

PENGARUH ORIENTASI KOGNITIF DAN ORIENTASI AFEKTIF TERHADAP KEPUASAN LAYANAN INTERNET Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang

 Oleh: NUR FARIDA (04220303)

Communication Science

Dibuat: 2009-01-23 , dengan 3 file(s).

Keywords: Orientasi Kognitif, Orientasi Afektif, Kepuasan layanan Internet

ABSTRAK

Internet adalah Jaringan komputer yang sangat besar, terdiri atas jaringan-jaringan kecil yang terkoneksi dan menjangkau seluruh dunia. Internet juga diartikan sebagai sebuah jaringan komputer global, yang terdiri dari jutaan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan protokol yang sama untuk berbagi informasi secara bersama. Penggunaan media internet dapat dikaji sebagai tindakan komunikasi. Aktivitas ini terkait dengan tujuan mereka mengakses internet dan lain-lain. Penggunaan media internet oleh mahasiswa misalnya telah disesuaikan dengan pesan apa yang hendak didapatkan secara tepat dan akurat. Dalam ilmu komunikasi sendiri, media merupakan sarana atau saluran untuk menyampaikan pesan. Pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat tentunya akan berpengaruh terhadap proses komunikasi itu sendiri.

Di kalangan akademisi seperti mahasiswa penggunaan internet telah menjadi bagian dalam rutinitas kehidupan akademis maupun non akademisnya.. Dalam menggunakan internet mahasiswa memiliki beragam alasan. Ada yang berdasar pada orientasi kognitif, yaitu dorongan untuk mencari informasi dan pengetahuan keilmuan. Upaya peningkatan pengetahuan dan penguasaan setiap kemampuan secara bertahap. Ada pula yang berdasar pada orientasi afektif, yaitu dorongan atas dasar rasa suka dan kesenangan. Hal ini menarik untuk diteliti karena terkait dengan peran mahasiswa untuk meningkatkan bidang keilmuannya, tetapi aspek kesenangan juga tidak dapat dihindarkan. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh orientasi kognitif dan orientasi afektif terhadap penggunaan Internet. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui berapa besarnya pengaruh orientasi kognitif dan orientasi afektif terhadap kepuasan layanan internet.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratifications, teori ini mengungkapkan bahwa orang akan memenuhi kebutuhan atas apa yang diinginkannya dengan menggunakan media massa. Setiap orang akan senantiasa membuat pilihan atas apa yang akan digunakannya demi tercapainya suatu tujuan. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (uses) media untuk mendapatkan kepuasan (gratifications) atas kebutuhan seseorang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif tipe eksplanatif yang akan mengukur tingkat hubungan dan pengaruh variabel orientasi kognitif dan variabel orientasi afektif terhadap variabel kepuasan layanan internet. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang mengakses internet, yang berjumlah 100 orang yang diambil dengan teknik Accidental Sampling dan Quota Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja dalam hal ini mahasiswa Universitas Muhammadiyah

Malang yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang mahasiswa tersebut memenuhi kriteria populasi dan mencapai kuota yang telah ditentukan peneliti. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara kuesioner yang disebar kepada responden. Dalam analisa datanya peneliti menggunakan regresi ganda yang dibantu dengan software SPSS 10.

Dari hasil analisis tersebut diperoleh data bahwa ada pengaruh orientasi kognitif dan orientasi afektif yang signifikan terhadap kepuasan layanan internet pada mahasiswa. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya pengaruh secara parsial orientasi kognitif terhadap kepuasan layanan internet yakni sebesar 0,202 dengan nilai korelasi $r = 0,450$, dan juga terdapat pengaruh orientasi afektif terhadap kepuasan layanan internet sebesar 0,328 dengan nilai korelasi $r = 0,573$. Hasil uji secara simultan pengaruh orientasi kognitif dan orientasi afektif terhadap kepuasan layanan internet sebesar 0,344 dengan nilai korelasi $r = 0,587$.

ABSTRACT

Internet is very big computer Network, consisted of the small network which connect and reach the whole world. Internet is also interpreted as a global computer network, consisted by millions of computer which each other connected by using same protocol to share the information collectively and together. Use of Media internet can be studied as communications action. This activity is related with the target to they access the internet and others. Uses of Media internet by student for example have been adapted for message what will be got precisely and accurate. In communications science, media represent the medium or channel to submit the message. Select of Media or correct communications channel perhaps will have an effect on to process of itself communications.

Among academicians like student of use internet have come to the academic interior activity of his academic life and also non academic.. In using internet student own immeasurable is reason of. There is basing on cognitive orientation, that is motivation to look for the information and science knowledge. Strive to improving of knowledge and domination of ability step by step. There is also basing on affective orientation, that is motivation on the basis of feeling to like and easiness. This is interesting to research because related with the student role to increase its science, but easiness aspect nor avoidable. The target is conducting of this research to know the existence of cognitive orientation influence and affective orientation to Satisfaction of internet services. Others the researcher is want to know how big the influence of cognitive orientation and affective orientation to satisfaction of internet services.

Theory used in this research is Uses and Gratifications, this theory lay open that one would fulfill the requirement for what wishing of by using mass media. Each and everyone will ever make the choice for what will use of for the sake of reaching of the target. This theory is biased conducting of media at people, but it is taken an interest in what done by people to media. The people assumed actively use the media to fulfill its requirement. Study in the field of this give all mind to uses media to get the satisfaction for somebody requirement.

This research use the explanative quantitative approach to measure the storey; level of relation and influence of cognitive orientation variable and variable orient the affective orientation variable to satisfaction of internet services. Population from this research are at students at Muhammadiyah University of Malang accessing internet, amounting to 100 one who is taken with the technique of Accidental of Sampling and Quota Sampling, that is technique of determination sample of pursuant to coincidence, that is whosoever in this case students at Muhammadiyah University of Malang coming in contact with researcher serve the purpose of

sample, when looked into a student fulfill the population criterion and reach the quota which have been determined by a researcher. Its file collecting Technique is done by questioner disseminated to responder. In its file analysis is researcher use regression the assistive by SPSS 10 software.

From the analysis result obtained file that there is influence of cognitive orientation and effective orientation which significance to satisfaction of internet services at student. This matter is provable with the existence of influence by separate is cognitive orientation to satisfaction of internet services namely equal to 0,202 with the value of correlation $r = 0,450$, as well as there are influence affective orientation to satisfaction of internet services of equal to 0,328 with the value of correlation $r = 0,573$. Result test by together is influence of cognitive orientation and affective orientation to satisfaction of internet services of equal to 0,344 with the value of correlation $r = 0,587$.