

# Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Mengakses Website IDN Times

Carolina Rebeka Sondak, Ido Prijana Hadi, Chory Angela Wijayanti

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*Carolsondak23@gmail.com*

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif dan kepuasan masyarakat Surabaya dalam mengakses *website* IDN Times. *Website* IDN Times merupakan *website* yang berdiri sejak 8 Juni 2014 dengan *tagline* 'The Voice of Millennials and Gen Z' dimana segmentasinya merupakan anak milenial sekitar usia 18-24 tahun. Peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan empat indikator, yaitu dunia maya, pelampiasan sosial dan emosional, pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar, serta menghabiskan waktu dan kebiasaan. Metode dalam penelitian ini adalah online survei dengan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji deskriptif serta *crossstab* untuk menghubungkan identitas responden dengan indikator-indikator motif dan kepuasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif dan kepuasan yang tertinggi adalah indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar. Sedangkan yang terendah adalah pada indikator dunia maya.

**Kata Kunci:** Motif, Kepuasan, *Website*, IDN Times

## Pendahuluan

*Uses and gratification* merupakan teori yang diajukan oleh Blumer dan Katz yang mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan sebuah media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. (Nurudin, 2009, p.192). *Uses and Gratification* digunakan untuk mengukur motif dan kepuasan (Kriyantono, 2006, p.210). *Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi media tertentu. (Kriyantono, 2009, p.208).

Dalam berjalannya waktu, belakangan ini media yang sangat pesat perkembangannya adalah *media online* melalui internet. *Internet (interconnection networking)* merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio dan telepon (Bungin, 2006, p.135). Tercatat per Januari 2019 sebesar 56% dari total penduduk di Indonesia telah terjangkau internet. Dan hasil tersebut merupakan kenaikan 13% dari tahun

sebelumnya. Melalui pertumbuhan jangkauan internet inilah yang juga mempengaruhi pertumbuhan *media online*.

Melalui internet, individu sekarang ini dituntut untuk lebih cepat tanggap dengan keadaan yang terjadi di sekitarnya karena internet memberikan jangkauan komunikasi yang sangat luas dan juga memiliki kapabilitas yang tinggi untuk menyampaikan konten. Hal ini disebut sebagai konvergensi media, yaitu kita dapat dengan mudah memberikan informasi secara bersama-sama dengan media lain, atau bahkan saling menutupi kekurangan media lain (Thurlow, 2004, p.28). Secara singkat, Thurlow menggambarkan internet sebagai suatu jaringan berskala besar yang menghubungkan jutaan komputer di dunia. Hingga konvergensi media saat ini menjadi sebuah kebiasaan baru dalam media. Meningkatnya jumlah pengguna internet ini dimanfaatkan oleh IDN Times dalam perkembangannya selama 4 tahun terakhir hingga saat ini menjadi media *online* urutan ke 4 yang paling sering dikunjungi versi ComScore.

*New Media* berawal dari bentuk komunikasi bermedia komputer atau *Computer Mediated Communication (CMC)*. Menurut Sarah Kember, ada lima karakteristik *New Media*, yaitu: digital, interaktifitas, hipertekstual, dispersal dan virtualitas. Digital dimaksudkan bagaimana bentuk data digital ini dapat menjadi lebih baik penggunaannya dari data analog dalam segi kecepatan dan kenyataannya. Interaktif berarti dapat memotong waktu, terjadi secara langsung dapat kita kendalikan dan komunikasi dua arah. Hipertekstual adalah teks saja yang sudah dapat terdapat *link* di dalamnya maka kita dapat terhubung dengan halaman lain dengan isi teks yang berbeda. *New Media* memiliki sifat menyebar, di mana produksi, distribusi dan konsumsi tidak terpusat. Karena setiap pengguna internet dapat sesuka hati menjadi produsen, distributor atau hanya sekedar konsumen. Yang terakhir adalah virtualitas, di mana merupakan persepsi terhadap objek-objek *immaterial*, yang biasa disebut dengan dunia maya. (Hendroyono, 2009, p.33)

Salah satu *new media* hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ialah IDN Times, yang merupakan produk dari IDN MEDIA. Hal menarik lainnya, IDN Media lahir di kota Surabaya berbeda dengan kebanyakan media lainnya yang terpusat pada ibu kota. sehingga harapan peneliti akan lebih banyak orang yang mengenal IDN Times beserta komunitas yang dipimpin sendiri oleh *writer* dari IDN Times Surabaya. Selain itu, IDN Media ingin melihat bahwa tidak harus berada di ibu kota untuk mendapatkan informasi yang cepat dan menarik. Tidak hanya itu, ternyata toleransi di kota Surabaya juga mendatangkan perhatian sehingga IDN Media memiliki slogan *Diversity is Beautiful*, di mana ketika anak milenial diluar sana sibuk memperdebatkan perbedaan, masyarakat Surabaya justru tampak *adem ayem* saja dengan perbedaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah yang diangkat “Bagaimana motif dan kepuasan masyarakat Surabaya dalam mengakses informasi di IDN Times?”.

## Tinjauan Pustaka

### ***Uses and Gratification***

Teori *Uses and Gratification* tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media (Rakhmat, 2007, p.65). Teori ini merupakan sebuah model teori yang memandang khalayak sebagai audiens yang aktif menggunakan media. Inti teori *uses and gratification* adalah aktivitas audiens yaitu pilihan yang disengaja oleh para pengguna media untuk memenuhi kebutuhan mereka (Severin dan Tankard, 2005, p.353).

### ***Gratification Sought***

Menurut Palmgreen, *gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification sought* juga bisa diartikan sebagai alasan yang timbul dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu pada suatu obyek tertentu. Hal ini mendorong individu pada suatu media tertentu yang berkaitan dengan keinginan untuk mencari kepuasan atas kebutuhan tertentu. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak memilih suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif dalam mengkonsumsi media antara satu individu dengan individu lainnya berbeda-beda. (Kriyantono, 2009, p.208-209).

### ***Gratification Obtained***

Menurut Palmgreen, *gratification obtained* adalah kepuasan yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification obtained* berbeda dengan *gratification sought*. *Gratification obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media tersebut.

Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

1. Jika *mean* skor GS lebih besar dari *mean* skor GO ( $GS > GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan.
2. Jika *mean* skor GS sama dengan *mean* skor GO ( $GS = GO$ ), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
3. Jika *mean* skor GS lebih kecil dari *mean* skor GO ( $GS < GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan (Kriyantono, 2006, p.210).

### ***Generasi Milenial***

*Millennial* adalah istilah *cohort* dalam demografi, merupakan kata benda yang berarti pengikut atau kelompok. Saat ini ada empat *cohort* besar dalam

demografi, yaitu *Baby Boomer* (lahir pada tahun 1946-1964), Gen-X (lahir pada tahun 1965-1980), *Millennial* (lahir pada tahun 1981-2000), dan Gen-Z (lahir pada tahun 2001-sekarang). Dalam literatur lain, menurut Absher dan Amidjaya bahwa generasi milenial merupakan generasi yang lahirnya berkisar antara 1982 sampai dengan 2002, selisih yang tidak terlalu signifikan (Ali & Lilik Purwandi, 2017, p. 3,4). Generasi milenial saat ini adalah mereka yang berusia 17-36 tahun; mereka yang kini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orangtua muda.

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Metode yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah pengumpulan data secara sistematis dari populasi atau sampel melalui *interview* atau teknik pengumpulan data lainnya. Survei juga merupakan riset yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta tentang gejala-gejala atas permasalahan yang timbul (Umar, 2002, p. 42). Survei dapat dilakukan dengan cara sensus atau sampling. Dalam hal ini, peneliti menggunakan sampel untuk memperoleh informasi melalui penyebaran kuisisioner sebagai alat pengumpul data yang utama dan dibagikan kepada sampel penelitian. Pertanyaan yang diajukan berdasarkan indikator motif dan kepuasan konsep Ferguson & Perse. Indikator yang saya pakai untuk mengukur motif dan kepuasan adalah dunia maya, pelampiasan sosial dan emosional, pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar dan menghabiskan waktu dan kebiasaan

### Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang mengakses informasi di *website* IDN Times sebanyak 50.000 (per Maret 2019). Sampel adalah sebagian dari objek yang diteliti (simbolnya  $n$ ). Penarikan sampel yang baik harus benar-benar bisa merefleksikan populasi. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik yang sudah ditentukan (Silalahi, 2003, p.74). Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya usia 17-24 tahun yang mengakses infotmasi di *website* IDN Times selama 2-3 bulan terakhir.

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin, yakni (Kriyantono, 2009, p.162):

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

$$n = \frac{50.000}{1 + 50.000 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{50.000}{500.01}$$

$$n = 99.99 \text{ dibulatkan jadi } 100$$

keterangan:

$n$ = ukuran sampel

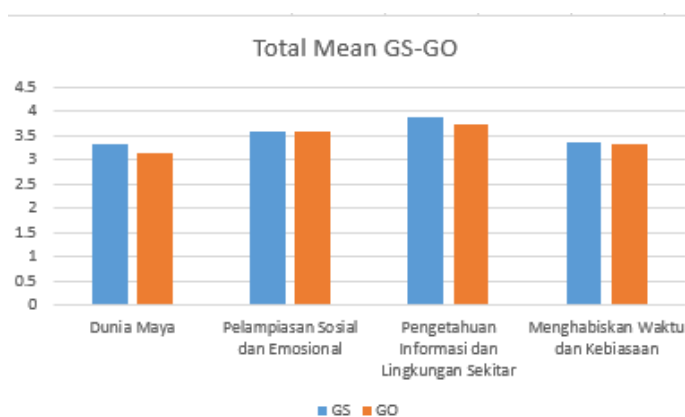
$N$ = ukuran populasi

$E$ = kelonggaran ketidaktelitian karena pengambilan sampel yang dapat ditolerir yaitu 10%

### Analisis Data

Teknik analisis data yang saya gunakan antara lain: pengeditan (editing) yaitu proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian, yaitu untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data melalui teknik statistik., pemberian kode (koding) yaitu proses identifikasi dan klarifikasi data penelitian kedalam skor numerik atau karakter simbol-simbol tertentu. Adapun kuisioner akan diukur dengan menggunakan skala Likert. Selanjutnya, analisis deskriptif mengenai frekuensi, mean, interval kelas, kesenjangan dan tabulasi silang

## Temuan Data



Gambar 1. Total Mean Variabel GS dan GO

Keterangan:

Rata-rata mean GS Dunia Maya: 3.34

Rata-rata mean GO Dunia Maya: 3.14

Rata-rata mean GS Pelampiasan Sosial dan Emosional: 3.60

Rata-rata mean GO Pelampiasan Sosial dan Emosional: 3.60

Rata-rata mean GS Pengetahuan Informasi dan Lingkungan Sekitar: 3.90

Rata-rata mean GO Pengetahuan Informasi dan Lingkungan Sekitar: 3.72

Rata-rata mean GS Menghabiskan Waktu dan Kebiasaan: 3.36

Rata-rata mean GS Menghabiskan Waktu dan Kebiasaan: 3.32

Selisih kepuasan yang paling tinggi berda pada indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar. Dari hasil perhitungan antara mean GS dan GO terjadi selisih 0.18 dengan kata lain terjadi ketidakpuasan terhadap website IDN Times dikarenakan website IDN Times tidak mampu membantu mendapatkan pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar. Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan pada responden, menurut mereka IDN Times kurang mengeksplor informasinya, beberapa konten bukan merupakan konten orisinil dari penulis IDN Times sendiri sehingga kurang dapat dipercaya sebagai media online dalam hal ini website yang mampu memberikan pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar.

Lalu urutan tertinggi kedua yaitu indikator pelampiasan sosial dan emosional. Dari hasil perhitungan antara mean GS dan mean GO hasilnya sama alias  $GS = GO$  dengan kata lain terjadi kepuasan terhadap website IDN Times dikarenakan website

IDN Times mampu membantu pembacanya dalam melampiaskan hubungan sosial dan emosional. Berdasarkan pertanyaan terbuka yang ada pada kuesioner, responden merasa website IDN merupakan website yang tepat bila mereka ingin meluapkan keinginan bersosialisasi dan mengungkapkan perasaan emosional serta merasa konten yang ada dalam website IDN Times memiliki topik yang berkaitan dengan kehidupan.

Urutan tertinggi ketiga yaitu indikator menghabiskan waktu dan kebiasaan. Dari hasil perhitungan antara mean GS dan mean GO hasilnya GS lebih besar dari GO dengan selisih 0.04 dengan kata lain terjadi ketidakpuasan terhadap website IDN Times dikarenakan website IDN Times tidak mampu membantu pembacanya dalam menghabiskan waktu. Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diajukan peneliti dalam kuesioner, responden merasa website IDN Times kurang memberikan ruang lebih sehingga banyak diantaranya yang bosan dengan konten didalamnya

Urutan terakhir yaitu indikator dunia maya. Dari hasil perhitungan antara mean GS dan mean GO hasilnya GS lebih besar dari GO dengan selisih 0.20 dengan kata lain terjadi ketidakpuasan terhadap website IDN Times dikarenakan website IDN Times tidak mampu membantu pembacanya dalam memperoleh kepuasan dunia maya sebagai pelampiasan dari dunia nyata. Berdasarkan pertanyaan terbuka yang peneliti berikan kepada responden melalui kuesioner, responden merasa bahwa konten IDN Times kurang mampu menjadi pelampiasan dalam meninggalkan masalah dan tulisannya juga kurang bervariasi.

Berdasarkan data di atas, total mean GS adalah sebesar 3.55 sedangkan total mean GO adalah sebesar 3.44. Maka dari itu dapat diketahui bahwa  $H_0$  terpenuhi pada penelitian ini, yaitu *website* IDN Times tidak memberikan kepuasan kepada pengaksesnya karena total kepuasan yang dicari lebih besar dari pada total kepuasan yang didapatkan. Hal tersebut kebanyakan mereka merasa IDN Times kurang memberikan konten atau informasi yang menghibur serta menjawab permasalahan mereka di dunia nyata.

## Analisis dan Interpretasi

Penelitian ini menggunakan indikator yang digunakan oleh Ferguson & Perse. Berdasarkan penelitian, terdapat beberapa indikator motif dan juga kepuasan yang digunakan, antara lain adalah: motif dunia maya, motif pelampiasan sosial dan emosional, motif pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar dan motif menghabiskan waktu dan kebiasaan. Kemudian pada kepuasan ialah kepuasan pada dunia maya, kepuasan pelampiasan sosial dan emosional, kepuasan dalam pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar serta kepuasan dalam menghabiskan waktu dan kebiasaan.

Data statistik menunjukkan bahwa responden yang menjadi pengakses *website* IDN Times didominasi oleh mahasiswa S1 berusia 22 tahun karena internet populer dikalangan remaja terutama yang berumur 22 tahun (Riset APJII dan Pusakom UI, 2014) dan pada umur ini juga merupakan target segmentasi IDN Times yaitu milenial yang terdiri dari usia 18-24 tahun. Berdasarkan jenis kelaminnya perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Selain itu, baik perempuan maupun laki-laki memiliki motif dan kepuasan yang nilainya tinggi dalam indikator dunia

maya, pelampiasan sosial dan emosional, pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar serta menghabiskan waktu dan kebiasaan.

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian ini ditemukan bahwa indikator tertinggi adalah indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar yang rata-rata meannya sebesar 3.9 dan kepuasan pada indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar dengan rata-rata meannya 3.72. Pada motif pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar pada pertanyaan yang berisi 'Saya ingin mendapatkan informasi yang berguna untuk pekerjaan atau pendidikan lewat informasi di website IDN Times' mendapat mean tertinggi yaitu 4.02 karena hal ini mampu membuat seseorang mendapatkan informasi mengenai pekerjaan atau pendidikan seperti banyaknya artikel yang diterbitkan di website IDN Times mengenai tips-tips ujian/ interview dalam pekerjaan, *tips & trick* memulai usaha baru dan lain-lain. Kemudian kepuasan didapat pada pertanyaan yang berisi 'Setelah saya mengakses website IDN Times, saya mendapatkan informasi yang berguna untuk kesenangan atau hobby' dengan mean tertinggi yaitu sebesar 3.75 karena banyak artikel pada website IDN Times yang mengangkat topik ringan seputar hal-hal yang disukai oleh milenial. Menurut Katz dan Blummer, kebutuhan manusia yaitu salah satunya kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk mengetahui lebih lanjut. Kemudian selisih yang terdapat pada motif pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar dengan kepuasan yang didapat ialah sebesar 0.18 dengan perolehan motif lebih tinggi. Dengan demikian pengakses website IDN Times dapat dikatakan tidak puas. Tidak puas disini dikarenakan oleh kekurangan konten informatif bagi responden, sesuai dengan jawaban pada pertanyaan terbuka di kuesioner, mereka merasa lebih cocok untuk mencari *update* informasi keadaan lingkungan sekitar dengan mengakses media lain yang sudah terbukti kredibilitasnya melalui lamanya media tersebut berdiri. Hal ini dapat dikaitkan dengan umur IDN Media yang memang masih terhitung muda, yaitu 4 tahun dan kurang dipercaya dibandingkan media-media lainnya yang sudah berdiri berpuluh-puluh tahun dan sudah dikenal diseluruh Indonesia.

Kemudian indikator tertinggi kedua adalah indikator pelampiasan sosial dan emosional yang rata-rata meannya sebesar 3.6 dan kepuasan pada indikator pelampiasan sosial dan emosional dengan rata-rata mean yang sama yaitu 3.6. Pada motif pelampiasan sosial pertanyaan yang berisi 'Saya ingin merasa senang ketika mengakses informasi di website IDN Times' mendapat mean tertinggi yaitu 3.69. Kemudian kepuasan didapat pada pertanyaan yang berisi 'Setelah saya mengakses website IDN Times, saya ingin kembali mengakses website tersebut' dengan mean tertinggi yaitu sebesar 3.63. Kemudian selisih yang terdapat pada motif pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar dengan kepuasan yang didapat ialah sebesar 0 alias keduanya memperoleh nilai rata-rata mean yang sama. Dengan demikian pengakses website IDN Times dapat dikatakan puas. Menurut Katz dan Blummer, manusia tidak hanya memiliki kebutuhan akan informasi saja, namun manusia juga membutuhkan kebutuhan sosial yaitu yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Dikaitkan dengan website IDN Times, website ini meng-update kontennya dengan hal-hal yang berkaitan dengan gaya hidup milenial, termasuk gaya milenial dalam berinteraksi. Contohnya

saja pada rubrik life terdapat konten berjudul ‘5 Gaya Hidup yang Cocok Dilakoni Generasi Milenial, Pengen Ikutan?’, lalu ada juga artikel yang berjudul “Millenials, Yuk Bijaksana Menyikapi Tuntutan Pergaulan”. Itulah beberapa contoh konten IDN Times yang membahas tentang kebutuhan sosial dan emosional para pembacanya, khususnya untuk segmentasi milenial.

Kemudian tertinggi ketiga yaitu indikator menghabiskan waktu dan kebiasaan dengan motif yang rata-rata meannya sebesar 3.36 dan kepuasan pada dapat menghabiskan waktu dan kebiasaan dengan rata-rata mean 3.32. Pada motif ini pada pertanyaan yang berisi ‘Saya ingin mendapatkan kenyamanan atau perasaan santai melalui informasi di website IDN Times’ mendapat nilai mean tertinggi yaitu 3.65. Kemudian pada kepuasan pada pertanyaan ‘Setelah saya mengakses informasi di IDN Times ketika tidak ada yang bisa saya kerjakan, saya merasa puas’ memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 3.39. Kemudian selisih yang terdapat pada motif menghabiskan waktu dan kebiasaan dengan kepuasan yang didapat ialah sebesar 0.04 dengan perolehan motif lebih tinggi. Itu berarti responden merasa tidak puas dengan indikator menghabiskan waktu dan kebiasaan dalam mengakses website IDN Times. Menurut Katz dan Blummer, kebutuhan manusia yaitu salah satunya kebutuhan pelepasan atau *escapist needs* yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman. Dalam hal ini IDN Times menyediakan konten-konten ringan hanya untuk sekedar penghibur atau pengalihan bagi pembacanya, seperti pada rubrik hype contohnya ‘Kami Bisa Menebak Mood yang Kamu Rasakan Saat Ini!’, atau ‘6 Fakta Menarik Melati yang Jadi Bunga Nasional Indonesia’. Disini rubrik hype membahas hal-hal yang jarang diperhatikan oleh orang-orang atau bahkan kehadirannya dianggap kurang penting. Peneliti sempat mewawancarai salah satu responden berinisial K yang menilai motif dan kepuasan indikator ini dengan jawaban tidak setuju, ia mengatakan bahwa ia lebih baik mengisi waktu luang dengan bermain game daripada membaca. Hal tersebut dapat dimaklumi dimana selain media online yang juga berkembang cepat juga terdapat banyak hiburan lainnya yang dapat mengalihkan perhatian khalayak.

Kemudian yang terakhir yaitu indikator dunia maya dengan motif yang rata-rata meannya sebesar 3.34 dan kepuasan pada dapat menghabiskan waktu dan kebiasaan dengan rata-rata mean 3.14. Pada motif ini pertanyaan yang berisi ‘Saya ingin sejenak meninggalkan masalah dalam kehidupan dengan mengakses website IDN Times’ mendapat nilai mean tertinggi yaitu 3.53. Kemudian pada kepuasan pada pertanyaan ‘Setelah saya mengakses website IDN Times, saya merasa sejenak dapat meninggalkan masalah dalam kehidupan’ memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 3.28. Kemudian selisih yang terdapat pada motif menghabiskan waktu dan kebiasaan dengan kepuasan yang didapat ialah sebesar 0.25 dengan perolehan motif lebih tinggi. Itu berarti responden merasa tidak puas dengan indikator dunia maya dalam mengakses website IDN Times.

Dapat diketahui urutan ini berbeda dengan hasil temuan Ferguson & Perse yang memiliki urutan pertama yaitu indikator menghabiskan waktu dan kebiasaan lalu indikator pelampiasan sosial dan emosional, selanjutnya indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar serta yang terakhir indikator dunia maya. Namun yang ditemukan peneliti adalah motif pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar merupakan motif utama dari pengakses *website* IDN Times terutama pada usia 22 tahun, berjenis kelamin perempuan dan merupakan mahasiswa S1. Dengan



demikian dapat diketahui bahwa konten pada *website* IDN Times dapat mempengaruhi motif khalayak untuk mengakses *website* tersebut serta memiliki kepuasan yang cenderung tinggi pula terhadap *website* IDN Times walaupun tak terpenuhi kepuasannya, namun bila dibandingkan dengan indikator yang lain, kepuasan yang didapatkan khalayak pada indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar masih memiliki nilai yang lebih unggul.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa saat ini IDN Times sebagai media *online* dapat memberikan kepuasan kepada khalayaknya melalui 1 indikator saja yaitu indikator pelampiasan sosial dan emosional terutama pada khalayak yang merupakan seorang mahasiswa yang berusia 22 tahun. Usia ini merupakan generasi aktif di sosial media yaitu generasi Z yang lahir di dunia melek media berdasarkan data yang dihimpun dari *We are Social*, pada tingkat inilah media sosial paling banyak digunakan di angka usia 13 – 25 tahun yaitu usia produktif yang mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa. Tingkat pendidikan yang diambil mempunyai pengaruh terhadap tingkah laku, pikiran, dan sikap seseorang (dalam Fatah, 1996, p.4).

Hal ini sesuai dengan konsep elemen yang dimiliki oleh *new media* yaitu demasifikasi, dimana setiap orang memiliki kontrol terhadap media yang dia pakai karena internet memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memilih pesan apa yang diinginkan. Dikaitkan dengan usia 22 tahun dan profesi seorang mahasiswa yang sedang ada dalam usia produktif dan dorongan pendidikan juga tugas sebagai mahasiswa, tentu mereka memiliki kontrol pula ketika mereka ingin mengakses *website* IDN Times. Dalam hal ini indikator yang terpuaskan adalah pelampiasan sosial dan emosional, yaitu mereka merasa senang dan antusias dalam mengakses *website* IDN Times dan ingin berinteraksi dengan sosial mengenai konten yang ada pada *website* IDN Times. Hal tersebut mencerminkan rasa ingin tahu dan mengeksplor yang tinggi sesuai pada usia mereka yang juga melek media *online*.

Sedangkan untuk indikator lainnya yang tidak terpenuhi oleh IDN Times kepada khalayaknya, hal ini juga sesuai dengan kajian yang dilakukan oleh Frank Biocca dalam artikel "*Opposing Conceptions of The Audience: The Active and Passive Hemispheres of Communication Theory*" (1998, p.53-54) mengenai khalayak aktif yaitu khalayak yang tahan dalam menghadapi pengaruh media atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri. Dalam hal ini khalayak IDN Times merupakan khalayak yang aktif dan melek media sehingga mereka tidak menerima atau mengambil informasi untuk pemenuhan kebutuhan dari 1 media saja. Sesuai dengan wawancara peneliti dengan responden berinisial K mengatakan bahwa ketika ia ingin *update* mengenai keadaan sekitar, ia membuka *LINE TODAY* dimana berita-berita yang ada disana tidak berasal dari media *online* IDN Times saja merupakan ada juga media *online* yang lain. Sehingga tak jarang ia melakukan perbandingan antara kedua media tersebut dan memilah mana informasi yang dapat diterima dan mana media yang dapat ia percaya alias tidak gampang terbujuk oleh media itu sendiri melalui konten yang disajikan.

## Simpulan

Pada penelitian ini terdapat empat indikator motif dan kepuasan mengakses *website* IDN Times yaitu dunia maya, pelampiasan sosial dan emosional, pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar serta menghabiskan waktu dan kebiasaan. Dari hasil kuesioner penelitian, ditemukan hasil keseluruhan motif dan kepuasan yang memiliki angka tertinggi adalah pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar.

Berdasarkan olah statistik, mayoritas responden pengakses *website* IDN Times adalah perempuan berusia 22 tahun yang merupakan mahasiswi S1 dan mengakses *website* IDN Times sebanyak 1 kali dalam 1 minggu.

Berdasarkan rumusan masalah apa motif dan kepuasan milenial Surabaya mengakses *website* IDN Times ditemukan bahwa motif utama para pengakses adalah motif pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar, motif tertinggi kedua adalah pelampiasan sosial dan emosional, motif tertinggi ketiga adalah menghabiskan waktu dan kebiasaan dan motif terakhir adalah dunia maya. Begitu pula urutan dari kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, ada 3 dari 4 indikator yang tidak dapat dipenuhi oleh *website* IDN Times dalam memenuhi kebutuhan atau motif dari para pengakses yaitu indikator dunia maya yang memiliki kesenjangan terbesar yaitu sebesar 0.20, indikator pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar sebesar 0.18 dan indikator menghabiskan waktu dan kebiasaan sebesar 0.04.

Saran dari saya yaitu adanya penelitian lebih lanjut dengan titik fokus pada milenial yang berumur 22 tahun dan sedang menjalani pendidikan S1, sesuai dengan temuan data peneliti saat ini yang memiliki banyak responden pada usia dan pekerjaan tersebut, agar penelitian motif dan kepuasan terhadap media *online* dapat lebih terarah lagi dan lebih spesifik.

## Daftar Referensi

- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafiindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisaasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group
- \_\_\_\_\_. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel, Alice Tomic. (2004). *Computer Mediated Communication: social interaction and the internet*. London: Sage Publication.

- Hendroyono, Tonny. (2009). *Facebook*. Yogyakarta: B First.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Severin, Werner J. & Tankard, James W. (2005). *Teori komunikasi: sejarah, metode & terapan didalam media massa, edisi ke-5*. Jakarta: Kencana.
- Umar, H. (2002). *Metode riset komunikasi organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, G. A. (2003). *Metodologi penelitian dan studi kasus*. Sidoarjo: CV. Citra Media.
- Ferguson, Douglas A. dan Elizabeth M. Perse. (2000). "The world wide web as a functional alternative to television." *Journal of Broadcasting & Electronic Media, Spring*.