang

sama atau tidak terdapat jeda, sehingga mahasiswa merasa kesulitan memperoleh materi.

5. Kemudahan mempelajari materi

Dalam hal ini ditekankan bagaimana kemudahan mahasiswa dalam mempelajari materi yang diberikan anatar daring dan juga pada saat tatap muka.

6. Interaktivitas

Interaktivitas dalam pembelajaran sangatlah penting dalam menciptakan hubungan timbal balik antara mahasiswa dan dosen. Biasanya interaktivitas tersebut terbangun pada saat pembelajaran tatap muka, akan tetapi dimasa pandemi interaktif antara mahasiswa dan dosen menjadi terkendala

7. Kemandirian belajar

Bagaimana mahasiswa dalam proses belajar baik secara mandiri maupun atas dasar tuntunan dari dosen.

8. Ketepatan metode pembelajaran

Metode pembelajaran merupakan hal utama dalam proses belajar, bagaimana metode tersebut dapat diterima dengan baik atau tidak oleh para mahasiswa.

2. Komunikasi Tatap Muka (*Face to Face Communication*)

Komunikasi tatap muka atau disebut juga komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang berlangsung secara tatap muka (*face to face*) antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada

kerumunan orang (Wiryanto dalam Hidayati, 2020). Pada konteks pembelajaran yang dilangsungkan di dalam ruangan yang terdiri dari siswa dan guru, atau dosen dan mahasiswa maka disebut sebagai komunikasi tatap muka atau komunikasi interpersonal.

Perkembangan teknologi membuat bergesernya suatu kebiasaan dalam masyarakat yang berkaitan dengan komunikasi yang pada awalnya komunikasi dilakukan secara tatap muka tetapi dengan teknologi komunikasi dilakukan menggunakan media, di era komputerisasi yang semakin cepat mendorong banyak orang beralih menggunakan teknologi untuk mempermudah dan mempercepat aktivitas mereka dalam kehidupan sehari-hari, yang sebelumnya mereka dapat bertemu dalam ruangan yang sama saat mereka rapat (*meeting*) dialihkan ke dalam sebuah ruangan virtual yang membuat mereka dapat mengikutinya tanpa memerlukan kehadiran dalam satu ruang yang sama (Begley,2010).

Tetapi Allen Ivey dalam (Begley,2010), menggarisbawahi pentingnya keterampilan antar pribadi dan tetap harus meningkatkan keterampilan komunikasi tatap muka. Komunikasi tatap muka merupakan interaksi manusia yang paling berpengaruh. walaupun sehebat apapun perangkat elektronik, tetapi perangkat elektronik tidak benar-benar menggantikan keakraban dan kedekatan orang-orang yang bercakap di ruang yang sama.

Proses komunikasi tatap muka memerlukan kehadiran di lokasi yang sama karena komunikator dan komunikan saling berhadapan sambil saling

melihat. Dalam situasi komunikasi seperti ini komunikator dapat melihat dan mengkaji dari sikonunikasi secara langsung, karena itu komunikasi tatap muka disebut juga komunikasi langsung (Effendy, 2001).

Ada dua elemen penting dalam komunikasi tatap muka, menurut Begley (2010) terdapat element verbal dan nonverbal. Agar dapat menyampaikan maksud dengan baik kedua element harus dapat dikuasai. Komunikasi nonverbal mencakup lima faktor: Bahasa tubuh, Penampilan fisik, suara, Penghargaan terhadap waktu, pengaturan ruang. Sedangkan komunikasi verbal hanya mencakup tiga hal: Kosakata, Organisasi atau Struktur dalam kalimat, penggunaan tata bahasa dan sintaksis secara keseluruhan.

Menurut Devito (2012) beberapa aspek-aspek komunikasi tatap muka agar dapat berjalan dengan baik, antara lain:

1. Keterbukaan

Adanya kesediaan untuk membuka diri. Keterbukaan seseorang dalam komunikasi ditunjukkan adanya pengungkapan informasi mengenai diri pribadi, kesediaan untuk bereaksi secara jujur atas pesan yang disampaikan orang lain, dan perasaan dan pikiran, adanya kebebasan mengungkapkan perasaan dan pikiran, serta adanya tanggung jawab terhadap pengungkapan tersebut.

2. Empati

Empati adalah merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain tanpa kehilangan identitas diri sendiri. Empati memungkinkan seseorang

untuk mengerti baik secara emosional maupun intelektual atas apa yang dirasakan orang lain.

3. Dukungan

Dukungan dipahami sebagai lingkungan yang tidak mengevaluasi (*descriptiveness*). dukungan dalam komunikasi ditunjukkan oleh kebebasan individu dalam mengungkapkan perasaannya, tidak malu, tidak merasa dirinya menjadi bahan kritikan. individu dapat berpikir secara terbuka, mau menerima pandangan yang berasal dari orang lain, serta bersedia untuk mengubah diri jika perubahan dipandang perlu.

4. Kepositifan

Sikap positif dalam komunikasi adalah sikap saling menghormati satu sama lain dalam situasi komunikasi secara umum. Sikap positif dalam komunikasi ditunjukkan oleh adanya kejelasan dan kepuasan dalam proses komunikasi.

5. Kesetaraan/ kesederajatan

Adanya kedudukan yang sama dalam suatu hal atau kondisi. Kesederajatan dalam komunikasi interpersonal, ditunjukkan oleh adanya rasa saling menghormati antara pelaku komunikasi.

3. *Computer Mediated Communication (CMC)*

Computer Mediated Communication atau biasa disebut CMC mulai berkembang pada tahun 1987, CMC muncul seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan internet yang semakin cepat. konteks CMC

sendiri tidak hanya terkungkung pada perangkat *personal computer* (PC) atau laptop saja, akan tetapi semua alat yang berbasis komputer seperti PDA, smartphone, tablet dan sejenisnya juga masuk dalam kategori *Computer Mediated Communication* (CMC), alat-alat ini juga bisa disebut dengan media baru komunikasi (Arnus, 2015).

Menurut Sosiawan dan Wibowo (2018) secara faktual dunia, proses komunikasi yang berlangsung melalui *Computer Mediated Communication* (CMC) berada pada wilayah *cyberspace* (secara teknis merupakan aplikasi komunikasi melalui jaringan internet yang besar dan memerlukan *protocols* untuk melakukan transfer data). *Cyberspace* adalah ruang mutlak terjadinya CMC sehingga secara “virtual” manusia sebenarnya berada pada ruang tersebut meskipun secara “wujud” berada pada ruang/alam nyata (*real world*).

Computer Mediated Communication (CMC) kemudian dapat dijelaskan sebagai komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tidak langsung (*indirect communication*) oleh karena itu dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya itu akan berhasil.

Pada penelitian ini komunikasi bermedia yang digunakan adalah pembelajaran daring. Menurut Romli (2015) pengertian media daring

secara umum adalah segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video dan suara, sebagai sarana komunikasi secara daring, sedangkan penegritian khusus media daring dimaknai sebagai sebuah media dalam konteks komunikasi masa.

Menurut Sofyana dan Abdul (2019), pembelajaran daring merupakan sistem pembelajaran yang dilakukan dengan tidak bertatap muka langsung, tetapi menggunakan *platform* yang dapat membantu proses belajar mengajar yang dilakukan meskipun jarak jauh.

Menurut Rusli dkk (2017), adapun indikator yang harus ada dalam pembelajaran daring yakni : pengelolaan dan pelaksanaan pembelajaran, proses belajar mengajar komunikatif, respon peserta didik, aktivitas belajar.

E. Kerangka Konsep

Definisi dari konsep adalah sebuah generalisasi dari selompok fenomena yang digunakan untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Bungin dalam Kriyantono, 2006). peneliti mengenai tingkat kepuasan komunikasi pembelajaran memiliki beberapa konsep yaitu *gratification sought* (GS) atau kepuasan yang diharapkan atau dicari dan *gratification obtained* (GO) atau kepuasan yang diperoleh dan didapatkan dalam pembelajaran.

Pembelajaran tatap muka adalah suatu perangkat atau tindakan secara terencana berdasarkan kaidah-kaidah pembelajaran yang berupa proses interaksi antara peserta didik, materi pelajaran, pendidik dan

lingkungan sehingga guru lebih mudah untuk mengevaluasi sikap siswa. Pembelajaran tatap muka merupakan proses pembelajaran yang menunjang untuk keberhasilan belajar, seseorang pendidik tidak mampu menilai kemampuan peserta didiknya tanpa melalui proses pembelajaran berbasis tatap muka (Kemndikbud, 2018).

Sesuai dengan SE Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan No. 4 Tahun 2020, dengan adanya pandemi di Indonesia segala bentuk pembelajaran baik di sekolah maupun di perguruan tinggi beralih menjadi pembelajaran jarak jauh (Siregar & Naeloforia, 2020). Peniadaan aktivitas perkuliahan secara tatap muka dapat digantikan dengan perkuliahan online agar proses kegiatan belajarmengajar tetap berjalan (Purwanti & Krisnadi, 2020). Saat ini, dengan meningkatnya akses ke teknologi, mahasiswa dapat menggunakan berbagai bentuk media sosial dalam menambah pengetahuan. Penggunaan teknologi digital memungkinkan proses pembelajaran dapat berjalan meskipun mahasiswa dan dosen yang berada di tempat yang berbeda (Milman, 2015).

Menurut Plamgreen dalam Kriyantono (2006), *gratification sought* (GS) adalah kepuasan yang diinginkan dan dicari individu ketika melakukan pembelajaran di kelas melalui media pembelajaran secara langsung maupun media pembelajaran daring. McQuail mengemukakan tipologi kepuasan untuk menjelaskan kepuasan yang dicari dan diperoleh individu dari media, antara lain :

1. Motif Informasi

Tentang motif kenyamanan. Dorongan ini dapat muncul karena faktor yang beragam seperti kemudahan dalam mengakses, biaya yang murah, dan hal-hal lainnya. Pemuasan rasa ingin tahu dan minat secara umum baik pembelajaran dan pendidikan untuk diri sendiri.

2. Motif identitas pribadi

Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai yang lain di dalam media sosial dalam hal ini adalah media pembelajaran.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Dorongan untuk melakukan hubungan dengan orang lain. Menemukan bahan percakapan untuk dipraktikkan di dunia nyata dan melakukan interaksi sosial dengan orang lain.

Konsep yang kedua adalah *gratification obtained* (GO) adalah kepuasan nyata yang di dapatkan setelah individu menjalani proses pembelajaran secara tatap muka dan pembelajaran daring. Artinya individu yang menjalani proses pembelajaran dengan harapan dan kebutuhan tertentu mendapat kepuasan yang nyata setelah melakukan proses pembelajaran secara tatap muka atau pembelajara bermedia yang dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan komunikasi dalam pembelajaran tatap muka dan bermedia yang diperoleh oleh mahasiswa di universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Konsep kepuasan dalam penelitian ini dapat diukur berdasarkan kesenjangan antara skor *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification*

Obtained (GO) pembelajaran tatap muka dan kesenjangan skor *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran bermedia. *Discrepancy gratification* atau kesenjangan kepuasan adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dalam melakukan proses pembelajaran tatap muka dan pembelajaran bermedia berdasarkan kesenjangan antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) yang ada di masing masing media pembelajaran. Kesenjangan tersebut diukur dengan melihat jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden dalam *Gratification Sought* (GS) atau kepuasan yang dicari dan *Gratification Obtained* (GO) atau kepuasan yang didapatkan jika kesenjangan semakin kecil maka media pembelajaran tersebut semakin memuaskan (kriyantono, 2006).

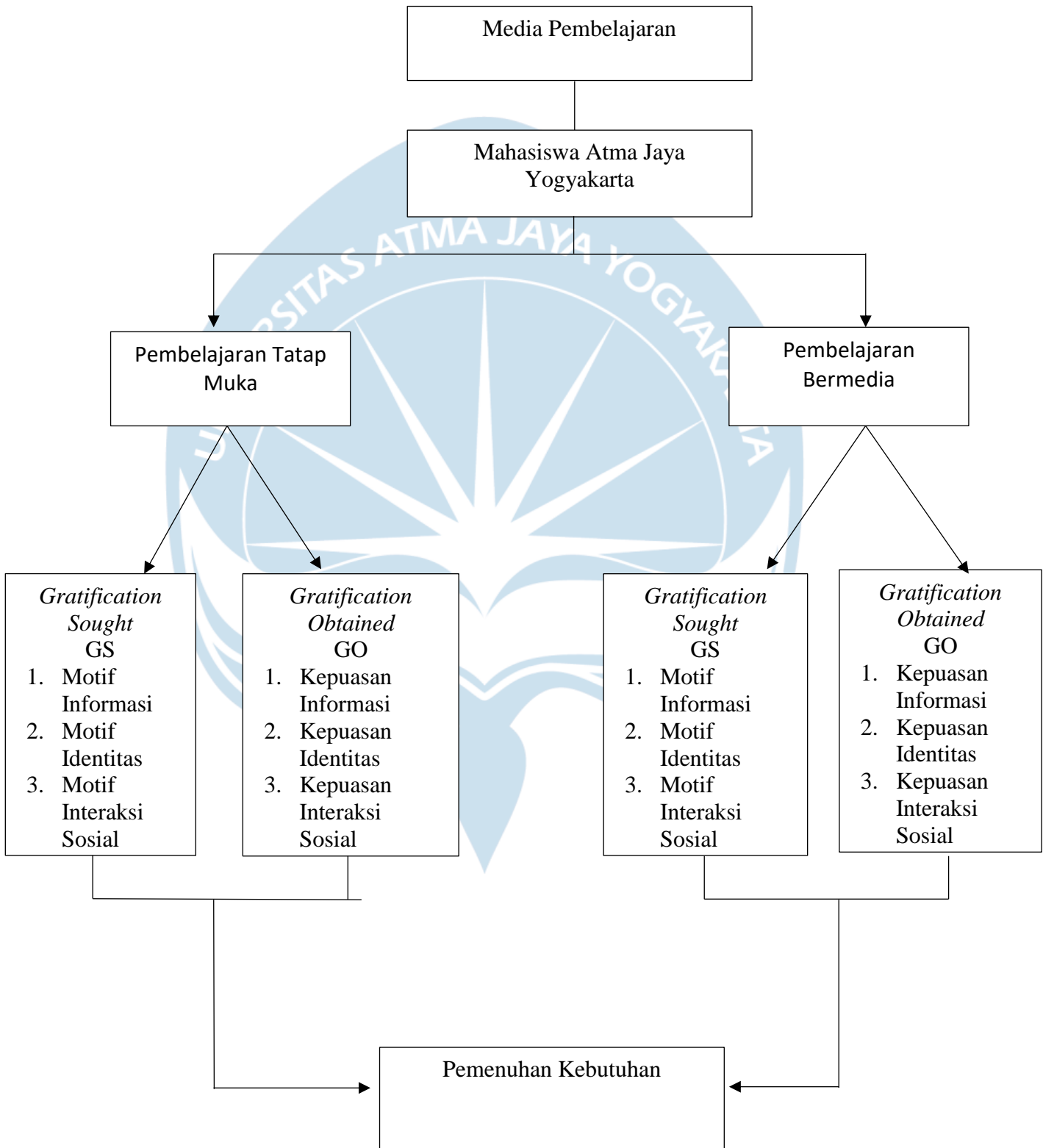
Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dijelaskan di bawah ini :

1. jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) lebih besar dibandingkan nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dari kebutuhan yang diinginkan, artinya media pembelajaran tidak memuaskan.
2. jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) sama dengan nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO)

maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan terpenuhi.

3. jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan, artinya media pembelajaran tersebut memuaskan.

Semakin kecil kesenjangan nilai rata-rata (*mean*) skor antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) maka media pembelajaran tersebut semakin memuaskan, dan sebaliknya jika semakin besar kesenjangan nilai rata-rata (*mean*) skor antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) maka media pembelajaran tersebut semakin tidak memuaskan. Berdasarkan konsep yang dijelaskan di atas, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir Peneliti

Pada penelitian ini akan membahas bagaimana teori *Uses and Gratifications* atau teori penggunaan dan kepuasan di dalam dua model komunikasi, yaitu komunikasi bermedia dan komunikasi tatap muka yang ada di dalam media pembelajaran. Kedua media pembelajaran tersebut kemudian akan dianalisis melalui teori *uses and gratification*. *Output* yang diharapkan adalah terdapat tingkat kepuasan mahasiswa di dalam komunikasi bermedia dan komunikasi tatap muka.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi terhadap variabel berdasarkan konsep teori namun bersifat operasional, agar variabel tersebut dapat diukur atau bahkan diuji baik oleh peneliti maupun peneliti lain. Variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa dan media pembelajaran yang dilihat dengan teori *uses dan gratification* untuk melihat kepuasan yang dicari serta kepuasan yang didapatkan.

Tabel 1. 1 Definsi Operasional

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Gratification Sought</i> (GS)	Kepuasan yang dicari	Informasi	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa ingin mendapatkan materi secara detail. Mahasiswa ingin mengetahui media pembelajaran yang digunakan. 	Nominal
		Identitas Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa ingin mengenali ruang lingkup kelas secara keseluruhan. Mahasiswa ingin mengetahui metode 	

			yang digunakan pada proses pembelajaran.	
		Interaksi Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa ingin berinteraksi secara langsung. • Mahasiswa ingin bersosialisasi dengan teman-teman. 	
<i>Gratification Obtained (GO)</i>	Kepuasan yang didapatkan	Informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan materi secara detail. • Mengetahui media pembelajaran yang digunakan dosen. 	Nominal
		Identitas Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa mengetahui ruang lingkup kelas secara keseluruhan. • Mahasiswa mengetahui metode yang digunakan dosen. 	
		Interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa dapat berinteraksi secara langsung dengan dosen. • Mahasiswa dapat bersosialisasi dengan teman-teman. 	

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa: Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau

berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi, pada umumnya penelitian ini menggunakan statistik induktif untuk menganalisis data penelitian. Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistik.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Penelitian survei dilakukan kepada responden yang bertujuan untuk mengetahui tentang sikap, kepercayaan, pendapat, hingga perilaku dari responden tersebut (Adiyanta, 2019). Metode ini akan menghasilkan informasi yang bersifat statistik. Penelitian survei memberikan batasan yang jelas terhadap data yang diambil dari sampel atau populasi yang mewakili seluruh subjek penelitian. Tujuan penggunaan metode survei pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan dalam komunikasi pembelajaran tatap muka dan pembelajaran bermedia mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan akar permasalahan atau fokus yang akan diteliti, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat atau lokasi dimana variabel tersebut berada (Arikunto, 1998). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi objek penelitian adalah tingkat kepuasan komunikasi dalam pembelajaran tatap muka dan pembelajaran bermedia. Sedangkan

subjek penelitian ini adalah mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta yang sudah pernah menjalani pembelajaran secara tatap muka dan bermedia.

Teknik pemilihan informan dari penelitian ini menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik dalam pemilihan informan dengan menyeleksi atas dasar kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan riset yang dilakukan. Karena tidak semua mahasiswa pernah mengalami perkuliahan bermedia dari awal mula masuk kuliah pada saat pandemi dan dilanjutkan dengan metode perkuliahan tatap muka setelah pandemi.

4. Populasi

Menurut Sugino dalam Kriyantono (2006) menjelaskan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik khas yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah menjalani pembelajaran tatap muka dan pembelajaran bermedia. Menurut pddikti.kemendikbud.go.id jumlah mahasiswa aktif di Universitas Atma Jaya Yogyakarta mencapai 9.283 mahasiswa yang terbagi kedalam 12 program studi sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Jumlah Mahasiswa Atma Jaya Berdasarkan Program Studi

(Semester Genap 2022)

Program Study	Jumlah
Akuntansi	942 Mahasiswa
Ekonomi Pembangunan	221 Mahasiswa

Manajemen	1.440 Mahasiswa
Biologi	342 Mahasiswa
Hukum	1.450 Mahasiswa
Ilmu Komunikasi	1.245 Mahasiswa
Sosiologi	303 Mahasiswa
Arsitektur	683 Mahasiswa
Teknik Sipil	753 Mahasiswa
Teknik Industri	668 Mahasiswa
Teknik Informatika	815 Mahasiswa
Sistem Informasi	421 Mahasiswa
Jumlah	9.283 Mahasiswa

Sumber : Website pddikti.kemendikbud.go.id

5. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel penelitian menurut Supardi (1993), merupakan bagian dari sebuah populasi yang dijadikan sebagai subjek dari penelitian untuk merepresentasikan atau menjadi wakil dari populasi tersebut. Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, yaitu sampel tidak ditentukan melalui teknik *random*. Hal ini dilakukan karena populasi yang akan diteliti sudah ditentukan, memberikan ruang untuk sampel yang dipilih melalui kriteria. Untuk teknik sampling yang akan digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel atau data untuk penelitian yang berdasarkan ciri-ciri yang sudah ditentukan pada populasi sebelumnya

(Kriyantono,2006). *Purposive sampling* pada penelitian ini memiliki kriteria utama adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah pernah mengikuti pembelajaran perkuliahan secara tatap muka dan bermedia.

Sampel pada penelitian ini akan diambil dari populasi dengan menggunakan presentase dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Selanjutnya untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini akan dihitung menggunakan rumus Slovin (Kriyantono,2006) dengan berlandaskan pada jumlah populasi mahasiswa aktif Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebesar 9.283 (N) Mahasiswa, dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10%, maka jumlah sampelnya (n) adalah:

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

$$n = \frac{9.283}{1 + (9.283 \cdot (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{9.283}{1,09283}$$

$$n = 8,4944 = 85$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Nilai presisi (dalam penelitian ini 10%)

6. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data tersebut kemudian dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2013) sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data secara langsung kepada peneliti. Selain itu data primer juga merupakan sumber data utama yang digunakan di dalam penelitian. Sumber data primer yang digunakan di dalam penelitian ini berasal dari kuesioner yang dilakukan kepada narasumber yang berasal dari mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penunjang bagi sebuah penelitian. Sumber data sekunder yang digunakan di dalam penelitian ini adalah jurnal, buku, dan literatur yang berhubungan dengan media pembelajaran.

7. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh peneliti untuk menentukan sumber-sumber data dan mengklasifikasikannya menjadi bagian-bagian yang lebih khusus. Terdapat dua teknik pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian ini, yaitu:

a. Kuesioner

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tipe pertanyaan dalam angket dibagi menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang mengharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang sesuatu hal. Sebaliknya pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Setiap pertanyaan angket yang mengharapkan jawaban berbentuk data nominal, ordinal, interval, dan ratio, adalah bentuk pertanyaan tertutup (Sugiyono, 2013). kuesioner untuk mengumpulkan data akan disebarakan secara online dengan menggunakan teknologi *google form*. Tetapi sebelum disebarakan kepada responden daftar pertanyaan akan diuji untuk mengetahui valid tidaknya dan juga reliabilitas dari pertanyaan atau pernyataan yang ada.

b. Studi Dokumentasi

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode studi dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi

yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Studi dokumen dalam penelitian ini yaitu SK Rektor mengenai pembelajaran bermedia. Selain itu studi dokumen juga dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data melalui buku, jurnal, maupun literatur-literatur lainnya.

8. Teknik Pengukuran Data

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian kuantitatif digunakan untuk menyatakan sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan atau atribut kuesioner dapat mengukur variabel dalam penelitian. Validitas atau kesahlian juga menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar,2013).

Uji validitas ditentukan dengan r tabel dan r Hitung. Rumus dari r tabel adalah $df = N-2$ jadi $30-2 = 28$ sehingga r tabel = 0,361. Hal ini dilihat berdasarkan pada nilai r hitung (Corrected Item-Total Correlation) > r tabel sebesar 0,361 untuk $df = 86-2 = 361$; $\alpha = 0,05$ maka item pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya.

Tabel 1. 3 Hasil uji validitas pada indikator variabel Gratification Sought (kepuasn yang dicari) Tatap Muka

Butir Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 1	0,516	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 2	0,384	0,361	Valid

Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 3	0,394	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 4	0,955	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 5	0,692	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 6	0,441	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 7	0,664	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 8	0,774	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 9	0,955	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 10	0,746	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 11	0,846	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran tatap muka 12	0,603	0,361	Valid

Pada tabel 1. 3 didapatkan nilai *pearson correlation* dari 12 item pernyataan mengenai *Gratification Sought (GS) Tatap Muka* (kepuasan yang dicari). Keseluruhan nilai *person correlation* atau *r* hitung lebih dari 0,361. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua item pada indikator *Gratification Sought (GS) Tatap Muka* adalah valid. Sehingga seluruh pernyataan pada indikator *Gratification Sought (GS) Tatap Muka* memiliki kesesuaian dan

dapat digunakan untuk mengukur dimensi informasi, identitas pribadi dan interaksi sosial yang hendak diketahui dalam penelitian ini.

Tabel 1. 4 Hasil uji validitas pada indikator variabel Gratification Obtained (kepuasan yang didapatkan) Tatap Muka

Butir Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 1	0,470	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 2	0,410	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 3	0,408	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 4	0,381	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 5	0,742	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 6	0,744	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 7	0,381	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 8	0,408	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 9	0,823	0,361	Valid

Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 10	0,541	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 11	0,782	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran tatap muka 12	0,463	0,361	Valid

Pada tabel 1. 4 didapatkan nilai *pearson correlation* dari 12 item pernyataan mengenai *Gratification Obtained (GO) Tatap Muka* (Kepuasan yang didapatkan). Keseluruhan nilai *person correlation* atau *r* hitung lebih dari 0,361. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua item pada indikator *Gratification Obtainedt (GO) Tatap Muka* adalah valid. Sehingga seluruh pernyataan pada indikator *Gratification Obtained (GO) Tatap Muka* memiliki kesesuaian dan dapat digunakan untuk mengukur dimensi informasi, identitas pribadi dan interaksi sosial yang hendak diketahui dalam penelitian ini.

Tabel 1. 5 Hasil uji validitas pada indikator variabel Gratification Sought (kepuasan yang dicari) Bermedia

ButirItem	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 1	0,486	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 2	0,670	0,361	Valid

Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 3	0,714	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 4	0,922	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 5	0,491	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 6	0,443	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 7	0,655	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 8	0,670	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 9	0,655	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 10	0,655	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 11	0,655	0,361	Valid
Kepuasan yang dicari pada pembelajaran bermedia 12	0,552	0,361	Valid

Pada tabel 1. 5 didapatkan nilai *pearson correlation* dari 12 item pernyataan mengenai *Gratification Sought* (GS) Bermedia (kepuasan yang dicari). Keseluruhan nilai *person correlation* atau *r* hitung lebih dari 0,361. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua item pada indikator *Gratification Sought* (GS) Bermedia adalah valid. Sehingga seluruh pernyataan pada indikator *Gratification Sought* (GS) Bermedia memiliki kesesuaian dan dapat

digunakan untuk mengukur dimensi informasi, identitas pribadi dan interaksi sosial yang hendak diketahui dalam penelitian ini.

Tabel 1. 6 Hasil uji validitas pada indikator variabel Gratification Obtained (kepuasan yang didapatkan) Bermedia

Butir Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 1	0,429	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 2	0,932	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 3	0,799	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 4	0,489	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 5	0,893	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 6	0,690	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 7	0,745	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 8	0,368	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 9	0,765	0,361	Valid

Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 10	0,489	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 11	0,378	0,361	Valid
Kepuasan yang didapatkan pada pembelajaran bermedia 12	0,411	0,361	Valid

Pada tabel 1. 6 didapatkan nilai *pearson correlation* dari 12 item pernyataan mengenai *Gratification Obtained (GO)* Bermedia (Kepuasan yang didapatkan). Keseluruhan nilai *person correlation* atau *r* hitung lebih dari 0,361. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua item pada indikator *Gratification Obtained (GO)* Bermedia adalah valid. Sehingga seluruh pernyataan pada indikator *Gratification Obtained (GO)* Bermedia memiliki kesesuaian dan dapat digunakan untuk mengukur dimensi informasi, identitas pribadi dan interaksi sosial yang hendak diketahui dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau dengan gejala yang sama dan menggunakan alat pengukur yang sama pula dengan demikian harus dilakukan uji reliabilitas. Ketentuan uji reliabilitas ini adalah adanya konsistens hasil. Proses

pengujian dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya instrumen

$\Sigma \sigma_b^2$: jumlah variabel butir $\Rightarrow \frac{\Sigma X^2 - [(\Sigma X)^2 / N]}{n}$

σ_b^2 : variabel total

Menurut Hairun (Hairun, 2020) terdapat tingkatan reliabilitas berdasarkan pada intervalnya, yaitu :

Interval Skor	Derajat Konsisten
0,00-0,20	Reliabilitas sangat rendah
0,21-0,40	Reliabilitas rendah
0,41-0,60	Reliabilitas sedang
0,61-0,80	Reliabilitas tinggi
0,81-1,00	Reliabilitas sangat tinggi

Uji reliabilitas pada penelitian ini akan dibantu menggunakan software SPSS. Analisis yang digunakan adalah analisis *Cronbach Alpha*. Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan memiliki

tingkat realibilitas yang tinggi apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,6.

Tabel 1. 7 Hasil uji reliabilitas Gratification Sought Tatap Muka

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.861	12

Dari tabel 1. 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0.861 > 0.60 dengan tingkat keandalan “reliabel” dan memiliki derajat konsisten reliabilitas sangat tinggi, sehingga disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen tersebut reliabel atau memiliki tingkat keterpercayaan, dan konsistensi sebagai suatu alat ukur (instrumen).

Tabel 1. 8 Hasil uji reliabilitas Gratification Obtained Tatap Muka

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.737	12

Dari tabel 1. 8 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0.737 > 0.60 dengan tingkat keandalan “reliabel” dan memiliki derajat konsisten reliabilitas tinggi, sehingga disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen tersebut reliabel

atau memiliki tingkat keterpercayaan, dan konsistensi sebagai suatu alat ukur (instrumen).

Tabel 1. 9 Hasil uji reliabilitas Gratification Sought Bermedia

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.797	12

Dari tabel 1. 9 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0.797 > 0.60$ dengan tingkat keandalan “reliabel” dan memiliki derajat konsisten reliabilitas tinggi, sehingga disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen tersebut reliabel atau memiliki tingkat keterpercayaan, dan konsistensi sebagai suatu alat ukur (instrumen).

Tabel 1. 10 Hasil uji reliabilitas Gratification Obtained Bermedia

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.828	12

Dari tabel 1. 10 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0.828 > 0.60$ dengan tingkat keandalan “reliabel” dan memiliki derajat konsisten reliabilitas sangat tinggi, sehingga disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen tersebut reliabel atau memiliki tingkat keterpercayaan, dan konsistensi sebagai suatu alat ukur (instrumen).

9. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data penelitian dilakukan setelah data-data sudah didapatkan. Data penelitian diperoleh melalui *google form* yang disebar kepada responden terkumpul dan mencukupi jumlah responden yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dalam teknik analisis kuantitatif ini digunakan perhitungan secara statistik karena data yang diperoleh kemudian diberi skor menggunakan skala Nominal (jawaban YA akan diberi skor 2 dan jawaban TIDAK akan diberi skor 1), kemudian dijumlahkan untuk memperoleh hasil berupa skor baik dari *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran tatap muka, *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran bermedia. Berdasarkan jumlah skor tersebut kemudian dilakukan penghitungan *mean* atau nilai rata-rata dari *Gratification Sought* (GS), *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran tatap muka dan *Gratification Sought* (GS), *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran bermedia. *Mean* atau nilai rata-rata diperoleh melalui :

$$M = \frac{\sum fX}{N}$$

Setelah nilai rata-rata (*mean*) dari masing-masing *Gratification Sought* (GS), *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran tatap muka dan *Gratification Sought* (GS), *Gratification Obtained* (GO) pembelajaran bermedia didapatkan, kemudian peneliti melakukan analisis melalui perbandingan antara *Gratification Sought* (GS), *Gratification Obtained*

(GO) tatap muka dan *Gratification Sought* (GS), *Gratification Obtained* (GO) bermedia berdasarkan kesenjangan antara keduanya.

Melalui perbandingan *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dari masing-masing media pembelajaran akan terlihat tingkat kepuasan yang dicari dan kepuasan yang didapatkan mahasiswa. Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak dilihat jika nilai rata-rata (*mean*) *Gratification Sought* (GS) lebih besar dibanding nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Obtained* (GO), ($GS > GO$) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta lebih sedikit dari kebutuhan yang diinginkan, artinya tidak memuaskan mahasiswa. Jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) sama dengan *mean* skor *Gratification Obtained* (GO), ($GS = GO$) maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan terpenuhi.

Tetapi jika nilai rata-rata (*mean*) skor *Gratification Sought* (GS) lebih kecil dari *mean* skor *Gratification Obtained* (GO), ($GS < GO$) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibanding dengan kebutuhan yang diinginkan oleh mahasiswa, artinya media tersebut memuaskan mahasiswa. Kemudian akan dilakukan perbandingan nilai rata-rata atau *mean* antara pembelajaran tatap muka dan pembelajaran bermedia (Kriyantono, 2006).