



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

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

A. Landasan Teoritis

1. Teori *Uses and Gratification*

Inti dari teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2010:208)

Katz, Blumler, dan Gurevitch (2005). Dalam West dan Turner, (2008:104), menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori kegunaan dan gratifikasi yang Pertama, khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Kedua, Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak. Ketiga, Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan. Keempat, Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Teori ini melihat media mempunyai pengaruh terbatas karena pengguna mampu memilih dan mengendalikan. Orang memiliki kesadaran diri, dan mereka mampu memahami dan menyatakan alasan mereka menggunakan media. Mereka melihat media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan yang mereka miliki.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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.



Selain beberapa kegunaan dan alasan untuk menggunakan media tersebut. Katz, Blumer dan Gurevitch (1974, dalam Baran & Davis, 2009:241-242) menjelaskan juga adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media, antara lain yaitu pertama, Situasi sosial dapat melahirkan tekanan dan konflik, ketika itu konsumsi media bisa jadi adalah obat untuk keluar dari tekanan tersebut.

Kedua, Situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media. Ketiga, Situasi sosial dapat membatasi peluang untuk berinteraksi di dunia nyata, di situlah media dapat berfungsi sebagai suplemen atau bahkan menggantikan kehidupan nyata tersebut. Keempat, situasi sosial seringkali melahirkan nilai-nilai sosial tertentu. Pemenuhan kepuasan dari nilai-nilai tersebut dapat difasilitasi oleh konsumsi media tertentu. Kelima, Situasi sosial dapat membuat pengguna semakin akrab dengan media. Kedekatan pengguna dengan media beserta isinya, dimaksudkan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam kelompok-kelompok tertentu.

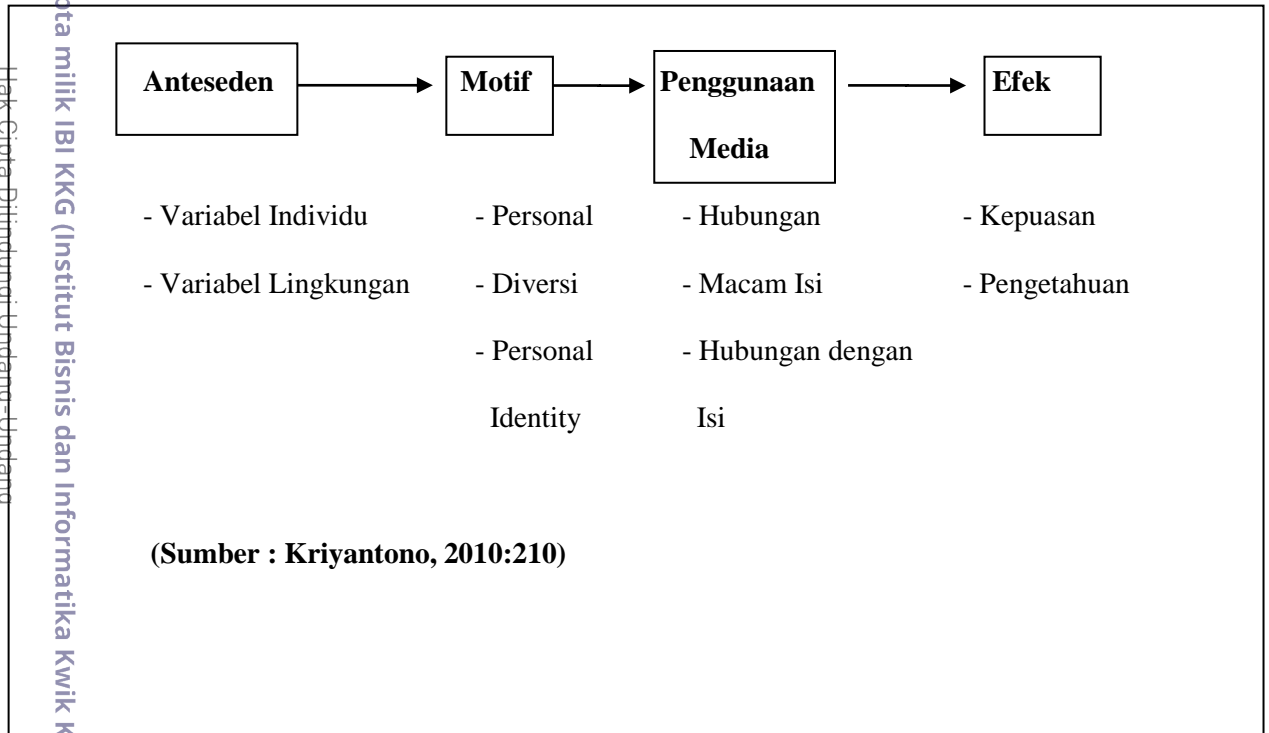
Secara sederhana dapat dikatakan bahwa teori kegunaan dan gratifikasi memberikan penjelasan mengenai alasan yang mendorong seseorang menggunakan media. Pengguna akan memilih atau tidak memilih suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi baik kebutuhan psikologis maupun sosial. Pemenuhan kebutuhan tersebut akan menghasilkan suatu efek yaitu kepuasan.

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 Gratifications



Keinginan dan kebutuhan masing-masing individu berbeda dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga motif juga berbeda-beda. Motif seseorang bisa bersifat tunggal, bisa juga bergabung. Misalnya, motif seseorang menonton acara “Seputar Indonesia” yang disiarkan RCTI adalah untuk memperoleh informasi (motif tunggal), tapi mungkin bagi seseorang lainnya adalah untuk memperoleh informasi, sekaligus mengisi waktu luang (motif bergabung) (Ardianto, 2007:93).

Menurut Gerungan (dalam Ardianto, 2007:93), motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Ini dapat disimpulkan bahwa, motif adalah sesuatu yang menimbulkan tingkah laku. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

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.



McQuail dan koleganya (dalam West dan Turner, 2008:104-105), mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak. Klasifikasi kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media mencakup: Pengalihan (*diversion*), melibatkan pelarian diri dari rutinitas dan permasalahan. Hubungan personal (*personal relationship*), melibatkan penggunaan media sebagai pengganti teman. Identitas personal (*personal identity*), melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu. Pengawasan (*surveillance*) informasi, melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

Empat motif yang digunakan peneliti untuk melakukan analisis dalam penelitian ini merupakan teori dari McQuail. Motif pertama adalah motif informasi (*surveillance*), motif kedua adalah motif identitas pribadi (*personal identity*), motif ketiga adalah motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationships*), dan motif yang terakhir adalah motif hiburan (*diversion*)

2. Teori Adaptasi Lintas Budaya Intergratif

Komunikasi merupakan aktivitas yang dinamis, aktivitas yang terus berlangsung secara bersinabung sehingga dia terus mengalami perubahan. Seperti biasa, proses komunikasi terinci dalam rangkaian-rangkaian aktivitas (misalnya dari seorang komunikator, mengirimkan pesan melalui media dengan dampak tertentu) yang berbeda-beda namun saling berkaitan.

Menurut Liliweri (2009:9) komunikasi antarbudaya adalah menambah kata *budaya* ke dalam pernyataan “komunikasi antara dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan” komunikasi antar budaya dapat diartikan melalui beberapa pernyataan: Pertama, komunikasi antarbudaya adalah pernyataan diri antar pribadi yang paling efektif antara dua orang yang saling berbeda latar belakang budaya. Kedua,

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.



komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan-pesan yang disampaikan secara lisan, tertulis, bahkan secara inajiner antara dua orang yang berbeda latar belakang budaya.

Ketiga, komunikasi antarbudaya merupakan pembagian pesan yang berbentuk informasi atau hiburan yang disampaikan secara lisan atau tertulis atau metode lainnya yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda latar belakang budayanya. Keempat, komunikasi antar budaya adalah pengalihan informasi dari seorang yang berkebudayaan tertentu kepada seseorang yang berkebudayaan lain. Kelima, komunikasi antar budaya adalah pertukaran makna yang berbentuk symbol yang dilakukan yang berberda latar belakang budayanya.

Keenam, antarbudaya adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui saluran tertentu kepada orang lain yang keduanya berasal dari latar belakang budaya yang berbeda dan menghasilkan efek tertentu. Ketujuh, komunikasi antarbudaya adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasasan diantara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau tampilan pribadi atau bantuan hal lain disekitarnya yang memperjelas pesan.

Dalam penelitian ini, *Cross Cultural Adaptation* dibagi menjadi adaptasi sosial budaya dan adaptasi sosial psikologis. Adaptasi sosiokultural mengacu memperoleh pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan budaya sedangkan adaptasi sosial psikologis adalah kemampuan seseorang untuk berinteraksi dengan budaya baru dan untuk menyelesaikan tugas sehari-hari.

Faktor-faktor seperti kesepian dan motif penggunaan media adalah variabel penting yang mempengaruhi adaptasi sosiokultural pendatang baru sehingga penggunaan

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



internet digunakan untuk mencari kenyamanan ketika menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan budaya baru. Sedangkan adaptasi psikologi dalam proses *Cross Cultural Adaptation* adalah faktor stres dan memiliki konsekuensi psikologis dan fisik untuk pendatang. Hasil penting dari lintas-budaya adaptasi adalah adaptasi psikologis pendatang baru (Wang, 2006).

Adaptasi psikologis didefinisikan dalam istilah psikologis dan kesejahteraan emosional, sering dipengaruhi oleh kepribadian, perubahan hidup, penyesuaian gaya hidup dan dukungan sosial. Pendatang yang menggunakan internet untuk tujuan hiburan dan informasi, tetapi tidak untuk melewati waktu, menunjukkan tingkat yang lebih tinggi pada adaptasi psikologis.

Faktor-faktor seperti kesepian mempengaruhi adaptasi sosiokultural dan psikologis. Hal ini masuk akal konseptual berurusan dengan tugas-tugas sehari-hari dan interaksi positif serta untuk meningkatkan perasaan kesejahteraan seseorang dan kepuasan sehingga lebih mudah untuk menyelesaikan tugas-tugas jika seseorang merasa baik.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu, peneliti melihat berbagai skripsi mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku adaptasi. Salah satu skripsi yang menarik bagi peneliti adalah penelitian mengenai “Pengaruh Motif Penggunaan Internet Terhadap Penyesuaian Antar Budaya Mahasiswa Asal Indonesia Di International School of Jinan University, China”.

Penelitian yang disusun oleh Cynthia (2012) bertujuan untuk menjembatani penyesuaian antar budaya dengan penggunaan Internet dan melihat bagaimana

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.



penggunaan internet dalam proses penyesuaian antar budaya yang dilakukan oleh mahasiswa asal Indonesia di International School of Jinan University China.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui tipe penelitian survei eksplanatif. Dalam hal ini, peneliti akan menyebarkan kuisioner pada mahasiswa asal Indonesia di International School of Jinan University China, yang dipertimbangkan untuk dapat mempelajari bagaimana mereka menggunakan internet dalam proses penyesuaian antar budaya di kalangan mahasiswa asal Indonesia di China.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* dan model penyesuaian antar budaya yang dilakukan oleh mahasiswa asal Indonesia di International School of Jinan University China. *Uses and Gratifications* memberikan penjelasan tentang perilaku media yang dilakukan oleh individu melalui motif-motif tertentu. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh motif penggunaan internet dapat memberikan pengaruh terhadap penyesuaian antar budaya mahasiswa asal Indonesia di International School of Jinan University China.

Sedangkan pada penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Alvin Agustino Saputra yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia dengan judul “Kemampuan Adaptasi Mahasiswa Tahun Pertama Program Studi Ilmu Komunikasi Di Lingkungan Universitas (Penelitian Pada Mahasiswa Baru Reguler tahun 2012 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kemampuan adaptasi mahasiswa baru, dengan mengetahui tingkat kemampuan adaptasi mahasiswa baru kita dapat membantu mengarahkan mahasiswa baru untuk berinteraksi dengan baik dan benar. Serta mengarahkan mahasiswa agar tidak krisis identitas.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode kuantitatif, metode pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan desain cross sectional survey dimana

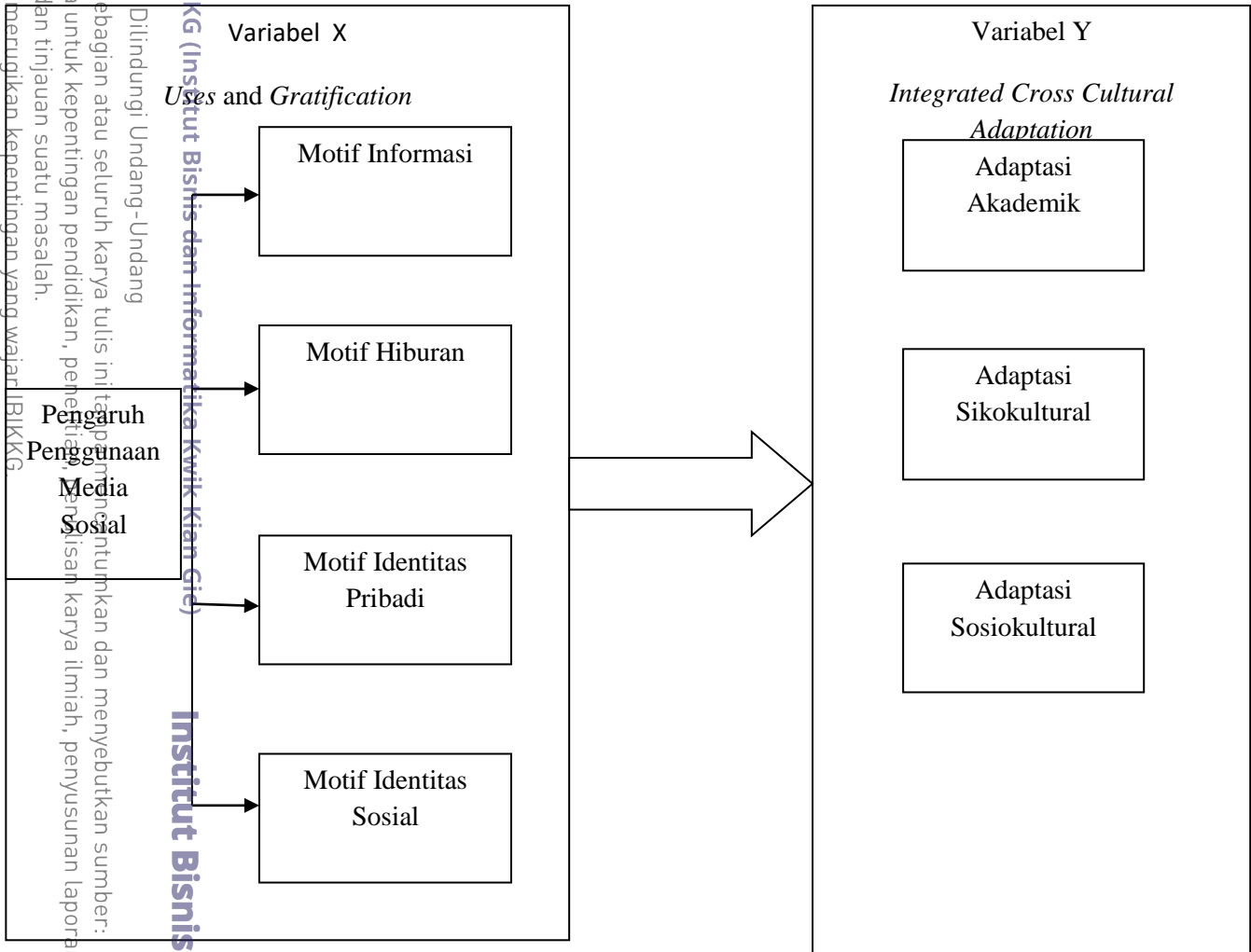
Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



pengumpulan data hanya dilakukan satu kali dalam satu periode. Penelitian ini menggunakan teori adaptasi komunikasi dan hasil dari penelitian ini adalah mahasiswa tahun pertama Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia program reguler tahun 2012 memiliki kemampuan adaptasi yang cukup tinggi.

C. Kerangka Pemikiran



Seorang mahasiswa pendatang menggunakan media sosial yang dilandasi beberapa motif Pertama, motif informasi dimana dalam motif ini seorang mahasiswa pendatang ingin mendapatkan informasi lebih tentang lingkungan sekitar melalui dunia maya. Kedua, motif hiburan dimana seorang mahasiswa pendatang akan banyak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



mendapatkan hiburan dari media sosial yang dapat mereka akses dari *gadget* mereka.

Ketiga, media sosial membantu seorang mahasiswa pendatang dalam proses pengenalan

diri. Keempat, media sosial membantu seseorang pendatang dalam proses pengenalan diri terhadap lingkungan.

Empat motif tersebut adalah beberapa hal yang mempengaruhi proses adaptasi seseorang dimana proses adaptasi itu meliputi: Adaptasi akademik, media sosial dapat mempermudah mahasiswa tingkat pertama dalam menjalankan perkuliahan nya. Adaptasi psikokultural, media sosial dapat membantu mahasiswa tingkat pertama untuk mengimprovisasikan dirinya agar lebih dapat diterima di lingkungan baru nya. Adaptasi sosiokultural, media sosial dapat membantu mahasiswa pendatang untuk beradaptasi dengan keadaan lingkungan baru.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya dan harus diuji lebih dahulu (Kriyantono, 2010:28). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah hipotesis komparatif, yaitu dugaan terhadap perbandingan nilai dua sampel atau lebih (Sugiyono, 2004:7).

1. H_0 : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap adaptasi akademik.
 H_1 : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap adaptasi akademik.
2. H_0 : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap adaptasi sosial.
 H_1 : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap adaptasi sosial.
3. H_0 : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap adaptasi budaya.
 H_1 : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap adaptasi budaya