

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Landasan Teori

1. Teori *Uses and Gratification*

Little John dan Foss (2009:426) menyebutkan bahwa audiens pada teori *uses* dan *gratification* merupakan audiens yang aktif dan diarahkan oleh tujuan. Sejalan dengan pendapat diatas, Nurudin (2014:192) menyatakan bahwa teori *Uses and Gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa.

Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Selain itu, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Untuk lebih jelasnya, teori *Uses and Gratification* divisualisasikan melalui gambar berikut:

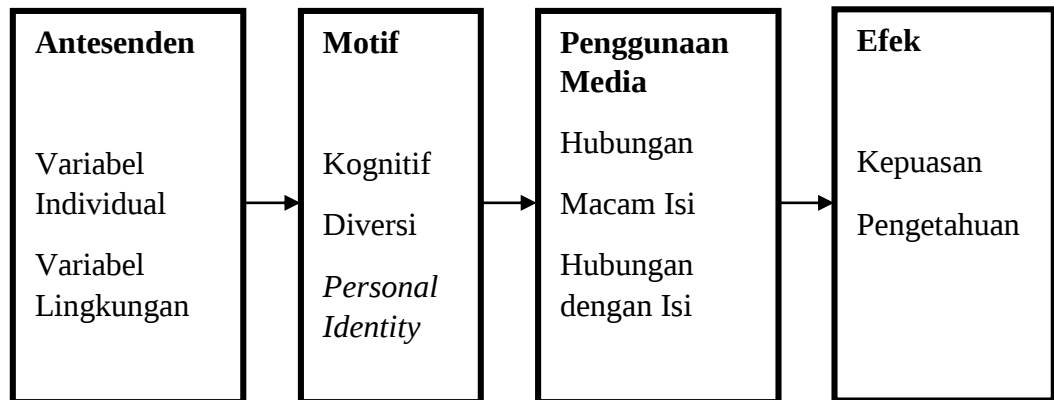
Little John dan Foss (2009:426) mengatakan bahwa:

Audiens sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan audiens dianggap sebagai perantara yang besar: mereka tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.1
Model Uses and Gratification Philip Palmgreen



Sumber : Kriyantono (2010:210)

Berikut penjelasan atau penjabaran dari gambar diatas ;

(1) Variabel anteseden terbagi atas dua dimensi yaitu :

- (a) Individual, dimensi ini menyajikan informasi perihal data demografis seperti usia, jenis kelamin, dan faktor-faktor psikologis komunikan.
- (b) Lingkungan, dimensi ini dapat terdiri atas data mengenai organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial.

(2) Variabel motif terbagi atas tiga dimensi yaitu :

- (a) Kognitif, dimensi ini menyajikan informasi perihal data kebutuhan akan informasi, dan *surveillance*, atau eksplorasi realitas.
- (b) Diversi, dimensi ini menyajikan informasi perihal data kebutuhan akan pelepasan dari tekanan, dan kebutuhan akan hiburan.
- (c) *Personal Identity* atau Identitas Personal, dimensi ini menyajikan perihal data tentang bagaimana penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

(3) Variabel penggunaan media terbagi atas tiga dimensi yaitu:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

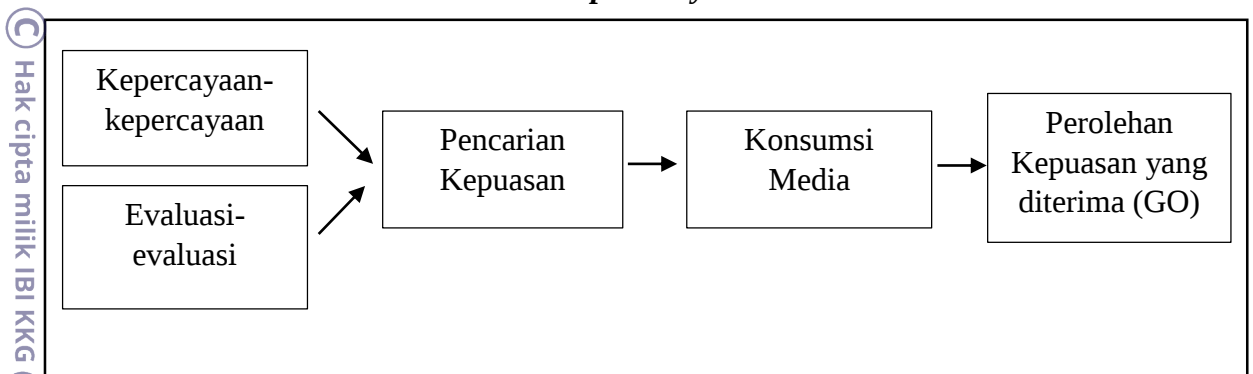


- (a) Jumlah waktu, dimensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media.
 - (b) Jenis isi data, dimensi ini menyajikan jenis media yang digunakan.
 - (c) Hubungan, dimensi ini menyajikan perihal hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.
- (4) Variabel efek terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu :
- (a) Kepuasan, dimensi ini menyajikan informasi perihal evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan.
 - (b) Dependensi media, dimensi ini menyajikan informasi perihal ketergantungan responden pada media dan isi media untuk kebutuhannya.
 - (c) Pengetahuan, dimensi ini menyajikan perihal persoalan tertentu.

Riset yang dibuat oleh Philip Palmgreen mengenai salah satu macam riset *Uses and Gratification* sangat berkembang saat ini. Riset *Uses and Gratification* yang dikembangkannya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Namun, konsep yang diteliti oleh model Palmgreen tidak berhenti sampai disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas dengan setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori *Uses and Gratification*, yaitu teori *expectancy values* (nilai pengharapan). (Kriyantono, 2010:210)



Gambar 2.2
Model Expectancy Values



Sumber : Kriyantono (2010:212)

Palmgreen dalam Kriyantono (2010:210) mengemukakan tentang teori pengharapan. Menurut teori nilai pengharapan, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. Kriyantono menjelaskan *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Selanjutnya, *gratification obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.

Untuk mengukur kepuasan penggunaan media, pertama penulis akan mengukur GS dan GO. Setelah GS dan GO diketahui maka kepuasan dapat terlihat berdasarkan kesenjangan antara GS dan GO. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratifications*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor GS dan GO dalam mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil kesenjangannya, semakin memuaskan media tersebut.

Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

- (1) Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari *mean* skor GO, maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya media tidak memuaskan khalayaknya.

- (2) Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS sama dengan *mean* skor GO, maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
- (3) Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih kecil dari *mean* skor GO, maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tersebut memuaskan khalayaknya.

Semakin besar kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.

Konsep dari teori ini sesuai dengan tujuan penelitiannya yaitu melihat motif dan tingkat kepuasan berdasarkan nilai pengharapan atau teori *expentancy values*.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Motif Penggunaan Media

Menurut Katz (dalam Kriyantono 2008:205), teori *Uses* dan *Gratifications* meneliti kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain. Inilah yang mendasari motif beserta pemuasan kebutuhan melalui media massa.

Rakhmat (2011:206) lalu menjabarkan bahwa motif dapat dioperasionalisasikan dengan berbagai cara seperti unifungsional (hasrat melarikan diri, kontak sosial, atau bermain), bifungsional (informasi-edukasi, fantasiscapist atau gratifikasi segera-tertanggihkan), empat fungsional (diversi,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



hubungan personal, identitas personal, dan *surveillance*, korelasi, hiburan, transmisi budaya), dan multifungsional. McQuaill (dalam Kriyantono, 2010:215-216) juga menyebutkan indikator-indikator diatas tentang motif-motif berkaitan.

Indikator-indikator tersebut adalah:

(1) Motif Informasi atau Pengawasan (*Surveillance*)

- (a) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
- (b) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa yang berkaitan dengan keadaan dunia.
- (c) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah.
- (d) Mendapatkan informasi yang tidak diketahui sebelumnya.

(2) Motif Identitas Personal (*Personal Identity*)

- (a) Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pelajar itu sendiri.
- (b) Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
- (c) Memperoleh nilai lebih sebagai pelajar.

(3) Motif Interaksi Sosial atau Integrasi (*Personal Relationships*)

- (a) Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya.
- (b) Dapat menjalankan peran sosial sebagai pelajar.
- (c) Keinginan untuk dekat dengan orang lain.
- (d) Keinginan untuk dihargai oleh orang lain.

(4) Motif Hiburan (*Diversion*)

- (a) Dapat melepaskan diri dari permasalahan.
- (b) Bisa bersantai dan mengisi waktu luang.



- (c) Bisa menyalurkan emosi.
- (d) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan.

Dengan demikian penggunaan media massa memang didorong oleh motif-motif tertentu, seperti yang telah dijabarkan diatas.

3. Teknologi Komunikasi

Teknologi Komunikasi semakin berkembang sejalan dengan era yang semakin maju dan penelitian-penelitian baru yang dilakukan manusia untuk mendapatkan penemuan-penemuan baru termasuk di bidang komunikasi. Menurut Haag dan Keen dalam Kadir (2014:10), teknologi informasi adalah seperangkat alat untuk membantu dalam memudahkan pelaksanaan tugas melalui proses informasi.

Sedangkan menurut Martin dalam Kadir (2014:10) Teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (seperangkat alat keras dan lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan yang mencakup teknologi informasi untuk mengirimkan informasi. Teknologi informasi secara de facto sudah menjadi landasan untuk melakukan bisnis.

Di dalam bukunya “*Communication Technology: The New Media in Society*”, Everett M. Rogers (1986) mengatakan dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, *videotext* dan *teletext*, *teleconferencing*, TV kabel dan sebagainya. (Bungin, 2006:11)

Berdasarkan apa yang dijelaskan oleh Rogers itulah, maka masyarakat percaya bahwa perkembangan teknologi media berkembang dimulai dari era media tulis dan cetak. Perkembangan media tulis telah lama dikenal masyarakat dan menjadi pertanda peradaban sebuah bangsa. Kesimpulannya, bahwa media tulis berperan untuk menandakan sebuah kebudayaan mulai dikenal oleh umat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

manusia dalam bentuk media tulis yang tersimpan dan tersip dalam segala bentuk.

Rogers 1986 dalam Lubis (2005:42), mendefinisikan teknologi komunikasi sebagai “alat perangkat keras, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang digunakan, untuk mengumpulkan, memproses dan mempertukarkan informasi dengan orang lain”. Teknologi komunikasi telah berkembang sejak lama dimana ditandai dengan munculnya era tulis dan cetak, kemudian era media telekomunikasi, dan dilanjutkan dengan era komunikasi interaktif. Hal ini tidak menutup kemungkinan adanya perkembangan yang terus-menerus dalam dunia teknologi komunikasi.

Dari sejak zaman penjajahan pun teknologi komunikasi sudah mulai

berkembang. Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia sampai dengan saat ini berkembang dengan pesat seiring dengan penemuan dan pengembangan Ilmu Pengetahuan dalam bidang Informasi dan Komunikasi sehingga mampu menciptakan alat-alat yang mendukung perkembangan Teknologi Informasi, mulai dari sistem komunikasi sampai dengan alat komunikasi yang searah maupun dua arah (interaktif).

4. Media Sosial

Dengan berkembangnya teknologi, media komunikasi semakin beragam salah satunya melalui media internet yaitu media sosial. Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dengan perusahaan dan sebaliknya.

Menurut Blackshaw (dalam Nikolova, 2012:12), sosial media adalah aplikasi berbasis internet yang menjadi tempat ekspresi konsumen yang kontennya dibuat oleh konsumen, biasanya berdasarkan pengalaman pribadi dan dibagikan secara *online* agar dapat diakses oleh konsumen lainnya.

Sedangkan menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein(2010:61), mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*user-generated content*”.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penggunaan media sosial merupakan sarana pertukaran informasi antar individu secara online dan biasanya merupakan hasil dari pengalaman pribadi.

5. *Qlue*

Program Jakarta *Smart City* tak bisa lepas dari ekosistem pengelolanya agar berjalan optimal, mulai dari masyarakat, aparat/petugas, hingga pemerintah pusat. Keberhasilan rantai sistem “kota pintar” ini sejatinya bertumpu pada dua jenis aplikasi mobile berbasis Android, yakni *Qlue* dan Cepat Respons Opini Publik (*CROP*).

Qlue merupakan aplikasi yang berperan sebagai wadah penampung segala kepentingan warga, sedangkan *CROP* merupakan aplikasi yang hanya diperuntukkan bagi aparat Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan aparat Kepolisian dalam mengakomodir konten dari *Qlue*. Kedua aplikasi tersebut merupakan besutan developer lokal, *TerraLogic*.

Qlue sebenarnya mengadopsi bentuk jejaring sosial. Disini, warga dapat menyampaikan aspirasi pengaduan *real time*, melaporkan semua kejadian di sekitar, hingga mem-*follow* teman-teman layaknya jejaring sosial lain. Permasalahan yang sering terjadi, seperti jalanan rusak, parker liar, penumpukan sampah, macet dan lain lain. Melalui aplikasi *Qlue* yang memiliki 100.000 *user*, Pemprov DKI Jakarta mendapat 5000 pengaduan dari warga tiap hari. Sebagian besar keluhan dan pengaduan itu mampu dituntaskan aparat pemprov, terutama di tingkat kelurahan.



Laporan disampaikan tidak hanya dalam bentuk tulisan tetapi juga foto.

Laporan dari masyarakat kemudian dipetakan secara digital dan terintegrasi dengan *dashboard smartcity.jakarta.go.id*. TerraLogic sendiri merupakan *partner* Google dalam hal *enterprise* dan *maps* di Indonesia, sehingga perusahaan dengan mudah dapat menarik data pemetaan melalui Waze.

Khusus CROP, aplikasi ini hanya bisa diunduh dan di-*install* oleh seluruh aparat Pemprov DKI di *smartphone* mereka, terutama lurah dan camat. Jadi alur pelaporan di mulai dari postingan di *Qlue*, kemudian sampai ke Pemerintah Pusat, dan dari Pemerintah baru disalurkan ke lurah dan camat melalui CROP.

Keluhan atau laporan yang sudah diposting akan ditampilkan pada kategori Keluhan Masyarakat. Dari laporan yang ada pengguna lain diharapkan menjadi lebih awas sebelum ditindaklanjuti oleh pihak terkait. Tiap laporan yang masuk akan ditandai dengan Status Pelaporan yang terdiri dari 3 warna sesuai statusnya. Warna merah berarti masih menunggu ditindaklanjuti, warna kuning berarti sedang ditangani, dan warna hijau yang berarti masalah sudah ditangani.

Meski tujuan utama aplikasi ini untuk melaporkan keluhan serta laporan warga, *Qlue* juga menyediakan fungsi lain yang berguna untuk menampilkan segala aktivitas warga maupun pemerintah provinsi di lingkungan mereka masing-masing. Fungsi bisa dilihat pada kategori yang tertera dibagian atas seperti Apresiasi Masyarakat, Kuliner, Liburan, Produk & Jasa, Acara, Kesehatan, Bisnis, serta Pendidikan. Fungsi ini juga bisa sebagai ajang para warga untuk saling berinteraksi serta menampilkan aktivitas keseharian mereka.

Guna memberikan apresiasi serta melihat kinerja yang telah dilakukan pihak terkait, aplikasi ini juga memberikan *ranking* kepada perorangan dari pihak warga ataupun instansi dari pihak pemerintah daerah. Hasil *ranking* ini dihitung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berdasarkan tingkat aktivitas sang pelapor ataupun respon dari keluhan yang telah ditangani pihak pemerintah daerah. Bahkan bagi warga pelapor yang aktif dengan nilai tertinggi akan diberi hadiah yang dibagikan tiap bulannya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis. Adapun penelitian terdahulu tersebut sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Bina Nusantara, Cindy Octovianty program studi komunikasi pemasaran pada Maret 2012 dengan judul: Hubungan Motif dengan Tingkat Kepuasan Pendengar Drama Radio Modern Asal Usul Pandawa dan Kurawa di Motion Radio Jakarta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif masyarakat terhadap program drama radio saat ini dan dihubungkan dengan kepuasan yang diperoleh masyarakat, drama radio yang dijadikan penelitian ialah drama radio Asal Usul Pandawa dan Kurawa di Motion radio, dengan menggunakan metode penelitian eksplanatif kuantitatif dengan pendekatan survei dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai instrumennya.

Dari hasil penelitian didapat bahwa motif yang mendasari pendengar mendengarkan program drama radio Asal Usul Pandawa dan Kurawa adalah Motif diversifikasi (Motif akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan). Sedangkan pada analisis kesenjangan Gratification Sought (Motif) dengan Gratification Obtained (Kepuasan) terdapat Gap diantara kedua variabel tersebut, yang mana mean skor GS adalah 3,0747 dan GO 3,0555 dan selisihnya adalah -0,02, yang mana jika nilainya negatif berarti GS lebih tinggi dari GO, Jadi dapat disimpulkan bahwa Program acara drama radio Asal Usul Pandawa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dan Kurawa di Motion radio, belum dapat memuaskan pendengarnya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penelitian terdahulu yang pertama ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis pada variabel yang digunakan yaitu motif dan kepuasan dan metode penelitian kuantitatif. Namun, survei yang digunakan penelitian terdahulu ini adalah survei eksplanatif untuk menjelaskan kedudukan setiap variabel dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sedangkan penelitian penulis menggunakan survei komparatif yang mencari perbedaan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Teknik analisis data yang digunakan juga berbeda yakni penelitian terdahulu menggunakan uji korelasi sederhana, sedangkan penelitian penulis menggunakan uji komparatif yaitu, uji satu sampel dan *one way anova*.

Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Bina Nusantara, Cazulina Widodo program studi komunikasi pemasaran pada tahun 2012 dengan judul : Motif Pemirsa Dalam Menonton program “Jika Aku Menjadi” di Trans TV Terhadap Perilaku Sosial.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif pemirsa dalam menonton program Jika Aku Menjadi terhadap perilaku sosial. (Studi kasus : Apartemen Mediterania Garden 2 tower K). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif survei eksplanatif dan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian mengenai hubungan motif pemirsa dalam menonton program Jika Aku Menjadi terhadap perilaku sosial penghuni apartemen Mediterania Garden 2 tower K dapat diperoleh kesimpulan koefisien korelasinya adalah berada pada nilai r (0,686) yang berada pada interval 0,600 – 0,799 yang menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut berada pada tingkat kuat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya hubungan antara motif pemirsa dalam menonton program Jika Aku Menjadi terhadap perilaku sosial (Apartemen Mediterania Garden 2 tower K).

Penelitian terdahulu yang kedua ini memiliki kesamaan pada metode penelitiannya yaitu, kuantitatif. Namun, survei yang digunakan penelitian terdahulu ini adalah survei eksplanatif untuk menjelaskan kedudukan setiap variabel dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sedangkan penelitian penulis menggunakan survei komparatif yang mencari perbedaan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Teknik analisis data yang digunakan juga berbeda yakni penelitian terdahulu menggunakan uji hipotesis asosiatif, sedangkan penelitian penulis menggunakan uji hipotesis komparatif yaitu, uji satu sampel dan *one way anova*.

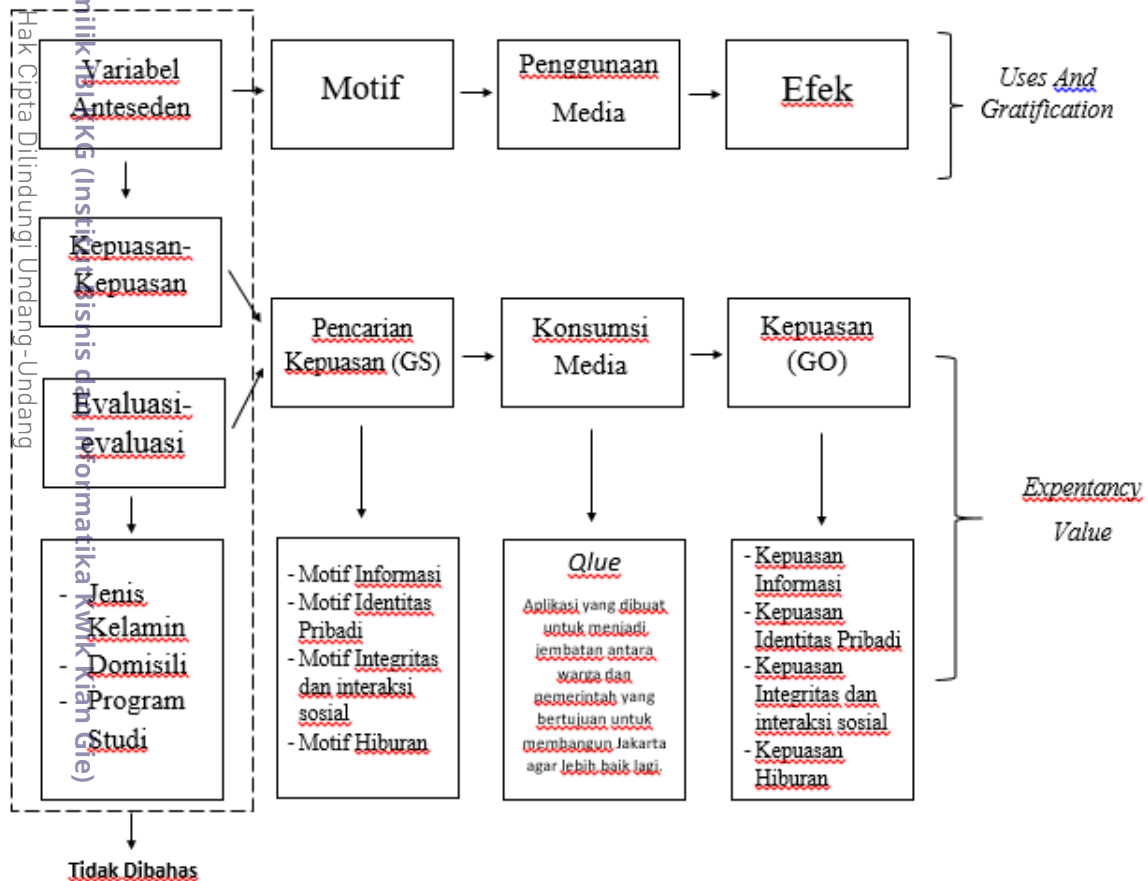
Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Sumatera Utara, Maydop Tiur Elvrina Silalahi program studi komunikasi pemasaran pada tahun 2010 dengan judul: Motivasi Menonton Tayangan MTV *Insomnia* dan Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (Studi korelasi Tentang Motivasi Konsumsi Tayangan MTV *Insomnia* Terhadap Kebutuhan Pelepasan Ketegangan Mahasiswa).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara motivasi menonton tayangan MTV *Insomnia* dengan pemenuhan pelepasan ketegangan. Berkaitan dengan hal tersebut, teori yang digunakan adalah teori *Uses and Gratification* dimana sama dengan teori yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Namun yang membedakan adalah uji hipotesis yang digunakan yaitu, penelitian ini menggunakan uji hipotesis korelasional sedangkan penulis uji hipotesis komparatif dengan uji satu sampel dan *anova*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Siregar (2013:39) menyatakan bahwa hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya dan harus diuji lebih dahulu. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah hipotesis komparatif, yaitu analisis perbedaan yang digunakan untuk menganalisis perbedaan diantara dua kelompok data atau lebih. Tafsirannya seperti berikut:

1. Hipotesis 1:



H₀: Tidak terdapat motif penggunaan aplikasi *Qlue* pada kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Sistem Informasi dan Teknik Informatika tahun ajaran 2015 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

H₁: Terdapat motif penggunaan aplikasi *Qlue* pada kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Sistem Informasi dan Teknik Informatika tahun ajaran 2015 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

2. Hipotesis 2

H₀: Tidak terdapat kepuasan penggunaan aplikasi *Qlue* pada kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Sistem Informasi dan Teknik Informatika tahun ajaran 2015 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

H₁: Terdapat kepuasan penggunaan aplikasi *Qlue* pada kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Sistem Informasi dan Teknik Informatika tahun ajaran 2015 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

3. Hipotesis 3

H₀: Tidak ada kesenjangan tingkat kepuasan dalam penggunaan aplikasi *Qlue* pada kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Sistem Informasi dan Teknik Informatika tahun ajaran 2015 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

H₁: Terdapat kesenjangan tingkat kepuasan dalam penggunaan aplikasi *Qlue* pada kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Sistem Informasi dan Teknik Informatika tahun ajaran 2015 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.