



TINGKAT KEPUASAN PENGAKSES SUARA.COM TERHADAP
KANAL BERITA METROPOLITAN

SKRIPSI

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

Disusun Oleh

Nama: Nur Habibie

NIM: 0906015071

Peminatan: Komunikasi Massa



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017

**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 : Nur Habibie

NIM : 0906015071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Judul : Tingkat Kepuasan Pengakses suara.com terhadap Kanal Berita Metropolitan

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, Januari 2017

Yang Menyatakan



Nur Habibie

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pengakses suara.com terhadap Kanal Berita
Metropolitan
Nama : Nur Habibie
NIM : 0906015071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I



Dr. Sri Mustika, M.Si.

Tanggal: 17 Januari 2017

Pembimbing II



Farhan Muntafa, S.Si, M.Stat.

Tanggal: 12 Januari 2017

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pengakses suara.com terhadap Kanal Berita
Metropolitan

Nama : Nur Habibie

NIM : 0906015071

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 31 Januari 2017, dan dinyatakan LULUS.


Dr. Maryono Basuki, M.Si.

Penguji I

Tanggal: 09 Februari 2017


Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Penguji II

Tanggal: 17 Februari 2017


Dr. Sri Mustika, M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 17 Februari 2017

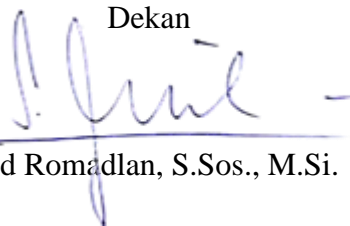

Farhan Muntafa, S.Si., M.Stat.

Pembimbing II

Tanggal: 23 Februari 2017

Mengetahui,

Dekan


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul : Tingkat Kepuasan Pengakses suara.com terhadap Kanal Berita Metropolitan
Nama : Nur Habibie
NIM : 0906015071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa
Halaman : 100 + xlv halaman + 17 tabel + 5 gambar + 9 lampiran + 33 bibliografi

Suara.com merupakan portal berita yang menyajikan informasi terhangat, baik peristiwa politik, bisnis, hukum, sepakbola, *entertainment*, gaya hidup, otomotif, sains teknologi hingga jurnalisme warga. Suara.com lebih mementingkan berita-berita yang mempunyai kualitas atau daya tarik untuk para pengakses agar tertarik untuk mengakses berita yang ingin diaksesnya itu. Perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini menghasilkan “Apakah pengakses suara.com puas dalam mengkonsumsi kanal berita Metropolitan?”.

Paradigma penelitian ini positivisme. Teori yang digunakan *uses and gratifications* untuk menjelaskan bagaimana individu mengonsumsi media sesuai dengan kebutuhannya. Dalam penelitian ini, motivasi pengakses Suara.com dalam mengakses kanal berita metropolitan adalah untuk mendapatkan kepuasan

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian adalah eksplanatif. Teknik pengumpulan data menggunakan survei eksplanatif. Populasi dalam penelitian adalah pengakses suara.com berjumlah 1.000.000 orang pengakses berdasarkan segmentasi suara.com. Sampel yang didapat sebanyak 100 orang dengan mengukur menggunakan rumus Taro Yamane. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket kepada responden melalui *Google Forms*, yaitu pengakses suara.com.

Hasil penelitian yang didapat adalah nilai rata-rata (mean) GS dalam uji beda *Paired Samples T-Test* memiliki nilai lebih kecil, yaitu 43,7242 dari nilai rata-rata (mean) GO sebesar 44,3490 ($GS < GO$). Nilai rata-rata (mean) GS dalam uji beda *Paired Samples T-Test* tidak signifikan berbeda dengan nilai rata-rata (mean) GO.

Penelitian ini memiliki signifikansi penelitian yaitu signifikansi akademis yang memperkuat teori *uses and gratification* untuk memandang hubungan antara isi media dan *audience*. Signifikansi metodologis yang menerapkan metode survei untuk menghasilkan sebuah kepuasan. Signifikansi praktis menjadi bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Kepuasan, suara.com, Berita Metropolitan

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	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Signifikansi Penelitian	14
1.5.1 Signifikansi Akademis.....	14
1.5.2 Signifikansi Metodologis.....	14
1.5.3 Signifikansi Praktis.....	14
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan	15

BAB II KERANGKA TEORI	17
2.1 Paradigma Positivisme.....	17
2.2 Hakikat Komunikasi.....	18
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	18
2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	20
2.2.3 Elemen Komunikasi.....	21
2.2.4 Model Komunikasi.....	23
2.2.5 Konteks Komunikasi.....	25
2.3 Komunikasi Massa.....	28
2.3.1 Definisi Komunikasi Massa.....	28
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	29
2.3.3 Karakteristik Komunikasi Massa.....	30
2.3.4 Hambatan Komunikasi Massa.....	32
2.3.5 Bentuk Komunikasi Massa.....	33
2.4 Media Daring.....	35
2.4.1 Pengertian Media Daring.....	35
2.4.2 Peran Media.....	37
2.4.3 Internet Sebagai Media.....	38
2.4.4 Manfaat Media Daring.....	40
2.4.5 Fungsi Media Daring.....	41
2.5 Berita.....	43
2.6 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	46
2.7 Hipotesis Penelitian.....	50

2.8 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	51
2.8.1 Definisi Konsep	51
2.8.2 Isi Berita Metropolitan.....	54
2.8.3 Operasionalisasi Konsep.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1 Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian	58
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	58
3.1.2 Jenis Penelitian	59
3.1.3 Metode Penelitian.....	60
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	61
3.2.1 Populasi	61
3.2.2 Sampel	61
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel GS “Kepuasan yang Dicari dalam Kanal Berita Metropolitan”	65
3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel GO “Kepuasan yang Diperoleh dalam Kanal Berita Metropolitan”	68
3.5 Teknik Analisis Data.....	71
3.6 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	75

4.1.1 Profil suara.com.....	75
4.1.2 Kanal Berita.....	76
4.1.3 Visi dan Misi.....	79
4.1.4 Susunan Redaksi.....	79
4.1.5 Logo dan Tampilan suara.com.....	80
4.1.6 Segmentasi Pembaca suara.com.....	81
4.1.7 Pengakses suara.com Melalui Komputer dan <i>Smartphone</i>	82
4.2 Hasil Penelitian.....	82
4.3 Pengujian Hipotesis.....	90
4.4 Pembahasan.....	94
4.4.1 Kepuasan yang Dicari terhadap Pengakses suara.com dalam Mengkonsumsi Kanal Berita Metropolitan.....	94
4.4.2 Kepuasan yang Diperoleh terhadap Pengakses suara.com dalam Mengkonsumsi Kanal Berita Metropolitan.....	94
4.4.3 Relevansi Penelitian dengan Teori <i>Uses and Gratifications</i>	95
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran-saran.....	99
5.2.1 Saran Akademis.....	99
5.2.2 Saran Metodologis.....	100
5.2.3 Saran Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA	xv

LAMPIRAN-LAMPIRAN xix

RIWAYAT HIDUP PENELITI..... xliv

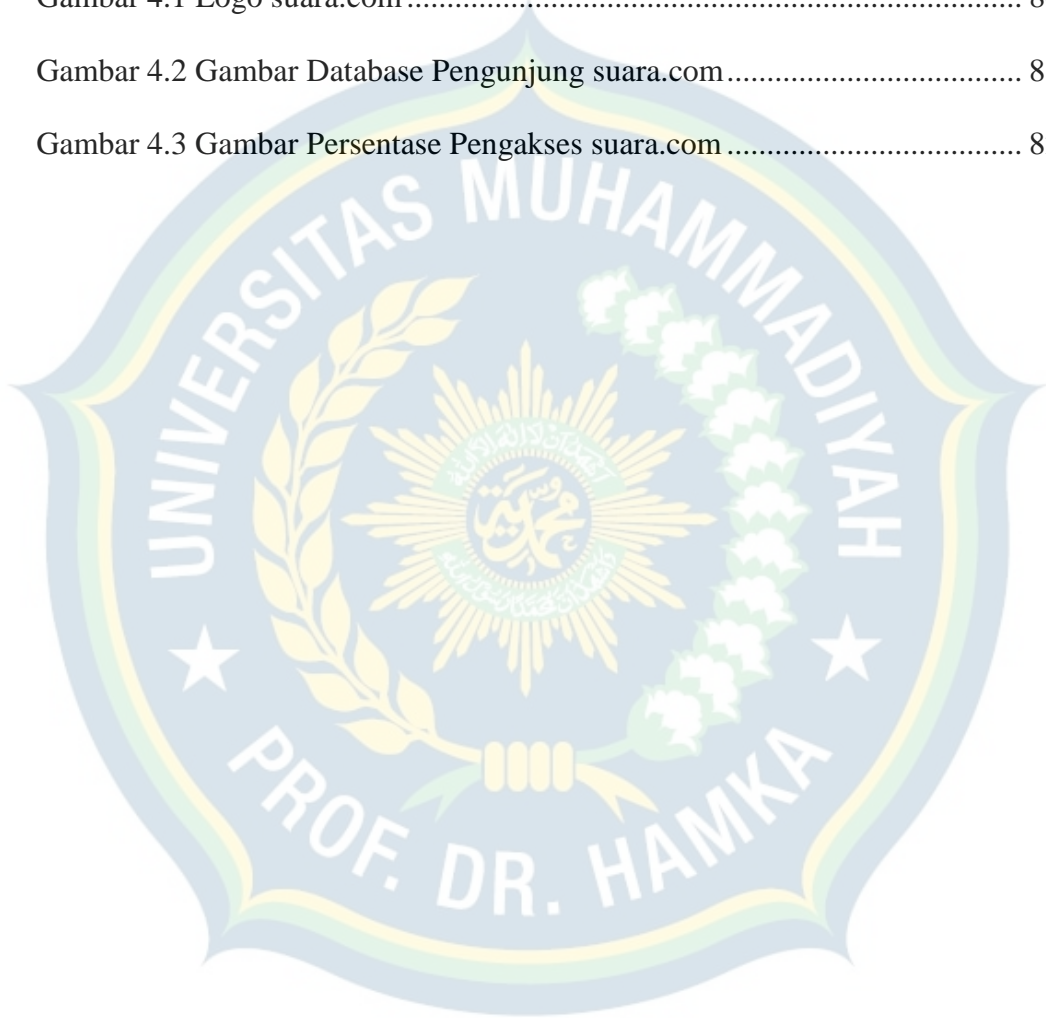


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.1 Operasionalisasi Konsep GS & GO	56
Tabel 3.1 <i>Case Processing Summary</i> Variabel GS	65
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel GS	66
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Variabel GS	68
Tabel 3.4 <i>Case Processing Summary</i> Variabel GO	68
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel GO.....	69
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel GO.....	71
Tabel 3.7 Skala Likert.....	72
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian.....	74
Tabel 4.1 Kepuasan yang Dicari dalam Mengakses Kanal Berita Metropolitan (<i>Gratifications Sought</i>)	83
Tabel 4.2 Deskriptif Interval <i>Gratifications Sought</i>	84
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi <i>Gratifications Sought</i>	86
Tabel 4.4 Kepuasan yang Diperoleh dalam Mengakses Kanal Berita Metropolitan (<i>Gratifications Obtained</i>).....	87
Tabel 4.5 Deskriptif Interval <i>Gratifications Obtained</i>	88
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi <i>Gratifications Obtained</i>	90
Tabel 4.7 Uji Beda GS dengan GO	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik suara.com Versi Alexa Rank	8
Gambar 2.1 Model <i>Uses and Gratifications</i>	23
Gambar 4.1 Logo suara.com	80
Gambar 4.2 Gambar Database Pengunjung suara.com	81
Gambar 4.3 Gambar Persentase Pengakses suara.com	82



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin yaitu *communis* yang artinya sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip (Mulyana, 2008: 46).

Perkembangan media massa yang ditunjang oleh kemajuan teknologi komunikasi dan perkembangan zaman yang berlangsung begitu pesat. Kemajuan yang pada akhirnya memungkinkan setiap manusia untuk saling berhubungan dan bertukar informasi tanpa adanya batasan. Akan tetapi, adanya beberapa masalah penghambat untuk penyebaran informasi dan juga berita, atau informasi apapun yang terjadi dibelahan bumi manapun. Pada saat yang bersamaan dapat juga kita ketahui dan ikuti perkembangannya.

Bareson dan Steiner (dalam Mulyana, 2011: 68) mengemukakan bahwa komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figure, grafik dan sebagainya.

Selain itu komunikasi seringkali dilakukan secara lisan, namun juga dengan menggunakan *body language* (gerak tubuh) yang sangat pasti memiliki

maksud dan suatu tujuan tertentu berupa penyampaian informasi (*message*) kepada komunikator.

Hal tersebut berjalan dengan adanya konsep komunikasi massa, yaitu suatu proses komunikasi yang dilakukan untuk berbagi tujuan komunikasi guna menyampaikan informasi kepada khalayak atau masyarakat luas melalui media massa, dan sebagai alat yang efektif dalam memberikan pesan dan membentuk pada umum (Bungin, 2006: 71-72).

Media massa merupakan sarana untuk penyebaran suatu informasi kepada masyarakat. Namun, bukan hanya informasi saja yang didapat dari suatu media massa tersebut tetapi juga suatu kebutuhan yang diinginkan dan didapat dari media massa tersebut sehingga dapat mempermudah dalam kehidupan sehari-hari.

Pada masa Orde Baru, saat kepemimpinan dijalankan oleh Soeharto yang menganut sistem pers otoriter. Gerak pers menjadi tidak bebas atau juga bisa dikatakan seperti dipasung dengan munculnya peraturan-peraturan untuk membatasi kebebasan pers mengenai Surat Izin Usaha Pers (SIUUP), para instansi militer yang semuanya meminta pemuatan berita.

Apabila suatu media tidak melaksanakan keinginannya maka pemerintah sepenuhnya akan mencabut SIUUP media tersebut. Namun, sejak adanya reformasi yang bergulir pada 1998, muncullah kebebasan pers. Untuk menerbitkan media tidak diperlukan lagi SIUUP. Hal ini dijamin oleh UU Pers No. 40 th. 1999 (Kusumaningrat, 2005: 36-37).

Dengan adanya reformasi pada 1998 muncullah berbagai macam media yang menyajikan informasi atau berita dengan berbagai kerakteristiknya, seperti media cetak: koran, tabloid majalah serta media elektronik, seperti radio dan televisi. Kehadiran Internet memunculkan banyak media baru seperti, *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*, termasuk media daring.

Semakin banyaknya media baru membuat masyarakat lebih sering menggunakan media daring (dalam jaringan) untuk mendapatkan informasi. Banyaknya konten yang beragam dan kemudahan mengaksesnya menjadi salah satu faktor menjamurnya situs-situs media massa di ruang *cyber* berkategori “*dotcom*” (Santana K, 2005: 133-135).

Tujuh belas Januari 1998 disebut-sebut sebagai tonggak sejarah kelahiran jurnalistik daring. Tepatnya ketika Mark Druge berhasil membuat berita perselingkuhan antara Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton, dengan Monica Lewinsky (*Monicagate*) yang disebut “*Monica Scandal*” dan “*Sexgate*”. Dengan bekal sebuah laptop dan modem yang langsung dipublikasikan di *website Drudge Report*. Sebelumnya ia menayangkan berita tersebut. Sebelumnya majalah *Newsweek* dikabarkan menolak memuat kisah skandal seks hasil investigasi Michael Isikoff tersebut.

Dua tahun kemudian atau awal 2000-an, muncullah situs-situs pribadi yang menampilkan laporan jurnalistik yang kini dikenal dengan *website blog*, *weblog*, atau *blog* saja. Kemunculan dan perkembangan jurnalistik daring di Indonesia juga dimulai dengan berita menggegerkan, yaitu mundurnya presiden Soeharto pada 21

Mei 1998, ini menandai berakhirnya era pemerintahan Orde Baru. Berita pengunduran diri Soeharto tersebut tersebar luas melalui *milist (mailing list)* yang sudah mulai dikenal luas di kalangan aktivis demokrasi dan mahasiswa.

Setelah itu, seiring “euforia reformasi”, beragam media daring pun hadir, seperti detik.com, bidik.com yang disebut-sebut sebagai penggerak jurnalistik daring di Indonesia. Lalu diikuti hadirnya okezone.com, republika *online* dan tempo.com (Syamsul, 2012: 19 – 20).

Media daring secara teknis adalah media yang berbasis telekomunikasi atau multimedia (komputer dan internet). Yang termasuk kategori media daring adalah portal *website*, situs *web*, termasuk *blog* dan media sosial (*facebook* dan *twitter*), radio daring, TV daring dan *email*.

Media daring tidak mengenal tenggat waktu (*deadline*) sebagaimana dikenal di media cetak. *Deadline* bagi media daring dalam pengertiannya ialah publikasi paling lambat adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung.

Sejak adanya media daring dan masyarakat umumnya lebih memilih media daring, begitu dengan perkembangan ini muncul pula situs-situs berita daring, media cetak surat kabar atau majalah, seperti sindonews.com, kompas.com, tempo.com dan republika *online* sedangkan situs berita daring dari media elektronik berupa radio dan televisi seperti, elshintanews.com, liputan6.com, metrotvnews.com dan CNN.com.

Adapula situs berita daring “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik seperti, antaranews.com, detik.com, vivanews.com, suara.com, merdeka.com dan lain-lain (Syamsul, 2012: 31 – 32).

Karakteristik utama media daring adalah kecepatan, kemudahan akses, di-*update* kemutakhiran data setiap saat interaksi dan/dengan antara peneliti, pembaca atau pengguna (*user*).

Berkembang pesatnya media daring dikarenakan terjadinya evolusi dalam teknologi informasi yang semakin maju dengan kemampuan dan potensi teknologi komunikasi tersebut, di mana memungkinkan manusia untuk dapat saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan mereka hampir tanpa batas (Bungin, 2006: 159-160).

Media daring juga dapat dikatakan sebagai literatur kedua setelah buku karena media daring mudah dan cepat untuk dapat memberikan berbagai macam informasi dimana saja kita berada, mulai dari berita dalam negeri dan luar negeri di bidang politik, hukum, ekonomi, olahraga, sosial, budaya, kriminal, sampai dengan perkiraan cuaca, memantau naik turunnya kurs mata uang asing secara langsung hingga info promosi penjualan pada produk-produk.

Selain itu, berbagai jenis kanal itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu: 1) kanal informasi (*news*) dan; 2) kanal hiburan (*entertainment*).

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada audien. Daya tarik

program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada audien. Program informasi dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Contoh dari berita keras (*hard news*) adalah *straight news*, *features*, dan *infotainment*. Sedangkan contoh berita lunak (*soft news*) adalah *current affair*, *magazine*, *documenter*, dan *talkshow* (Morissan, 2008: 218).

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukkan.

Dari dua kanal yang sering diakses khalayak yaitu kanal informasi sempat diminati. Karena dari kanal informasi tersebut khalayak dapat memenuhi kebutuhan akan informasi. Jika khalayak sudah merasa terpenuhi akan apa yang diinginkannya, maka khalayak nantinya akan merasa puas dengan apa yang khalayak inginkan.

Kepuasan sendiri mempunyai arti kata dasar puas yang berarti merasa senang karena sudah secukupnya merasa terpenuhi hasrat hatinya. Kepuasan adalah suatu konsep yang biasanya berkenaan dengan kenyamanan (Kriyantono, 2012: 123).

Kepuasan didefinisikan Muhmin sebagai sebuah keadaan kasih sayang yang positif dihasilkan dari penilaian perusahaan terhadap seluruh aspek dari hubungan bekerjanya dengan perusahaan lain.

Konsep kepuasan mengakses Suara.com kanal berita metropolitan terbagi menjadi tiga, yaitu kepuasan yang dicari biasa disebut dengan *gratifications sought* (GS), dan kepuasan yang diperoleh atau biasa disebut dengan *gratifications obtained* (GO) didasarkan pada model *uses and gratifications*.

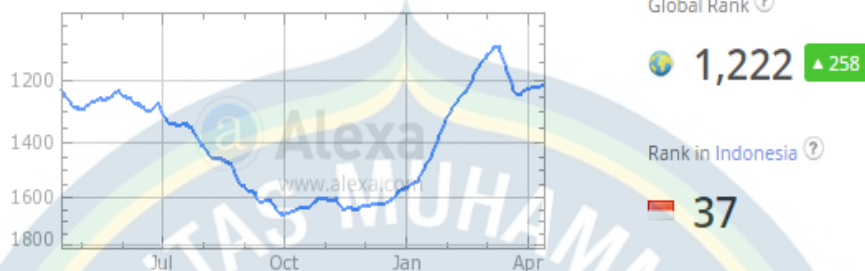
Akan tetapi, kepuasan dapat diketahui apabila khalayak (pengakses) sudah merasa terpenuhi akan kebutuhan yang diinginkannya. Oleh karena itu, media daring tanpa pengakses sama seperti media cetak tanpa pembaca. Pengakses memiliki peran penting, di kanal yang tidak menarik segera ditinggalkan oleh pengakses. Karena isi kanal harus mempunyai daya tarik dan juga mempunyai nilai berita yang tinggi dan sesuai dengan kebutuhan khalayak agar pengakses puas.

Dari berbagai macam media daring peneliti memilih media daring suara.com, karena dari berbagai macam media daring suara.com termasuk media daring yang diakses oleh khalayak. Suara.com berada pada 10 besar portal berita Indonesia menurut versi Alexa Rank. Di *Comscore* pada Juni 2015, suara.com berada pada peringkat ke-5 untuk kategori berita dan informasi. Portal berita suara.com menyajikan informasi terbaru, baik peristiwa politik, bisnis, hukum, sepakbola, *entertainment*, gaya hidup, otomotif, sains teknologi hingga jurnalisme warga. Namun, pada Mei 2016 suara.com turun berada diperingkat 10 besar portal berita Indonesia di Alexa Rank. Walaupun demikian, suara.com masih mampu bersaing dengan media daring lain yang sudah terlahir terlebih dahulu hadir.

How popular is suara.com?

Alexa Traffic Ranks 

How is this site ranked relative to other sites?



Gambar 1.1.

Grafik suara.com Versi Alexa Rank

Sumber: <https://technogue.com/reviews/inilah-10-top-portal-berita-indonesia-versi-alexa/>¹

Karena suara.com lebih mementingkan berita-berita yang mempunyai kualitas atau daya tarik untuk para pengakses agar tertarik untuk mengakses berita yang ingin diaksesnya itu. Walaupun tidak banyaknya reporter suara.com, akan tetapi isi berita-berita suara.com yang berkualitas itulah yang dapat bersaing dengan media daring lain yang terlahir terlebih dahulu.

Suara.com menyajikan beberapa kanal seperti kanal berita nasional, olahraga, ekonomi dan juga *entertainment*, peneliti lebih memilih kanal berita metropolitan termasuk kanal populer yang sehari bisa dapat diakses oleh sejuta khalayak dan karena kanal tersebut yang mampu mendongkrak suara.com mampu bersaing dengan media daring lain. Karena kanal berita metropolitan berisikan

¹ <https://technogue.com/reviews/inilah-10-top-portal-berita-indonesia-versi-alexa/>, diakses 30 November 2016 pukul 04.00

berita tentang peristiwa, politik dan juga kriminal yang berada di dalam Ibu Kota yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat di dalam kehidupannya sehari-hari.

Metropolitan sendiri ialah suatu istilah untuk menggambarkan suatu kawasan perkotaan yang relatif besar, baik dari ukuran luas wilayah, jumlah penduduk, maupun skala aktifitas ekonomi dan sosial. Secara etimologi (asal kata) kata metropolitan (kata benda) atau metropolis (kata sifat) berasal dari bahasa Yunani Kuno, yaitu kata meter yang berarti Ibu dan kata polis yang berarti kota (Wackerman, 2000).²

Namun, secara umum metropolitan juga dapat didefinisikan sebagai suatu pusat permukiman besar yang terdiri atas satu kota besar dan beberapa kawasan yang berada di sekitarnya dengan satu atau lebih kota besar melayani sebagai titik hubung (hub) dengan kota-kota di sekitarnya tersebut. Suatu kawasan metropolitan merupakan pengumpulan beberapa elemen ke dalam suatu tempat (wilayah) dari beberapa kawasan permukiman, tidak harus kawasan permukiman yang bersifat kota, namun secara keseluruhan membentuk suatu kesatuan dalam aktifitas bersifat kota dan bermuara pada pusat (kota besar yang merupakan inti) yang dapat dilihat dari aliran tenaga kerja dan aktifitas komersial.

Pengakses merupakan unsur yang penting bagi media daring. Tanpa mereka suatu isi media daring tidak ada artinya karena tidak ada yang membaca.

² <http://febryaristian.blogspot.co.id/2011/12/tentang-kota-metropolitan.html?m=1>, diakses 22 Oktober 2016 pukul 23.00

Kepuasan pengakses suara.com, terutama dalam kanal berita metropolitan (berita-berita dalam Ibu kota). Maksud dari kepuasan disini menurut peneliti ialah sesuatu yang dirasakan atas suatu keinginan seseorang untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya.

Adapun yang menjadi latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah apakah suara.com sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan pengaksesnya, sehingga para pengakses merasa puas dengan berita-berita metropolitan yang berada di suara.com. Karena media yang efektif adalah media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayaknya (pengakses).

Alasan peneliti mengambil topik ini karena saat ini banyaknya media daring yang memeberikan informasi dan juga pemberitaan didalam Ibu kota seperti halnya berita kriminal, nasional, dan juga berita peristiwa salah satunya ialah suara.com, apakah selama ini media daring suara.com sudah mampu memuaskan pengaksesnya. Dari uraian tersebut peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana tingkat kepuasan pengakses suara.com terhadap kanal berita metropolitan.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Paradigma	Teori	Metodologi	Temuan
1	Yogi Antafano	Kepuasan pelanggan surat kabar Top Skor di Agen Kartika Ciledug, Tangerang-Banten terhadap isi berita	Positivisme	<i>Uses and Gratification</i>	Kuantitatif	Diperoleh hasil GS (16,746)>skor GO (16,510) dengan kata lain GS>GO, yang artinya Harapan/Motif pelanggan lebih

		olahraga sepakbola				besar dari pada kepuasan.
2	Reny Purniastuti	Motif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (UHAMKA) Mengakses Media Massa <i>Online</i> .	Positivisme	<i>Uses and Gratifications dan Social Categories Theory.</i>	Kuantitatif	Dari hasil penelitian menggambarkan bahwa Motif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA) Mengakses Media Massa <i>Online</i> karena “ingin terhibur agar dapat bersantai dengan mendengarkan Musik melalui Media Massa <i>Online</i> ”.
3	Meysela Seundhary Yusikwina	Kepuasan khalayak warga RW 07 Kelurahan Pondok Cabe Udik, kabupaten Tangerang, Banten terhadap berita olahraga harian Kompas	Positivisme	<i>Uses and Gratifications</i>	Kuantitatif	Hasil uji analisis secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan isi berita olahraga di harian Kompas (periode Mei - Juli 2008). Secara statistik nilai yang diperoleh GS 69,9531 < GO 70,6563.

4	Akbar Shibgotullah	Kepuasan Komunitas Ultras Juventus Bekasi terhadap Program Lega Calcio Serie A Italia Bein Sport Indonesia	Positivisme	<i>Uses and Gratifications</i>	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka tingkat motif tertinggi yaitu pada <i>Gratification Sought</i> dengan total nilai skor 5297, sedangkan nilai <i>Gratification Obtained</i> dengan total nilai skor 5090.
---	-----------------------	---	-------------	------------------------------------	-------------	---

Dari penelusuran penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan sangat relevan karena fenomena yang diangkat dalam penelitian ini belum pernah dilakukan atau diteliti sebelumnya juga media yang menjadi tempat peneliti pun berbeda. Peneliti juga mencoba menjelaskan bahwa kepuasan pengakses adalah dimana pengakses merasa sudah tercukupi hasrat hatinya terutama dalam mengakses kanal berita metropolitan. Dari persoalan inilah peneliti mengetahui ada salah satu media daring yang berisikan informasi terbaru dan juga menarik bernama suara.com.

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan pengakses suara.com dalam kanal berita metropolitan yaitu, dalam kanal tersebut banyak membahas mengenai politik, kriminal dan sosial. Kanal berita metropolitan juga merupakan rubrik yang paling banyak diakses, sekitar satu juta klik pengakses.

Pada kenyataannya beberapa media daring hanya memberikan suatu pemberitaan dan informasi yang cepat saja dan tidak memikirkan kualitas dari isi

pemberitaan tersebut. Dengan adanya media daring suara.com ini ingin memberikan suatu pemberitaan dan informasi dengan kualitas yang baik.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menjelaskan kepuasan pengakses suara.com dalam kanal berita metropolitan yang menjadi kanal terpopuler. Selain itu, kanal berita metropolitan di suara.com berbeda dengan media *mainstream* maupun situs (*website*) lainnya, dengan hadirnya suara.com termasuk media daring baru dari sebuah media daring yang pada umumnya hanya memberikan pemberitaan dan informasi hanya mengandalkan kecepatan saja. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pengakses juga tahu keberadaan media daring yang memberikan pemberitaan dan informasi secara akurat, terpercaya dan juga mempunyai kualitas yang baik.

Berdasarkan pemikiran di atas maka peneliti tertarik, mengkaji Tingkat Kepuasan Pengakses suara.com terhadap Kanal Berita Metropolitan.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah peneliti merumuskan masalah yaitu “Apakah pengakses suara.com puas dalam mengkonsumsi kanal berita Metropolitan?”.

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti pengakses suara.com, khususnya berita yang ada dalam kanal Metropolitan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengakses suara.com dalam mengkonsumsi kanal berita Metropolitan”.

1.5. Signifikasi Penelitian

1.5.1. Signifikasi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dibidang kajian *Uses and Gratifications* yang meneliti kepuasan khalayak dalam menggunakan sebuah media massa khususnya media daring dan mampu memberikan penjelasan tentang bagaimana tingkat kepuasan pengakses suara.com dalam kanal berita metropolitan.

1.5.2. Signifikasi Metodologis

Penelitian ini secara metodologis menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga dapat memberikan data-data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

1.5.3. Signifikasi Praktis

Penelitian ini secara praktis berguna bagi para praktisi yang berkecimpung langsung dalam bidang komunikasi dan media daring khususnya media daring

suara.com untuk merencanakan, mengembangkan serta mengevaluasi berita, sehingga mampu memenuhi kebutuhan akan informasi berita metropolitan yang diinginkan khalayak.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti tingkat kepuasan pengakses Suara.com dalam kanal berita metropolitan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dari segi waktu, karena peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *Google Forms* melalui *link* yang telah diberikan oleh peneliti kepada responden. Keterbatasan *Google Forms* yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden hanya mengisi pernyataan kuesioner dengan tergesa-gesa atau hanya mengisi saja tanpa tahu maksud dari pernyataan kuesioner tersebut dibanding dengan kuesioner manual atau cetak yang lebih terinci dan responden pun dengan mudah bertanya kepada peneliti mengenai maksud dari pernyataan kuesioner penelitian tersebut.

1.7. Sistematika Penelitian

Skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian,

signifikansi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II Kerangka Teori

Bab ini berisi tentang paradigma positivisme, komunikasi, komunikasi massa, media daring, konvergensi media, berita, teori *Uses and Gratification*, hipotesis, definisi konsep dan operasional konsep.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas prosedur penelitian secara menyeluruh, mencakup metodologi penelitian, populasi dan sampling, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjabarkan tentang deskripsi dari obyek penelitian, hasil penelitian, uji hipotesis penelitian, pembahasan dan relevansi penelitian dengan teori yang digunakan.

BAB V Penutup

Bab ini menjabarkan tentang kesimpulan dan saran-saran. Saran-saran tersebut terdiri dari saran akademis, saran metodologis dan saran praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ardianto, Elvinaro, 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006.

Cangara, Hafied, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Djuarto. Totok. 2003. *Teknik Mencari dan Menulis Berita*. Semarang: Dahara Prize.

Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

_____. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fiske. Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.

Kitao, Kenji. 1998. *Internet Resources: ELT, Linguistics, and Communication*. Jepang: Eichosha.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Kountur, Ronny. 2009. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.

Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama K. *Jurnalistik "Teori & Praktik*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.

Loudon, David L. Dan Albert J. Della Bitta. 1998. *Consumer Behavior: Concept & Application 4th edition*. Jakarta: Salemba Empat.

Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. New Jersey USA: Pearson.

Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

McQuail, Dennis. 1996. *Teori Komunikasi Massa "Suatu Pengantar"*. Jakarta: Erlangga.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.

Muda, Dedy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: PT Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

_____. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Riduwan. 2004. *Skala Pengukuran Variabel dan Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.

Siregar, Ashadi dan Kawan-kawan. 1998. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.

Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.

Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction: Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Wahyudi, J.B. 1991. *Komunikasi Jurnalistik, Pengetahuan Praktis Kewartawanan, Surat Kabar, Majalah, Radio dan Televisi*. Bandung: Alumni.

Internet:

<https://technogue.com/reviews/inilah-10-top-portal-berita-indonesia-versi-alexa/>, diakses 30 November 2016 pukul 04.00.

<http://febryaristian.blogspot.co.id/2011/12/tentang-kota-metropolitan.html?m=1>, diakses 22 Oktober 2016 pukul 23.00

<http://lulusgitasamudra.blogspot.co.id/2011/04/pengertian-berita-peristiwa.html?m=1>, diakses 22 Oktober 2016 pukul 23.02.

<http://jurnaltaya.blogspot.co.id/2013/11/berita-kriminal.html?m=1>, diakses 22 Oktober 2016 pukul 23.05.

<http://asiaaudiovisualra09gunawanwibisono.wordpress.com/2009/07/05/berita-politik/>, diakses 22 Oktober 2016 pukul 23.05.

www.tipepedia.net. Diakses pada hari Selasa tanggal 10 Januari 2017, Pukul 19:05.

<http://www.konsistensi.com/2014/03/uji-paired-sample-t-test-dengan-spss.html?m=1>. Diakses pada hari Minggu tanggal 05 Februari 2017, Pukul 20:49.

Sumber Lain:

Skripsi

Antafano, Yogi. 2000. *Kepuasan pelanggan surat kabar Top Skor di Agen Kartika Ciledug, Tangerang-Banten terhadap isi berita olahraga sepakbola*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Purniastuti, Reny. 2000. *“Motif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA) Mengakses Media Massa Online*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Shibgotullah, Akbar. 2016. *Kepuasan Komunitas Ultras Juventus Bekasi Terhadap Program Lega Calcio Serie A Italia Bein Sport Indonesia*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Yusikwina, Meysela Seundhary. 2000. *Kepuasan khalayak warga RW 07 Kelurahan Pondok Cabe Udik, kabupaten Tangerang, Banten terhadap berita olahraga harian Kompas*. Jakarta: Universitas Moestopo.