

Motif dan Kepuasan Masyarakat Kota Denpasar dalam Mengakses Portal Berita *detikcom*

Ni Kadek Diah Ayu Safitri¹⁾, I Gusti Agug Alit Suryawati²⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: nikadekdiahayusafitri@yahoo.com¹⁾, igaaalitsuryawati@yahoo.co.id²⁾,
rasamanda13@gmail.com³⁾

ABSTRACT

detikcom is the most popular news portal in Indonesia which is accessed by more than 8.7 million Indonesians in a month. This research was conducted to find out what the motives and how the satisfaction the people of Denpasar in accessing *detikcom*. This study uses the Theory of Uses and Gratifications. The type of this research is descriptive quantitative method and the sampling technique used was purposive sampling technique. The analytical technique used in this research is descriptive statistics by looking at the mean score obtained of each motives and satisfaction the people of Denpasar in accessing *detikcom*. The result from this research showed, all of these four motives that can be satisfied by accessing *detikcom*.

Keywords: Denpasar, *detikcom*, Motives, Satisfaction, Society

1. PENDAHULUAN

Salah satu bentuk dari *new media* yaitu internet. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, sekitar 143,26 juta penduduk Indonesia sudah terkoneksi ke-internet. Bali-Nusa merupakan wilayah dengan penggunaan internet nomor 3 tertinggi di Indonesia yaitu dengan angka penetrasi mencapai 54,23%

Dampak internet yang cukup mempengaruhi kehidupan masyarakat adalah kemunculan portal berita *online*. Menurut lembaga riset Gesellschaft für Konsumforschung dan Indonesian Digital Association (IDA), saat ini masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan di Indonesia mulai beralih mengkonsumsi berita melalui portal berita *online*. Sepanjang tahun 2015 persentase konsumsi berita melalui situs berita *online* mencapai angka 96%.

Salah satu portal berita *online* paling populer di Indonesia adalah *detikcom*. *detikcom* didirikan oleh Budiono Darsono, Yayan Sopyan, Abdul Rahman dan Didi Nugrahadi. Pada tanggal 3 Agustus, 2011 *detikcom* menjadi-bagian dari PT Trans Corporation yang merupakan salah satu anak dari perusahaan CT Corp.

detikcom mendapat penghargaan *Branda Asia 2017* sebagai *Top[3 Most Powerful Media/Entertainment Brand in Indonesia*. Sebagai sebuah portal berita *online*, *detikcom* memuat berbagai jenis konten diantaranya konten berita, informasi dan hiburan.

detikcom berada di peringkat 6 dalam kategori Top 30 Sites di Indonesia. hasil survei Roy Morgan Research yang dilakukan pada April 2017 sampai dengan Mei 2018 juga menemukan bahwa *detikcom* adalah situs berita yang paling populer di

Indonesia yang diakses oleh lebih dari 8,7 juta orang Indonesia dalam periode rata-rata empat minggu. Pengunjung *detikcom* didominasi oleh masyarakat dengan rentang usia 25-34 (Alexa, 2018).

Sejalan dengan hasil survei tersebut, menurut Hubungan Antara Intensitas Konsumsi Media dan Kepercayaan Terhadap Media di Bali dalam *The 4th Indonesia Media Research Awards and Summit (IMRAS) 2017* Tren Pola Konsumsi Media Di Indonesia Tahun 2017 Denpasar merupakan kota dengan tingkat kepercayaan tertinggi terhadap portal berita *online* di banding dengan kota lainnya yang terdapat di Bali dengan persentase 5,1%.

Peneliti akan melakukan penelitian yang menitik beratkan pada motif yang mendasari masyarakat Denpasar dengan rentang usia 25-34 tahun mengakses portal berita *online detikcom* dan bagaimana kepuasan masyarakat setelah mengakses portal berita tersebut. Penggunaan motif dan kepuasan sebagai variabel dalam penelitian ini karena motif merupakan suatu unsur yang mendorong seseorang mengakses sebuah portal berita dan dalam proses penggunaannya akan timbul semacam harapan atau keinginan dari audiens untuk mencapai kepuasan dari kegiatan penggunaan media tersebut

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas peneliti tertarik untuk meneliti apa motif dan bagaimana kepuasan masyarakat Kota Denpasar dalam mengakses portal berita *detikcom*

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apa motif dan bagaimana kepuasan masyarakat Denpasar dalam mengakses portal berita *detikcom*

2. KAJIAN PUSTAKA

Motif dan Kepuasan dalam Mengkonsumsi Media

Mengacu pada pendekatan Teori *Uses and Gratifications*, penggunaan media tergantung pada kepuasan, kebutuhan, harapan dan motif yang terdapat pada calon khalayak (McQuail, 2010:423). Dennis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa menyatakan bahwa terdapat empat motif yang mendasari individu mengkonsumsi suatu media (Kriyantono, 2006: 211). Motif-motif tersebut antara lain yaitu motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif diversifikasi atau hiburan. Dari keempat motif tersebut, akan timbul semacam harapan atau keinginan untuk mencapai kepuasan dari kegiatan penggunaan media tersebut (Walgitto, 2002:169). Philip Palmgreen menyebut bahwa kepuasan khalayak dalam menggunakan media dibagi menjadi dua yakni *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) dan *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh). Untuk mengetahui tingkat kepuasan mengakses suatu media, akan dilihat melalui kesenjangan antara nilai rata-rata *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

Media Baru (New media)

New media atau media baru merupakan sebuah perubahan yang terjadi pada produksi media distribusi media dan juga penggunaan media. Kemunculan

media baru memberi kemudahan bagi setiap individu untuk mengakses dan mendapat informasi dengan cepat dari berbagai belahan dunia (Lister, Dovey, Giddings & Kelly, 2003:9). Martin Lister dkk (2003) dalam buku *New Media: A Critical Introduction* menyebutkan bahwa *new-media* atau media baru memiliki beberapa karakteristik yang diantaranya adalah *digital*, *interactivity*, *hypertextual*, *networked*, *virtual*, dan *simulated*.

Portal Berita Online

Dalam buku *Jurnalistik Indonesia*, berita didefinisikan sebagai sebuah laporan paling cepat mengenai fakta atau suatu ide baru yang benar-benar terjadi yang penting dan menarik perhatian sebagian besar khalayak melalui media berkala. Dalam definisi tersebut media yang dimaksud tidak hanya meliputi surat kabar namun juga radio, televisi, film serta internet (Sumadiri, 2011:65 dalam Dewanti, 2015:113).

Media komunikasi yang memanfaatkan internet dalam penggunaannya disebut dengan media *online*. Portal berita *online* adalah salah satu jenis media *online* atau media siber yang tersedia dalam bentuk situs (*website*) yang bertujuan untuk menyediakan dan memberikan informasi maupun berita kepada masyarakat.

Dalam *Web portals: the new gateways to internet information and services*, portal adalah sebuah *website* yang dirancang khusus yang memiliki fungsi sebagai gerbang untuk membuka akses ke *site* yang lainnya. Melalui portal berita *online* khalayak dapat mengakses informasi terbaru dengan mudah kapanpun

dan dimanapun dengan bantuan internet melalui *website*.

detikcom

detikcom merupakan salah satu portal berita *online* paling populer di Indonesia (Prasanda, 2012:6). *detikcom* adalah sebuah portal *web* yang didalamnya berisi berbagai macam berita, informasi dan juga artikel daring.

Berbeda dengan portal berita *online* lainnya, *detikcom* hanya menyediakan informasi dalam edisi daring dan mengandalkan iklan sebagai pendapatan utamanya

detikcom termasuk salah satu rujukan utama khususnya untuk pengguna internet di Indonesia dalam hal media daring sebagai sumber berita dan informasi. *detikcom* didirikan oleh Budiono Darsono (mantan wartawan DeTik), Yayan Sopyan (mantan wartawan DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugrahadhi.

Layaknya media pemberitaan pada umumnya, *detikcom* juga memiliki nilai-nilai yang digunakan sebagai acuan dan tolak ukur dalam menghadirkan berita dan informasi pada khalayak antara lain adalah cepat dan akurat, kreatif dan inovatif, integritas, kerjasama, independen.

Uses and gratifications

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan perilaku audiens melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan mereka sebagai suatu fenomena tentang proses penerimaan (pesan media). Teori *Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan), menganggap khalayak memiliki kecenderungan untuk memilih dan menggunakan media yang dapat

memenuhi kebutuhannya serta mengabaikan media yang dianggap tidak dapat memenuhi kebutuhan khalayak tersebut. Dalam memilih suatu media, khalayak tidak akan tertarik pada media yang dianggap tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Maka dalam teori ini kebutuhan merupakan suatu faktor yang melatar belakangi penggunaan suatu media oleh khalayak. Seseorang akan semakin bergantung pada suatu media yang mampu memuaskan lebih banyak kebutuhan dibanding dengan yang hanya memenuhi sedikit kebutuhan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini metode kuantitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang didapat dengan menggunakan kuesioner data sekunder yang diperoleh melalui jurnal, internet dan buku. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif.

4. PEMBAHASAN

detikcom

Portal berita *detikcom* pada awalnya merupakan proyek pribadi sebuah perusahaan yang bernama Agrenet Multicitra Sibercom. *detikcom* didirikan oleh Budiono Darsono (eks wartawan DeTik), Yayan Sofyan (eks wartawan DeTik), Abdul Rahman (eks wartawan Tempo) dan Didi Nugraha. *detikcom* menjadi portal berita yang paling digemari konsumen RI dalam penghargaan *Youth, Women and Netizen (YWN)* 2015 menurut Majalah *Marketeers* bersama *Markplus Insight*. Dalam survey Roy Morgan pada 2018 ditemukan bahwa *detikcom* adalah situs berita yang paling populer di Indonesia

yang diakses oleh lebih dari 8,7 juta orang Indonesia dalam periode rata-rata satu bulan. *detikcom* merupakan portal berita yang tidak memiliki versi cetak dan hanya menggantungkan pendapatan dari iklan yang dipasang pada situsnya. Iklan-iklan yang ditampilkan pada situsnya berbentuk iklan baris atau *banner*.

Profil Responden

Pada penelitian ini profil responden meliputi gambaran atau pengkategorian responden yang dilihat dari usia, jenis kelamin, pekerjaan serta pendidikan terakhir. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kota Denpasar dengan rentang usia 25-34 tahun yang mengakses portal berita *detikcom*.

Dilihat dari segi usia responden terbanyak adalah responden dengan rentang usia 30-34 tahun yaitu sebesar 50.9% dan selanjutnya responden dengan rentang usia 25-29 tahun yaitu sebanyak 49.1%. Terdapat 48.9% responden laki-laki dan 51.1% responden perempuan.

Responden dengan pendidikan terakhir Diploma/ Sarjana mendominasi yaitu dengan persentase sebesar 60,1%, lalu diikuti oleh SMA sebanyak 30,7%, Pascasarjana 7,2% dan responden dengan pendidikan terakhir SMP yaitu sebesar 2%. Dalam penelitian ini tidak terdapat responden yang mempunyai riwayat Pendidikan terakhir tidak sekolah ataupun responden dengan pendidikan terakhir SD. Dari segi pekerjaan, responden yang mendominasi dalam penelitian ini yaitu responden dengan kategori pekerjaan karyawan swasta dengan persentase sebesar

41,4%, lalu disusul oleh responden dengan pekerjaan PNS sebesar 22,4%, wiraswasta 15,5% dan mahasiswa sebesar 14,9%. Adapun responden dengan kategori pekerjaan lainnya yaitu sebesar 5,7%.

Deskripsi Hasil Motif dan Kepuasan Mengakses *detikcom*

Akumulasi Skor Rata-rata Motif dan Kepuasan Mengakses Portal Berita *detikcom*

Jenis Motif	Gratification Sought (GS)	Gratification Obtained (GO)
Informasi	3,83	3,87
Identitas Personal	3,94	3,98
Integrasi & Interaksi Sosial	3,91	3,95
Hiburan	3,96	4,06
Rata-rata	3,91	3,96

Sumber: Olah Data, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dalam aspek informasi *detikcom* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat kota Denpasar akan informasi. Hal ini diketahui dari nilai *Gratification Obtained* masyarakat kota Denpasar yang menunjukkan nilai rata-rata lebih besar dari *Gratifications Sought* nya.

Dari aspek identitas personal, tabel diatas menunjukkan bahwa motif mengenai identitas personal secara keseluruhan menunjukkan skor rata-rata yaitu 3,94, sedangkan kepuasan mengenai identitas personal secara keseluruhan yang didapat setelah mengakses portal berita *detikcom* menunjukkan skor rata-rata 3,98. Maka terdapat kepuasan masyarakat kota Denpasar dalam mengakses portal berita

detikcom dalam aspek identitas personal atau *personal identity*.

Untuk motif mengenai integrasi dan interaksi sosial secara keseluruhan menunjukkan skor rata-rata yaitu 3,91 sedangkan kepuasan mengenai integrasi dan interaksi sosial secara keseluruhan yang didapat setelah mengakses portal berita *detikcom* menunjukkan skor rata-rata 3,95. Berdasarkan tabel 4.34, diketahui bahwa dari aspek integrasi dan interaksi sosial atau *personal relationship* terdapat kepuasan masyarakat kota Denpasar dalam mengakses portal berita *detikcom*.

Untuk motif mengenai hiburan secara keseluruhan menunjukkan skor rata-rata yaitu 3,96 sedangkan kepuasan mengenai hiburan secara keseluruhan yang didapat setelah mengakses portal berita *detikcom* menunjukkan skor rata-rata 4,06. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa terdapat kepuasan masyarakat kota Denpasar dalam mengakses portal berita *detikcom* dari aspek hiburan.

Analisis Data

Menurut McQuail (2010:423), dalam pedekatan Teori *Uses and Gratifications* penggunaan sebuah media akan tergantung pada kepuasan, kebutuhan harapan dan motif yang terdapat pada calon audiens dalam memilih media. Berdasarkan hasil olah data pada penelitian ini, diketahui bahwa *detikcom* dikatakan mampu memberi kepuasan kepada masyarakat kota Denpasar dengan rentang usia 25-34 tahun dalam hal motif informasi, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Dalam penelitian *uses and gratifications*, motif merupakan salah satu

variabel terpenting. Khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan pada motif-motif tertentu yang berbeda antar individu. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi (Kriyantono, 2006:208). Jadi dari akumulasi skor rata-rata secara keseluruhan motif dan kepuasan mengakses portal berita *detikcom* dapat disimpulkan bahwa *detikcom* dapat memberikan kepuasan pada khalayaknya dimana skor rata-rata motif atau *Gratification Sought* menunjukkan angka 3,91 sedangkan skor rata-rata kepuasan atau *Gratification Obtained* menunjukkan nilai sebesar 3,96.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan dan dijelaskan di bab sebelumnya, maka didapat kesimpulan sebagai berikut. Responden dalam penelitian ini berjumlah 348 orang yang merupakan masyarakat Kota Denpasar dengan rentang usia 25-34 tahun yang mengakses portal berita *detikcom* yang terdiri atas 170 responden laki-laki dan 178 responden perempuan. Dalam penelitian ini responden didominasi oleh masyarakat dengan kategori usia 30-34, dengan pendidikan terakhir terbanyak yaitu Diploma/ Sarjana dan responden dengan pekerjaan karyawan swasta. Responden biasanya mengakses portal berita *detikcom* 1-2 kali seminggu pada pukul 16.00-19.59, dengan rata-rata responden mengakses portal berita *detikcom* melalui *smartphone*. Kategori berita yang paling banyak diakses adalah kategori *news* yang mana jumlah pengakses kategori *news* dari responden yang berjenis kelamin perempuan dan laki-laki adalah

sama dengan masing-masing pengakses sebanyak 51 orang. Rata-rata pengakses portal berita *detikcom* yang merupakan masyarakat kota Denpasar dengan rentang usia 25-34 tahun tidak memiliki akun *detikID*. Selain itu rata-rata responden juga tidak pernah memberikan komentar atau membagikan (*share*) berita yang mereka baca.

Seluruh motif masyarakat Kota Denpasar dalam mengakses portal berita *detikcom* telah terpuaskan. Dari akumulasi skor rata-rata secara keseluruhan motif dan kepuasan masyarakat Kota Denpasar dengan rentang usia 25-34 tahun dalam mengakses portal berita *detikcom*, dapat disimpulkan bahwa *detikcom* dapat memberikan kepuasan pada khalayaknya. Dari hasil olah data ditemukan skor rata-rata tertinggi motif dan kepuasan dalam mengakses portal berita *detikcom* terdapat pada motif hiburan. Sedangkan untuk skor rata-rata terendah motif dan kepuasan masyarakat kota Denpasar dalam mengakses portal berita *detikcom* terdapat pada motif informasi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardianto, E. & Erdiyana, L. K. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. Edisi ke-2 Bungin.
- McQuail, Dennis. 2010. *Mcquail Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.

- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumber Jurnal:
- Gelgel, Ras Amanda. 2017. *The 4th Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS) 2017 Diterbitkan Oleh dSerikat Perusahaan Pers Oktober 2017 TREN POLA KONSUMSI MEDIA DI INDONESIA TAHUN 2017* (Online) https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8e29272ca5ec1ded75ca43df89414a1c.pdf diakses pada 7 Desember 2018.
- Imran, Hasyim Ali. 2003. "Program Informasi Media Televisi dan Penggunaannya Oleh Khalayak". Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Informasi. Vol. 7 (2). Jakarta: Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi Jakarta.
- Rumata, Vience Mutiara. 2017. *OBJEKTIVITAS BERITA PADA MEDIA DALAM JARINGAN (Analisis Isi Berita Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada Detiknews selama Masa Kampanye Periode I)*. Jurnal. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika (Online) <https://media.neliti.com/media/publications/223276-none.pdf> diakses pada 7 Desember 2018.
- Sumber Skripsi:
- Dewanti, Ira Fisela. 2015. *Analisis isi komenta pemberitaan pada portal berita republika online (Studi Analisis Isi Komenta Pemberitaan tentang Pro Kontra Menteri Susi Pudjiastuti pada Portal Berita Republika Online 66 Periode 27 Oktober 2014 – 13 November 2014)*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. (Online) <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/47707/Analisis-isi-komenta-pemberitaan-pada-portal-berita-republika-online-Studi-Analisis-Isi-Komenta-Pemberitaan-tentang-Pro-Kontra-Menteri-Susi-Pudjiastuti-pada-Portal-Berita-Republika-Online-Periode-27-Oktober-2014-13-November-2014> diakses pada 7 Desember 2018.
- Dewi, Murti Kurnia. 2016. *Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Website Media Online Kapanlagi.com (Studi Korelasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Lampung Angkatan 2012-2015)*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung. (Online) <http://digilib.unila.ac.id/23085/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf> diakses pada 7 Desember 2018.
- Gunawan, Sahrul. 2017. *PERAN MEDIA ONLINE DETIK.COM DI KALANGAN CIVITAS AKADEMIK FDK UINAM*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin. (Online) <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/7117/> diakses pada 24 September 2018.
- Kaban, Gelgel dan Pradipta. 2018. *Motif Dan Kepuasan Menonton Video Blog Di Kalangan Anak Muda Kota Denpasar*. Skripsi. Bali: Universitas Udayana
- Sumber Website:
- Afrianto, Dedy. 2016. *96% Masyarakat Indonesia Konsumsi Berita Online (online)*. <https://economy.okezone.com/read/2016/03/16/320/1337230/96-masyarakat-indonesia-konsumsi-berita-online> diakses pada 24 September 2018.
- APJII. 2017. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017 (online)*. <https://apji.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017> diakses pada 7 Desember 2018.

- Badan Pusat Statistik Kota Denpasar. 2017. *Penduduk Kota Denpasar Menurut Kelompok Umur Tahun 2010-2015* (online). <https://denpasarkota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/19> diakses pada 27 Februari 2019.
- Morgan, Roy. 2018. *detikcom, KOMPAS.com & LIPUTAN6 are Indonesia's leading news websites* (online). <http://www.roymorgan.com/findings/7622-top-10-indonesian-news-websites-march-2018-2018061722277> diakses pada 7 Desember 2018.
- Ngazis, Nur Amal dan Mitra Angelia. 2016. Riset: *Konsumsi berita online kalahkan Televisi*. <https://www.viva.co.id/digital/digilife/748454-riset-konsumsi-berita-online-kalahkan-televisi> diakses pada 24 September 2018.
- Pandu. 2015. *DETIKCOM The No. 1 and Most Influential Digital Media In Indonesia* (Online). <http://microsite.detik.com/display/mediakit/Media%20Kit%20sales.pdf> diakses pada 27 Februari 2019.
- Sutianto, Feby Dwi, 2015, *detik.com* Jadi Portal Berita yang Paling Digemari Konsumen RI (Online) <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3031138/detikcom-jadi-portal-berita-yang-paling-digemari-konsumen-ri> diakses pada 8 agustus 2019
- Toriq, Ahmad. 2017. *detikcom* Terima Penghargaan Most Powerful Media Brand (online) (<https://news.detik.com/berita/d-3633059/DETIKCOM-terima-penghargaan-most-powerful-media-brandJHFUd>) diakses pada 24 September 2018.