

**PERSEPSI MASYARAKAT MAKASSAR TERHADAP MEDIA ONLINE
TRIBUN TIMUR SEBAGAI SUMBER INFORMASI**



Sripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial
Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar*

Oleh

MUH. HUSAIN ALHAS

50500106042

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2010**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 9 Desember 2010

Penyusun,



MUH. HUSAIN ALHAS
NIM. 50500106042

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat Makassar Terhadap Media Online Tribun Timur Sebagai Sumber Informasi” yang disusun oleh Muh. Husain Alhas, Nim: 50500106042, mahasiswa jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 9 Desember 2010 M, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (dengan berbagai perbaikan).

Makassar, November 2010

3 Muharram 1431H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si ()

Sekretaris : Dr. Firdaus, M.Ag ()

Penguji I : Muh. Anshar Akil, S.T.,M.Si ()

Penguji II : Drs. Moh. Yahya Mustafa, M.Si ()

Mengetahui:
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Prof. DR. H. Abustani Ilyas, M.Ag
NIP: 19661130 199303 1 003

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Salam dan salawat tak lupa kita kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik yang sekaligus menjadi syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Kupersembahkan skripsi ini terkhusus kepada almarhum kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Ambo Tea Latief dan Ibunda Hasnamin. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayangnya selama ini yang tak ternilai. Serta telah menjadi inspirasi dan motivator sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, kiranya amanah yang diberikan pada penulis tidak sia-sia. Melalui kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Azhar Arsyad, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar beserta seluruh staf akademik atas bantuannya selama penulis mengikuti pendidikan.
2. Bapak Prof.DR.H.Abustani Ilyas,M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar beserta seluruh staf akademik yang telah membantu selama penulis mengikuti pendidikan.

3. Ibu Ramsiah Tasruddin S.Ag, M.Si selaku Ketua Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar beserta seluruh staf akademik yang telah membantu selama penulis mengikuti pendidikan.
4. Bapak DR. M. Najib M.Ed.,M.Lib selaku Pembimbing I dan Ramsiah Tasruddin S.Ag, M.Si selaku pembimbing II serta tim penguji Muh. Anshar Akil S.T., M.Si selaku penguji I dan Drs. Moh. Yahya Mustafa, M.Si selaku penguji II yang telah banyak memberikan masukan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Kepala BALITBANDA Provinsi Sulawesi Selatan yang telah memberikan izin penelitian.
6. Segenap Redaksi Tribun Timur Makassar yang telah memberikan izin memperoleh data.
7. Segenap narasumber yang bersedia menyempatkan waktu untuk membantu penyelesaian skripsi ini (Amir Mahmud, Suhardi Hamid, Anggraeni, Haidir Fitrah Siagian, Muh.Rafi, Hambali, Ulfa).
8. Kakak-kakakku tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh selama menempuh pendidikan hingga akhirnya dapat terselesaikan juga,,Alhamdulillah!!!! (K' Natsir Siola, K' Jamal, K' Eci, K' Nawir, K' Hasyim, K' Aja', K' Lela, K' Udin, (alm) K' Iful, K' Amar, K' Abdi) beserta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan bimbingan dan segenap perhatiannya selama ini.

9. Pak Amir PR, Pak Amir Mahmud, Kanda Ramansyah, yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini serta teman-teman yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.
10. Teman-teman *Jurnalistik '06*, Keluarga Besar Graphity beserta segenap Keluarga Besar HMI Komisariat Dakwah dan Komunikasi yang selama ini selalu memberikan dukungan dan hari-hari yang menyenangkan bersama kalian selama 4 tahun terakhir, “Tiada Kesan Yang Indah Tanpa Kalian”.
11. Anak-anak “*Bapangers*” KKN Angk.45 Desa Bapangi (Noer, Ako, Ayhoek, Uni, Nitnot, Ita bito, Ummul, Anti, Eci) terima kasih atas kebersamaan dan persahabatannya selama ini.
12. Anak-anak *White House* (Ayhoek, Ela, Lisna, Wulan). Specially for Wulan yang selama ini menemani, memberi semangat, menjadi manager harian, dan kesetiaannya selama ini.

Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, besar harapan penulis kepada pembaca atas kontribusinya baik berupa saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah penulis memohon doa dan berharap semoga ilmu yang telah diperoleh dan dititipkan dapat bermanfaat bagi orang serta menjadi salah satu bentuk pengabdian dimasyarakat nantinya. Insya Allah, Amin.

Makassar, 9 Desember 2010

Muhammad Husain Alhas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Persepsi.....	14
B. Pembentukan persepsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi.....	17
C. Media Online.....	18
D. Kebutuhan Masyarakat Akan Media Dalam Pandangan Teori Uses And Gratification.....	24
1. Pengertian Teori Uses and Gratification.....	30
2. Sifat-sifat Teori Uses and Gratification.....	33
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL.....	36
A. Kerangka Konsep.....	36
B. Defenisi Operasional.....	37
BAB IV METODE PENELITIAN.....	49
A. Tipe penelitian.....	49
B. Subyek Penelitian.....	50
C. Teknik Pengumpulan Data.....	51
D. Teknik Analisis Data.....	53

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Distribusi Narasumber.....	55
2. Hasil Analisis.....	56
B. Pembahasan Hasil Analisis.....	58
BAB VI PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 : Persepsi Narasumber Tentang Sifat Media.....	56
Tabel 5.2 : Persepsi Narasumber Berdasarkan Situasi Paparan.....	57
Tabel 5.3 : Persepsi Narasumber Berdasarkan Daya Akses.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Pertanyaan.
2. Surat Rekomendasi Izin Penelitian Dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
3. Surat Rekomendasi Izin Penelitian Dari Kantor BALITBANGDA Kota Makassar.
4. Surat Izin Penelitian Dari Redaksi Tribun Timur Makassar.
5. Daftar Riwayat Hidup.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma <i>Uses and Gratification</i>	31
Gambar 2.2 Elemen-elemen Teori <i>Uses and Gratification</i>	32
Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	36

ABSTRAK

Nama : Muh. Husain Alhas
NIM : 50500106042
Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Makassar Terhadap Media Online Harian
Tribun Timur Sebagai Sumber Informasi.

Persepsi Masyarakat mengenai portal Tribun Timur menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, mengingat fenomena konvergensi media yang memberikan banyak perubahan dalam hal konsumsi masyarakat akan informasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap media online Tribun Timur, alasan utama mereka mengunjungi media online Tribun Timur, serta mengetahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki media online Tribun Timur jika dibandingkan dengan media cetaknya. Jenis penelitian ini adalah *Deskriptif Kualitatif* dan sampel penelitiannya adalah pengguna / pengakses portal Tribun Timur yang dibagi menjadi 4 profesi yakni Dosen/pegawai, mahasiswa, pengusaha/wiraswasta, dan politisi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Tribun Timur sebagai sumber informasi masyarakat Makassar dinilai mampu memenuhi segala kebutuhan informasi dan berita. 2) Walaupun Tribun Timur cukup lengkap dalam penyajian informasi, Khalayak cenderung lebih selektif dalam memilah-milah informasi yang ada. 3) Tribun Timur di mata masyarakat lebih memiliki nilai plus dibandingkan dengan kompetitornya. Itu dilihat dari kecepatan Real Time updatenya serta kelengkapan informasi yang disajikan. 4) Masyarakat cenderung hanya mengenal Portal Tribun Timur hanya melalui versi desktop atau dengan kata lain, versi *mobile* dari portal Tribun Timur belum begitu familiar bagi masyarakat Makassar. 5) Perbedaan tingkat kebutuhan, pendidikan dan profesi menentukan pemilihan informasi dari setiap pengguna. 6) Pada teori *uses and gratification*, Pengguna tidak hanya berhenti pada pemilihan media *on line* saja. Setelah memilih media *on line* sebagai sumber informasi, pengguna kemudian kembali memilih jenis informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. 7) Kelebihan yang dimiliki media online Tribun Timur sekaligus menjadi kekurangan dari portal Tribun Timur.

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology / ICT*) selama dekade terakhir membawa tren baru di dunia industri komunikasi yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Pada dataran praktis maupun teoritis, fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa konsekuensi penting.

Di ranah praktis, konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Tidak kalah serius, konvergensi media memberikan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya.

Fenomena jurnalisme *on line* menjadi contoh menarik. Khalayak pengakses media konvergen alias "pembaca" tinggal meng-*click* informasi yang diinginkan di komputer yang sudah dilengkapi dengan aplikasi internet untuk mengetahui informasi yang dikehendaki dan sejenak kemudian informasi itupun muncul. Sehingga, aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat jalur pengiriman informasi media kepada khalayaknya. Di sisi lain, jurnalisme *on line* juga memungkinkan wartawan untuk terus-menerus meng-*up date* informasi yang mereka tampilkan seiring dengan temuan-temuan

baru di lapangan. Dalam konteks ini, konsekuensi lanjutnya adalah berkurangnya fungsi editor dari sebuah lembaga pers karena wartawan relatif mempunyai kebebasan untuk segera meng-*up load* informasi baru tanpa terkendala lagi oleh mekanisme kerja lembaga pers konvensional yang relatif panjang. Dibalik kemudahan dan kecepatan mekanisme publikasi media *on line*, Al-Qur'an memiliki pandangan yang dijelaskan dalam Q.S Al-Hujaraat (49:6):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Terjemahan :

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”. Q.S Al-Hujaraat : 6.

Dalam penggalan ayat ini, terdapat kalimat *“Maka Periksalah dengan teliti”*. Ayat ini menganjurkan kepada kita untuk selalu melakukan pemeriksaan ulang, Cek dan ricek terhadap suatu berita. Tentunya, secara tidak langsung ayat ini menganjurkan kepada para wartawan media *on line* untuk selalu tepat dan teliti dalam menyampaikan berita dibalik tuntutan media *on line* yang harus diperbaharui secara cepat. Musibah dalam hal ini biasa saja berupa fitnah, kepanikan dan pembohongan publik.

Secara teoritik, dengan munculnya media konvergen maka sejumlah pengertian mendasar tentang komunikasi massa tradisional seperti ini akan mulai bergeser. Konvergensi menimbulkan perubahan signifikan dalam ciri-ciri

komunikasi massa tradisional atau konvensional. Media konvergen memadukan ciri-ciri komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi dalam satu media sekaligus. Karenanya, terjadi apa yang disebut sebagai demasifikasi (*demassification*), yakni kondisi di mana ciri utama media massa yang menyebarkan informasi secara masif menjadi lenyap.

Arus informasi yang berlangsung menjadi makin personal, karena tiap orang mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan. Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang kian cepat. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Singkatnya, konvergensi mengubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan. Dalam bidang ekonomi, kini kita akrab dengan aktifitas bisnis baik perdagangan maupun perbankan yang kita kenal dengan sebutan *e-commerce* dan *e-banking*.

Di sektor pemerintahan saat ini telah dikenal istilah *e-government*, dalam bidang politik, negara Amerika Serikat telah menggunakan teknologi internet sebagai media pemilihan presiden. Dalam dunia pendidikan, kini dikenal pembelajaran jarak jauh melalui internet atau *e-learning* dan yang paling baru adalah munculnya metode belajar menggunakan teknologi ponsel atau lebih dikenal dengan *mobile learning (M-Learning)*.

Bahkan dunia seni pun tak luput dari sentuhan teknologi informasi dimana kalangan pekerja seni dapat memperkenalkan karyanya ke dunia

internasional tanpa tersekat oleh batas-batas teritorial. Dan di negara maju seperti Amerika terdapat tren menurunnya pelanggan media cetak dan naiknya pelanggan internet.

Untuk negara maju seperti Amerika Serikat, media *on line* bukan lagi hal yang asing. Saat ini, 76 persen penduduk AS sudah tersambung ke internet. Tidak menutup kemungkinan, 76 persen penduduk Amerika tersebut menggunakan media *on line* sebagai sumber informasi primer dan cenderung mulai meninggalkan media konvensional¹.

Tentunya efektifitas media *on line* sebagai sumber penyedia informasi di AS tidak bisa diragukan lagi. Perubahan perilaku pembaca di AS yang lebih memilih menghabiskan waktu di dunia maya mengakibatkan sejumlah media cetak disana mengalami penurunan pelanggan dan terancam “gulung tikar”. Setelah majalah *Times*, salah satu media terbesar di AS *The Boston Globe* mengalami penurunan oplah sekitar 14 persen. Mereka juga harus menghadapi penurunan pendapatan iklan karena pemasang iklan beralih ke internet.

Pada saat yang sama, mereka juga ditekan oleh biaya produksi yang tinggi karena harga bahan baku koran semakin mahal. Merosotnya sirkulasi dan pendapatan dari iklan juga memaksa *Tribune Co* mem-PHK 61 orang dari 205 tim berita, *The Baltimore Sun*. *Chicago Tribune* juga memberhentikan 53 karyawan ruang redaksi².

¹ Virtual Blog Consulting, Selasa, 5 Mei 2009, Media Cetak Wajib Konvergensi ke Internet, <http://virtual.co.id/blog/on-line-behavior/media-cetak-wajib-konvergensi-ke-internet/>

² Virtual Blog Consulting, Selasa, 5 Mei 2009, Media Cetak Wajib Konvergensi ke Internet, <http://virtual.co.id/blog/on-line-behavior/media-cetak-wajib-konvergensi-ke-internet/>

Menurunnya penggunaan media cetak kemudian makin diperparah oleh munculnya tren blog. Blog dimulai sejak 1994 oleh Brad Fitzpatrick. Walaupun kemunculan blog tahun 1994, tren blog baru terasa digemari pengguna internet sekitar tahun 2004. Wikipedia ensiklopedia, mencatat bahwa weblog atau singkatnya blog adalah aplikasi web yang memuat secara periodik tulisan-tulisan (*posting*) pada sebuah halaman situs internet (*webpage*) umum. *Posting-posting* tersebut seringkali dimuat dalam urutan aktualitas *posting* secara terbalik, meskipun tidak selamanya demikian. Situs web semacam itu biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut³.

Media blog pertama kali di populerkan oleh Blogger.com⁴. Semenjak itu, banyak terdapat aplikasi-aplikasi yang bersifat terpakai secara bebas (*Open Source*), sehingga pengembangannya mudah dilakukan oleh para blogger. Wikipedia juga mencatat, blog sejauh ini mempunyai fungsi yang sangat beragam, dari sebuah catatan harian sampai dengan media publikasi dalam sebuah kampanye politik, program-program media dan korporasi.⁵

Pada dasarnya, fungsi sebuah blog memiliki kesamaan dengan sebuah situs pribadi. Letak perbedaannya, blog sifatnya lebih interaktif karena orang yang membuka blog tersebut bisa meninggalkan komentar terhadap tulisan atau *posting* dalam blog tersebut. Blog lebih menyerupai buku diari dimana

³ Rahmad Setiadi, "Internet Sebagai Medium Komunikasi Massa Menyambut Konvergensi Media : Tantangan Baru Media Massa" (Makalah Program S2 Magister Manajemen Komunikasi Universitas Indonesia), h. 3.

⁴ <http://www.blogger.com>

⁵ *Ibid.*, h. 4.

seseorang bisa menyimpan catatan, gambar, kalender pribadi, dan sebagainya secara *on line* dan senantiasa dimutakhirkan atau diperbarui⁶.

Sebagian blog dikelola oleh seorang penulis tunggal, sementara sebagian lainnya oleh beberapa penulis. Banyak juga weblog yang memiliki fasilitas interaksi dengan para pengunjungnya, yang dapat memperkenalkan mereka untuk meninggalkan komentar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan. Namun demikian, ada juga yang sebaliknya atau yang bersifat non-interaktif.

Sejak 2004 blog semakin fenomenal, karena fungsinya semakin kental dengan konsep jurnalisme internet. Semakin banyak pengelola blog menerapkan gaya penulisan wartawan, dan tentunya mengikuti kaidah 5W+H (*What, Why, When, Where, Who, dan How*).

Mereka pun menyajikan sumber-sumber berita yang akurat dengan menyebutkan asal-usul informasi yang mereka kutip kembali. Bahkan, semakin banyak politisi, sastrawan, dan kalangan profesional memanfaatkan blog untuk menuangkan gagasan. Tidak sedikit pula wartawan yang memiliki blog, sehingga mereka dapat menyuarakan opininya lantaran secara profesional di lembaga media massa mereka tidak dimungkinkan beropini langsung.

Oleh karena itu pula, kian banyak blog yang dimiliki kalangan profesional yang tinggi kredibilitasnya lantaran menyajikan informasi secara aktual, akurat dan lengkap, sehingga menjadi referensi umum, termasuk bagi

⁶ Kadir Gassing & Wahyudin Halim, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Makalah, Skripsi, dan Tesis* (Makassar : alauddin Press, 2009), h. 75.

wartawan dalam membuat berita. Fenomena ini kemudian akrab disebut dengan istilah *Citizen Journalism*.

Di Indonesia, fenomena media *on line* lahir pada saat jatuhnya pemerintahan Suharto di tahun 1998, dimana alternatif media dan *breaking news* menjadi komoditi yang dicari banyak pembaca.

Dalam situasi seperti itulah kemudian muncul ide untuk membentuk Detikcom⁷ yang *update*-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan. Yang dijual detikcom adalah *breaking news*. Dengan bertumpu pada tampilan apa adanya Detikcom muncul sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan pengguna internet Indonesia.

Detikcom bisa dikatakan merupakan media *on line* Indonesia yang pertama yang di kelola secara serius. Tidak heran karena pendirinya kebanyakan dari media, Budiono Darsono (mantan wartawan Detik), [Yayan Sopyan](#) (mantan wartawan Detik), Abdul Rahman (mantan wartawan [Tempo](#)), dan Didi Nugraha. *Server* Detikcom sebetulnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai *on line* dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Jadi tanggal 9 Juli ditetapkan sebagai hari lahir Detikcom.

Masa awal Detikcom lebih banyak terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, Detikcom memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga.

⁷ www.detik.com

Sampai sekarang, media *on line* hasil konvergensi dari media konvensional terus tumbuh dan jumlahnya semakin tak terhitung. Setelah Detikcom, muncul media *on line* lainnya yang awalnya hanya beredar dalam bentuk atau versi cetak. Seperti KOMPAS Cyber Media⁸, Media Indonesia⁹, Fajar *On line*¹⁰, Okezone¹¹, dan Tribun Timur¹².

Saat ini hampir seluruh media massa menggunakan jaringan internet untuk mengakses data pemberitaan secara *on line*, termasuk membuka edisi *on line*, seperti radio *on line*, majalah *on line*, TV *on line*, dan sebagainya¹³.

Selain itu, masih banyak lagi situs-situs media *on line* yang dikelola secara personal melalui beragam penyedia layanan blog yakni blogger dan *wordpress*. Munculnya puluhan bahkan ratusan media berbasis *dotcom* membuktikan bahwa fenomena yang dialami di berbagai media cetak di Amerika mulai menular ke berbagai media di Indonesia. Kekhawatiran akan matinya media cetak memaksa sebagian besar media cetak seperti yang tertulis sebelumnya membuat penyesuaian dengan memunculkan versi *on line*-nya.

Dua tahun lalu, dalam seminar nasional Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Rabu 27 November 2008, di Sanur Beach Hotel, Denpasar, Bali, salah satu pembicara menegaskan bahwa media wajib konvergensi ke media *on line*.

⁸ www.kompas.com

⁹ www.media-indonesia.com

¹⁰ www.fajar.co.id

¹¹ www.okezone.com

¹² www.tribun-timur.com

¹³ Bungin Burhan, *Pornomedia Sosiologi media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika, & Perayaan Seks di Media Massa (Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2005) h. 11.*

Dia (Nukman Luthfie) mengatakan hanya soal waktu saja perilaku mengkonsumsi media di Indonesia berubah signifikan¹⁴.

Namun, kemunculan media *on line* tidak serta merta dikambing hitamkan sebagai sebab bangkrutnya media cetak. Keunggulan media cetak terletak pada wujudnya yang nyata. Selain itu, sifat beritanya lebih komprehensif. Jika media *on line* menampilkan perkembangan terbaru dari berita, tetapi kadang sering kehilangan konteks berita, versi cetak menunjukkan liputan yang diketahui konteks, akurasi, dan kelengkapan narasumbernya.

Kedua media tentu dapat saling melengkapi satu sama lain, bahkan dalam soal iklan sekalipun¹⁵. Data pengguna internet dari *Internet World Stats*¹⁶, Indonesia menduduki peringkat ke-5 sebagai pengguna internet tertinggi tahun 2009 di kawasan Asia. Peringkat pertama dipegang oleh China (384.0 Juta Pengguna), disusul Jepang (96.0 juta), India (81,0 juta), Korea Selatan (37.5 juta) dan Indonesia (30.0 juta). Dari data di atas, muncul pertanyaan, dengan sekitar 30 juta pengguna internet di seluruh Indonesia, bagaimanakah tanggapan masyarakat mengenai media-media *on line* konvergen yang muncul sebagai sebagai salah satu sumber informasi.

Untuk itu, penelitian ini mengambil sampel media *on line* Tribun Timur sebagai salah satu media *on line* di kawasan timur Indonesia khususnya di Makassar. Menarik untuk diteliti, mengingat di tengah gempuran arus

¹⁴ Virtual Blog Consulting, *Selasa, 5 Mei 2009, Media Cetak Wajib Konvergensi ke Internet*, <http://virtual.co.id/blog/on-line-behavior/media-cetak-wajib-konvergensi-ke-internet/>

¹⁵ Kompas Cyber Media, *Rabu 26 Mei 2010, 12:45 WIB, Konvergensi Media : Media 'On line' Tak Akan Gantikan Cetak*, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2010/05/26/12454358/Media.On-line.Tak.Akan.Gantikan.Cetak-3>

¹⁶ www.internetworldstats.com

informasi, sebagian masyarakat di Indonesia khususnya Makassar masih buta dengan teknologi Internet, Masih ada saja orang yang menanyakan apa itu internet. Walaupun demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa media *on line* Tribun Timur memiliki jumlah pembaca yang banyak. Hal itu tidak terlepas dari manajemen dan keseriusan redaksi Tribun Timur untuk mengelola situs tersebut. *Up date* informasi yang rutin menjadi nilai plus di mata masyarakat Makassar. Contohnya saja pemberitaan pertandingan sepakbola yang dilakoni PSM. Setiap peristiwa penting dari turnamen itu akan selalu di update oleh bagian PO¹⁷ dalam bentuk berita flash¹⁸. Berita yang sifatnya flash tentunya sangat diminati oleh penggemar PSM yang tidak sempat menonton secara langsung di lapangan atau sedang tidak berada di depan TV. Cukup membuka komputer, laptop, atau handphone yang memiliki akses internet, pengguna sudah bisa melihat perkembangan terbaru dari sebuah pertandingan olah raga sampai pada berita kemacetan lalu lintas.

Selain *up date* berita yang rutin, Tribun Timur *on line* tentunya masih memiliki nilai lebih dibandingkan media *on line* kompetitor sejenis yang ada di Makassar. Redaksi Tribun Timur sadar bahwa bisnis media *on line* bukan sesuatu yang bisa disepelekan atau dipandang sebelah mata. Sangatlah penting mendirikan, membangun dan mengembangkan media *on line*, mengingat media *on line* adalah tren baru dunia. Masyarakat di Amerika sudah mulai membaca

¹⁷ PO : orang yang bertugas memasukkan berita dari pantauan langsung dari Televisi atau berita yang diperoleh dari wartawan Tribun Timur.

¹⁸ Flash : Berita yang sifatnya singkat. Sistem penulisan inilah yang menjadi ciri utama dari media *on line* pada umumnya.

Koran lewat perangkat *iPad*¹⁹. Bukan tidak mungkin, suatu saat nanti masyarakat dunia secara global akan berganti menggunakan media *on line* dan perlahan-lahan meninggalkan media konvensional.

Redaksi Tribun Timur memiliki strategi dalam menghadapi masalah konvergen. Mereka berpendapat bahwa media *on line* tidak akan mematikan media cetak. Untuk itu, Tribun Timur memiliki cara sendiri yakni dengan memanfaatkan *Citizen Journalism*. Grup *Facebook* Tribun Timur merupakan salah satu media para *Citizen Journalism* menyampaikan berita. Setiap anggota dari grup tersebut memiliki kesempatan terbuka dan kapan saja untuk memberikan sumbangsih berita dan informasi untuk selanjutnya di muat di Tribun Timur *on line*. Berita dari anggota yang dimuat di media *on line* esoknya juga diterbitkan di media cetaknya. Secara tidak langsung, Tribun Timur telah membangun *image* yang baik sebagai media yang dekat dengan pembaca dan memperhatikan keinginan pembaca.

Merujuk pada uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dalam skripsi dengan mengangkat sebuah judul : “PERSEPSI MASYARAKAT MAKASSAR TERHADAP MEDIA *ON LINE* TRIBUN TIMUR SEBAGAI SUMBER INFORMASI”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berpedoman pada uraian sebelumnya, penulis dapat menguraikan pokok-pokok permasalahan dalam studi ini antara lain :

¹⁹*iPad* : Perangkat keras berbentuk tablet komputer buatan apple.

1. Bagaimanakah persepsi masyarakat Makassar terhadap media *on line* Tribun Timur sebagai sumber informasi?
2. Apakah alasan-alasan para pengguna dalam mengakses Tribun Timur *on line* ?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Dalam rangka mengarahkan pelaksanaan penelitian dan mengungkapkan masalah yang dikemukakan pada pembahasan pendahuluan, maka perlu dikemukakan tujuan dan kegunaan penelitian.

1. Tujuan penelitian.

- a. Untuk mengetahui persepsi masyarakat Makassar terhadap media *on line* Tribun Timur sebagai sumber informasi.
- b. Untuk mengetahui motif pengaksesan media *on line* Tribun Timur.

2. Kegunaan penelitian.

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memaparkan secara jelas mengenai persepsi masyarakat Makassar terhadap Media *on line* harian Tribun Timur sebagai salah satu sumber informasi.

b. Kegunaan Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan media, khususnya Tribun Timur mengetahui tanggapan masyarakat Makassar selanjutnya semoga hasil penelitian ini menjadi acuan

dalam meningkatkan pengelolaan Tribun Timur *on line* sebagai salah satu portal berita di kawasan timur Indonesia.

2. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang jurnalistik serta menambah referensi mengenai media *on line*, mengingat masih kurangnya pembahasan mengenai hal tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. PERSEPSI

Penelitian ini mengambil fokus pada persoalan persepsi masyarakat terhadap media *on line* Tribun Timur. Olehnya itu, konsep umum dalam penelitian ini adalah persepsi. Adapun pengertian persepsi yaitu :

Proses psikologis dalam penerimaan dan pemaknaan pesan. Dalam konteks komunikasi massa, persepsi menentukan pemahaman khalayak terhadap pesan-pesan media massa.²⁰

Persepsi merupakan proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan *stimulus* dari lingkungan luar (eksternal). Dengan kata lain persepsi adalah cara kita membentuk pengalaman bermakna yang diambil dari energi-energi di sekitar lingkungan.

Sesuai dengan pengertian persepsi dari Berelson dan Steiner yang kemudian dikutip oleh Severin dan Tankard Jr. yang menyatakan bahwa *Perseption ia a complex process by which people select, organize, and interpret sensory stimulation into a meaningful and coherent picture of the world.*²¹

Sehingga persepsi juga merupakan inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan

²⁰ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Cet. 1; Yogyakarta: LKiS, 2007), h. 203.

²¹ *Ibid.*, h. 203

mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering terjadi berkomunikasi.

Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus juga makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Adanya perbedaan inilah yang antara lain menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu obyek, sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci obyek tersebut. Hal ini sangat tergantung bagaimana individu menanggapi obyek tersebut dengan persepsinya. Pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya.

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap obyek tertentu. Menurut Young persepsi merupakan *aktifitas* mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain. Branca mengemukakan: *Perceptions are orientative reactions to stimuli. They have in past been determined by the past history and the present attitude of the perceiver.* Sedangkan menurut Wagito menyatakan bahwa persepsi merupakan proses psikologis dan hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir.

Di dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula.

Dengan demikian persepsi merupakan suatu fungsi biologis (melalui organ-organ sensoris) yang memungkinkan individu menerima dan mengolah informasi dari lingkungan dan mengadakan perubahan-perubahan di lingkungannya.

Istilah persepsi adalah suatu proses aktifitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi). Melalui persepsi kita dapat mengenali dunia sekitar kita, yaitu seluruh dunia yang terdiri dari benda serta manusia dengan segala kejadian-kejadiannya. Dengan persepsi kita dapat berinteraksi dengan dunia sekeliling kita, khususnya antar manusia. Dalam kehidupan sosial di kelas tidak lepas dari interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa, antara mahasiswa dengan dosen. Adanya interaksi antar komponen yang ada di dalam kelas menjadikan masing-masing komponen (mahasiswa dan dosen) akan saling memberikan tanggapan, penilaian dan persepsinya. Adanya persepsi ini adalah penting agar dapat menumbuhkan komunikasi aktif, sehingga dapat meningkatkan kapasitas

belajar di kelas. Persepsi adalah suatu proses yang kompleks dimana kita menerima dan menyadap informasi dari lingkungan.

B. PEMBENTUKAN PERSEPSI DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MENPENGARUHI

Proses pembentukan persepsi dijelaskan oleh Feigi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya *stimuli*. Setelah mendapat *stimuli*, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang berinteraksi dengan "*interpretation*", begitu juga berinteraksi dengan "*closure*". Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Proses *closure* terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan interpretasi berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh. Menurut Asngari pada fase interpretasi ini, pengalaman masa silam atau dahulu. memegang peranan yang penting.

Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi seseorang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain termasuk yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Persepsi bukan ditentukan dari jenis atau bentuk *stimuli*, tetapi karakteristik orang yang memberi respon terhadap *stimuli*.

Persepsi meliputi juga kognisi (pengetahuan), yang mencakup penafsiran objek, tanda dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan. Selaras dengan pernyataan tersebut Krech, dkk.

mengemukakan bahwa persepsi seseorang ditentukan oleh dua faktor utama, yakni pengalaman masa lalu dan faktor pribadi.

C. MEDIA ONLINE

Era teknologi informasi dan teknologi yang berkembang melahirkan media baru dan perilaku konsumsi publik yang baru. Media baru tersebut adalah media online atau situs portal berita online. Sedangkan perilaku konsumsi khalayak yang baru yakni cara khalayak memperoleh berita dari media baru tersebut. Khalayak tidak lagi mesti bangun dari tempat tidurnya untuk sekedar membaca berita, dengan adanya situs portal berita, khalayak tinggal mengaksesnya dari sebuah perangkat keras berupa ponsel atau laptop.

Tampak begitu jelas pengaruh dari apa yang disebut teknologi informasi. Perilaku membaca koran pagi sudah mulai bergeser dan digantikan dengan membaca koran digital yang kapan saja bisa di akses. Berbekal ponsel yang memiliki akses internet, kita mampu menghemat waktu dan uang untuk mengetahui berita lawas hingga berita terkini dibanding harus membeli koran di loper koran.

Untuk mencari berita tertentu, khalayak tidak perlu repot untuk membuka halaman perlembar untuk hanya sekedar mengetahui misalnya berita politik. Dengan ponsel, khalayak bisa dengan gampang dan cepat mendapatkan berita yang diinginkan. Yang perlu dilakukan hanyalah masuk kedalam situs portal, kemudian memilih kategori berita yang diinginkan dan tanpa menunggu waktu lama, berita-berita/informasi

yang berkaitan dengan kategori tersebut tersusun dalam bentuk *flash news*. Sifat interaktif dari internet memungkinkan pengguna bisa meninggalkan atau berkomentar terhadap suatu berita. Bayangkan jika kita ingin melakukannya di media massa tradisional.

Teknologi informasi mutakhir telah berhasil menggabungkan sifat-sifat teknologi telekomunikasi konvensional yang bersifat massif dengan teknologi komputer yang bersifat interaktif. Fenomena ini lazim disebut sebagai konvergensi, yakni bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus.

Media konvergensi, sebuah integrasi antara media konvensional, telekomunikasi dan teknologi informasi (multimedia dan internet) telah mengubah komunikasi dari yang sifatnya terbatas menjadi global. Tidak dibatasi wilayah, negara, bahkan bangsa. Globalisasi akibat internet telah menciptakan komunikasi secara instan dan menghilangkan sekat-sekat privasi.

Perubahan paradigma interaksi manusia dengan adanya new media, membawa manusia kedalam dunia yang baru, yakni dunia yang kecil, tanpa batas dengan pola hubungan sosial yang transparan, sebuah dunia yang digambarkan berada di atas telapak tangan manusia²².

If old consumers were seen as compliant, then new consumers are resistant, taking media into their own hands²³.

²²Burhan Bungin, *Pornomedia, Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika, dan Perayaan seks di Media Massa* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 7.

²³ Henry Jenkins, *The Cultural Logic of Media Convergence*, SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, www.sagepublications.com, Volume 7(1): 33–43, 2004.

Konvergensi merupakan salah satu istilah yang populer sejak sepuluh tahun belakangan ini. Era konvergensi dimulai sejak internet diperkenalkan pada 1982. Saat itu, pendiri Laboratorium Media di *Massachusetts Institute of Technology*, Nicholas Negroponte, seperti ditulis Roger Fidler dalam *Mediamorphosis: Understanding New Media*, mengakui, konvergensi industri media dan teknologi digital terjadi dan membentuk komunikasi multimedia. Nicholas Negopronte, memperkenalkan istilah konvergensi teknologi multimedia yang melibatkan industri penerbitan dan penyiaran, teknologi informasi dan telekomunikasi sebagai suatu sinergi sistem yang dapat menciptakan banyak peluang baru.

Media Convergence adalah devinisi general sebagai kombinasi antara dua atau lebih media tradisional yang menjadi satu proses; serta memberikan *impact* bagi media lain dan *user-nya*²⁴.

Secara definitif konvergensi dapat disimpulkan sebagai bersatunya layanan telekomunikasi, teknologi informasi, dan teknologi penyiaran/ penerbitan. Penyelenggaraan jasa telekomunikasi merupakan kegiatan penyediaan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi melalui media apa saja, termasuk TV, siaran, radio dan multimedia. Penggabungan inilah yang disebut konsep konvergensi. Di dalam konvergensi, sesungguhnya

²⁴Universitas Kristen Petra, Skripsi dari http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=4&submit.x=15&submit.y=18&submit=next&qual=high&submitval=next&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Fikom%2F2009%2Fjiunkpe-ns-s1-2009-51405091-11446-detik_com-chapter2.pdf (28 November 2010), h. 14.

dijitalisasilah yang memungkinkan semua kemajuan teknis modern bisa menyatu.

Di era konvergensi, tren media kini mulai bergeser dari media konvensional (analog) menuju ke arah media *on line* (digital). Dibandingkan media konvensional, media baru yang berciri digital memiliki berbagai keunggulan, di antaranya adalah kecepatan menyampaikan berita (*realtime*), interaksi yang instan, dapat membangun sebuah komunitas, serta berjangkauan global. Media baru berbentuk media *on line* (digital) merupakan tantangan besar bagi media konvensional dewasa ini.

Media *on line* dalam perkembangannya tumbuh menjamur dalam waktu yang cepat. Demikian pula dengan tren media *on line* di Indonesia, di mana perkembangan teknologi digital dan akses internet semakin mudah didapat, meskipun masih terbatas pada golongan dan wilayah tertentu. Media *on line (mobile)* sebagai sebuah media baru berkembang seiring dengan munculnya generasi digital yang lebih akrab dengan internet dan ponsel.

Apa yang akhirnya bisa dicermati adalah: adanya sejumlah cara pergeseran media dalam sejarah digital yang telah mencatat jejaknya. Yaitu²⁵ :

1. *Media Catharsis*

²⁵ Haryati, *Fenomena Konvergensi Media dan Radio On line* (28 Oktober 2010), h. 90.

Lewat media personal, masyarakat mengekspresikan kesedihan dan penderitaan, saling terhubung, terjadwal, dan membentuk *support groups*.

2. *Social Networks: The New Local*

Apa yang disebut komunitas didefinisikan. Berbagi informasi menembus batas fisik. Jarak bukan lagi kendala untuk berpartisipasi. Konten dibuat dan dibaca sebagai bagian dari interaksi sosial dalam komunitas.

3. *Contribution Culture*

Semua dapat berkontribusi terhadap satu berita/informasi, agenda, atau ikut dalam satu percakapan. Masyarakat akan berbagi fakta, komentar, analisa, gambar, musik, video.

4. *Real Time Sociology*

Sebaran media yang luas akan jadi catatan langsung kebiasaan-kebiasaan sosial masyarakat.

5. *Derivative Myth Debunked*

Semua orang menciptakan berita. Banyak darinya digunakan oleh media konvensional. Hanya sebagian kecil dari berita itu yang datang lewat koran.

6. *The News Spiral & The Organic Story Arc*

Berita itu bergulung melalui sistem sosial yang terhubung, melompat dari satu media ke media lain, berubah tiap waktu, ceritanya sangat mendasar tanpa awal, dan akhir. Yang tampaknya

agak kacau adalah sudut pandang ceritanya. Kemungkinan dipenuhi asumsi, konteks dan arti karena ia berkembang dari sumber yang banyak dan gampang diakses. Media harian akan jadi suplemen dari berita berkesinambungan yang terbentuk oleh multi sumber. Tidak ada yang namanya pemilik berita.

7. *The Manic Mainstream*

Setelah penyangkalan selama satu dekade, tiba-tiba web bukan lagi jadi ancaman terhadap media konvensional. Ia malah jadi sumber/narasumber yang mudah dieksploitasi. Banyak media konvensional yang akan mencuri materi yang di post di web sementara mereka juga mempublikasikan kontennya sendiri di web.

8. *Responsible Disclosure*

Antara eksploitasi dan pengungkapan akhirnya cuma bernuansa. Jaringan televisi melanggar garis batas dengan mempertontonkan kontroversi belaka. Kebaikan hilang ketika semua orang bisa bereaksi.

9. *A Place For News To Happen*

Internet jadi punya arti lebih ketimbang hanya mencatat sejarah. Ia jadi tempat dimana berita dan sejarah itu terjadi.

10. *Snoozepaper*

Aktualitas jadi prioritas. Koran jadi tidak penting. Organisasi berita banyak yang mempublikasikan beritanya di web lebih dulu

ketimbang versi cetaknya. Singkat padat jadi penting. Kedalaman cerita dibentuk lewat waktu dan kolaborasi banyak sumber.

11. *Democratization Of Media*

Visi baru: Kebebasan bicara dimiliki semua orang, bukan cuma para pemilik berita.

12. *Proliferation of Sources*

Sumber-sumber terbuka lebar, termasuk yang diproteksi oleh para jurnalis profesional. Sumber itu terpublikasi langsung di internet dan dapat dipilih sesuai kebutuhan.

D. KEBUTUHAN MASYARAKAT AKAN MEDIA DALAM PANDANGAN TEORI USES DAN GRATIFICATION.

Informasi menjadi unsur penting dalam suatu masyarakat. masyarakat informasi adalah masyarakat yang mempunyai *aktifitas* ekonomi politik-sosial melalui proses produksi, konsumsi dan distribusi informasi. Masyarakat informasi ditandai dengan intensitas yang tinggi atas pertukaran dan penggunaan teknologi komunikasi.

Masyarakat informasi adalah masyarakat yang bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik, serta mengalokasikan sebagian besar sumber daya bagi aktifitas *aktifitas* informasi dan komunikasi. Masyarakat Informasi adalah masyarakat berbasis data digital. Dengan ungkapan lain dapat dinyatakan sebagai *information is the lifeblood that sustains political, social and business decision*. Hal ini pula yang mengakibatkan bahwa masyarakat membuka diri dengan

perkembangan dan dinamika media baru dan komunikasi global. Teknologi dalam perkembangan arus produksi, konsumsi dan distribusi informasi memegang peranan penting. Urgensi peranan teknologi dalam proses massifikasi informasi terjadi ketika hasil teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas. Media massa berkonvergensi, membuka pelbagai saluran informasi, dan menerpa khalayak dengan (sensasi) informasi yang begitu banyak dan melimpah.

Permasalahannya adalah bahwa keberlimpahan informasi belum tentu mencerdaskan khalayak. Konvergensi media memang membuka pasar industri yang ramai. Tapi keuntungannya lebih banyak dinikmati oleh para pelaku pasar. Maraknya media massa tidak dibarengi dengan isi yang membangun. Kunci-kunci akses teknologi tetap dipegang oleh penguasa-penguasa teknologi, yang berkolaborasi dengan aktor-aktor politik dan ekonomi pasar.

Banjir informasi adalah keseharian khalayak, perdebatan berlarut seputar hak penguasaan frekuensi, perebutan ranah publik, komodifikasi khalayak, sentralisasi dan sensor, keamanan informasi, serta penciptaan pasar yang dikendalikan oleh instrument instrument seperti rating. Dalam kondisi ini, khalayak sering ditinggalkan, dibiarkan untuk diseret dan ditenggelamkan dalam banjir informasi hingga mencapai titik kejenuhan informasi (*information overloaded*). Khalayak dengan demikian hanya diposisikan dan dilihat sebagai khalayak pasif. Khalayak tak lebih dari

konsumen, yang habis-habisan dieksploitasi oleh pasar media mau pun bisnis informasi.

Dalam konteks masyarakat digital maka masyarakat informasi adalah sejauh mana definisi masyarakat informasi mendapat tempat dan porsi yang tepat dalam seluruh konteks perkembangan masyarakat, terutama yang berhubungan dengan perkembangan media massa kontemporer yang diwarnai dengan digitalisasi dan teknologisasi media.

Tentunya masyarakat informasi berkaitan dengan beberapa syarat literasi, termasuk di dalamnya literasi informasi. Literasi informasi sering disebut juga dengan keberaksaraan informasi atau kemelekan informasi. Dalam bidang ilmu informasi, literasi informasi sering dikaitkan dengan kemampuan mengakses dan memanfaatkan secara benar informasi yang tersedia. Pengertian literasi informasi yang sering dikutip adalah pengertian literasi informasi dari *American Library Association (ALA)* :
“*information literacy is a set of abilities requiring individuals to recognize when information is needed and have the ability to locate, evaluate, and use effective needed information*”. Artinya, literasi informasi diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi informasi yang dibutuhkannya, mengakses dan menemukan informasi, mengevaluasi informasi, dan menggunakan informasi secara efektif dan etis.

Masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Makassar adalah masyarakat yang majemuk, masyarakatnya memiliki keragaman mulai dari agama, suku, profesi, dan tingkat ekonomi. Masing-masing

mempunyai tingkat kebutuhan akan informasi yang tentunya juga berbeda. Kemajemukan ini tentunya mau tidak mau memaksa masyarakat atau individu untuk memilih dan menyeleksi informasi sesuai dengan kebutuhan.

Anggota masyarakat atau audiens secara luas bertanggung jawab atas pemilihan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Artinya, masyarakat atau audiens itu tahu akan kebutuhan-kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya.²⁶

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, masyarakat informasi adalah masyarakat yang banyak mengalokasikan kegiatan-kegiatannya dalam bentuk dunia digital. Hampir seluruh kegiatan yang dilakukan dalam aktifitasnya dibantu oleh perangkat digital. Khususnya dalam proses pencarian informasi, Masyarakat informasi ditandai dengan sifatnya yang memperoleh informasi dari sumber yang juga sifatnya digital. Dalam hal ini sering dikenal dengan media *on line*. Keberadaan media *on line* dalam dunia informasi memberikan kemudahan dalam memilih dan menyeleksi Informasi yang dibutuhkan masyarakat. Sifat media *on line* yang interaktif, fleksibel dan cepat membuat masyarakat tidak lagi susah mencari informasi yang dibutuhkan. Pengkategorian berita yang disusun rapi dari sebuah media *on line* berbasis web memudahkan masyarakat menemukan berita / informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Tribun Timur sebagai salah satu media *on line* di Makassar tentunya memiliki sifat-sifat tersebut. Keberadaannya disamping media

²⁶ Pawit, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (Cet. 1; Jakarta :Bumi Aksara, 2009), h. 208.

cetak Tribun Timur merubah pola konsumsi informasi masyarakat Makassar. Informasi yang melimpah, dalam, statisnya sifat media cetak menjadi faktor tersendiri mengapa masyarakat cenderung mulai berpindah ke media Tribun Timur versi *On line*.

Sifat manusia yang ingin serba cepat dimanfaatkan oleh media *on line*. Kemampuan media *on line* menampilkan informasi dalam kategori berita yang tersusun rapi, fitur berita terkait, dan *hyperlink*²⁷ membantu pengakses media *on line* menemukan berita / informasi yang *continous* atau berlanjut. Sifat selektif masyarakat secara tidak langsung terlihat dengan jelas ketika mengakses media *on line*. Masyarakat cenderung langsung membaca berita / informasi yang betul-betul di inginkan. Contoh ketika pengguna ingin mengetahui berita politik, cukup meng-*klik* kategori Berita “Tribun Politik”, pengguna akan menemukan sederet berita yang bertema politik. Sifat konsumen / pengguna yang selektif dan aktif dalam memilih media disebut sebagai sifat utama dari *Teori Uses and Gratification*.

Sejauh ini, penelitian yang berhubungan dengan internet atau world wide web telah banyak menggunakan teori-teori komunikasi massa. Seperti yang dipaparkan dalam buku Teori Komunikasi oleh Werner J. Severin dan James W. Tankard. Dijelaskan tentang beberapa teori

²⁷ *Hyperlink* : Teks dalam tulisan / posting yang mengarah pada posting yang berhubungan dengan teks tersebut, biasanya ditandai dengan warna biru atau digaris bawah. Contoh, dalam suatu berita terdapat kata “ekonomi”, ketika teks tersebut di klik, halaman akan berpindah ke berita yang terkait dengan permasalahan ekonomi.

Komunikasi yang diterapkan dalam penelitian yang berhubungan dengan media *on line* (Teori Agenda *Setting* dan Teori Manfaat dan Gratifikasi).

Teori Agenda *Setting* telah digunakan Myung-ho Yoon, seorang mahasiswa pascasarjana di *University Of Texas*. Yoon ingin melihat apakah pemanfaatan situs-situs koran Korea oleh mahasiswa *University of Texas* mempengaruhi pemikiran mereka tentang isu-isu ekonomi terpenting di Korea. Para mahasiswa Korea diberi pertanyaan dalam sebuah *survey* melalui telepon tentang apa isu paling penting yang sedang dihadapi ekonomi Korea menurut mereka.

Selain itu, Yoon juga memperdalam cakupan penelitiannya dengan melakukan analisis isi terhadap bidang ekonomi/bisnis tiga Koran Korea terbesar di web. Dia mengkategorikan setiap berita utama bidang ekonomi/bisnis menjadi stau diantara sembilan isu yang teridentifikasi dalam *survey* via telepon²⁸.

Teori yang memiliki keterkaitan dalam penelitian ini adalah Teori Manfaat dan Gratifikasi. Dalam teori ini, dijelaskan tentang bagaimana dan untuk apa media *on line* di akses, apakah media *on line* memiliki *audiens* atau tidak. Penelitian tentang Teori Manfaat dan Gratifikasi pernah dilakukan oleh Chang. Dia mengirim kuesioner lewat *e-mail* kepada para mahasiswa menanyakan tentang tiga kategori alasan mengunjungi situs-situs *on line* yakni sifat media, situasi paparan dan daya akses/jangkau.

²⁸ Werner J. Severin – James W. Tankard Jr, *Communication Theories : Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*, Terj. Sugeng Hariyanto, *Filsafat Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Kelima (Jakarta: Kencana, 2008), h. 451.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sifat media, yaitu kesiapan (mengetahui dengan segera) dan stabilitas (mendapatkan berita kapan saja mereka inginkan) adalah yang paling penting bagi pengguna situs-situs berita *on line*. Untuk mempelajari sesuatu adalah alasan terpenting dalam kategori situasi paparan. Dalam hal daya akses, ekonomis dan faktor kesenangan merupakan alasan yang dianggap penting dalam pengaksesan situs berita *on line*.

1. Pengertian Teori Uses and Gratification (Teori Pendekatan Penggunaan media dan kepuasan)

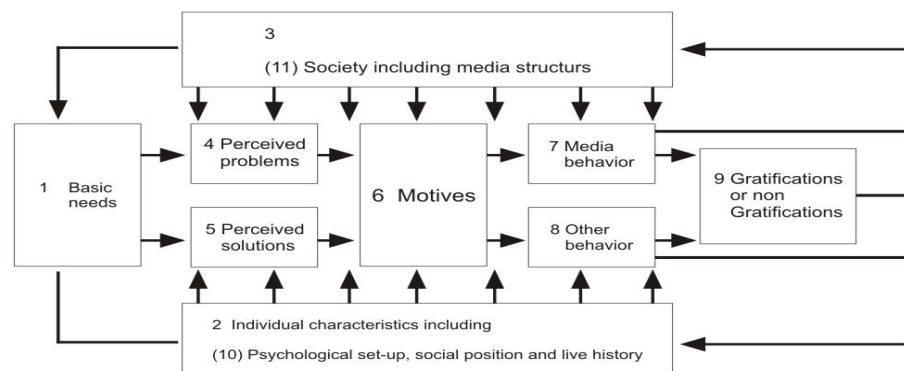
Uses and gratifications untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan “apa yang dilakukan media untuk khalayak (*what do the media do to people*)”.

Teori uses and gratification bertujuan untuk menjawab atau menjelaskan bagaimana pertemuan antara kebutuhan seseorang dengan media, atau lebih khusus lagi informasi yang terdapat dalam media, terutama media massa. Dalam teori ini, audiens tidak lagi dipandang sebagai orang yang pasif, menerima begitu saja semua informasi yang

disajikan oleh media tetapi mereka berlaku aktif dan selektif, serta juga kritis terhadap semua informasi yang disajikan oleh media²⁹.

Di awal dekade 1940-an dan 1950-an sebenarnya para pakar telah meneliti alasan mengapa khalayak terlibat dalam berbagai jenis perilaku komunikasi. Salah seorang ilmuwan yang terlibat adalah Karl Erik Rosengren dengan karyanya yang berjudul “*Uses and Gratification: A Paradigm Outline*” yang dimuat dalam “*The Uses Mass Communication*”.

Dalam tulisan tersebut, Rosengren menyajikan model paradigma *Uses and Gratification* sebagai berikut:



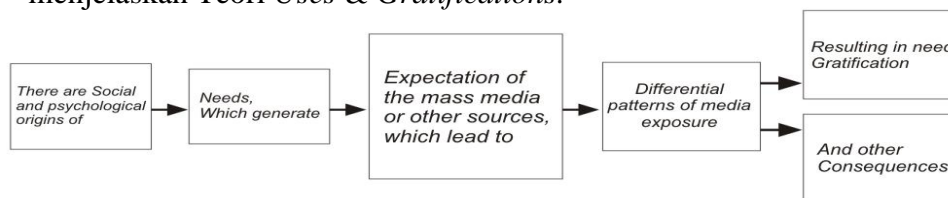
Gambar 2.1
Paradigma *Uses and Gratification*

Riset *uses & gratification* ini berlawanan dengan riset model peluru. Riset *uses & gratification* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan memengaruhi khalayak. Inti Teori *Uses & Gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan

²⁹ Pawit, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (Cet. 1; Jakarta :Bumi Aksara, 2009), h. 208.

motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif³⁰.

Konsep dasar teori ini menurut pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, adalah meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu 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. Gambar berikut menjelaskan Teori *Uses & Gratifications*:



Gambar 2.2
Elemen-elemen Teori *Uses and Gratification*

2. Sifat-sifat Teori *Uses and Gratification*

Asumsi dasar dari teori ini tetap berkisar pada keberadaan kebutuhan sosial seseorang dengan fungsi informasi yang tersaji pada media. Littlejohn mengusulkan dengan tiga asumsi teoritisnya sebagai berikut³¹:

³⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Cet. 2; Jakarta :Kencana, 2007), h. 203.

³¹ Pawit, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 208.

- a. Bahwa audiens atau masyarakat dalam komunikasi massa itu bersifat dan mempunyai tujuan terarah.
- b. Anggota masyarakat atau audiens secara luas bertanggung jawab atas pemilihan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Artinya, masyarakat atau audiens itu tahu akan kebutuhan-kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya.
- c. Asumsi ketiga ini yang masih berkaitan dengan kedua asumsi di atas, yakni bahwa media harus bersaing dengan media lainnya dalam hal pemenuhan kebutuhan audiensnya.

Sedangkan menurut Fiske, asumsi-asumsi teori *uses and gratifications*³²:

- a. Khalayak itu aktif, bukanlah penerima yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak memilih dan menggunakan isi program
- b. Para anggota khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Produser media mungkin tak menyadari penggunaan oleh khalayak yang menjadi sasaran program, dan anggota khalayak yang berbeda mungkin memanfaatkan program yang sama untuk memuaskan kebutuhan yang berbeda

³² Edi Santoso & Mite Setiansah, *Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 111.

- c. Media bukan satu-satunya sumber pemuasan. Pergi berlibur, olahraga, menari, dan lain-lainnya digunakan sebagaimana media yang digunakan
- d. Orang bisa, tau dibuat bisa, menyadari kepentingan dan motifnya dalam kasus-kasus tertentu. (Bagi pengkritik metode ini, ini adalah asumsi yang terlemah. Kritik seperti menyatakan bahwa motif yang bias diartikulasikan seringkali kurang penting, dan bahwa menghubungkan khalayak dengan isi program hanya lewat mata rantai kebutuhan-kebutuhan yang rasional dan pemuasan adalah “pemaknaan” terbatas yang tak bias diterima).
- e. Pertimbangan nilai tentang signifikansi cultural dari media massa harus dicegah.

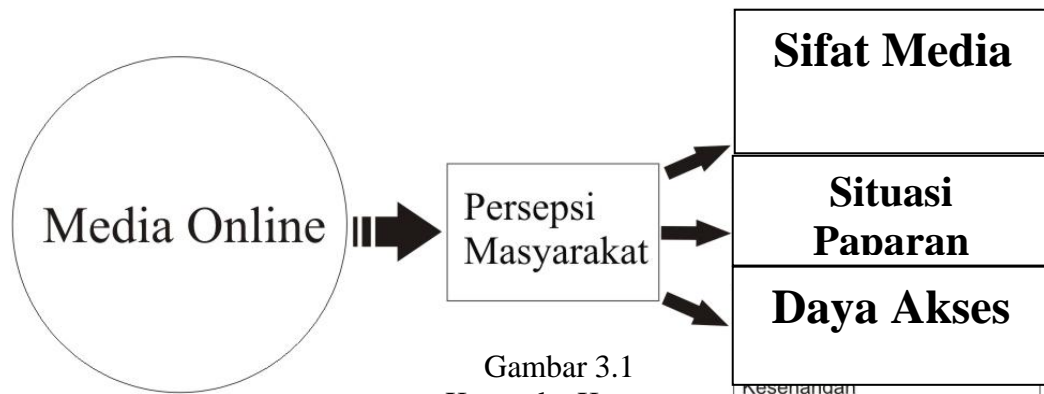
Berkaitan dengan asumsi tersebut, Alexis S.Tan kemudian mempertegas bahwa masyarakat atau audiens sadar betul akan kebutuhan-kebutuhannya serta dianggap dapat melaporkannya jika dikehendaki. Di samping itu, mereka juga sadar akan alasan-alasan mengapa mereka menggunakan media.

Berdasarkan asumsi-asumsi di atas, tampak bahwa model ini tetap menitikberatkan pada masalah-masalah kebutuhan individu terhadap informasi yang disajikan oleh berbagai media dengan segala aspek yang melingkupinya, seperti yang tergambar dalam paradigma pendekatan model *uses and gratifications* ini,

yakni struktur masyarakat – pilihan media – penggunaan media –
efek.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL

A. KERANGKA KONSEP



Gambar 3.1
Kerangka Konsep

Ada dua variabel dalam penelitian ini. Pertama, persepsi masyarakat Makassar; Kedua, media *on line* harian Tribun Timur sebagai sumber informasi. Dari skema di atas, media *on line* sebagai salah satu sumber informasi kemudian dipersepsikan kedalam 3 aspek :

1. Persepsi masyarakat mengenai sifat media *on line* khususnya portal Tribun Timur. Apakah sifat media (yakni kesiapan, penyediaan stabilitas, mengatasi keterbatasan ruang, menaklukkan jarak, memberikan rangkuman berita, beragam pilihan, eksklusif dan interaktif) dijadikan sebagai faktor penting dan alasan masyarakat mengakses Tribun Timur *On line*.
2. Pada situasi paparan, akan diketahui untuk apa masyarakat mengakses portal Tribun Timur dan apa saja yang dicari dan dibuthkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Daya akses / jangkauan menjelaskan tentang bagaimana pendapat masyarakat mengenai faktor ekonomis dan kemudahan mendapatkan berita di portal Tribun Timur.

D. DEFINISI OPERASIONAL

Untuk memberikan ruang pemaknaan yang lebih rinci dan tidak memunculkan multi interpretasi pembaca terhadap judul serta kerancuan yang mengarah pada penafsiran ganda, Peneliti memberikan batasan definisi judul yang merupakan penjabaran dari isi yang di sederhanakan dalam bentuk definisi operasional dan ruang lingkup penelitian yang penulis kemukakan dalam draft skripsi ini. “Persepsi Masyarakat Makassar terhadap Media *On line* Harian Tribun Timur sebagai Sumber Informasi”.

1. Persepsi

Penelitian ini mengambil fokus pada persoalan persepsi masyarakat terhadap media *on line* Tribun Timur. Olehnya itu, konsep umum dalam penelitian ini adalah persepsi. Adapun pengertian persepsi yaitu :

Proses psikologis dalam penerimaan dan pemaknaan pesan. Dalam konteks komunikasi massa, persepsi menentukan pemahaman khalayak terhadap pesan-pesan media massa.³³

Persepsi merupakan proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan *stimulus* dari lingkungan luar (eksternal). Dengan kata lain persepsi adalah cara kita membentuk

³³ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Cet. 1; Yogyakarta: LKiS, 2007), h. 203.

pengalaman bermakna yang diambil dari energi-energi di sekitar lingkungan.

Sesuai dengan pengertian persepsi dari Berelson dan Steiner yang kemudian dikutip oleh Severin dan Tankard Jr. yang menyatakan bahwa *Perception is a complex process by which people select, organize, and interpret sensory stimulation into a meaningful and coherent picture of the world.*³⁴

Sehingga persepsi juga merupakan inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering terjadi berkomunikasi.

2. Sifat Media

Sifat media dalam penelitian ini dikhususkan pada sifat media online dalam hal ini portal Tribun Timur. Selanjutnya sifat media dibagi menjadi 8 bagian :

a. Kesiapan.

Media online dalam hal ini situs berita/portal berita memiliki sifat khusus yang tidak dimiliki oleh media cetak yakni kesiapan. Jika media cetak memerlukan proses panjang untuk sampai di tangan khalayak, media online memiliki kemampuan untuk segera menyampaikan informasi kepada khalayak dalam hitungan detik.

³⁴ *Ibid.*, h. 203

b. Penyediaan Stabilitas

Penyediaan Stabilitas diartikan sebagai kemampuan media online dalam hal penyajian. Apakah portal berita tersebut bisa di akses dimana saja oleh khalayak, dan menggunakan media apa.

c. Mengatasi keterbatasan ruang

Salah satu kelebihan portal berita adalah tidak adanya batas ruang atau *space* dalam memberikan informasi. Berbeda dengan media cetak yang dibatasi oleh kolom *layout*. Portal berita lebih fleksibel dalam menyajikan berita. Bukan hanya Teks dan gambar, portal berita mampu menyajikan suara (*voice*) dan gambar bergerak (*video*) dalam satu berita.

d. Menaklukkan jarak

Media cetak merupakan media yang paling mudah dan dekat dari tangan khalayak di daerah perkotaan seperti makassar. Namun, untuk daerah terpencil yang tidak menjadi daerah distribusi, media cetak menjadi barang yang langka. Salah satu alasan perusahaan media membuat portal berita adalah salah satu solusi untuk permasalahan distribusi informasi. Di manapun lokasinya dan bagaimanapun terencilnya suatu daerah, selama di daerah tersebut tersedia jaringan telekomunikasi, informasi bisa sampai ketangan khalayak. Contohnya saja penggunaan ponsel di daerah terpencil untuk mengakses portal berita.

e. Memberikan rangkuman berita

Salah satu sifat media online yakni kemampuannya menyajikan berita dalam kategori tertentu, secara rapi dan biasanya tersusun dalam rentang waktu. Berita yang sifatnya panjang seperti berita kisruh pilkada, biasanya tidak hanya diberitakan sekali saja. Sifatnya selalu *continous* atau berkelanjutan. Media online dalam hal ini memberikan keleluasaan dalam menyajikan berita-berita yang berkelanjutan. Dalam portal berita, dapat kita temukan *list* berita yang terkait dibawah berita yang kita baca.

f. Beragam pilihan

Seperti sifat media online sebelumnya, portal berita mampu mengelompokkan / memilah-milah jenis berita. Dalam sebuah portal, terdapat navigasi atau *link* yang akan mengarahkan kita pada berita / informasi tertentu. Navigasi biasanya diletakkan di posisi atas atau bagian paling bawah dari sebuah web.

g. Eksklusif

Kemampuan multimedia dari kecanggihan internet adalah menggabungkan teks, gambar, suara dan video dalam satu wadah. Hal seperti ini tidak akan ditemukan di media cetak. Melalui portal berita, peristiwa yang unik akan lebih jelas sampai di tangan khalayak. Contohnya saja peristiwa Runtuhnya World Trade Centre (WTC). Deskripsi atau penggambaran dalam bentuk teks bisa dilengkapi dengan adanya video peristiwa tersebut.

h. Interaktif

Dengan adanya grup Tribun Timur di facebook, masyarakat tidak perlu lagi repot berkomunikasi dengan pihak redaksi. Dengan sekedar bergabung di grup tersebut, kita sudah bisa menanggapi berita Tribun Timur atau bisa saja kita menjadi salah satu pelaku citizen journalism. Masyarakat menjadi lebih interaktif, masyarakat bukan hanya menjadi pembaca tetapi juga bertindak sebagai sumber informasi.

3. Situasi Paparan

Ada Berbagai macam alasan khalayak mengakses portal berita, apakah itu untuk mempelajari sesuatu, mencari informasi terbaru, mencari hiburan, sebuah kebiasaan, relaksasi, sampai pada tujuan untuk sekedar mengisi waktu luang.

4. Daya Akses

Kemajuan teknologi semakin mempermudah segala aktifitas manusia. Salah satu kemajuan yang paling terasa manfaatnya yakni kemajuan dibidang telekomunikasi. Teknologi ponsel yang dulunya hanya dimanfaatkan untuk komunikasi suara (*call*) dan teks (*SMS*) kini semakin lengkap dengan adanya kemampuan menjelajah internet (*surfing*) dengan memanfaatkan *browser* bawaan hingga *browser* yang sengaja di-*instal* dalam perangkat ponsel. Teknologi ini kemudian mempermudah masyarakat untuk mengakses portal berita walaupun tidak memiliki perangkat computer atau laptop. Dengan mengandalkan pulsa dari *simcard*

dan perangkat ponsel masyarakat sudah mampu mengakses portal berita. Akibatnya, mengakses portal berita akan lebih murah dan mudah.

5. Masyarakat (Publik)

Khalayak (public) adalah kelompok orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal.

Istilah khalayak sengaja dituangkan dalam istilah bermakna majemuk, yakni *publics*. Setiap organisasi/perusahaan memiliki sendiri khalayak khususnya. Kepada khalayak yang terbatas itulah organisasi senantiasa menjalin komunikasi, baik secara internal maupun eksternal³⁵.

Publik dalam penelitian ini adalah pengguna internet yang ada di Makassar khususnya mengakses Tribun Timur *on line*. Publik / khalayak dari media online adalah pengguna atau mengakses media *on line*.

Publik : sebagai salah satu kelompok dalam masyarakat di mana di dalam masyarakat yang sifatnya heterogen terdapat sekelompok orang yang sifatnya homogen. Homogen inilah yang dapat dikategorikan sebagai publik. Menurut Emery Bogardus, publik merupakan sejumlah orang yang bersatu dalam satu ikatan dan mempunyai pendirian sama terhadap suatu permasalahan sosial³⁶.

6. Makassar

Makassar adalah ibukota Propinsi Sulawesi Selatan. Pada penelitian ini, kota Makassar dipakai sebagai lokasi atau tempat berdomisilinya para pengguna media *on line* Tribun Timur serta kantor Tribun Timur.

³⁵ Rinorewel, "Definisi Publik", *All About Communication*. <http://destiniedchild.blogspot.com/2008/10/definisi-publik-public-relation.html> (28 November 2010).

³⁶ Safaa, "Pengertian publik, Massa, Masyarakat, Crowd & MOB," *Kenapa ada safa disiNi*. <http://kyucha.blogspot.com/2009/09/pengertian-publik-massa-masyarakat.html> (28 November 2010).

7. Media On line

Kata media berasal dari bahasa latin *Medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, perantara atau pengantar. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Sementara Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zein menuliskan bahwa media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “*Medium*” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Dengan demikian dapat dipahami bahwa media merupakan wahana penyalur informasi belajar atau penyalur pesan.

Sedangkan *on line* menurut *Tech Terms Computer Dictionary* :

In general, when a machine is "on line," it is turned on and connected to other devices. For example, when a network printer is on line, computers connected to that network can print from it. Other devices, such as scanners, video cameras, audio interfaces, and others are said to be on line when they are running and connected to a computer system. Recently, however, the term "on line" usually means being connected to the Internet. The connection can be through a phone line, using a dial-up or DSL modem, a cable line via a cable modem, or through a wireless connection. A computer can also be on line via a connection to a computer network. Technically, computers that are on a network are on line even if they are not connected to the Internet. But most networks are routed to a T1 line or other Internet connection anyway. When a computer or other device is not on line, it is said to be offline³⁷.

Sesuai pengertian dari *Tech Terms Computer Dictionary*, kata *on line* diartikan sebagai keadaan suatu alat dalam keadaan hidup atau sedang menyala dan tersambung ke suatu alat lainnya. Contohnya *printer* dalam keadaan *on line* ketika terhubung ke komputer dan bisa digunakan mencetak. Dan arti lain dari *on line* yakni terhubung ke internet. Baik itu

³⁷ “On line,” *Tech Terms Computer Dictionary*. http://www.techterms.com/definition/on_line (15 Mei 2010).

menggunakan *dial* telepon, *modem*, atau langsung melalui jaringan *wireless*.

Media *on line* dalam penelitian ini diartikan sebagai media massa yakni Tribun Timur yang dapat diakses melalui internet dan tersaji dalam bentuk *website* dan melalui akses internet.

masyarakat Sumatera Utara disambut dengan bermunculannya banyak media informasi berbasis internet, atau yang lebih populer dengan sebutan media *on line*³⁸.

Media Online dalam penelitian ini adalah situs / portal berita. Portal berita merupakan suatu divisi tersendiri, portal merupakan bagian dari sebuah system, memiliki struktur redaksi sendiri dan mempunyai sifat yang berbeda dengan media cetak. Media *on line* hadir untuk menjawab tantangan perkembangan zaman dimana masyarakat sedikit demi sedikit mulai meninggalkan kebiasaan membaca koran. Masyarakat sekarang cenderung memilih menghabiskan waktunya di depan laptop dan ponsel.

8. Tribun Timur

Harian Tribun Timur dalam penelitian ini adalah media massa yang terdiri dari dua versi yakni versi cetak dan versi *on line*. Surat kabar Tribun Timur pertama kali terbit 9 Februari 2004. Kantor pusatnya di Makassar , Sulawesi Selatan, dengan wilayah edar meliputi dua provinsi utama di Sulawesi, yakni Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat.

³⁸ Wahyu Hidayat & Amir Syarif Siregar, "*Media online menjamur di Sumut*", *WASPADA ONLINE*, 20 January 2010, http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=83208:media-online-menjamur-di-sumut&catid=15:sumut&Itemid=28 (28 November 2010).

Tribun Timur merupakan salah satu koran daerah Kompas Gramedia yang dikelola PT Indopersda Primamedia (Persda *Network*), Divisi Koran Daerah Kompas Gramedia. Untuk menerbitkan Tribun Timur, Kompas Gramedia bekerja sama dengan Bosowa Group, kelompok usaha nasional terkemuka yang berbasis di Makassar, kota utama pintu gerbang Indonesia timur.

Koran ini merupakan generasi baru koran daerah Kompas setelah generasi pertama Tribun lahir di Kalimantan Timur (Tribun Kaltim) dan kemudian Tribun Timur. Sukses Tribun Kaltim dan Tribun Timur membuat bendera Tribun semakin berkibar, terlebih setelah koran Tribun yang lainnya juga menuai sukses yang luar biasa: Tribun Batam, Tribun Pekanbaru, Tribun Pontianak, dan Tribun Jabar (dulu Metro Bandung). Persda terus mengembangkan Tribun ke seluruh Nusantara. Menyusul dalam waktu dekat, Tribun Manado di Manado, Sulawesi Utara.

Sejak pertama kali terbit, Tribun Timur mendapat sambutan yang luar biasa dari pasar. Tribun Timur sekarang menjadi koran utama dan terkemuka di Makassar . Iklan Tribun Timur tahun 2008, menurut *survey* AC Nielsen, merebut hampir 50 persen kue iklan di Makassar (iklan lokal maupun nasional). Sisanya diperebutkan oleh empat koran lain yang terbit di Makassar .

Hampir semua merek nasional bermitra dengan Tribun Timur, seperti Nokia, Sony Ericsson, LG, Telkomsel, Indosat, Esia, Fleksi, Fren, Toyota, Daihatsu, Honda, Mitsubishi, Yamaha, Suzuki, Bank Mandiri,

Bank Panin, Lippo, *Hypermart*, *Carrefour*, Ramayana, Matahari, *Electronic Solution*, *Index Hardware*, Sampoerna, Djarum, *Class Mild*, Gudang Garam, Bentoel, Garuda Indonesia, Sriwijaya Air, dan masih banyak lagi. Pada tahun 2008, pertumbuhan iklan Tribun Timur dari pemasang iklan Jakarta lebih dari 100 persen.

Pada usia ketiga, tahun 2007, Persda menobatkan Tribun Timur sebagai koran terbaik dari sisi *financial perspective*, *business process*, *learn and growth*, dan *customer perspective*.

Dari sisi sirkulasi (oplah) dan *readership*, Tribun Timur juga tumbuh pesat, menempatkan koran ini tidak hanya sebagai koran terkemuka di Makassar tapi juga masuk dalam jajaran koran-koran dengan *readership* terbanyak secara nasional.

Tribun Timur hadir di Makassar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat profesional kota dan keluarga metropolitan. Pembaca dimanjakan dengan suguhan berita dan rubrik *lifestyle* seperti *Tribun Women*, *Tribun Kids*, *Tribun Health*, *Cellular Style*, *Tribun Automoto*, *Tribun Motor*, *Tribun Griya*, *Tribun Skul*, *Tribun Property*, *Tribun Techno*, *Tribun Shopping*, *Tribun Mal*, dan masih banyak lagi. Tribun Timur, yang memiliki basis kuat di pasar langganan, setiap pagi mengunjungi pembaca di rumah mereka sebelum berangkat ke tempat kerja atau sekolah.

Untuk memudahkan keluarga metropolitan menikmati Tribun Timur, koran ini dibagi dalam enam sesi (36 halaman): *Front Page*,

Tribun Pemilu, Tribun Makassar, Tribun *Women*, *Superball*, dan Tribun Iklan.

Sejak awal kelahirannya, Tribun Timur hadir dengan edisi *on line* melalui Tribun Timur *on line*. Inovasi terus dilakukan, sehingga pada September 2007, Tribun Timur *on line* tidak hanya menerbitkan edisi *print* (*print go on line*) melainkan juga edisi *real time* (*real time news*). Inovasi ini menempatkan Tribun Timur *on line* sebagai portal berita *real time* pertama di luar Jawa.

Pengunjung Tribun Timur *on line* juga terus tumbuh. Jika pada awalnya, jumlah pengunjung rata-rata sekitar 2.000 (pengunjung unik) per hari, sekarang ini sudah melebihi 5.000 pengunjung per hari, dengan lebih 2.000 pengunjung di antaranya mengakses Tribun Timur *on line* melalui ponsel. Ini lagi-lagi menempatkan Tribun Timur *on line* sebagai situs berita surat kabar yang paling banyak pengunjungnya di Makassar dan Indonesia timur.

Pada 2008 (hingga November), Tribun Timur *on line* dikunjungi 1,2 juta pengunjung, dengan jumlah *hits* 30.639.569 dan jumlah halaman yang diakses 1.293.219 halaman. Menurut AW Stats, sembilan besar pengunjung Tribun Timur *on line* dari Indonesia, Amerika Serikat, Jepang, Kanada, Australia, Taiwan, Norwegia, Malaysia, dan Korea Selatan.

Bekerja sama dengan *kompas.com*, Tribun Timur *on line* terus mengembangkan diri, antara lain, dengan menghadirkan Tribun TV.

Fitur-fitur dan fungsinya akan terus dikembangkan, menyesuaikan dengan perkembangan *website* surat kabar di dunia.

BAB IV METODE PENELITIAN

A. TIPE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *metode deskriptif* yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan menggunakan metode tersebut tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Tapi menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*).

Penelitian *deskriptif* yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, maka peneliti juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.

Peneliti juga bisa bersifat *komperatif* dan *korelatif*. Penelitian *deskriptif* banyak membantu terutama dalam penelitian yang bersifat longitudinal, genetik, dan klinis. Penelitian survei biasanya termasuk dalam penelitian ini³⁹.

Peneliti bertindak sebagai pengamat. Peneliti hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat dalam buku observasinya. Dengan suasana alamiah dimaksudkan bahwa peneliti terjun ke lapangan. Peneliti tidak berusaha memanipulasikan variabel. Karena kehadirannya mungkin mempengaruhi perilaku gejala (*reactive measure*), peneliti berusaha memperkecil pengaruh ini.

³⁹ Abu Achmadi dan Narbuko Cholid, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 44.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk pemecahan masalah secara sistematis dan faktual mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi⁴⁰.

Sering terjadi, penelitian *deskriptif* timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya.

Peneliti terjun ke lapangan tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Peneliti bebas mengamati objeknya, menjelajah, dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang jalan. Penelitiannya terus-menerus mengalami reformulasi dan redireksi ketika informasi-informasi baru ditemukan. Hipotesis tidak datang sebelum penelitian. Hipotesis-hipotesis baru muncul dalam penelitian.

Penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintetis). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi. Penelitian seperti ini memerlukan kualifikasi yang memadai. Pertama, peneliti harus memiliki sifat reseptif. Peneliti harus selalu mencari, bukan menguji. Kedua, peneliti harus memiliki kekuatan integratif, kekuatan untuk memadukan berbagai macam informasi yang diterimanya menjadi satu kesatuan penafsiran.

B. SUBYEK PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif, yang memperoleh data dengan melakukan observasi, wawancara, dan kepustakaan

⁴⁰ Abu Achmadi dan Narbuko Cholid, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 44.

atau dokumentasi. Untuk memperoleh data dari hasil penelitian ini, maka peneliti menentukan subyek penelitian untuk melengkapi data tersebut.

Peneliti menentukan subyek atau informan ini, berharap dapat memberikan kedalaman informasi agar memperoleh data yang valid. Narasumber yang dibutuhkan pada penelitian ini, maksimal 10 orang agar dapat melengkapi data tersebut. Dengan mengambil data yang ada melalui wawancara pada sejumlah pengakses Tribun Timur *on line*. Dan melakukan observasi langsung di kantor Redaksi Tribun Timur. Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 2 bulan, karena tidak adanya kerangka *sampling* dari seluruh unsur-unsur yang terdapat dalam populasi tersebut.

C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Observasi

Observasi adalah salah satu cara metode pengumpulan data melalui pengamatan dan mencatat dari hasil yang telah diteliti.

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala/ fenomena/ objek yang akan diteliti⁴¹.

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah pengguna atau pengakses Tribun Timur *on line* yang berada di Makassar.

Pengamatan ini dilakukan dengan cara observasi partisipan, dengan menggunakan alat bantu seperti alat tulis menulis, dan sebagainya. Peneliti mengunjungi lokasi penelitian di setiap tempat narasumber bekerja,

⁴¹ Abu Achmadi dan Narbuko Cholid, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 70.

tinggal, atau melakukan *aktifitas*, serta observasi juga dilakukan di kantor redaksi Tribun Timur.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses yang dilakukan untuk memperoleh data agar mendapatkan data yang lengkap, dengan melalui lisan dan tanya jawab.

Wawancara atau *interview* merupakan metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung dengan orang yang dapat memberikan keterangan.

Wawancara dilakukan dengan bahasa yang dikuasai oleh informan. Dalam wawancara ini, penulis perlu menetapkan narasumber atau informan yang dianggap memahami permasalahan. Karena penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling*, maka informan telah ditentukan berdasarkan proresi dan dianggap memiliki data dan informasi.

- a. Dosen/pegawai
- b. Mahasiswa
- c. Pengusaha/Wiraswasta
- d. Politisi

3. Dokumentasi

Pengumpulan data berupa dokumen-dokumen perusahaan maupun literatur-literatur yang erat kaitannya dengan penelitian. Juga menggunakan kutipan langsung, yang mengutip suatu karangan tanpa merubah redaksinya. Dan kutipan tidak langsung, yang mengutip suatu

karangan dengan bahasa atau redaksi sendiri tanpa mengubah maksud dan pengertian yang ada.

D. TEKNIK ANALISIS DATA

Metode analisis data yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif* yaitu mengadakan analisis data secara induktif dan bersifat *deskriptif* dengan mengungkapkan fakta (menguraikan data) yang ada di lapangan, untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang dibahas dalam penelitian serta dikembangkan berdasarkan teori yang ada.

Proses analisis data penelitian ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan, yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen-dokumen pribadi, dokumen resmi, dan sebagainya.

Metode penelitian ini dimaksudkan bahwa data yang diperlukan dalam penelitian ini bersifat kualitatif karena untuk menemukan apa yang diinginkan oleh penulis pengelolaan data selanjutnya diinterpretasikan dalam bentuk konsep yang dapat mendukung objek pembahasan dengan menarik seluruh kesimpulan.

Dalam mengolah data tersebut digunakan cara berfikir dengan analisis induktif, yang merupakan metode analisis terhadap data yang berupa penarikan kesimpulan berdasarkan keadaan yang khusus untuk diperlukan secara umum.

Analisis dalam penelitian kualitatif bersifat induktif. Informasi yang dikumpulkan di lapangan digunakan untuk membuat simpulan akhir,

bukan untuk membuktikan hipotesis. Oleh karenanya peneliti harus menggali informasi selengkap mungkin. Proses analisis data dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Artinya, analisis harus sudah dilakukan sejak awal, tidak sama dengan analisis data dalam penelitian kuantitatif yang dilakukan setelah semua data terkumpul. Proses interaktif juga dilakukan baik pada waktu pengumpulan data masih berlangsung, misalnya dalam bentuk perbandingan antar unit data, pengelompokan data, maupun pengumpulan data sudah berakhir, dalam penyusunan laporan yang melibatkan analisis tahap akhir. Proses siklus dilakukan sejak awal pengumpulan data sampai akhir sebagai kelanjutan proses refleksi⁴².

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif, dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas. Sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan dapat ditandai apabila tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Dalam analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pengumpulan data juga dilakukan secara terus-menerus melalui pengamatan, wawancara, dan dokumentasi.

⁴² Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Surakarta :University Press, 2002), h. 23)

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Distribusi Narasumber

Data Penelitian diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada 7 orang responden yang terbagi menjadi 4 profesi / pekerjaan. 2 orang responden berprofesi sebagai Pengusaha, 2 orang responden berprofesi sebagai Dosen, 2 orang Mahasiswa, dan 1 orang politisi. Berdasarkan hasil Observasi, para narasumber diatas merupakan pengakses Tribun Timur *On line*. Semua Narasumber diberikan pertanyaan yang sama mengenai persepsi mereka terhadap Tribun Timur *On line* dilihat dari 4 aspek yakni sifat media, situasi paparan, daya akses serta Kelemahan dan kelebihan media *on line*.

a. Sifat media.

Narasumber diberikan pertanyaan tentang bagaimana persepsi mereka seputar sifat media. Dalam hal ini, Sifat media dibagi menjadi delapan aspek yakni kesiapan (mengetahui sesuatu dengan segera), Penyediaan stabilitas, mengatasi keterbatasan ruang, menaklukkan jarak, memberikan rangkuman berita, keragaman informasi/berita, eksklusif, dan Interaktifitas.

b. Situasi Paparan

Disini narasumber mengungkapkan alasan-alasan mereka untuk mengakses media *on line* Tribun Timur. Apakah mereka beralasan untuk mempelajari sesuatu, hanya sebagai pengisi

waktu, untuk hiburan, mencari informasi atau ada tujuan lain atau alasan yang lebih spesifik dari setiap narasumber.

c. Daya akses.

Persepsi narasumber dilihat dari daya aksesnya dibagi menjadi 2, yaitu segi ekonomis (Murah dan Gratis), dan Kesenangan (kemudahan mendapatkan berita *On line*).

2. Hasil Analisis

a. Persepsi Narasumber Tentang Sifat Media.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap para narasumber, ditemukan bahwa alasan kesiapan, penyediaan stabilitas, dan menaklukkan jarak merupakan sifat media yang mereka tekankan dan menjadi alasan mereka mengakses media *on line* Tribun Timur. Alasan mengatasi keterbatasan ruang menjadi aspek yang tidak begitu penting. Untuk lebih jelasnya, perhatikan tabel 4.1.

Tabel 5.1
Persepsi Narasumber Tentang Sifat Media

No.	Kelompok Narasumber	Persepsi
1.	Dosen/pegawai	Menekankan Kesiapan, penyediaan stabilitas
2.	Pengusaha / Wiraswasta	Kesiapan, penyediaan stabilitas, menaklukkan jarak
3.	Mahasiswa	Menaklukkan jarak, kesiapan, memberikan berbagai pilihan
4.	Politisi	Kesiapan, Memberikan berbagai pilihan

b. Persepsi Narasumber Berdasarkan situasi Paparan.

Berdasarkan situasi paparan, masing-masing narasumber mempunyai alasan-alasan spesifik dalam mengakses Tribun Timur dan cenderung memilih berita yang hanya sesuai dengan pekerjaan dan lingkungan dimana dia berada. Perhatikan Tabel 5.2.

Tabel 5.2
Persepsi Narasumber Berdasarkan Situasi Paparan

No.	Kelompok Narasumber	Situasi Paparan
1.	Dosen/pegawai	Mencari Info Kampus, Info Politik, Kesehatan, mempelajari sesuatu
2.	Pengusaha/wiraswasta	Info Bisnis dan Ekonomi, <i>Life style</i>
3.	Mahasiswa	Berita Politik, Olah raga, Mencari Info Beasiswa
4.	Politisi	Berita Politik dan Bisnis

c. Persepsi Narasumber Berdasarkan Daya Akses.

Dilihat dari aspek daya akses, faktor ekonomis dan faktor kesenangan menjadi alasan yang sama pentingnya ketika mengakses Tribun Timur. Untuk lebih jelasnya, perhatikan tabel 5.3 berikut.

Tabel 5.3
Persepsi Narasumber Berdasarkan Daya Akses.

No.	Kelompok Narasumber	Daya Akses
1.	Dosen/pegawai	Kesenangan, ekonomis
2.	Pengusaha/wiraswasta	Kesenangan, ekonomis
3.	Mahasiswa	Kesenangan, ekonomis

4.	Politisi	Kesenangan, ekonomis
----	----------	----------------------

B. PEMBAHASAN HASIL ANALISIS

Penelitian ini dilakukan dengan cara pengumpulan data dengan menggunakan wawancara / interview, selain itu pengumpulan data tambahan diambil dari kantor redaksi Harian Tribun Timur bagian portal untuk mengetahui narasumber yang dianggap memiliki informasi untuk penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Makassar terhadap media *on line* Tribun Timur sebagai sumber informasi. Setelah itu dilakukan pengolahan data dan analisis data maka akan dibahas sebagai berikut:

1. Persepsi Masyarakat terhadap Sifat Media.

Pada tabel 4.1, ada kecenderungan yang menunjukkan bahwa *sifat media* yaitu *kesiapan* (mengetahui sesuatu dengan segera), *stabilitas* (mendapatkan berita kapan saja yang mereka inginkan), dan menaklukkan jarak merupakan alasan utama mereka mengakses Tribun Timur *on line*. Suhardi Hamid (Wiraswasta) mengatakan :

“Sebagai Bankir, saya harus tau indeks kurs mata uang, dan itu harus saya ketahui secepatnya. Memang ada infonya di TV tapi melalui media portal Tribun Timur, saya bisa mengetahuinya dengan segera dan dimanapun saya berada”.

Sejalan dengan pernyataan Suhardi, Muhammad Rapi (Pegawai) mengatakan :

“Portal Tribun Timur sangat membantu para pengguna jalan terutama untuk saya, dengan real time updatenya

mengenai kondisi jalan di Makassar, sebelum pulang dari kantor saya biasanya mengecek portal Tribun Timur tau-tau ada info jalan yang macet, sehingga saya bisa mengambil rute lain”.

Dari kalangan politisi, pernyataan Amir Mahmud mendukung asumsi diatas :

“Banyak contoh yang bisa diambil dari manfaat portal Tribun Timur, Contoh pada penghitungan hasil quick Count pada saat pemilihan kepala daerah, kita bisa mengetahui dengan cepat melalui portal Tribun Timur”.

Dari kalangan mahasiswa, *sifat media* yakni memberikan berbagai pilihan merupakan alasan lain mereka mengakses portal Tribun Timur. Menurut mereka, kecepatan pemberitaan bukanlah satu-satunya yang terpenting, keragaman berita adalah termasuk hal yang cukup penting. Hambali menegaskan :

“Bukan Cuma informasi politik dan berita lokal yang saya cari, di portal Tribun Timur, saya dengan leluasa mencari info beasiswa, info olah raga dan semua itu menurut saya penting agar tidak dikatakan ketinggalan”.

Anggraeni (Wiraswasta), beranggapan sama seperti yang diungkapkan hambali. Portal Tribun Timur menurutnya memberikan informasi yang beragam dan menunjang pekerjaannya.

“Sebagai Sekretaris manager Trans Kalla, saya harus mengetahui perkembangan lifestyle warga Makassar. Penting bagi perusahaan mengikuti tren pasar”.

Blumer dan Katz menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media, Audiens

dianggap sebagai pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha mencari sumber media yang terbaik dalam upaya memenuhi kebutuhannya⁴³.

2. Situasi Paparan

Manusia mempunyai otonomi dan wewenang dalam memilih dan memperlakukan media karena khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, pengguna mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana menggunakan media⁴⁴.

Dari hasil penelitian, Tabel 4.2 menunjukkan bahwa setiap kelompok narasumber memiliki alasan yang berbeda-beda dalam mengakses portal Tribun Timur. Katz mengemukakan bahwa orang yang mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi lebih banyak mempunyai kebutuhan-kebutuhannya dibandingkan dengan mereka yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah. Orang yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih banyak mempunyai kebutuhan akan sesuatu yang bisa memenuhi kepuasannya dibanding dengan mereka yang memiliki pendidikan yang lebih rendah⁴⁵.

Pada tabel tersebut, kelompok narasumber dari kalangan dosen/pegawai cenderung membutuhkan Informasi yang banyak dibandingkan dengan kelompok narasumber yang lain. Berikut pemaparan Haidir Fitrah Siagian (dosen) :

⁴³ Edi Santoso & Mite Setiansah, *Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 109.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Pawit, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 207.

“Banyak informasi dan berita yang bisa didapatkan di portal Tribun Timur, mulai dari info kesehatan, info kampus, berita-berita internasional dan semuanya cukup faktual.”

Sangat jauh berbeda dengan kelompok narasumber pengusaha/wiraswasta. Mereka lebih spesifik dan cenderung hanya memperhatikan satu rubrik saja. Faktor lingkungan dan pekerjaan memberikan pengaruh yang kuat dalam pemilihan media khususnya pemilihan informasi. Anggraeni mengatakan bahwa :

“Karena saya berkecimpung di Mall, saya lebih banyak mengakses rubrik Life style, tujuannya ya untuk mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat Makassar. Tren apa saja yang sedang hangat-hangatnya itu sangat perlu saya ketahui.”

3. Persepsi Masyarakat terhadap Daya Akses

Dari aspek daya akses/jangkauan, Faktor Ekonomis dan Kesenangan dianggap sama pentingnya. Portal Tribun Timur yang terbagi menjadi dua yakni dalam bentuk web dan e-Paper membuatnya lebih fleksibel digunakan oleh pengguna. Dengan bantuan pemrograman, Berita flash yang biasanya hanya bisa dinikmati di layar PC / Laptop bisa dinikmati di layar ponsel. Cukup berbekal ponsel yang memiliki akses internet, pengguna bisa mengakses portal Tribun Timur. Kelebihan dari media *on line* versi *mobile* selain fleksibilitasnya, versi *mobilenya* juga akan otomatis menekan biaya/*cost*.

Walaupun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akses portal Tribun Timur lebih sering digunakan di perangkat

Notebook. Versi mobile Tribun Timur *on line* yang beralamat di <http://m.tribun-timur.com> nyatanya tidak begitu populer. Narasumber dari semua kelompok profesi menyatakan bahwa mereka lebih sering mengakses portal Tribun Timur melalui perangkat Notebook / Laptop.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat Makassar terhadap media *on line* harian Tribun Timur sebagai sumber informasi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan :

1. Tribun Timur sebagai sumber informasi masyarakat Makassar dinilai mampu memenuhi segala kebutuhan informasi dan berita. Walaupun Tribun Timur cukup lengkap dalam penyajian informasi, Khalayak cenderung lebih selektif dalam memilah-milah informasi yang ada.
2. Tribun Timur di mata masyarakat lebih memiliki nilai plus dibandingkan dengan kompetitornya. Itu dilihat dari kecepatan Real Time updatenya serta kelengkapan informasi yang disajikan.
3. Masyarakat cenderung hanya mengenal Portal Tribun Timur hanya melalui versi desktop atau dengan kata lain, versi *mobile* dari portal Tribun Timur belum begitu familiar bagi masyarakat Makassar.
4. Perbedaan tingkat kebutuhan, pendidikan dan profesi menentukan pemilihan informasi dari setiap pengguna.
5. Pada teori uses and gratification, Pengguna tidak hanya berhenti pada pemilihan media *on line* saja. Setelah memilih

media *on line* sebagai sumber informasi, pengguna kemudian kembali memilih jenis informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

B. Saran

1. Redaksi Tribun Timur sebaiknya menambah ruang atau jalur pengaksesan portal Tribun Timur, contohnya pembuatan launcher untuk Blackberry dan perangkat Tablet lainnya. Selain itu, Portal versi *mobile* dari Tribun Timur *On line* lebih banyak disosialisasikan untuk menambah efisiensi dan efektifitas sampainya informasi di tangan khalayak.
2. Dalam menghadapi era konvergensi media, sebaiknya Pihak redaksi Tribun Timur lebih banyak berkonsentrasi pada perkembangan media *on line* / portal Tribun Timur. Baik itu dari penambahan wartawan khusus media *on line*, bekerjasama dengan situs-situs berita internasional, dan peningkatan manajemen dalam hal kualitas berita dan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Bungin, Burhan. *PORNOMEDIA, Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika, & Perayaan Seks di Media Massa*, Jakarta: Kencana, 2005.
- “Definition On line.” *Tech Terms Computer Dictionary*. http://www.techterms.com/definition/on_line (18 Juni 2010).
- Dewabrata, A.M., *Kalimat Jurnalistik Panduan Mencermati Penulisan Berita*, Cet. 2; Jakarta: Kompas, 2006.
- Gassing, Kadir & Wahyudin Halim, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Makalah, Skripsi, Tesis, dan Desertasi*, Makassar: Alauddin Press, 2009.
- Haryanto, *135 Situs populer*, Yogyakarta: ANDY, 2004.
- Hidayat, wahyu & Amir Syarif Siregar, “[Media online menjamur di Sumut](http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=83208:media-online-menjamur-di-sumut&catid=15:sumut&Itemid=28)”, *WASPADA ONLINE*. http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=83208:media-online-menjamur-di-sumut&catid=15:sumut&Itemid=28 (28 November 2010).
- Jenkins, Henry, *The Cultural Logic of Media Convergence*, SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, www.sagepublications.com, Volume 7(1): 33–43, 2004.
- Kriyantono, Rahmat. *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Kompas, “*Media 'On line' Tak Akan Gantikan Cetak.*” http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2010/05/26/12454358/Media.On_line.Tak.Akan.Gantikan.Cetak-3 (18 Juni 2010).
- Luthfie, Nukman. *Media Cetak Wajib Konvergensi ke Internet*. http://virtual.co.id/blog/on_line-behavior/media-cetak-wajib-konvergensi-ke-internet/ (May 5, 2009).

- M. Yusuf, Pawit. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Rinorewel, "Definisi Publik", *All About Communication*. <http://destiniedchild.blogspot.com/2008/10/definisi-publik-public-relation.html> (28 November 2010).
- Romli, Asep Samsul M., *Jurnalistik Dakwah, Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, Cet. 1; Bandung : Rosda, 2003.
- Safaa, "Pengertian publik, Massa, Masyarakat, Crowd & MOB," *Kenapa ada safa disiNi*. <http://kyucha.blogspot.com/2009/09/pengertian-publik-massa-masyarakat.html> (28 November 2010).
- Santoso, Edi & Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2010.
- Severin, Werner J & James W. Tankard, Jr, "*Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*" Jakarta: Kencana, 2008.
- Stokes, Jane. *How To Do Media and Cultural Studies*. Bandung: BENTANG, 2007.
- Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: University Press, 2002.
- Tribun, "*About Tribun Timur*." <http://www.tribun-timur.co.id> (18 Juni 2010).
- Universitas Kristen Petra,
http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=4&submit.x=15&submit.y=18&submit=next&qual=high&submitval=next&fname=%2Fjunkspe%2Fs1%2Fikom%2F2009%2Fjunkspe-ns-s1-2009-51405091-11446-detik_com-chapter2.pdf . (28 November 2010).
- Wikipedia Berbahasa Indonesia, *Sejarah Internet Indonesia/media on line*, (11 April 2010).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Muh. Husain Alhas
Tempat tanggal lahir : Bulukumba, 22 Oktober 1987
Suku/ Bangsa : Bugis/ Indonesia
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat : Jalan Bontoduri II

Riwayat pendidikan :

1. Tahun 2000 : SDN 144, Sarroanging
2. Tahun 2003 : SMP Negeri 4 Jeneponto
3. Tahun 2006 : SMA Negeri 1 Jeneponto
4. Masuk tahun 2006 : Jurusan Jurnalistik,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Alauddin
Makassar