

**SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS SURAT KABAR TRIBUN MEDAN DALAM  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI KALANGAN  
MAHASISWA FISIP USU**

**OLEH :**

**ESTU SHINTA SUPRIHATI**

---

**1303110112**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

---

NAMA : ESTU SHINTA SUPRIHATI  
NPM : 1303110112  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
JUDUL : EFEKTIVITAS SURAT KABAR  
TRIBUN MEDAN DALAM  
PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI DI KALANGAN  
MAHASISWA FISIP USU

Tanggal : 6 Desember 2017

KETUA PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI

( NURHASANAH M.I.Kom. )

Tanggal : 6 Desember 2017

DEKAN

( Drs. Tasrif Syam.,M.Si )

**PENANGGUNG JAWAB TUGAS AKHIR**

NAMA : ESTU SHINTA SUPRIHATI  
NPM : 1303110112  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
JUDUL : EFEKTIVITAS SURAT KABAR  
TRIBUN MEDAN DALAM  
PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI DI KALANGAN  
MAHASISWA FISIP USU

Medan ,Desember 2017

Menyetujui

Pembimbing

( Arifin Sales,Dr,MSP )

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala limpahan rahmat ,taufik serta hidayat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Penyusun skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politikn Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penulisan skripsi ini , tentunya banyak pihak yg telah memberikan bantuan baik moril maupun materil . Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Drs.Tasrif Syam.,M.Si. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Arifin Saleh,Dr,M.SP. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan ,nasehat dan arahan kepada penulis
3. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Narno dan Helvinawati Br. Sembiring Selaku orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun meteril
4. Ucapan terimakasih kepada seluruh sahabat penulis yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

Akhirnyan, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini

Medan,6 Desember 2017  
Penulis

Estu Shinta Suprihati

## **ABSTRAKSI**

### **EFEKTIFITAS SURAT KABAR TRIBUN MEDAN DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI KALANGAN MAHASISWA FISIP USU**

**ESTU SHINTA**

**NPM : -----**

Efektifitas penggunaan media cetak sebagai sarana informasi masyarakat merupakan hal yang jamak pada saat ini. Adanya efek yang nantinya menimbulkan suatu pengaruh terhadap apa disampaikan kepada seseorang yang nantinya menghasilkan suatu tindakan atau pemahaman yang dipengaruhi oleh surat kabar. Efektivitas penggunaan media bisa tercapai apabila pesan disampaikan pada saluran yang tepat. Hal ini disebabkan oleh perbedaan karakter media itu sendiri. Oleh karena itu masyarakat perlu memilah media apa yang kiranya dapat memberikan efek positif bagi dirinya. Kebutuhan informasi akan semakin meningkat sejalan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman, teknologi dan informasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian korelasional yaitu menganalisis data dan mencari tingkat hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya dengan melakukan pengujian hipotesis. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi stambuk 2013 yang berjumlah 91 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian yakni melalui metode penyebaran angket dan observasi di lokasi penelitian. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis data tunggal, koefisien korelasi product moment dan koefisien determinan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa hasil koefisien yang positif sebesar 0,442 (sedang) antara variabel X dan variabel Y, dimana kenaikan variabel yang satu akan diikuti dengan kenaikan variabel yang lainnya. hubungan yang positif tersebut mengartikan bahwa semakin baik efektifitas surat kabar maka akan semakin baik pula pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara variabel X (efektifitas surat kabar) terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) adalah sebesar 19.53% dan sisanya sebesar 80.47% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara efektifitas surat kabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Kata Kunci : Efektifitas, Surat Kabar, Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

## DAFTAR ISI

### KATA PENGANTAR

### ABSTRAK

### DAFTAR ISI ..... i

### BAB I PENDAHULUAN

A	Latar Belakang .....	1
B	Perumusan masalah .....	4
C	Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
	1. Tujuan Penelitian .....	5
	2. Manfaat Penelitian .....	5

### BAB II URAIAN TEORITIS

A	Komunikasi .....	6
	1. Pengertian Komunikasi .....	6
	2. Proses Komunikasi .....	9
	3. Tujuan Komunikasi .....	11
B.	Komunikasi Massa .....	12
	1. Pengertian Komunikasi Massa .....	12
	2. Fungsi Komunikasi Massa .....	15
	3. Karakteristik Komunikasi Massa .....	17
C.	Teori Uses and Gratifications .....	18
D.	Media Massa (Mass Media) .....	20
	1. Pengertian Media Massa .....	20
	2. Karakteristik Media Massa .....	21
	3. Peran Media Massa .....	21
	4. Fungsi Media Massa .....	22
E.	Surat Kabar (Koran) .....	23
	1. Defenisi Surat Kabar .....	23
	2. Ciri-Ciri Surat Kabar .....	24

3. Fungsi Surat Kabar.....	25
F. Kebutuhan Informasi.....	28

### **BAB III PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Hipotesis.....	31
C. Kerangka Konsep.....	32
D. Defenisi Konsep.....	32
E. Defenisi Operasional.....	33
F. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	35
G. Teknik Pengumpulan Data.....	35
H. Teknik Analisa Data.....	37
I. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
H. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	40
1. Sejarah Singkat.....	37
2. Visi dan Misi.....	38

### **BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN**

A. Penyajian Data.....	45
B. Hasil Penelitian.....	46
1. Karakteristik Responden.....	46
C. Deskripsi Variabel.....	49
1. Variabel X.....	49
2. Variabel Y.....	61
D. Analisis Data.....	70
1. Koefisien Korelasi Product Moment.....	70
2. Koefisien Determinan.....	72
3. Uji-T (Uji Hipotesis).....	73
E. Pembahasan.....	75

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78

**DAFTAR PUSTAKA**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan mahasiswa. Setiap mahasiswa tentu memiliki motivasi dalam setiap komunikasi yang dilakukannya. Hal ini tentu tidak lepas dari kebutuhan dari masing-masing mahasiswa akan informasi yang berguna bagi hidupnya. Kebutuhan akan informasi telah mendorong mahasiswa untuk menempatkan media sebagai salah satu kebutuhan yang penting di dalam hidupnya baik itu media cetak maupun media audiovisual.

Media cetak hadir dalam berbagai jenis bentuk, tampilan, dan format, baik itu koran, majalah, maupun tabloid. Masing-masing terbit melayani masyarakat yang telah menjadi target audiensnya. Koran atau surat kabar juga hadir untuk melayani masyarakat dari berbagai kalangan dan regional. Semua diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, baik itu surat kabar harian, terbit pagi atau sore, nasional maupun lokal, semua memiliki peranan sendiri dalam menyediakan berbagai informasi yang diperlukan oleh masyarakat.

Surat kabar/koran sebagai salah satu dari hasil peningkatan teknologi, berkembang pesat sejalan dengan perkembangan zaman. Surat kabar/koran itu sendiri telah banyak menyentuh kepentingan mahasiswa. Berita-berita yang di tampilkan dinilai mampu menyebabkan banyak perubahan dalam mahasiswa, karena surat kabar/koran memiliki sifat yang mampu mempengaruhi, yaitu pesan-

pesan yang di sampaikan mempunyai daya rangsang yang cukup tinggi. Surat kabar mempunyai fungsi sebagai alat edukatif, persuasif, motivasi, yang mudah dan dapat di pahami oleh mahasiswa. Ketiga fungsi yang diemban tadi dibentuk dalam pemberitaan yang enak untuk didengar dan di terima oleh mahasiswa. Pesan-pesan yang disalurkan surat kabar/koran masuk ditengah-tengah kehidupan mahasiswa. Semua orang berhak menikmati berita-berita yang di proses oleh surat kabar/koran dimanapun itu diberitakan karena kemajuan teknologi mendukung untuk semuanya dilakukan kepada pembaca surat kabar tersebut.

Surat kabar Tribun Medan sebagai salah satu media lokal yang ada di Kota Medan memberikan pilihan kepada masyarakat yang ada di Kota Medan dalam upaya memberikan pemenuhan kebutuhan informasi yang akurat dan tepat. Sebagai salah satu surat kabar yang ada di Kota Medan tentunya Tribun Medan memahami dengan baik kondisi dan situasi dari Kota Medan dan mengetahui seperti apa kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama mahasiswa. Penyediaan informasi yang memadai diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan mahasiswa akan keadaan yang sedang berkembang disekitarnya. Informasi sangat dibutuhkan untuk perkembangan kualitas dan pengetahuan seorang mahasiswa. Dalam faktanya sendiri informasi memegang peranan penting dalam semua aspek kehidupan mahasiswa.

Efektivitas penggunaan media cetak sebagai sarana informasi masyarakat merupakan hal yang jamak pada saat ini. Adanya efek yang nantinya menimbulkan suatu pengaruh terhadap apa disampaikan kepada seseorang yang nantinya menghasilkan suatu tindakan atau pemahaman yang dipengaruhi oleh

surat kabar. Efektivitas penggunaan media bisa tercapai apabila pesan disampaikan pada saluran yang tepat. Hal ini disebabkan oleh perbedaan karakter media itu sendiri. Oleh karena itu masyarakat perlu memilah media apa yang kiranya dapat memberikan efek positif bagi dirinya.

Kebutuhan informasi akan semakin meningkat sejalan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman, teknologi dan informasi, hal ini merupakan peluang dan tantangan bagi pengelola sumber informasi itu sendiri, seperti perpustakaan, salah satu usaha untuk menguasai teknologi dan informasi adalah dengan membaca buku. Dengan membaca buku akan diperoleh berbagai informasi dengan tujuan dan dalam rangka pengembangan serta perluasan ilmu pengetahuan dan teknologi. Mahasiswa sebagai *agent of change* diharapkan mampu menciptakan kualitas diri yang baik, hal ini tentu tidak dapat dilakukan jika seorang mahasiswa tidak memahami kondisi dan situasi yang berkembang di sekitarnya saat ini.

Universitas Sumatera Utara (USU) sebagai salah satu kampus yang menjadi barometer dalam hal pendidikan untuk kalangan perguruan tinggi di Sumatera Utara tentunya memiliki ketersediaan sumber daya manusia yang memadai dalam hal ini intelektual muda yakni mahasiswa yang menuntut ilmu di Universitas Sumatera Utara dan dalam hal ini peneliti menjadikan mahasiswa FISIP USU sebagai responden karena disiplin ilmu yang dibahas sehari-hari adalah mengenai kondisi sosial dan keadaan masyarakat secara umum. Departemen Ilmu Komunikasi merupakan salah satu departemen/jurusan yang ada di FISIP USU memiliki hubungan dengan kehidupan sosial masyarakat terutama

yang berhubungan dengan media cetak salah satunya Surat Kabar Tribun sebagai salah satu media cetak yang berkembang di Kota Medan. Pemahaman yang dimiliki oleh mahasiswa departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU mengenai kondisi sosial dan keadaan masyarakat dirasa cukup memadai. Dipilih pula angkatan 2013 sebagai responden dalam penelitian ini dikarenakan angkatan 2013 merupakan angkatan tertinggi yang masih aktif berkuliah di FISIP USU, hal ini dirasa oleh penulis cukup untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, saya tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Efektivitas Surat Kabar Tribun Medan dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa FISIP USU”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan yang menjadi rumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut, “bagaimanakah hubungan antara efektivitas surat kabar Tribun Medan dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU”.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara efektivitas surat kabar Tribun Medan dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU

### **2. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai efektivitas surat kabar Tribun Medan dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa FISIP USU.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada surat kabar Tribun Medan dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **1. Komunikasi**

##### **a. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi berasal dari bahasa latin '*communis*' atau '*common*' dalam bahasa Inggris yang berarti *sama*. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan makna, "*commonis*". Atau dengan ungkapan yang lain, melalui komunikasi kita mencoba berbagai informasi, gagasan, atau sikap kita dengan partisipasi lainnya. Kendala utama informasi, gagasan atau sikap kita dengan partisipan lainnya. Kendala utama dalam berkomunikasi adalah kita sering mempunyai makna yang berbeda terhadap lambang yang sama. Oleh karena itu, komunikasi seharusnya dipertimbangkan sebagai aktivitas di mana tidak ada tindakan atau ungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika diidentifikasi oleh partisipan komunikasi yang terlibat. (Bungin, 2006:257).

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau komunikasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata - kata yang di gunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Dan perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada ketrampilan- ketrampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain- lain) untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Komunikasi sebagai suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saat saling pengertian yang mendalam (dalam Cangara, 2006:19). Sedangkan menurut Widjaya (2006:11) menyebutkan penyebab komunikasi didalam suatu perusahaan atau organisasi pada umumnya sebagai hubungan ataupun kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau dapat diartikan sebagai sarana tukar menukar pendapat atau sebagai kontak antara manusia secara individu ataupun kelompok.

Sebuah defenisi singkat di buat oleh Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan : siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya (Cangara, 2004:18). Berdasarkan defenisi Laswell ini dapat di turunkan menjadi lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain,yaitu:

a) Komunikator (*Communicator, Source, Sender, encoder dan Speaker*)

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan. Proses inilah yang disebut *encoding*.

b) Pesan (*message*)

Yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen : makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata - kata (bahasa) yang dapat mempresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi dan famlet). Kata - kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatapan muka dan sebagainya) juga melalui musik, lukisan, patung, tarian dan sebagainya.

c) Media (*channel*)

Yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan. Kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran non verbal, yakni cahaya dan suara, meskipun kita bisa juga menggunakan kelima indra kita untuk menerima pesan dari orang lain. Dalam suatu peristiwa komunikasi, sebenarnya banyak yang saluran yang kita gunakan, meskipun ada salah satu yang dominan. Misalnya komunikasi langsung, bahasa (verbal dan non verbal) adalah saluran

yang menonjol meskipun panca indra dan udara yang mengantarkan gelombang suara juga adalah saluran komunikasi tatap muka tersebut.

d) Komunikasikan (*receiver, Communicant, audience*)

Sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunikate (*communicatee*), penyandi balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian (*decoding*).

e) Efek (*effect, impact*)

Yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilih dalam pemilu).

## **b. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran itu juga bisa berupa gagasan, opini dan lain-lain yang dapat muncul dari

dirinya. Perasaan biasanya keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegagahan dan sebagainya yang timbul dari dalam hatinya.

Menurut Sendjaja (Bungin, 2006:258), dalam tataran teoritis, paling tidak kita mengenal atau memahami komunikasi dari dua perspektif, yaitu perspektif kognitif dan perilaku. Komunikasi menurut Cherry (dalam Bungin, 2006:258), yang mewakili perspektif kognitif adalah penggunaan lambang-lambang (*symbol*) untuk mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi tentang satu objek atau kejadian. Informasi adalah sesuatu (fakta, opini, gagasan) dari satu partisipan kepada partisipan lain melalui penggunaan kata - kata atau lambang lainnya. Jika pesan yang disampaikan diterima secara akurat, *receiver* akan memiliki informasi yang sama seperti yang dimiliki *sender*, oleh karena itu tindak komunikasi telah terjadi.

Sedangkan tahapan proses komunikasi menurut Cultip dkk (dalam Widjaja, 2010:21-22), komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui 4 tahap yaitu :

- a) *Fact finding* adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Untuk berbicara di depan masyarakat perlu dicari fakta dan data tentang masyarakat tersebut keinginannya, komposisinya dan seterusnya.
- b) *Planning*, dari fakta dan data dibuat sesuatu rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.

- c) *Communicating*, setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah berkomunikasi
- d) *Evaluating*, penilaian dan menganalisa kembali untuk setiap kali, hasil komunikasi tersebut. Hal ini diperlukan untuk dijadikan bahan bagi perencanaan selanjutnya.

### c. Tujuan Komunikasi

Menurut Nugroho (2004:72) tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Kahn (dalam Ruslan, 2003:83), yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system social atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan – harapannya.

Tujuan komunikasi adalah sebagai saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh mekanisme perubahan, alat untuk mendorong atau mempertinggi motivasi perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Menurut Effendy (2005:27) ada tiga tujuan komunikasi yaitu:

- a) Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
- b) Mengubah pendapat atau opini (*to change the behavior*), yaitu

perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima

- c) Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu tingkat sosial individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.

Tujuan komunikasi disini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum Lasswell menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat, yaitu :

- a) *Social Change* (Perubahan Sosial). Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.
- b) *Attitude Change* (Perubahan Sikap). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
- c) *Opinion Change* (Perubahan Pendapat), seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
- d) *Behavior Change* (Perubahan Perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

## **2. Komunikasi Massa**

### **a. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. (Bungin, 2006:7). Menurut Rakhmat (2004:65),

komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melalui media cetak, surat kabar, majalah, elektronik, radio dan televisi, sehingga pesan dapat diterima secara serentak dan sesaat. Pesan yang disampaikan melalui media massa merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mempunyai nilai guna.

Menurut Effendy (2004:50), komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Komunikasi massa merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Isi komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Oleh karena itu, maka sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal dan sang pengirimnya seringkali merupakan komunikator profesional. Komunikasi massa menekankan pada isi atau pesan dengan penggunaan media. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa atau *mass communication* merupakan suatu proses komunikasi dengan menggunakan media massa.

Menurut Brittner dalam Sendjaja (2006:158) memberikan definisi komunikasi massa yaitu pesan - pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi ini memberikan batasan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan -pesan, media (surat kabar, majalah, televisi, radio, dan film) serta khalayak.

Menurut Effendi (2004), karakteristik komunikasi massa ada delapan

yaitu:

- a) Komunikator terlembagakan melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, misalnya media televisi;
- b) Pesan bersifat umum, ditujukan untuk semua orang bukan sekelompok tertentu;
- c) Komunikannya anonim dan heterogen, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim) karena menggunakan media dan tidak tatap muka sedangkan komunikannya heterogen terdiri dari berbagai lapisan masyarakat;
- d) Media massa menimbulkan keserempakkan, keserempakkan kontak dengan sejumlah besar dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lain berada dalam keadaan terpisah;
- e) Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang digunakan;
- f) Komunikasi massa bersifat satu arah, komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung;
- g) Stimulasi alat indera terbatas, tergantung pada jenis media massa serta.
- h) Umpan balik tertunda dalam komunikasi massa maka umpan balik tertunda karena tidak berkomunikasi secara langsung.

Media massa dalam cakupan komunikasi massa yaitu dengan menggunakan mesin atau media yang di klasifikasikan kepada massa, seperti radio, televisi, surat kabar/majalah dan film. (Suprpto,2009:17)

### **b. Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut McBride (dalam Effendy, 2004:27), memaparkan fungsi komunikasi massa, yaitu:

#### a) Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi internal, lingkungan, dan orang lain, agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

#### b) Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif dalam masyarakat.

#### c) Motivasi

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

d) Pendidikan

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesastraan, musik, komedi, olahraga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok individu.

e) Bahan diskusi

Menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.

f) Memajukan kebudayaan

Media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataukah tercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerjasama hubungan antar negara.

g) Hiburan

Media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.

h) Integrasi

Banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-

kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras, komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

**c. Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa menurut Effendy (2004:81) adalah sebagai berikut:

a) Komunikasi Massa bersifat Umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak film, radio, televisi dan internet apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa.

b) Komunikasi bersifat Heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan. Massa dalam komunikasi massa meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai jenis lapisan masyarakat, punya pekerjaan yang berjenis-jenis maka karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standart hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh.

c) Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Yang dimaksud keserempakan adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan

penduduk tersebut satu sama lainnya berbeda dalam keadaan terpisah. Radio, internet dan televisi dalam hal ini melebihi media cetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif

d) Hubungan komunikator - komunikan bersifat non pribadi

Dalam hal ini hubungan komunikator dan komunikan bersifat non pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang yang dikenal hanya dalam perannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non pribadi ini timbul akibat teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat bagi peran komunikator yang bersifat umum. Komunikasi dengan menggunakan media massa bersifat satu arah (*one way communication*) dan ratio input output komunikan sangat besar.

### 3. *Teori Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratifications* yang ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu. Teori ini tidak tertarik pada apa saja yang dilakukan media pada khalayak, tetapi dia tertarik pada apa saja yang dilakukan khalayak terhadap media. (Effendy, 2005: 284).

Teori *Uses and Gratification* digambarkan sebagai *a dramatic break with effect tradition of the past*, suatu lompatan dramatis dari teori jarum hipodemik.

Teori ini tidak tertarik terhadap apa yang dilakukan media untuk media. Media dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. (Rakhmat, 2004:65). *Uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber sumber yang lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan media kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, dan barang kali termasuk yang tidak kita inginkan. *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Rakhmat 2007:205)

Pendekatan *uses and gratification* memberikan alternatif untuk memandang antara isi media dengan *audience* dan pengkategorian isi media menurut fungsinya. Meskipun masih diragukan masih adanya satu atau beberapa model *uses and gratification*, menurut Katz (dalam Effendy, 2005:290) menggambarkan logika yang mendasari pendekatan mengenai *uses and gratifications* : Yang pertama, kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan, yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktifitas lainnya) yang akhirnya

menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Sebagai tambahan bagi elemen-elemen dasar tersebut di atas, pendekatan *uses and gratifications* sering memasukkan unsur motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif-alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan.

#### **4. Media Massa**

##### **a. Pengertian Media Massa**

Media massa adalah (dalam bahasa Inggris: *Mass Media*) singkatan yang berasal dari Media Komunikasi Massa dalam bahasa Inggris Mass Communication Media, yang berarti media massa yaitu sarana penyampaian pesan-pesan, aspirasi masyarakat, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ataupun pesan kepada masyarakat langsung secara luas. Tamburaka (2012: 13) memberikan pengertian mengenai media massa adalah media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula.

Menurut Cangara (2004:122), Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. McQuail (2005:3) menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat di dayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

### **b. Karakteristik Media Massa**

Menurut Cangara (2003: 134) memaparkan lima karakteristik media massa, yaitu :

- a) Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c) Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
- d) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa

### **c. Peran Media Massa**

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agen of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya, media massa memiliki peran sebagai berikut. (Bungin, 2008:202)

- a) Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat maju.
- b) Media massa menjadi media informasi bagi masyarakat. Dengan banyak informasi masyarakat lebih mampu berpartisipasi dalam setiap aktivitasnya.
- c) Media massa sebagai media hiburan. Sebagai *agen of change*, media massa juga menjadi institusi budaya, menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya.

**d. Fungsi Media Massa**

Fungsi dari media massa adalah (McQuail. 1994:70):

- a) Informasi  
Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia. Memudahkan inovasi adaptasi dan kemajuan.
- b) Korelasi  
Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan, melakukan sosialisasi, mengkoordinasikan beberapa kegiatan, membentuk kesepakatan, menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.
- c) Kesenambungan  
Mengekspresikan budaya dominant dan mengakui keberadaan kebudayaan

khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d) Hiburan

Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi, meredakan ketegangan sosial.

e) Mobilisasi

Mengkampanyakan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan, ekonomi, pekerjaan dan agama.

## 5. Surat Kabar (Koran)

### a. Defenisi Surat Kabar (Koran)

Menurut Kurniawan Junaidi yang dimaksud dengan surat kabar adalah sebutan bagi penerbitan pers yang masuk dalam media massa tercetak berupa lembaran berisi tentang berita-berita, karangan-karangan dan iklan serta diterbitkan secara berkala, bisa harian, mingguan, bulanan serta diedarkan secara umum, isinya pun harus actual, juga harus bersifat universal, maksudnya pemberitaanya harus bersangkutan-paut dengan manusia dari berbagai golongan dan kalangan (Junaidi, 1991 : 105).

Definisi surat kabar menurut Mott (dalam Junaidi, 1991:105) yaitu :

- a) Suatu lembaga masyarakat yang punya fasilitas dan target masing-masing.
- b) Suatu pelayanan masyarakat atau melayani masyarakat untuk kepentingan-kepentingan informasi.
- c) Pemimpin yang bertujuan untuk memimpin pada masyarakat yang menyangkut nilai-nilai moral, etika dan lain-lain.

- d) Penghubung antara masyarakat dalam menyampaikan informasi-informasi.
- e) Penjual pengetahuan menyerap berbagai informasi dan pengetahuan lalu menyebarkannya kepada masyarakat.

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Sementara pengertian surat kabar menurut Effendy adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa/actual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca (Effendy, 2004 : 241).

Dari beberapa pengetahuan di atas, dapat disimpulkan bahwa surat kabar adalah sebuah lembaga penerbitan pers berupa lembaran cetak, memuat laporan yang terjadi di masyarakat secara periodik, bersifat umum dan mengandung nilai-nilai moral, etika dan lain-lain.

### **b. Ciri-Ciri Surat Kabar**

Surat kabar sebagai salah satu jenis media cetak, maka kita pun harus mengetahui ciri-ciri dari surat kabar itu sendiri, yaitu :

#### a) Publisitas

Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak, karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum.

#### b) Perioditas (Kontinuitas)

Adalah keteraturan terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari bisa pula satu kali atau dua kali seminggu.

c) Universalitas

Universalitas adalah kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia.

d) Aktualitas

Aktualitas adalah kecepatan laporan tanpa mengesampingkan kebenaran berita (Effendy, 2006 : 120).

**c. Fungsi Surat Kabar**

Menurut Effendy (2006:122-123), fungsi surat kabar sekarang meliputi berbagai aspek, yaitu :

a) Menyiarkan informasi

Adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain dan lain sebagainya.

b) Mendidik

Sebagai sarana pendidikan massa (*Mass Education*), surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implicit dalam bentuk berita, bisa juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

c) Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (*Hard News*) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, tidak jarang juga berita mengandung minat insani (*Human Interest*) dan kadang-kadang tajuk rencana.

d) Mempengaruhi

Mempengaruhi adalah fungsinya yang keempat yakni fungsi mempengaruhi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implicit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Fungsi mempengaruhi khusus untuk bidang perniagaan pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan.

Lebih lanjut Ruslan mengatakan (2003:57), ada lima hal yang dapat yang dapat dijadikan ukuran bagi komunikasi yang efektif melalui media massa, yaitu:

a) Pemahaman.

Pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan. Dalam hal ini komunikator dapat dikatakan efektif jika penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pesan yang disampaikannya.

b) Kesenangan.

Komunikasi ini bertujuan untuk menimbulkan kesejahteraan bersama.

c) Mempengaruhi Sikap

Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain memahami ucapan kita.

d) Memperbaiki Hubungan

Memilih dan mempersiapkan kata-kata yang ingin diucapkan merupakan faktor penting yang dapat memungkinkan komunikasi terjadi dengan tepat dan sempurna. Kegagalan utama dalam berkomunikasi muncul bila isi pesan tidak dipahami secara cermat.

e) Tindakan

Komunikasi apapun tidak akan berguna bila tidak memberi hasil sesuai dengan yang diinginkan. Namun, mendorong orang lain untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan yang kita inginkan, merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam berkomunikasi. Bila kita mencoba membangkitkan tindakan pada penerima pesan, kemungkinan responnya yang sesuai dengan yang diinginkan lebih besar jika dapat memudahkan pemahaman penerima pesan tentang apa yang diharapkan, meyakinkan penerima bahwa tujuan itu masuk akal dan mempertahankan hubungan harmonis dengan penerima.

## 6. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan adalah salah satu aspek psikologis yang menggerakkan makhluk hidup dalam aktivitas-aktivitasnya dan menjadi dasar atau alasan berusaha. McQuail berpendapat bahwa kebutuhan berasal dari “pengalaman sosial” dan

bahwa media massa sekalipun “kadang-kadang dapat membantu membangkitkan khalayak ramai suatu kesadaran akan kebutuhan tertentu yang berhubungan dengan situasi sosialnya”. (Lull, 1998:117)

Aktivitas atau kegiatan yang dilaksanakan manusia dalam kehidupannya sehari-hari untuk mencapai sasaran tertentu biasanya akan melalui proses pemuasan akan kebutuhan. Jika seseorang merasa kesepian dan ingin bersosialisasi, tetapi malu dan terhalang dalam situasi sosial, dia dapat berpaling pada media untuk mendapatkan interaksi tidak langsung dan kemudian kebutuhannya pun terpuaskan sesuai apa yang dinikmatinya di media yang ia tunjuk.

Dengan adanya kebutuhan dari diri khalayak, membuat khalayak menjadi aktif dalam menggunakan media. Khalayak menjadi produktif dalam mengkonsumsi media, sehingga khalayak akan memilih media yang diinginkannya. Untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia tersebut dalam rangka memuaskan kebutuhan dalam penggunaan mereka terhadap media maka dikaitkanlah motif- motif tertentu dalam tindakan sosialnya.

Pengertian informasi adalah penerangan, kabar, berita tentang sesuatu, atau keseluruhan makna yang menunjang amanat yang terlihat di bagian-bagian amanat tersebut. Nicholas (2000:33) menyatakan bahwa informasi mempunyai 5 fungsi, yaitu:

- a) Fungsi *fact finding* yaitu informasi yang dibutuhkan seseorang untuk menjawab pertanyaan tertentu;

- b) Fungsi *current awareness* yaitu informasi yang dibutuhkan seseorang agar dapat mengikuti perkembangan;
- c) Fungsi riset yaitu seseorang membutuhkan informasi dalam bidang tertentu secara lengkap dan mendalam;
- d) Fungsi *briefing* yaitu informasi yang dibutuhkan seseorang mengenai topik tertentu secara ringkas dan sepintas;
- e) Fungsi stimulus yaitu informasi yang dibutuhkan seseorang untuk merangsang ide-ide baru.

Krikelas dalam Munggaran (2009) mendefinisikan, informasi sebagai rangsangan yang menciptakan ketidakpastian, yang membuat seseorang sadar akan kebutuhan dan menciptakan suatu perubahan dalam tingkat atau derajat tertentu. Informasi dapat mempengaruhi kehidupan pemakai informasi. Inilah salah satu alasan mengapa informasi itu sangat penting. Kebutuhan informasi adalah pengakuan tentang adanya ketidakpastian dalam diri seseorang yang mendorong seseorang untuk mencari informasi. Dalam kehidupan yang sempurna, kebutuhan informasi (*information needs*) sama dengan keinginan informasi (*information wants*), namun pada umumnya ada kendala seperti ketiadaan waktu, kemampuan, biaya, faktor fisik, dan faktor individu lainnya, yang menyebabkan tidak semua kebutuhan informasi menjadi keinginan informasi. Jika seseorang sudah yakin bahwa sesuatu informasi benar-benar diinginkan, maka keinginan informasi akan berubah menjadi permintaan informasi (*information demands*).

Secara umum kebutuhan informasi didorong oleh tugas atau pekerjaan mereka. Menurut Leckie et. al (1996) menyebutkan beberapa indikator kebutuhan informasi yakni sebagai berikut :

- a) Demografi individu, faktor-faktor yang terdapat pada seorang individu seperti usia, pendidikan dan profesi.
- b) Konteks, kapan situasi membutuhkan informasi.
- c) Frekuensi, seberapa sering informasi dibutuhkan.
- d) Kepentingan, informasi dibutuhkan bersifat penting.
- e) Antisipasi, informasi dapat diperkirakan kapan dibutuhkan.
- f) Kompleksitas, kemudahan memperoleh informasi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian korelasional yaitu menganalisis data dan mencari tingkat hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya dengan melakukan pengujian hipotesis. Menurut Rakhmat (2009:27) metode korelasional adalah metode yang digunakan untuk meneliti hubungan antara dua variabel serta bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana hubungan variabel - variabel pada suatu faktor yang berdasarkan pada koefisien korelasi.

#### **2. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara suatu penelitian yang mana kebenarannya perlu untuk diuji dan dibuktikan melalui penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. (Sugiyono, 2007:70).

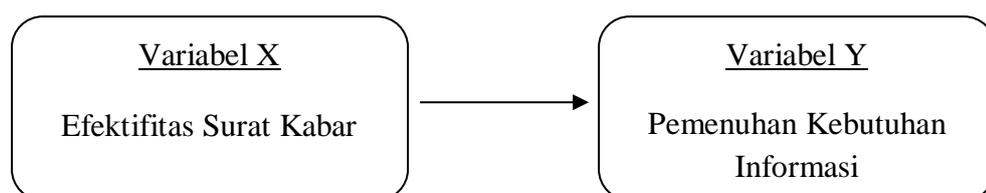
Ha : semakin baik efektifitas Surat Kabar Tribun Medan maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.

$H_0$  : semakin buruk efektifitas Surat Kabar Tribun Medan maka semakin rendah pula pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.

### 3. Kerangka Konsep

Kerangka konseptual menurut Kuncoro (2009:4) adalah pondasi utama dari proyek penelitian, hal ini merupakan jaringan hubungan antar variabel yang secara logis diterangkan, dikembangkan, dan dielaborasi dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi dan *survey literature*. Sedangkan Menurut Sekaran (2009:87) bahwa kerangka konseptual mendiskusikan mengenai hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Mengembangkan kerangka konseptual membantu kita untuk menghipotesis dan menguji berbagai hubungan dan pengaruh sehingga memperjelas pemahaman kita mengenai dinamika situasi yang kita teliti.

**Gambar 3.1 Kerangka Konseptual**



### 4. Defenisi Konsep

Menurut Singarimbun (2006:45), konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti, yaitu:

- a. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan baik melalui lisan ataupun tulisan sehingga terjadi umpan balik (*feedback*) antara komunikator dengan komunikan.
- b. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas melalui media yang tersedia.
- c. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.
- d. Surat Kabar adalah sebuah lembaga penerbitan pers berupa lembaran cetak, memuat laporan yang terjadi di masyarakat secara periodik, bersifat umum dan mengandung nilai-nilai moral, etika dan lain-lain.
- e. Kebutuhan Informasi merupakan suatu pengetahuan akan segala sesuatu yang dirasa menjadi hal yang harus dipenuhi oleh setiap individu.

## **5. Defenisi Operasional**

Menurut Nawawi (2005:37), mengemukakan bahwa setelah jumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan defenisi operasional sebagai hasil pemikiran rasional yang kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai.

- a. Variabel Bebas atau independent variable (X), yaitu variable yang diduga sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Yang menjadi variabel bebas yaitu Efektifitas Surat Kabar.

- b. Variabel Terikat atau dependent variabel (Y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

**Tabel.3.1. Defenisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
Efektifitas Surat Kabar	Pemahaman isi berita
	Mempengaruhi sikap pembaca
	Memberi efek positif kepada pembaca
	Menambah pengetahuan pembaca
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Demografi individu
	Kemudahan memperoleh informasi
	Konteks informasi
	Frekuensi informasi

Sumber : Ruslan (2004) dan Leckie et. al (1996)

## **6. Populasi dan Sampel**

### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono (2005:90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Nawawi, populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, test ataupun peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Nawawi, 2005:4). Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Angkatan 2013 yang berjumlah 91 orang. (<http://dirmahasiswa.usu.ac.id/> diakses pada tanggal 27 Juli Pukul. 23.14 WIB)

## **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2003:91). Pengambilan sebagian itu dimaksudkan sebagian representatif dari seluruh populasi, sehingga kesimpulan juga berlaku bagi keseluruhan populasi. Dalam menentukan sampel penelitian ini, peneliti menggunakan teknik yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008:53-54), yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Menurut Arikunto (2002:120), bila populasi kurang dari 100 orang maka diambil keseluruhannya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika populasi lebih dari 100 orang maka dapat diambil 10-15 persen atau 20 - 25 persen sampel atau lebih. Maka berdasarkan penjelasan diatas yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Angkatan 2013 yang berjumlah 91 orang.

## **7. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data dan informasi, keterangan - keterangan yang diperlukan penulis menggunakan metode sebagai berikut :

### **a. Pengumpulan Data Primer**

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data primer tersebut dilakukan dengan cara berikut :

### 1) Metode Angket (kuisisioner)

Teknik pengumpulan data melalui pemberian daftar pertanyaan secara tertutup kepada responden yang dilengkapi dengan berbagai alternatif jawaban. Respondennya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Untuk membantu dalam menganalisa data yang diperoleh dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan teknik penentuan skor. Teknik penentuan skor yang digunakan adalah dengan skala ordinal untuk menilai jawaban kuisisioner responden. Adapun skor yang ditentukan untuk setiap pertanyaan adalah :

- a) Untuk alternative jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 5
- b) Untuk alternative jawaban S (setuju) diberi skor 4
- c) Untuk alternative jawaban KS (kurang setuju) diberi skor 3
- d) Untuk alternative jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2
- e) Untuk alternative jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor 1

### 2) Metode Observasi

Pelaksanaan pengamatan secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang berkaitan dengan fokus penelitian.

### **b. Pengumpulan Data Sekunder**

Data sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan berupa, buku, jurnal, makalah, artikel, dan berbagai tulisan lainnya yang menyangkut dalam penelitian ini.

## 8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka - angka kemudian menarik kesimpulan dan pengujian tersebut. Alat uji statistik yang akan di gunakan adalah :

### a. Koefisien Korelasi Product Moment

Cara ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya dan besar kecilnya hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2005:193). Cara perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi  
 x = variabel bebas  
 y = variabel terikat  
 n = jumlah sampel

Dari hasil perhitungan tersebut akan memperlihatkan kemungkinan-kemungkinan sebagai berikut :

- a. Koefisien korelasi yang diperoleh sama dengan nol ( $r = 0$ ) berarti hubungan kedua variabel yang diuji tidak ada.
- b. Koefisien korelasi yang diperoleh positif ( $r = +$ ) berarti kenaikan nilai variabel yang satu, diikuti nilai variabel yang lain dan kedua variabel memiliki hubungan positif.

- c. Koefisien korelasi yang diperoleh negatif ( $r = -$ ) berarti kedua variabel negatif dan menunjukkan meningkatnya variabel yang satu diikuti menurunnya variabel yang lain.

Untuk mengetahui adanya hubungan yang tinggi, sedang atau rendah antar kedua variabel berdasarkan nilai  $r$  (koefisien korelasi) digunakan penafsiran atau interpretasi angka yang dikemukakan oleh (Sugiyono 2005:214).

Tabel 3.2. Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien Korelasi

Interprestasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 0,999	Sangat Tinggi

Sumber : (Sugiyono 2005:214)

Dengan nilai  $r$  yang diperoleh maka dapat diketahui apakah nilai  $r$  yang diperoleh berarti atau tidak dan bagaimana tingkat hubungannya melalui tabel korelasi. Tabel korelasi menentukan batas-batas  $r$  yang signifikan. Bila  $r$  tersebut signifikan, artinya hipotesis kerja dan alternatif dapat diterima.

#### b. Koefisien Determinan

Menurut Sugiyono (2002:153), Teknik ini digunakan untuk mengetahui berapa persen besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus dari koefisien determinan yaitu :

$$D = (r_{xy})^2 \times 100 (\%)$$

Keterangan :

$D$  = koefisien Determinant

$(r_{xy})^2$  = Koefisien Product Moment antara  $x$  dan  $y$ .

## **9. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menentukan dan mengambil objek atau lokasi penelitiannya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Waktu penelitian dimulai dari bulan Juni hingga Agustus 2017.

## **10. Deskripsi Lokasi Penelitian**

### **1. Sejarah Singkat**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (FISIP USU) berdirisejak tahun 1982 berdasarkan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1982 dan menjadi fakultas yang ke-9 (kesembilan) di lingkungan Universitas Sumatera Utara. FISIP USU merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam aktivitas mencerdaskan kehidupan bangsa, menguatkan suasana demokrasi, dan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan FISIP USU di Provinsi Sumatera Utara memberikan sumbangan pemikiran bagi kemajuan daerah yang dikenal sangat multikultural. Melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai tugas utama, FISIP USU telah melakukan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat khususnya kepada masyarakat di Provinsi Sumatera Utara dan provinsi tetangganya. Meskipun tidak sedikit layanan pendidikan yang diberikan FISIP USU dirasakan oleh putra-putri terbaik dari seluruh provinsi di Indonesia. Kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi menjadi ciri khas FISIP USU dalam merancang program dan produk berupa hasil penelitian yang dipublikasikan, model pembelajaran yang diterapkan, dan pengabdian masyarakat yang diadaptasikan. FISIP USU menyebutnya sebagai Tri Dharma untuk Negeri yang memberikan kontribusi pemantapan demokrasi dan kesejahteraan rakyat.

Prioritas utama dari kegiatan Tri Dharma yang dilakukan FISIP USU sejak 1980 telah mengalami berbagai perkembangan terutama terkait program studi dan sumber daya manusia (SDM) untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Bermula dari Jurusan Pengetahuan Masyarakat pada Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, setahun kemudian diubah menjadi Jurusan Pengetahuan Masyarakat, kemudian Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial (IIS). Pada tahun 1982, Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial resmi menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dengan menggunakan gedung perkuliahan di Fakultas Kedokteran Gigi (FKG) Universitas Sumatera Utara.

Pada awalnya (1980/1981), FISIP-USU hanya membuka dua jurusan, yaitu 1) Jurusan Ilmu Administrasi Negara; dan 2) Jurusan Ilmu Komunikasi. Pembukaan dua jurusan ini tentunya didasarkan pada pertimbangan kedua jurusan tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pembangunan daerah, dan ketersediaan staf pengajar (dosen). Tahun Ajaran 1983/1984, FISIP USU membuka dua jurusan baru yaitu 1) Jurusan Sosiologi; dan 2) Jurusan Kesejahteraan Sosial; serta menerima perpindahan Jurusan Antropologi dari Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara.

Sesuai dengan SK Mendikbud RI No. 0535/0/83 tahun 1983 tentang jenis dan jumlah jurusan pada fakultas di lingkungan Universitas Sumatera Utara, FISIP USU mempunyai 6 (enam) jurusan, yaitu:

- Jurusan Sosiologi,
- Jurusan Kesejahteraan Sosial,
- Jurusan Antropologi Sosial,

- Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial,
- Jurusan Ilmu Komunikasi,
- Jurusan Mata Kuliah Dasar Umum (MKDU).

Jurusan MKDU kemudian diserahkan pengelolaannya di luar FISIP USU dengan pertimbangan bahwa jurusan tersebut bukan disiplin Ilmu yang berdiri sendiri, melainkan mengelola mata kuliah yang termasuk pada kelompok Mata Kuliah Dasar Umum. Sejalan dengan perkembangan kebutuhan masyarakat, pemerintah daerah dan didukung oleh ketersediaan staf pengajar, FISIP USU kembali membuka Program Studi D3 Administrasi Perpajakan, pada tahun 1996 dengan SK Dikti No. 105/Dikti/Kep/1996 tanggal 18 April 1996 dan membuka program S1 Program Studi Ilmu Politik dengan SK Dikti No. 108/Dikti/Kep/2001 tanggal 30 April 2001. Tahun 2009 FISIP USU membuka Program Studi Administrasi Bisnis dengan SK Rektor USU No. 920/H5.1.R/SK/PRS/2009, tanggal 11 Mei 2009. Selain Program S1 dan D3, FISIP USU juga telah membuka Program S2 Program Studi Studi Pembangunan tahun 2009 dengan SK Rektor USU.

No.17019/H5.1.R/SK/SPB/2009, serta Program Studi S2 Ilmu Komunikasi tahun 2011 dengan SK Rektor USU No.980/H5.1.R/SK/PRS/2011, dan Program Studi S2 Sosiologi dengan SK Rektor USU No.2356/UN5.1.R/SK/PRS/2011. Setelah itu, di tahun yang sama FISIP USU juga membuka Program Studi S3 Studi Pembangunan dengan SK Rektor USU No.3122/UN5.1.R/SK/PRS/2011 tanggal 31 Desember 2011. Pembukaan program studi sejak tahun 2005 dilakukan seiring dengan perubahan statute Universitas Sumatera Utara menjadi Badan Hukum

Milik Negara (BHMN) dan sejak tahun 2016 USU menjadi PTN-bh yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2014 Tentang Statuta Universitas Sumatera Utara.

Tahun 2015 berdiri Program Studi S2 Ilmu Politik yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Pejabat Rektor Universitas Sumatera Utara No: 1427/UN5.1.R/SK/PRS/2015 tanggal 03 September 2015. Saat ini FISIP USU mengelola 13 Program Studi yaitu

### **Program Diploma**

- Perpajakan,

### **Program Sajaana**

- Ilmu Administrasi Negara,
- Ilmu Komunikasi,
- Ilmu Kesejahteraan Sosial,
- Sosiologi
- Antropologi,
- Ilmu Politik,
- Ilmu Administrasi Bisnis,

### **Program Magister**

- Studi Pembangunan,
- Ilmu Komunikasi,
- Sosiologi,
- Ilmu Politik,

## **Program Doktorat**

- Studi Pembangunan,

Program rutin yang menjadi prioritas FISIP USU yaitu menghasilkan alumni yang memiliki kualifikasi akademik dan praktik bidang ilmu sosial dan politik, memiliki kekuatandaya saing dan mampu meningkatkan kualitas staf pengajar serta tenaga kependidikan yang profesional. Layanan pendidikan FISIP USU selalu diukur dengan capaian kinerja penelitian, publikasi, dan pengabdian masyarakat, penambahan persentase dosen dengan kualifikasi pendidikan S3 dan guru besar (professor) bidang ilmu sosial dan politik.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. Visi**

Sejalan dengan perkembangan dan dinamika masyarakat Indonesia, khususnya yang terkait dengan otonomi daerah, demokratisasi, globalisasi dan lain sebagainya, FISIP-USU telah memiliki kontribusi dalam kegiatan penelitian, publikasi, dan pengabdian masyarakat yang aplikatif. Oleh karena itu, agar program studi lebih fokus pada kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan selama kurun waktu 2016–2021 dan untuk mensinergikan dengan program kerja Universitas Sumatera Utara, maka ditetapkan VISI FISIP USU 2016-2021 “Menjadi Fakultas yang Memiliki Keunggulan Akademik dan Mampu Bersaing dalam Pengembangan Ilmu dan Riset Terapan Kebijakan Publik Bidang Sosial dan Politik Pada Tataran Global Tahun 2021”

Visi FISIP USU diharapkan dapat menjadi motivasi yang tinggi bagi seluruh civitas akademika untuk secara bersama-sama membangun FISIP

khususnya dan USU pada umumnya melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada Masyarakat sehingga FISIP USU menjadi fakultas yang unggul di bidang pendidikan dan riset terapan kebijakan publik bidang sosial dan politik. Melalui kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi tersebut diharapkan FISIP USU tidak hanya unggul dalam bidang pendidikan dan riset sosial politik, tetapi juga berkontribusi bagi pembangunan masyarakat yang berkualitas dan berkarakter.

**b. Misi**

Untuk mencapai Visi FISIP USU, maka disusunlah misi yaitu kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi. Melalui misi yang jelas, diharapkan seluruh anggota organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan mengenal organisasi dan mengetahui peran serta dan hasil-hasil yang akan diperoleh organisasi di masa yang akan datang.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Penyajian Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden selama melakukan penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, dimana responden diharuskan memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Setiap jawaban akan diberikan nilai atau skor.

Penulis akan menyajikan penelitian yang telah dilakukan selama penulisan skripsi ini dengan menyebarkan kuesioner. Adapun kuesioner yang disebarkan terdiri atas 2 variabel, yaitu :

- a) Variabel bebas/Efektifitas Surat Kabar (X) terdiri atas 12 pertanyaan.
- b) Variabel terikat/Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) terdiri atas 10 pertanyaan.

Bagian ini dimaksudkan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel yang diteliti tersebut yang kemudian akan digunakan dalam analisa data untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel efektifitas surat kabar dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi dan sekaligus untuk menguji hipotesis. Untuk menentukan nilai pada jenis pertanyaan dari suatu indikator, digunakan skala yang mengurutkan dari suatu tingkat sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

Jadi nilai masing-masing alternatif 5 (lima) jawaban yang telah disediakan adalah sebagai berikut:

- a. Jawaban “SS” bernilai 5 untuk tingkat sangat tinggi
- b. Jawaban “S” bernilai 4 untuk tingkat tinggi
- c. Jawaban “KS” bernilai 3 untuk tingkat sedang
- d. Jawaban “TS” bernilai 2 untuk tingkat rendah
- e. Jawaban “SKS” bernilai 1 untuk tingkat sangat rendah

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden**

Data karakteristik responden dimaksudkan untuk mengidentifikasi responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Stambuk 2013 yang menjadi sampel responden berjumlah 91 orang. Karakteristik responden ini meliputi jenis kelamin, dan usia. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel-tabel yang diuraikan peneliti di bawah ini:

**Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama**

No	Agama	Frekuensi	Persentase (%)
1	Islam	54	59.3
2	Kristen	37	40.7
3	Budha	-	-
4	Hindu	-	-
Jumlah		91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan agama diatas, 54 responden (59.3%) beragama Islam sedangkan 37 responden (40.7%) beragama kristen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini beragama Islam.

**Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pria	40	43.9
2	Wanita	51	56.1
Jumlah		91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin diatas, 40 responden (43.9%) berjenis kelamin laki – laki sedangkan 51 orang responden (56.1%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	22 Tahun	10	11
2	23 Tahun	58	63.7
3	24 Tahun	23	25.3
Jumlah		91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan usia, 10 orang responden (11%) berusia 22 tahun, 58 orang responden (63.7%) berusia 23 tahun dan 23 orang responden (25.3%) berusia 24 tahun.. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia 23 tahun.

**Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membaca**

No	Agama	Frekuensi	Persentase (%)
1	Setiap Hari	10	11
2	1 Kali Seminggu	22	24.2
3	2-4 Kali Seminggu	47	51.6
4	1 Kali Sebulan	12	13.2
Jumlah		91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan frekuensi membaca diatas, 10 orang responden (11%) membaca surat kabar Tribun setiap hari, 22 orang (24.2%) membaca satu kali seminggu, 47 orang (51.6) membaca dua sampai empat kali seminggu dan 12 orang responden (13.2%) membaca sebulan

sekali. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden membaca surat kabar Tribun sebanyak dua sampai empat kali seminggu.

### C. Deskripsi Variabel

#### 1. Variabel X (Efektifitas Surat Kabar)

**Tabel 4.5**  
**Saya Memahami Isi Berita Yang Baca**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	29,7
2	Setuju	53	58.2
3	Kurang Setuju	11	12.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 53 orang responden (58.2%) menyatakan setuju bahwa saya memahami isi berita yang baca, 27 orang responden (29.7%) menyatakan sangat setuju, 11 orang responden (12.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memahami isi berita yang ia baca pada surat kabar Tribun Medan.

**Tabel 4.6**  
**Saya Memilih Topik Berita Yang Ingin Saya Baca**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	34	37.4
2	Setuju	56	61.5
3	Kurang Setuju	1	1.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 56 orang responden (61.5%) menyatakan setuju bahwa saya memilih topik berita yang ingin saya baca, 34 orang responden (37,4%) menyatakan sangat setuju, 1 orang responden (1.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden akan memilih topic berita yang akan ia baca pada surat kabar Tribun Medan.

**Tabel 4.7**  
**Saya Mengikuti Isi Berita Pada Surat Kabar Tribun**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	18.7
2	Setuju	53	58.2
3	Kurang Setuju	21	23.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 53 orang responden (58.2%) menyatakan setuju bahwa saya mengikuti isi berita pada surat kabar Tribun, 17 orang responden (18.7%) menyatakan setuju, 21 orang responden (23.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa para responden selalu mengikuti isi berita yang ada pada surat kabar Tribun Medan.

**Tabel 4.8**  
**Berita Yang Ditampilkan Pada Surat Kabar Tribun Mampu Menarik**  
**Perhatian Pembaca**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	25.2
2	Setuju	58	63.7
3	Kurang Setuju	10	12.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 58 orang responden (63.7%) menyatakan setuju bahwa berita yang ditampilkan pada surat kabar Tribun mampu menarik perhatian pembaca, 23 orang responden (25.2%) menyatakan sangat setuju, 10 orang responden (12.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa berita yang ditampilkan pada surat kabar Tribun mampu menarik perhatian dari mayoritas responden.

**Tabel 4.9**  
**Surat Kabar Tribun Memberikan Berita Yang Aktual**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	22
2	Setuju	69	75.8
3	Kurang Setuju	2	2.2
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 69 orang responden (75.8%) menyatakan setuju bahwa surat kabar Tribun memberikan berita yang aktual, 20 orang responden (22%) menyatakan setuju, 2 orang responden (2.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa berita yang muncul pada surat kabar Tribun merupakan berita yang aktual dan terbaru.

**Tabel 4.10**  
**Isi Berita Yang Terdapat Pada Surat Kabar Tribun Merupakan Berita Yang**  
**Berhubungan Dengan Mahasiswa**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	36.3
2	Setuju	41	45.1
3	Kurang Setuju	17	18.6
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 41 orang responden (45.1%) menyatakan setuju bahwa isi berita yang terdapat pada surat kabar Tribun merupakan berita yang berhubungan dengan mahasiswa, 33 orang responden (36.3%) menyatakan sangat setuju, 17 orang responden (18.6%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa isi berita yang ditampilkan pada surat kabar Tribun merupakan berita yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa.

**Tabel 4.11**  
**Membaca Surat Kabar Sebagai Pemanfaatan Waktu Luang**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	27.5
2	Setuju	38	41.7
3	Kurang Setuju	28	30.8
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 38 orang responden (41.7%) menyatakan setuju bahwa membaca surat kabar sebagai pemanfaatan waktu luang, 25 orang responden (27.5%) menyatakan sangat setuju, 28 orang responden (30.8%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengatakan bahwa membaca surat kabar merupakan pilihan yang dilakukan untuk memanfaatkan waktu luang yang ada.

**Tabel 4.12**  
**Mahasiswa Merasa Terbantu Dalam Kemudahan Memperoleh Informasi**  
**Yang Dibutuhkan**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	31	34.1
2	Setuju	43	47.2
3	Kurang Setuju	17	18.7
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 43 orang responden (47.2%) menyatakan setuju bahwa mahasiswa merasa terbantu dalam kemudahan memperoleh informasi yang dibutuhkan, 31 orang responden (34.1%) menyatakan setuju, 17 orang responden (18.7%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa dengan adanya surat kabar Tribun mempermudah para responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

**Tabel 4.13**  
**Berita Yang Ada Pada Surat Kabar Tribun Sangat Lengkap**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	20.9
2	Setuju	50	54.9
3	Kurang Setuju	22	24.2
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 19 orang responden (20.9%) menyatakan sangat setuju bahwa berita yang ada pada surat kabar Tribun sangat lengkap, 50 orang responden (54.9%) menyatakan setuju, 22 orang responden (24.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa berita yang tersedia pada surat kabar Tribun sudah sangat lengkap karena menampilkan beberapa topik berita yang sedang terjadi.

**Tabel 4.14**  
**Saya Memperoleh Pengetahuan Diluar Jam Kuliah Dengan Membaca Surat**  
**Kabar Tribun**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	23.1
2	Setuju	49	53.8
3	Kurang Setuju	21	23.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 21 orang responden (23.1,%) menyatakan sangat setuju bahwa saya memperoleh pengetahuan diluar jam kuliah dengan membaca surat kabar Tribun, 49 orang responden (53.8%) menyatakan setuju, 21 orang responden (23.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa setelah membaca surat kabar Tribun, para responden memperoleh pengetahuan dan informasi baru yang tidak mereka temui saat jam kuliah.

**Tabel 4.15**  
**Berita Yang Saya Baca Mampu Menambah Pengetahuan**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	28.6
2	Setuju	59	64.8
3	Kurang Setuju	6	6.6
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 26 orang responden (28.6%) menyatakan sangat setuju bahwa berita yang saya baca mampu menambah pengetahuan, 59 orang responden (64.8%) menyatakan setuju, 6 orang responden (6.6%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas merasa bahwa membaca berita memberikan efek positif kepada responden yakni menambah pengetahuan para responden mengenai hal-hal ataupun isu yang berkembang saat ini.

**Tabel 4.16****Saya Sering Mencari Bahan Tugas Kuliah Dari Surat Kabar Atau Koran**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	23.1
2	Setuju	53	58.2
3	Kurang Setuju	17	18.7
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 21 orang responden (23.1%) menyatakan sangat setuju bahwa saya sering mencari bahan tugas kuliah dari surat kabar atau Koran, 53 orang responden (58.2%) menyatakan setuju, 17 orang responden (18.7%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa terbantu dengan adanya surat kabar atau Koran karena mayoritas responden sering mencari bahan tugas kuliah dari surat kabar maupun Koran.

## 2. Deskripsi Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

Tabel 4.17

### Surat Kabar Tribun Memperhatikan Segmentasi Pembaca

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	22
2	Setuju	69	75.8
3	Kurang Setuju	2	2.2
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 20 orang responden (22%) menyatakan sangat setuju bahwa surat kabar Tribun memperhatikan segmentasi pembaca, 69 orang responden (75.8%) menyatakan setuju, 2 orang responden (10,3%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa pimpinan surat kabar Tribun memperhatikan segmentasi pembaca dari surat kabar Tribun, dengan memperhatikan segmentasi pembaca diharapkan surat kabar Tribun mampu menguasai segmen pasar yang di tuju.

**Tabel 4.18**  
**Saya Lebih Sering Membaca Surat Kabar Tribun Dibandingkan Dengan**  
**Yang Lain**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	25.3
2	Setuju	41	45.1
3	Kurang Setuju	27	29.6
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 23 orang responden (25,3%) menyatakan sangat setuju bahwa saya lebih sering membaca surat kabar Tribun dibandingkan dengan yang lain, 41 orang responden (45.1%) menyatakan setuju, 27 orang responden (29.6%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjadikan surat kabar Tribun sebagai pilihan pertama saat ingin membaca berita di surat kabar.

**Tabel 4.19**  
**Mahasiswa Sangat Terbantu Dengan Adanya Surat Kabar Tribun Terutama**  
**Dalam Pemenuhan Informasi**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	16.5
2	Setuju	55	60.4
3	Kurang Setuju	21	23.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 15 orang responden (16.5%) menyatakan sangat setuju bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan adanya surat kabar Tribun terutama dalam pemenuhan informasi, 55 orang responden (60.4%) menyatakan setuju, 21 orang responden (23.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa dengan adanya surat kabar Tribun memberikan pilihan baru kepada para responden terutama mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan akan informasi yang aktual.

**Tabel 4.20**  
**Surat Kabar Tribun Sangat Mudah Diperoleh Oleh Mahasiswa**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	23.1
2	Setuju	69	75.8
3	Kurang Setuju	1	1.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 21 orang responden (23.1%) menyatakan sangat setuju bahwa surat kabar Tribun sangat mudah diperoleh oleh mahasiswa, 69 orang responden (75.8%) menyatakan setuju, 1 orang responden (1.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa surat kabar Tribun sangat mudah diperoleh dan tersedia setiap hari sehingga jika seorang mahasiswa ingin memperoleh surat kabar Tribun dapat dengan mudah diperoleh.

**Tabel 4.21**  
**Mahasiswa Mengikuti Dengan Seksama Setiap Informasi Yang Muncul Pada Surat Kabar Tribun**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	51	56
2	Setuju	39	42.9
3	Kurang Setuju	1	1.1
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 51 orang responden (56%) menyatakan sangat setuju bahwa mahasiswa mengikuti dengan seksama setiap informasi yang muncul pada surat kabar Tribun, 39 orang responden (42%) menyatakan setuju, 1 orang responden (1.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa mereka mengikuti dengan seksama setiap informasi yang ada pada surat kabar Tribun terutama tentang informasi yang berhubungan dengan mahasiswa.

**Tabel 4.22**  
**Surat Kabar Tribun Mempermudah Akses Berita Kepada**  
**Masyarakat/Mahasiswa**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	11	12.1
2	Setuju	52	57.1
3	Kurang Setuju	28	30.8
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 11 orang responden (12.1%) menyatakan sangat setuju bahwa surat kabar Tribun mempermudah akses berita kepada masyarakat/mahasiswa, 52 orang responden (57.1%) menyatakan setuju, 28 orang responden (30.8%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa dengan adanya surat kabar Tribun, akses berita atau informasi menjadi lebih mudah diperoleh oleh masyarakat.

**Tabel 4.23**  
**Berita Atau Informasi Yang Ditawarkan Pada Surat Kabar Tribun**  
**Merupakan Hal Yang Sedang Berkembang Saat Ini**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	16.5
2	Setuju	69	75.8
3	Kurang Setuju	7	7.7
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 15 orang responden (16.5%) menyatakan sangat setuju bahwa berita atau informasi yang ditawarkan pada surat kabar Tribun merupakan hal yang sedang berkembang saat ini, 69 orang responden (75.8%) menyatakan setuju, 7 orang responden (7.7%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengatakan bahwa berita yang ditampilkan pada surat kabar Tribun merupakan berita atau informasi yang aktual dan sedang berkembang pada saat itu.

**Tabel 4.24****Surat Kabar Tribun Tidak Hanya Fokus Pada Satu Topik Berita Saja**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	18.7
2	Setuju	54	59.3
3	Kurang Setuju	20	22
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 17 orang responden (18.7%) menyatakan sangat setuju bahwa surat kabar Tribun tidak hanya fokus pada satu topik berita saja, 54 orang responden (59.3%) menyatakan setuju, 20 orang responden (22%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengatakan bahwa berita yang tersedia pada surat kabar Tribun memiliki topik yang beraneka ragam dan surat kabar Tribun tidak hanya terfokus pada satu topik berita.

**Tabel 4.25**  
**Frekuensi Terbit Dari Surat Kabar Tribun Sesuai Dengan Keinginan Pembaca**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	22
2	Setuju	52	57.1
3	Kurang Setuju	19	20.9
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 20 orang responden (22%) menyatakan sangat setuju bahwa frekuensi terbit dari surat kabar Tribun sesuai dengan keinginan pembaca, 52 orang responden (57.1%) menyatakan setuju, 19 orang responden (20.9%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa frekuensi terbit dari surat kabar Tribun memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan sesuai dengan keinginan para pembaca.

**Tabel 4.26****Saya Sangat Puas Dengan Frekuensi Terbit Dari Surat Kabar Tribun**

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	29.7
2	Setuju	58	63.7
3	Kurang Setuju	6	6.6
4	Tidak Setuju		
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	91	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan data pada tabel distribusi responden diatas, 27 orang responden (29.7%) menyatakan sangat setuju bahwa saya sangat puas dengan frekuensi terbit dari surat kabar Tribun, 58 orang responden (63.7%) menyatakan setuju, 6 orang responden (6.6%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan frekuensi terbit dari surat kabar Tribun.

## D. ANALISIS DATA

### 1. Koefisien Korelasi Product Moment

Diketahui : N : 91

$$\sum x : 4493$$

$$\sum y : 3724$$

$$\sum x^2 : 222243$$

$$\sum y^2 : 152784$$

$$\sum xy : 184043$$

$$\text{Maka } r_{xy} = \frac{N \cdot \sum_{xy} - (\sum_x)(\sum_y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum_{x^2} - (\sum_x)^2\} \{N \cdot \sum_{y^2} - (\sum_y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{91 \cdot 184043 - (4493)(3724)}{\sqrt{\{(91 \cdot 222243) - (4493)^2\} \cdot \{(91 \cdot 152784) - (3724)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{16747913 - 16731932}{\sqrt{(20224113 - 20187049) \cdot (13903344 - 13868176)}}$$

$$r_{xy} = \frac{15981}{\sqrt{37064 \cdot 35168}}$$

$$r_{xy} = \frac{15981}{36103.56}$$

$$r_{xy} = 0,442$$

Dengan hasil perhitungan diperoleh hasil koefisien yang positif sebesar 0,442 antara variabel X dan variabel Y, dimana kenaikan variabel yang satu akan diikuti dengan kenaikan variabel yang lainnya. hubungan yang positif tersebut mengartikan bahwa semakin baik efektifitas surat kabar maka akan semakin baik pula pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU. Hasil perhitungan nilai koefisien

korelasi product moment diperoleh  $r_{xy}$  sebesar 0,442 dan  $r$  tabel sebesar 0,173 pada  $df = 89$  dengan jumlah sampel sebanyak 91 orang dengan ketentuan jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y, maka tabel korelasi di tampilkan kembali sebagai berikut.

**Tabel 4.27. Interpretasi Koefisien Korelasi *Product Moment***

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
<b>0,40 – 0,599</b>	<b>Sedang</b>
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 0,99	Sangat Tinggi

**Sumber: Sugiyono (2008)**

Dengan mengkonsultasikan  $r$  yang diperoleh dengan tabel pedoman interpretasi diatas maka dapat dilihat bahwa  $r = 0,442$  berada pada interval koefisien 0,40 – 0,599 jadi tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y berada pada titik sedang.

## **2. Koefisien Determinan**

Teknik ini digunakan berapa persen besarnya pengaruh variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y). Namun sebelum menentukan Koefisien Determinasi maka harus ditentukan sebelumnya  $r$  (nilai Koefisien Korelasi *Product Moment*). Penggunaan tehnik analisa ini dilakukan

untuk mengetahui berapa besar pengaruh antar variabel X dan variabel Y. Dari hasil r (koefisien korelasi) diatas, maka besarnya pengaruh tersebut dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 D &= (r_{xy})^2 \times 100\% \\
 &= (0,442)^2 \times 100\% \\
 &= 0,1953 \times 100\% \\
 &= 19,53\%
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara variabel X (efektifitas surat kabar) terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) adalah sebesar 19.53% dan sisanya sebesar 80.47% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara efektifitas surat kabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

### **3. Uji-T (Uji Hipotesis)**

Uji hipotesis dalam koefisien korelasi adalah untuk menguji signifikansi hubungan, yaitu apakah hubungan yang ditemukan itu berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 91 orang, maka perlu di uji signifikansinya. Untuk menguji hipotesis dari penelitian ini kita menggunakan uji-t untuk menguji hipotesis penelitian yakni : adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara efektifitas surat kabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang secara statistik dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,442\sqrt{91-2}}{\sqrt{1-(0,442)^2}} \\
 t &= \frac{4.169}{0,897}
 \end{aligned}$$

$$t = 4.64$$

Berdasarkan ketentuan pengujian hipotesis :

- Jika  $\rho \neq 0$  maka  $H_0$  (Hipotesa Nol) ditolak dan  $H_1$  (Hipotesa Alternatif) diterima, artinya semakin baik efektifitas Surat Kabar Tribun Medan maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.
- Jika  $\rho = 0$  maka  $H_0$  (hipotesa Nol) diterima dan  $H_1$  (Hipotesa Alternatif) ditolak, artinya semakin buruk efektifitas Surat Kabar Tribun Medan maka semakin rendah pula pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.

Dengan demikian  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $4.64 \geq 1,66$ ), maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan demikian semakin baik efektifitas Surat Kabar Tribun Medan maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.

## **E. Pembahasan**

Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa tentu tidak dapat dipisahkan dari kegiatan aktualisasi diri. Dalam kegiatan aktualisasi diri yang dilakukan,

mahasiswa tentu membutuhkan bekal dan pengetahuan agar proses aktualisasi diri yang akan dilakukan berjalan dengan baik. Pengetahuan tersebut diperoleh tidak hanya dalam kegiatan perkuliahan tetapi dapat pula diperoleh melalui media-media yang ada di sekitarnya. Salah satu media tersebut yaitu surat kabar, didalam surat kabar tersedia informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

Dalam hal ini penulis meneliti mengenai “Efektifitas Surat Kabar Tribun Medan dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa FISIP USU”. Dan dalam penelitian dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang ada dalam penelitian, berdasarkan hasil penelitian dan pengujian diperoleh hasil yaitu hasil penghitungan diperoleh hasil koefisien korelasi product moment yang positif sebesar 0,442 (sedang) antara variabel efektifitas surat kabar dan pemenuhan kebutuhan informasi, dimana kenaikan variabel efektifitas surat kabar akan diikuti dengan kenaikan variabel pemenuhan kebutuhan informasi. Dan hubungan yang positif tersebut mengartikan bahwa semakin baik efektifitas surat kabar maka akan semakin baik pula pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Sementara itu melalui hasil perhitungan nilai koefisien korelasi product moment diperoleh  $r_{xy}$  sebesar 0,442 dan  $r$  tabel sebesar 0,173 pada  $df = 89$  dengan jumlah sampel sebanyak 91 orang. Dengan kata lain, diketahui bahwa besarnya hubungan antara variabel X (efektifitas surat kabar) terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) adalah sebesar 19.53% dan sisanya sebesar 80.47% dipengaruhi oleh faktor lain (variabel lain) di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara efektifitas surat kabar terhadap pemenuhan

kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU.

Hasil pengujian hipotesis penelitian diperoleh jawaban bahwa nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $4.64 \geq 1,66$ ), maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian semakin baik efektifitas Surat Kabar Tribun Medan maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh hasil koefisien yang positif sebesar 0,442 (sedang) antara variabel X dan variabel Y, dimana kenaikan variabel yang satu akan diikuti dengan kenaikan variabel yang lainnya. hubungan yang positif tersebut mengartikan bahwa semakin baik efektifitas surat kabar maka akan semakin baik pula pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU. Hasil perhitungan nilai koefisien korelasi product moment diperoleh  $r_{xy}$  sebesar 0,442 dan  $r$  tabel sebesar 0,173 pada  $df = 89$  dengan jumlah sampel sebanyak 91 orang.
2. Dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara variabel X (efektifitas surat kabar) terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) adalah sebesar 19.53% dan sisanya sebesar 80.47% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara efektifitas surat kabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU.
3. Adanya hubungan antara efektifitas surat kabar Tribun Medan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU, hal ini disebabkan semakin baik efektifitas penggunaan surat kabar Tribun Medan tentunya akan menambah pengetahuan dan memberikan informasi yang aktual kepada para mahasiswa.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang pengaruh efektifitas surat kabar Tribun terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan ke depannya untuk memenuhi kebutuhan informasi, mahasiswa Ilmu Komunikasi harus mencari media lain sebagai alternatif sumber pemenuhan informasi.
2. Ke depannya diharapkan topik berita yang ditampilkan pada surat kabar Tribun lebih variatif dan menjangkau mahasiswa.
3. Ke depannya, pihak manajemen surat kabar Tribun Medan lebih memperhatikan mahasiswa sebagai pangsa pasar yang ingin dituju.
4. Dalam pemenuhan kebutuhan informasi, mahasiswa harus lebih sering mencari informasi pada surat kabar Tribun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, Dan Diskursus. Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse. Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Raja Grafindo, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Junaidi, Kurniawan. 1991. *Ensiklopedi Pers Indonesia*. Jakarta : Gramedia.
- Leckie, et all. .1996. "Modelling the information seeking of professional: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers". *Library Quarterly*, 66.
- Lull. James. 1998, *Media, Komunikasi Kebudayaan : Suatu pendekatan*. Global, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- McQuail. Dennis. 1994, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2005, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga.
- Munggaran, Abdi Halim. 2009. *Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa yang Memanfaatkan Layanan Search Engines dalam Menyusun Skripsi: studi*

kasus mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Indonesia.

Nawawi, Hadari. 2005. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada. University Press.

Nicholas, David. 2000. Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concept For the Internet Age.

Nugroho, Riant. 2004. Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi. Jakarta.

Rakhmat, Jalaludin, 2004. Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. 2003. Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarata : PT. Raja. Grafindo Persada.

Singarimbun, M. 2006, Metode Penelitian Survei, Penerbit Pustaka LP3ES, Jakarta.

Sekaran, Uma. 2009. Research Methods for Business Fourth Edition. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Sendjaja, Djuarsa, S. .2006. Teori komunikasi, Jakarta : Pusat Penerbitan. Universitas Terbuka.

Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Administrasi, Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2005. Metode Penelitian Administrasi, Alfabete : Jakarta.

Suprpto, 2009. Komunikasi Organisasi, Jakarta :Edisi V. Cetakan ketujuh.

Widjaja, H, A, W. 2006. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Raja Grafindo : Jakarta.

\_\_\_\_\_. 2010. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Raja Grafindo Jakarta.