


HUBUNGAN PERHATIAN KEPADA ISI SITUS HIPWEE.COM 
DENGAN MINAT MENULIS PENGAKSES SITUS HIPWEE.COM

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh

Nama: Putri Permata Nurmaningsih

NIM: 1206015067

Peminatan: Komunikasi Massa



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Permata Nurmaningsih

NIM : 1206015067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Judul : Hubungan Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com dengan Minat
Menulis Pengakses Situs Hipwee.com

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, November 2016

Yang Menyatakan



Putri Permata Nurmaningsih

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Hubungan Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com dengan Minat
Menulis Pengakses Situs Hipwee.com
Nama : Putri Permata Nurmaningsih
NIM : 1206015067
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa


Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Sri Mustika, M.Si.

Tanggal: 10/11/2016


Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom.

Tanggal: 10/11/2016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Hubungan Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com dengan Minat
Menulis Pengakses Situs Hipwee.com


Nama : Putri Permata Nurmaningsih

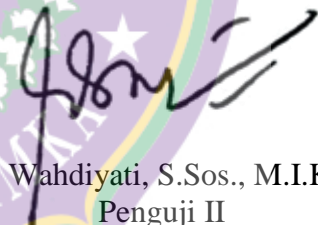
NIM : 1206015067


Program Studi : Ilmu Komunikasi


Peminatan : Komunikasi Massa

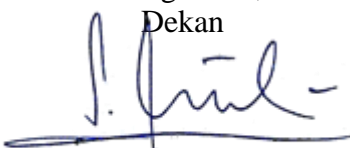
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi
yang dilaksanakan pada hari Jum'at, tanggal 25 November 2016, dan
dinyatakan LULUS.


Dr. Maryono Basuki, M.Si.
Penguji I
Tanggal: 05/12/2016


Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji II
Tanggal: 15/12/2016


Dr. Sri Mustika, M.Si.
Pembimbing I
Tanggal: 15/12/2016


Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom.
Pembimbing II
Tanggal: 19/12/2016

Mengetahui,
Dekan

Said Romadhan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul : Hubungan Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com dengan Minat Menulis Pengakses Situs Hipwee.com
Nama : Putri Permata N
NIM : 1206015114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa
Halaman : 90 + liv halaman + 1 bagan + 18 tabel + 5 gambar + 9 lampiran + 44 bibliografi

Kata Kunci: Perhatian, Minat Menulis, Situs Hipwee.com, Pengakses Situs Hipwee.com

Hipwee.com, merupakan media online berkonsep “*social news site*” yang menyajikan konten dengan potensi artikel paling banyak dibagikan di media sosial. Perumusan masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana Hubungan Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com dengan Minat Menulis Pengakses Situs Hipwee.com?”.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah *stimulus organism response* dan teori AIDDA untuk menjelaskan bagaimana reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Penelitian ini menjelaskan bagaimana hubungan perhatian kepada isi situs hipwee.com apakah berpengaruh terhadap minat menulis pengaksesnya.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta jenis penelitian yang digunakan bersifat eksplanatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei eksplanatif (analitik). Populasi dalam penelitian adalah para pengakses situs *hipwee* dari bulan Juni-Agustus 2016 sebesar 65.981.121 orang. Sampel yang didapat sebanyak 100 orang dengan mengukur menggunakan rumus Taro Yamane. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden secara *online*, yaitu para pengakses situs *hipwee*. Selanjutnya, penelitian ini melakukan uji validitas dan reliabilitas serta menganalisis datanya dengan uji korelasi.

Maka hasil penelitian ini berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson's Product Moment* menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r) sebesar 0,477, berdasarkan Tabel Guilford, termasuk dalam interval koefisien 0,400 – 0,599 dimana tingkat keeratan korelasi termasuk sedang. Hipotesis penelitian diterima karena sesuai dengan hipotesis penelitian awal, yaitu terdapat korelasi X dan Y antara perhatian kepada isi situs Hipwee.com dengan minat menulis pengakses situs *hipwee.com*.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar menggunakan kualitatif, paradigma konstruktivisme serta teori motivasi pada pengakses situs *hipwee.com* sehingga dapat terlihat apa yang menjadi motivasi menulis para pengakses *hipwee.com*. *Hipwee.com* pundapat menjadi wadah anak muda Indonesia khususnya dalam bidang tulis menulis sehingga dapat menghasilkan karya yang dapat dilihat banyak orang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya bagi kita semua, karena atas Rahman dan Rahim-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com dengan Minat Menulis Pengakses Situs Hipwee.com”.

Tak lupa penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita yakni baginda Rasulullah SAW sebagai suri tauladan bagi manusia hingga akhir zaman nanti, kita sebagai umatnya yang tak luput dari salah dan lupa akan senantiasa mengharapkan syafaatnya.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberi dukungan dan semangat sampai skripsi ini selesai.
3. Said Ramadhan, S.Sos, M.Si., selaku Dekan FISIP UHAMKA.
4. Dr. Sri Mustika, M.Si., selaku Wakil Dekan FISIP UHAMKA sekaligus dosen pembimbing I skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih.
5. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.

6. Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II skripsi.
Penulis mengucapkan banyak terima kasih.
7. Dosen serta para staff FISIP UHAMKA yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir selama ini.
8. Mbak Aulia dan Mas Angga, selaku staf Hipwee.com yang telah membantu menyiapkan data-data yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan proposal skripsi.
9. Atul, Dian, Donna, Hawwin, Mamot, Mia, Okta, Pe-a, Andys, Dwi, Eva, Ida, Hana, Memei, Nurza, Linda, Rina, Renaldy, Cece, Kiki, dan Utin. Tanpa kalian diriku pasti sudah menyerah di tengah jalan.
10. Syahrul Romadhon. *Warbyasah*, semoga kita hore terus ya *sob*.
11. FISIP UHAMKA angkatan 2012 dan semua yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini mungkin terdapat kekurangan, maka dari itu penulis bersikap terbuka jika terdapat kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Jakarta, November 2016



Putri Permata Nurmaningsih

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Signifikansi Penelitian.....	12
1.5.1 Signifikansi Akademis.....	12
1.5.2 Signifikansi Metodologis.....	12
1.5.3 Signifikansi Praktis.....	12
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	13

BAB II KERANGKA TEORI	15
2.1 Paradigma Positivisme.....	15
2.2 Komunikasi	16
2.2.1 Hakikat Komunikasi.....	16
2.2.2 Definisi Komunikasi	17
2.2.3 Tujuan Komunikasi.....	18
2.2.4 Fungsi Komunikasi	18
2.2.5 Model Komunikasi.....	19
2.2.6 Jenis-jenis Komunikasi	21
2.2.7 Konteks Komunikasi.....	22
2.3 Komunikasi Massa.....	25
2.3.1 Definisi Komunikasi Massa	25
2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa	25
2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa	28
2.3.4 Bentuk-bentuk Media Massa.....	29
2.4 Internet	32
2.5 Media Daring	34
2.5.1 Sejarah Media Daring.....	35
2.5.2 Perkembangan Media Daring di Indonesia	36
2.5.3 Karakteristik Media Daring.....	37
2.6 Isi Situs Hipwee.com	38
2.7 Artikel	39
2.7.1 Ciri-ciri Artikel.....	40

2.7.2	Jenis-jenis Artikel.....	42
2.7.3	Kriteria Artikel yang Disukai Redaktur	43
2.8	Hubungan.....	44
2.9	Perhatian	44
2.10	Minat Menulis	47
2.11	Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R).....	48
2.12	Teori AIDDA.....	50
2.13	Hipotesis	52
2.14	Definisi konsep dan Operasionalisasi Konsep	53
2.14.1	Definisi Konsep.....	53
2.14.2	Operasionalisasi Konsep	56
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1	Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian	58
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	58
3.1.2	Jenis Penelitian	60
3.1.3	Metode Penelitian.....	60
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	60
3.2.1	Populasi	60
3.2.2	Sampel	61
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	61
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	65

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X“Perhatian terhadap Isi Situs Hipwee.com”	65
3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y“Minat Menulis Pengakses Hipwee.com”	67
3.5 Teknik Analisis Data	68
3.6 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	71
4.1.1 Profil Hipwee.com	71
4.1.2 Visi dan Misi Hipwee.com	73
4.1.3 Struktur Organisasi Hipwee.com	74
4.1.4 Logo Hipwee.com	74
4.2 Hasil Penelitian	75
4.3 Pengujian Hipotesis	82
4.4 Pembahasan	83
4.4.1 Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com	83
4.4.2 Minat Menulis Pengakses Situs Hipwee.com	84
4.4.3 Relevansi Penelitian dengan Teori S-O-R	85
4.4.4 Relevansi Penelitian dengan Teori AIDDA	86
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	89
5.2.1 Saran Akademis	89

5.2.2 Saran Metodologis	90
5.2.3 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xix
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	liv



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Konsep Variabel X.....	54
Tabel 2.2 Situs Hipwee.com	55
Tabel 2.3 Definisi Konsep Variabel Y.....	55
Tabel 2.4 Operasionalisasi Konsep.....	57
Tabel 3.1 <i>Case Processing Summary</i> Variabel X.....	65
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X	65
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Variabel X.....	66
Tabel 3.4 <i>Case Processing Summary</i> Variabel Y.....	67
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y	67
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	68
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian.....	70
Tabel 4.1 Perhatian Kepada Isi Situs Hipwee.com.....	75
Tabel 4.2 Deskripsi Interval Variabel X	78
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel X	79
Tabel 4.4 Minat Menulis Pengakses Situs Hipwee.com.....	79
Tabel 4.5 Deskripsi Interval Variabel Y	80
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Y	81
Tabel 4.7 Uji Korelasi Antara Variabel X dengan Y	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Lasswell.....	20
Gambar 2.2 Unsur-unsur Teori Stimulus-Organism-Response	50
Gambar 2.3 Model Teori AIDDA.....	51
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hipwee.com	74
Gambar 4.2 Logo Hipwee.com	74



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi, tak terkecuali teknologi komunikasi berkembang sangat pesat. Era ini ditandai dengan masuknya Internet yang melahirkan media siber. Internet mulai menggeser eksistensi media konvensional dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai penyedia informasi. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat saat ini, dimanfaatkan oleh berbagai media massa dalam perannya menyampaikan informasi, edukasi, opini, dan ilmu pengetahuan kepada para pembacanya. Dalam mencukupi kebutuhan khalayak tersebut, media massa umumnya selalu aktif dalam memproduksi informasi yang cepat, hangat dan orisinal.

Kehadiran Internet membawa perubahan dalam media massa dan dunia jurnalisme. Theodore Jay Gordon dari Future Group di Noank Connecticut dalam Hernandes D.G dalam Ishwara (2011) mengatakan bahwa ada empat daya atau kekuatan yang mengubah dunia jurnalistik pasca-industrialisasi. Pertama, munculnya abad komputer dan dominasi elektronika. Kedua, globalisasi dari komunikasi di mana geografi menjadi kurang penting. Selanjutnya perubahan demografi, terutama penambahan jumlah orang-orang yang berumur diatas 40 tahun, dan terakhir, perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat (Ishwara, 2011:7).

Secara garis besar perubahan media lama ke media baru mempengaruhi cara kita dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan menggunakan media. Denis Mc. Quail (2001:127-128) memberikan lima konsep pembeda antara media baru dengan media lama. Pertama adalah derajat interaktivitas, di mana interaksi dalam *new media* lebih fleksibel dan lebih tinggi dibandingkan dengan media konvensional. Kedua, derajat keberadaan sosial (*social presence*) di mana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Media baru memungkinkan *audience* untuk bisa berhubungan secara pribadi dengan media melalui kontak langsung. Lalu terdapat derajat otonomi, di mana penggunaan media memiliki kemampuan untuk mengontrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen. Keempat adalah derajat *playfulness* (hiburan), yaitu kemampuan media menyediakan hiburan bagi para *user* dan terakhir, derajat privasi yang berhubungan dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apapun di media baru (Internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

Media baru menyatukan semua yang dimiliki media lama, jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi hanya menyatukan audio dan visual. Melalui Internet semua itu dapat disatukan baik tulisan, suara, dan gambar hidup. (Tamburaka, 2013:77)

Jika sebelumnya khalayak media massa dikendalikan oleh informasi dari lembaga media massa, ketika perubahan teknologi itu terjadi ke arah digitalisasi maka terjadi pula perubahan pada pola distribusi konten media yang

kini dapat berpindah ke posisi khalayak. Sehingga dominasi media sebagai penyedia konten media tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, justru sebaliknya khalayak juga dapat menciptakan konten media itu sendiri. (Tamburaka, 2013:72)

Tak hanya situs-situs yang mempunyai berita secara *real-time*, ranah media *daring dengan konsep social news site* di Indonesia pun berkembang relatif pesat. *Social news site* sendiri merupakan situs yang menarik pembaca untuk memberikan komentar dan membuatnya *viral* di media sosial. Belakangan, situs dengan konten semacam itu terus bermunculan di tanah air. Hal ini tentunya menjadi alternatif referensi bacaan bagi penikmat konten digital. *Tech in Asia* mengulas daftar media *daring* Indonesia yang mengusung konsep *social news site*.

MalesBanget.com menjadi salah satu media mirip BuzzFeed yang populer di kalangan anak muda Indonesia sekitar tahun 2002. *MalesBanget.com* sendiri menyajikan topik beragam mulai dari cinta, infografis, liputan, hingga pengetahuan umum. Tetapi, semua topik tersebut dibahas dengan pendekatan menghibur yang lucu dan jenaka. Kemudian, *Pulsk.com* yang semula memang dirancang tak ubahnya “majalah dinding *online*” untuk para pelajar yang baru pulang sekolah untuk berbagi informasi ringan yang menghibur. Diluncurkan sejak September 2012, *Pulsk* mengklaim diri sebagai “platform konten sosial Indonesia” yang memperoleh *update* konten dari pengguna (*user generated content*).

Terdapat pula situs *IDNTimes.com*, dimanapada awal tahun 2015, situs tersebut memutuskan untuk berganti konsep yang tadinya portal berita 100 kata menjadi *social news site* yang sedikit banyak berkiblat pada BuzzFeed. Selain tiga situs tersebut, masih banyak lagi situs-situs yang mengembangkan konsepnya ke arah *social news site* yang ramah kepada pembaca muda.¹

Erman Syamsudin, Direktur Pembinaan Pendidikan Keaksaraan dan Kesetaraan pun menegaskan, membaca dan menulis belum menjadi budaya bangsa kita. Masyarakat lebih suka menonton atau mendengar dibandingkan membaca apalagi menulis. Hasil sensus Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2006 yang menunjukkan sebesar 85,9 persen masyarakat Indonesia memilih menonton televisi daripada mendengarkan radio (40,3 persen) dan membaca koran (23,5 persen).

Tidak berbeda jauh dengan data statistik UNESCO tahun 2012 menyebutkan indeks minat baca di Indonesia baru mencapai 0,001. Artinya, setiap 1.000 penduduk, hanya satu orang saja yang memiliki minat baca.² Kepala Pusat Pembinaan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud), Prof. Dr. Gufran Ali Ibrahim, M.S., pun mengungkapkan bahwa secara kultural masyarakat kita belum mempunyai budaya literasi yang tinggi.

Tarigan (1986:4) menyatakan bahwa antara menulis dan membaca mempunyai hubungan yang erat. Bila kita menuliskan sesuatu, maka pada prinsipnya seseorang menginginkan agar tulisannya itu dibaca oleh orang lain.

¹<https://id.techinasia.com/media-online-mirip-buzzfeed> diakses pada 23 September 2016 pukul 16.00

²<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/berita/1891/Gerakan%20Literasi%20Bangsa%20untuk%20Membentuk%20Budaya%20Literasi> diakses pada 14 Juni 2016 pukul 19.30.

Dengan demikian pada dasarnya hubungan antara menulis dan membaca merupakan hubungan antara penulis dengan pembaca. Menulis dan membaca merupakan dua sisi berbeda yang saling berkaitan. Kita tidak akan bisa terus mengeluarkan sesuatu tanpa pernah memasukan sesuatu.

Jadi yang bisa penulis simpulkan, jika pada data UNESCO disebutkan pada tahun 2012, setiap 1.000 penduduk hanya satu orang yang memiliki minat baca, maka jumlah orang yang memiliki minat menulis bahkan dapat dianggap tidak ada.

Dukungan untuk menciptakan kembali minat baca dan tulis, khususnya pada anak muda Indonesia kemudian digagas *hipwee.com* lewat *hipwee Community online*. Hal ini merupakan angin segar bagi budaya literasi Indonesia pada beberapa tahun belakangan.

Hipwee.com, sebuah media daring dengan segmentasi pengakses anak muda urban yang didirikan oleh Lauri Lahi seorang ekspatriat asal Estonia, Eropa Utara. *Hipwee.com* yang berdiri sejak bulan April 2014, merupakan media daring berkonsep “*social news site*” yang menyajikan konten dengan potensi artikel paling banyak dibagikan di media sosial.

Hipwee memiliki ciri khas tersendiri dimana hampir kebanyakan tulisannya berupa artikel dengan tema populer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda urban dan menggunakan jenis esai berformat “*listing*” yang bertaburan foto. Pemilihan artikel dengan jenis tersebut sengaja ditata sedemikian rupa agar pembaca lebih mudah menikmati tulisannya. *Hipwee*

memiliki konten dengan sembilan kategori utama yaitu Feature, Inspirasi, Hubungan, Motivasi, *Style*, Sukses, Tips, Travel, dan *Wedding*.

Karakteristik pembaca *hipwee* merupakan anak muda yang tertarik pada berbagai hal di dunia dan ingin membuat hidup mereka lebih baik. Artikel *hipwee* yang benar-benar berhasil biasanya berhubungan dengan topik pengembangan diri, hubungan personal, peningkatan produktivitas, kekerasan seksual hingga kesehatan.

Di tahun pertamanya, *hipwee* terus berusaha menjadi portal media yang ramah dan akomodatif terhadap pembacanya. Tak hanya menyediakan konten, *hipwee* bisa menjadi tempat untuk anak muda beropini dan berkarya. Baik lewat debat di kolom artikel *hipwee*, submit artikel di *hipwee community (online)*, hingga membuat acara seru lewat *community offline*.³

Hipwee Community pun menjadi pembeda *hipwee.com* dengan portal media daring lainnya. Hipwee Community merupakan sebuah komunitas yang dibangun *hipwee* untuk para pembacanya yang sebagian besar anak muda aktif. Komunitas bermakna sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. (Hermawan, 2008:11)

Hipwee Community dibagi menjadi dua kategori yakni, *online* dan *offline*. Hipwee Community *offline* sendiri terbagi dalam beberapa wilayah di Indonesia, mulai dari Yogyakarta, Malang, Bandung, Solo, Surabaya, dan tak

³<https://id.techinasia.com/talk/aulia-kushardini-nendra-primonik-hipwee-ask-us-anything> diakses pada 18 Mei 2016 Pukul 8.30 Wib.

ketinggalan DKI Jakarta. Hipwee Community *offline* menjadi wadah berkumpulnya anak-anak muda yang memiliki semangat belajar yang tinggi, keinginan untuk berkontribusi, berpikiran terbuka dan siap menginspirasi. Telah banyak kegiatan inspiratif yang telah Hipwee Community *offline* laksanakan mulai dari *Hipwee Youth Camp*, Kado Pahlawan, hingga *Hipwee Inspirational Summit 2015*. Hipwee Community *offline* terbuka bagi anak-anak muda yang berusia 17-24 tahun, siap berkomitmen selama satu tahun, memiliki semangat kontribusi, siap menginspirasi, berpikiran terbuka, dan mau belajar serta mengikuti seluruh tahap *open recruitment* yang dilaksanakan *hipwee* pada saat-saat tertentu.⁴

Hipwee community online terdapat pada situs *hipwee* itu sendiri. Dimana para pengakses atau pembaca dapat mengirimkan hasil karya (artikel) orisinilnya yang jika lolos tahap verifikasi dari tim redaksi *hipwee*, artikel tersebut akan dipampang dan dilihat oleh para pembaca *hipwee* lainnya.

Dengan terpublikasinya artikel tersebut penulis otomatis telah menjadi anggota *hipwee community online*. Jumlah artikel pada *hipwee community online* sampai dengan 18 Mei 2016 pukul 14.28 Wib berjumlah 6.414 artikel yang terbagi ke dalam beberapa kategori yaitu *listicle*, opini, *quizzes*, dan narasi.⁵ Artikel-artikel tersebut ditulis oleh para penulis yang berada didalam *hipwee community online* yang berasal dari jenjang dan konsentrasi pendidikan yang berbeda.

⁴<http://www.iberita.review/berita/mau-gabung-hipwee-community-di-6-kota-ini-caranya/4812251> diakses pada 18 Mei 2016 pukul 9.00 wib

⁵<http://www.hipwee.com/community/> diakses pada 18 Mei pukul 14.28 wib

Berbicara tentang media daring secara umum, sebuah perusahaan riset pemasaran, *Markplus Insight* dan majalah online *Marketeers* memperlihatkan hasil survei terbaru mengenai tingkah laku pengguna Internet di Indonesia.

Survei tersebut mengungkap perpindahan yang signifikan dari media tradisional ke dunia maya. 98 persen responden pernah mengakses TV dan internet dalam enam bulan terakhir, tetapi untuk sumber informasi utama, internet menjadi lebih unggul. Untuk informasi yang paling sering dicari di internet, masyarakat internet Indonesia kebanyakan mencari berita (54,2 persen), hiburan (16,3 persen), film (10,2 persen), olahraga (8,7 persen), dan musik (8,5 persen).⁶

Dari survei di ataslah akhirnya peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap hubungan perhatian kepada media *online* (*hipwee.com*) karena beberapa tahun belakangan Internet menjadi salah satu sumber informasi yang tak kalah mendapat perhatian dari jenis media massa lain seperti televisi, koran ataupun majalah.

Perhatian sendiri dapat diartikan sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Rakhmat, 2004: 52).

Sedangkan minat, Effendi mengungkapkan minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak kelanjutan timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan yang diharapkan (2005: 10). Lebih lanjut Effendy mengemukakan bahwa minat muncul karena adanya stimulus motif yang

⁶<https://id.techinasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia> diakses pada 15 Oktober 2016 pukul 15.43 wib.

menimbulkan motivasi. Menulis sendiri merupakan salah satu keterampilan berbahasa yang dipergunakan dalam komunikasi secara tidak langsung. Keterampilan menulis tidak didapatkan secara alamiah, tetapi harus melalui proses belajar dan berlatih. (Doyin dan Wagiran, 2009:12)

Sebelumnya telah dilakukan penelitian mengenai hubungan perhatian terhadap minat suatu hal. Penelusuran hasil-hasil penelitian minat dapat dicantumkan sebagai perbandingan yaitu:

No	Nama	Judul	Paradigma	Teori	Metodologi	Temuan
1.	Indah Sari Meilia A Ginting	Situs www.blogger .com dan Minat Menulis (Studi Korelasional Pengaruh Situs www.blogger .com terhadap Minat Menulis Mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara di Kota Medan).	Positivisme	Teori <i>Stimulus- Organism- Response</i> (S-O-R)	Kuantitatif	Diperoleh hasil rs adalah 0,381 berdasarkan skala Guilford, artinya hubungan kedua variabel adalah rendah, pasti. Maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah, pasti antara situs www.blogger.com dengan minat menulis mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat di Kota Medan.
2.	Teguh Prasetyo	Hubungan Tingkat Perhatian terhadap Promosi Toko <i>Online</i> Moose	Positivisme	Teori <i>Stimulus- Organism- Response</i> (S-O-R)	Kuantitatif	Hubungan tingkat perhatian terhadap promosi toko <i>online</i> Moose Believer Dua di <i>Facebook</i> berkorelasi positif

		Believer Dua di Facebook dengan Minat Beli Produk Toko <i>Online</i> Moose Believer Dua di Kalangan Mahasiswa FISIP UHAMKA				dengan minat beli produk toko <i>online</i> Moose Believer Dua di kalangan Mahasiswa FISIP UHAMKA.
3.	Yul Hasanah	Hubungan Perhatian kepada Reality Show Realigi di Trans TV dengan Perilaku <i>Religious</i> Ibu-ibu di Cengkareng RW 11, Jakarta Barat.	Positivisme	Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara <i>reality show</i> Realigi dengan perilaku religious ibu-ibu Cengkareng RW 11 Jakarta Barat, dengan signifikansi 0,252, sedangkan berkorelasi positif sebesar 6,3504 yang diuji dengan statistic <i>Non-Parametric</i> .
4.	Putri Permata Nurmaningsih	Hubungan Perhatian Pengakses Situs Hipwee.com terhadap Minat Menulis.	Positivisme	Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)	Kuantitatif	Hasil uji korelasi <i>Pearson's Product Moment</i> menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r) sebesar 0,477, berdasarkan Tabel Guilford, termasuk dalam interval koefisien 0,400 – 0,599 dimana tingkat keeratan korelasi termasuk sedang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian ini, karena penelitian ini mempunyai kelebihan pada fenomena yang belum pernah dilakukan atau diteliti sebelumnya. Kemudian terdapat kelebihan lain dengan penelitian terdahulu yaitu, media yang menjadi objek penelitian yaitu Hipwee.com masih belum banyak dilakukan penelitiannya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana hubungan perhatian kepada isi situs Hipwee.com dengan minat menulis pengakses situs Hipwee.com.”

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Pengakses Hipwee.com
2. Isi Situs Hipwee
3. Minat Menulis

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah “Sejauh mana hubungan perhatian kepada isi situs Hipwee.com dengan minat menulis pengakses situs Hipwee.com?”

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan mahasiswa lainnya. Adanya teori yang ingin dibahas yaitu teori *Stimulus-Organism-Respon* (S-O-R) bahwa penggunaan media massa menimbulkan efek bagi komunikasi.

1.5.2 Signifikansi Metodologis

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang dapat digeneralisasikan untuk mendapatkan data yang akurat dan metodologi ini menggunakan paradigma positivisme. Penelitian diharapkan dapat digunakan dan memberikan sumbangan terhadap pengembangan metode-metode penelitian baru yang lebih valid dengan metode survei.

1.5.3 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada lembaga, yaitu *hipwee.com*, khususnya dalam memperbaiki atau dalam mengembangkan kegiatan industri media daring. Sehingga *hipwee.com* dapat terus menjadi media daring yang menyajikan konten atau artikel positif sehingga dapat selalu menjadi wadah bagi anak muda mengembangkan minat menulisnya.

1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya sampai meneliti minat menulis pengakses situs *hipwee.com*. Peneliti tidak meneliti minat-minat pengakses situs *hipwee* yang lain.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sedikit sulitnya mendapatkan responden dalam waktu yang singkat sehingga dalam pengolahan data statistik memakan waktu yang cukup lama. Keterbatasan penelitian ini juga terdapat pada obyek yaitu situs *hipwee* karena keberadaan redaksi *hipwee* sendiri berada di Yogyakarta. Jadi untuk mendapatkan data seperti *company profile*, data kunjungan situs, dan media *kit hipwee* juga memakan waktu yang agak lama.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam lima (5) bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menerangkan permasalahan yang akan penulis teliti mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini akan dijabarkan tentang paradigma positivisme, komunikasi, komunikasi massa, internet, media daring, Isi situs Hipwee.com, artikel, hubungan, perhatian, minat menulis, teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), teori AIDDA, hipotesis penelitian, dan definisi konsep serta operasionalisasi konsep.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijabarkan tentang deskripsi dari obyek penelitian, hasil penelitian, uji hipotesis penelitian, pembahasan dan relevansi penelitian dengan teori yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dijabarkan tentang kesimpulan dan saran-saran. Saran-saran tersebut terdiri dari saran akademis, saran metodologis dan saran praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahimsa-Putra, Heddy Shri. 2007. *Paradigma, Epistemologi dan Metode Ilmu Sosial-Budaya*. Yogyakarta: CRCS-UGM
- Alisuf, Sabri. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Andrianto, Andi: 2011. *Menaklukan Media: Berbagi Pengalaman Menulis Opini & Resensi Buku*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ardianto E.L. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, elvinaro & Siti Karlinah, Lukiat Komala. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Dakir. 1993. *Dasar-dasar Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Effendy. Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2007. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- H. Djaali. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jalaludin, Rakhmat. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Kartini, Kartono. 1990. *Psikologi Perkembangan Anak*. Bandung: CV. Mandar.
- Koswara, E. 1998. *Dinamika Informasi dalam Era Globalisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Kountur, Ronny. 2009. *Metode Penelitian: Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Muhibbin Syah. 2011. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodeologi Penelitian: Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya
- _____. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- _____. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid & Abu Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2001. *Menulis Secara Populer*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Nurjamil, Sumirat dan Darwis. 2011. *Terampil Berbahasa*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, Jalaludin. 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Septiawan, Santana K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1998. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Slameto. 2010. *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subana dan Sudrajat. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sudarman, Paryati. 2008. *Menulis di Media Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tracy, Laquey. 1997. *Sahabat Internet*. Bandung: ITB Bandung.
- Vardiansyah, dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Balai Pustaka.

Internet:

- <https://id.techinasia.com/talk/aulia-kushardini-nendra-primonik-hipwee-ask-us-anything>. diakses pada 18 Mei 2016 Pukul 8.30 Wib.
- <http://www.iberita.review/berita/mau-gabung-hipwee-community-di-6-kota-ini-caranya/4812251>. diakses pada 18 Mei 2016 pukul 9.00 wib.
- <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/berita/1891/Gerakan%20Literasi%20Bangsa%20untuk%20Membentuk%20Budaya%20Literasi>. diakses pada 14 Juni 2016 pukul 19.30.
- <https://id.techinasia.com/media-online-mirip-buzzfeed>. Diakses pada 23 September 2016 pukul 16.00 wib.

Sumber Lain:

Skripsi

- Ginting, Indah Sari Meilia A. 2012. *Situs www.blogger.com dan Minat Menulis (Studi Korelasional Pengaruh Situs www.blogger.com terhadap Minat Menulis Mahasiswa Fakultas Hukum dan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara di Kota Medan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Prasetyo, Teguh. 2011. *Hubungan Tingkat Perhatian terhadap Promosi Toko Online Moose Believer Dua di Facebook dengan Minat Beli Produk Toko Online Moose Believer Dua di Kalangan Mahasiswa FISIP UHAMKA*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
- Hasanah, Yul. 2011. *Hubungan Perhatian kepada Reality Show Realigi di Trans TV dengan Perilaku Religious Ibu-ibu di Cengkareng RW 11, Jakarta Barat*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Data

*Media Kit*Hipwee.com tahun 2016.

Screenshoot kunjungan Hipwee.com selama tiga bulan (Juni s/d Agustus 2016).

