

SKRIPSI

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP SITUS MEDIUM *ONLINE*
PADA *WEBSITE TUTOR KATA.COM***



OLEH

**FAHRIANI
18.3600.015**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2023 M / 1444 H

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP SITUS MEDIUM *ONLINE*
PADA *WEBSITE TUTURKATA.COM***



OLEH

**FAHRIANI
18.3600.015**

Skripsi sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2023 M / 1444 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium
Online Pada Website Tuturkata. com

Nama Mahasiswa : Fahriani

NIM : 18.3600.015

Program Studi : Jurnalistik Islam


Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-
1416/In.397.1/PP.00.9/06/2021

Disetujui Oleh:


Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos. I
NIP : 198301162009121005


Pembimbing Pendamping : Sulvinajayanti, S.Kom, M.I.Kom
NIP : 198801312015032006




Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah




Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP: 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium
Online Pada Website Tuturkata. com

Nama Mahasiswa : Fahriani

NIM : 18.3600.015

Fakultas : Ushuluddin Adab Dan Dakwah

Program Studi : Jurnalistik Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : No. B-1416/In.397.1/PP.00.9/06/2021

Tanggal Kelulusan : 10 Februari 2023

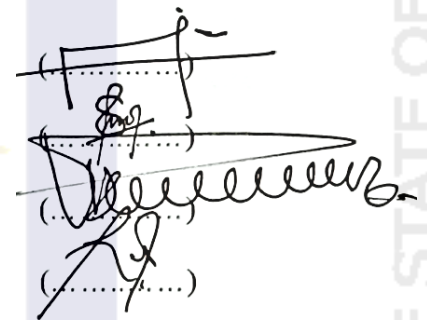
Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I (Ketua)

Sulvinajayanti, M.I.Kom (Sekretaris)

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I (Anggota)

Nurhakki, S.Sos., M.Si (Anggota)



Mengetahui:



Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah

Dr. A. Nurkidam, M.Hum

NIP: 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لُحْمَدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium *Online* Pada *Website Tuturkata. Com*” ini dengan baik. Tak lupa penulis kirimkan shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah SAW, dengan perjuanganlah sehingga islam sampai pada kita saat ini. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk meraih gelar S1 pada program studi Jurnalistik Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (IAIN) Parepare.

Rasa syukur dan terima kasih penulis haturkan yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua, Bapak yang saya hormati dan sayangi Basman dan Ibu saya tercinta Santi yang selalu sabar menghadapi anaknya ini dan selalu memberi semangat serta doa tulus untuk kesuksesan dan kebahagiaan anak perempuan ini. Adik-adik saya yang saya sayangi Ridho, Fauzan Arif Ramadhan dan Fiona Zea Ramadhani, serta keluarga besar yang selama ini mendoakan dan mendukung apapun yang terbaik untuk saya dan memberi semangat dan motivasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I selaku pembimbing I dan Ibu Sulvinajayanti, M.I.Kom selaku pembimbing II yang tiada henti-hentinya memberikan bimbingan dan arahan kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini terwujud berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala motivasi, bantuan dan jasa yang diberikan dalam menyelesaikan Skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa.
3. Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I selaku Wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah sekaligus penguji di Seminar Proposal atas saran dan dukungan kepada penulis agar menyelesaikan studi dengan cepat.
4. Bapak Nahrul Hayat, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Islam atas dorongan dan dukungannya kepada penulis agar cepat menyelesaikan studi.
5. Bapak/Ibu Dosen dan jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah membantu mulai dari maba sampai akhir.
6. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi untuk skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan Jurnalistik Islam Angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu terima kasih atas kerja samanya selama ini.
8. Sahabatku sekaligus support system ku Fitriana, Silvi Mansur, Siti Badriah, Jumria Tahir, Andi Nurhalisa S.H. Selalu ada untuk penulis yang selalu mengingatkan, menyemangati dan mendukung penulis selama pengerjaan penelitian ini Thank's for everything guy's.
9. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 31 Januari 2023

08 Rajab 1444 H

Penulis



Fahriani

Nim. 18.3600.015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fahriani
NIM : 18.3600.015
Tempat Tanggal Lahir : Alitta, 25 April 2000
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium *Online* Pada
Website Tuturkata. Com

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 31 Januari 2023
08 Rajab 1444 H

Penyusun



Fahriani

Nim. 18.3600.015

ABSTRAK

Fahriani. “*Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium Online Pada Website Tuturkata. Com*” (bimbingan oleh Muhammad Qadaruddin dan Sulvinajayanti)

Tuturkata.com merupakan portal berita *online* yang berbeda dengan media *online* lainnya *tuturkata.com* menyajikan berita berbentuk *story tale*. Ada dua fokus masalah yang di kaji pertama bagaimana persepsi pembaca terhadap media *tuturkata.com* dan kedua bagaimana kepuasan pembaca berita *life style* di media *tuturkata.com*.

Penelitian ini dilakukan di lingkup kampus IAIN Parepare. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif dengan. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) untuk mengemukakan masalah sesuai fakta yang terjadi yang dianalisis dengan menggunakan metode pendeskripsian. Sumber informasi diperoleh dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa (1) berita yang disajikan sangat menarik minat pembaca berita *online* dikalangan mahasiswa, dosen, dan masyarakat. Berita yang di sajikan juga sesuai fakta yang terjadi tidak ada unsur *hoax*, telah menyajikan berita yang benar adanya dan akurat. Penyajian beritanya dapat membantu dalam mengembangkan potensi jurnalistik mahasiswa maupun konsumen lainnya dengan melihat penyajiannya. (2) Pada jenis berita *life style* menerapkan bahasa atau *tuturkata.com* yang baku dan tidak kaku sehingga pembaca mudah memahami isi berita. Media *tuturkata.com* memberikan warna baru dan dapat menjadi referensi atau ide-ide unuk menjalani *life style* yang baru, media ini menggunakan rumus 5W+1H+1 *Impact*.

Kata Kunci: Persepsi, Khalayak, Media Online , *Tuturkata.com*.

DAFTAR ISI

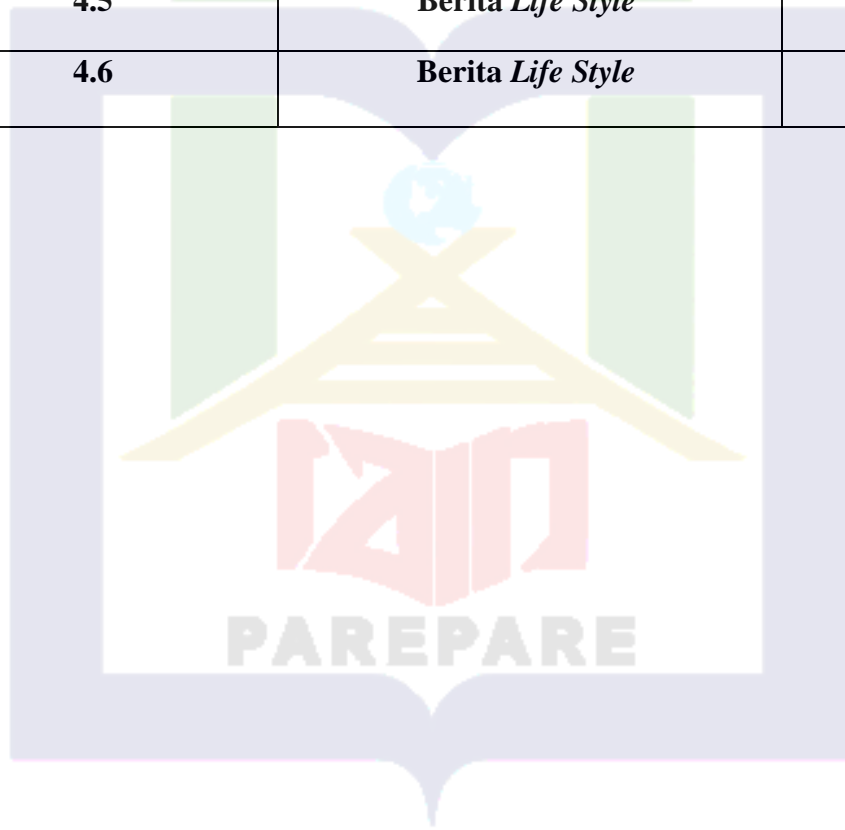
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	11
B. Tinjauan Teori	13
C. Tinjauan Konseptual.....	27
D. Karangka Berpikir	35
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan dan jenis Penelitian	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
C. Fokus Penelitian.....	47
D. Jenis dan Data Sumber	47
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	49

F. Teknik Analisa Data.....	50
G. Uji Keabsahan Data.....	52
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Persepsi Khalayak Terhadap Media <i>Tuturkata.com</i>	56
2. Persepsi Konsumen Pada Media <i>Tuturkata.com</i>	67
B. PEMBAHASAN	73
1. Persepsi Konsumen Terhadap Media <i>Tuturkata.com</i>	73
2. Persepsi Khalayak pada Berita <i>Life Style Media Tuturkata.com</i>	76
BAB V.....	71
PENUTUP.....	71
A. Simpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	IV
DOKUMENTASI	XV
BIODATA PENULIS	XIX



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Karangka Pikir	23
4.1	Traffic Channel	37
4.2	Wilayah Pengunjung	37
4.3	Performa	38
4.4	Jumlah Pengunjung	38
4.5	Berita <i>Life Style</i>	66
4.6	Berita <i>Life Style</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

No.Lamp.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat izin meneliti dari IAIN Parepare	V
2.	Surat keterangan izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare	VI
3.	Pedoman Wawancara	VII
4.	Dokumentasi	XV
5.	Surat Keterangan Telah Meneliti	XVIII
6.	Biodata Penulis	XIX

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	tha	th	te dan ha
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	kh	ka dan ha

د	dal	d	de
ذ	dhal	dh	de dan ha
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	gain	g	ge

ف	fa	f	ef
ق	qof	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَى : kaifa

حَوْلَ : haula

c. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَـ	fathah dan alif atau	Ā	a dan garis diatas

	ya		
يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْم : *Nu'ima*

عُدُّو : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أَمْرٌ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau

kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ *Dīnillah*

بِالله *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ *Hum fī rahmmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada

permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naşr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi *Abū Zaid*, *Naşr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naşr Hamīd Abū*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah

M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS .../ ...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjanagannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

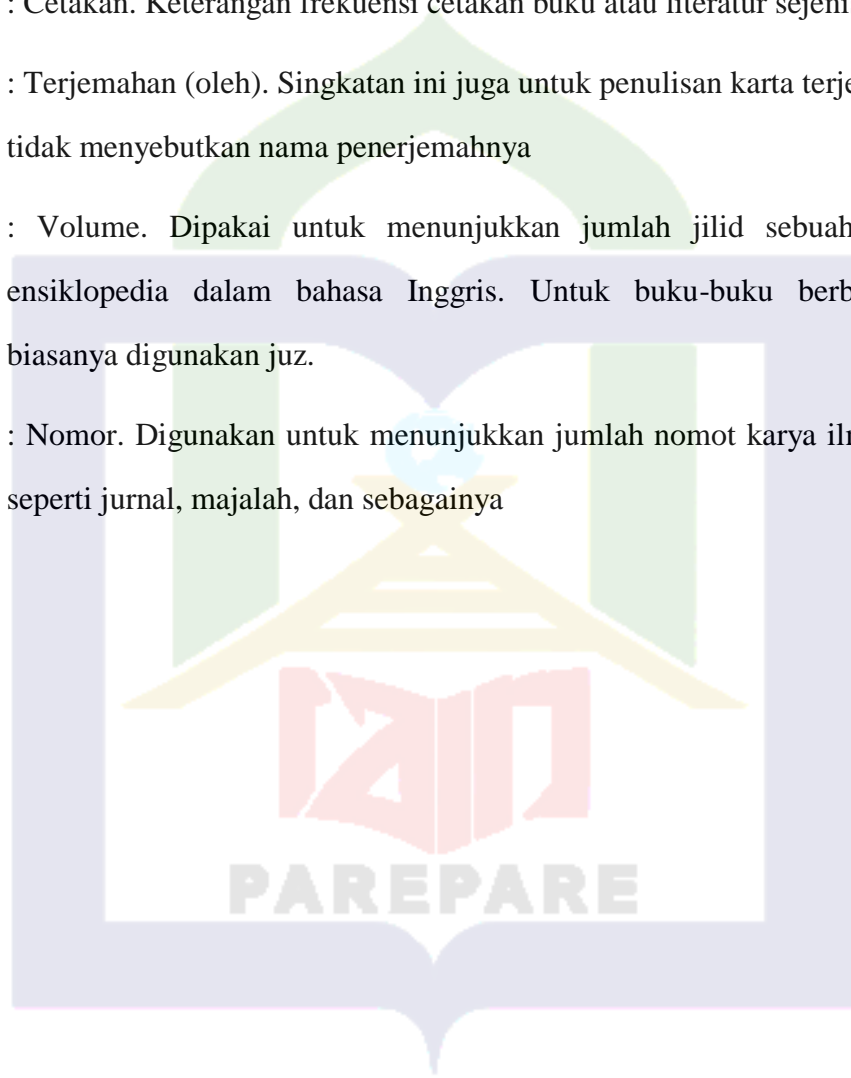
et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemahaman terhadap persepsi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat pada khalayak. Terbentuknya persepsi yang tepat pada khalayak, membuat khalayak mempunyai kesan dan memberikan penilaian terhadap suatu informasi yang bermakna sehingga berdampak pada suatu perubahan tindakan atau perilaku.¹ Jika khalayak mempersepsikan bahwa suatu berita memiliki keunggulan yang berbeda dengan berita lain dan keunggulan masing-masing.

Media itu sendiri dapat dipahami sebagai alat komunikasi seperti halnya koran, internet, radio, dan Tv yang dibuat dan di desain agar dapat mencakup dan mempengaruhi banyak orang. Adanya globalisasi, membawa sebuah perubahan atau evolusi dalam bidang teknologi informasi. Media *online* adalah media massa yang dapat ditemaukan di internet. Sebagai media massa media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media *online* ialah media sebagai media baru, internet memiliki beberapa karakteristik seperti media yang berbasis teknologi berkarakter fleksibel potensi interkatif, berfungsi secara privat dan publik, internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia.²

¹ Dita Wahyu Ningtyas Tuty, Emi Widiyanti dan Bakti Wahyu Utami, *Korelasi Faktor Pembentukan Persepsi Dengan Persepsi Konsumen Terhadap Media Pemasaran Online* (www.goodplant.co.id), (Caraka Tani: Journal of Agriculture. 2017), h.109

² Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-dasar Public Relation: teori dan praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya) 2012, h.101

Munculnya internet membuat terjadinya pergeseran dalam hal bentuk komunikasi tersebut. Media yang sebelumnya berbentuk cetak telah mengalami digitalisasi semenjak munculnya internet. Keberadaan media memiliki peran krusial dalam kehidupan manusia. Dalam bidang politik misalnya, media memiliki peran penting terutama dalam membentuk atau mempengaruhi opini publik.

Media juga seringkali dipergunakan oleh para pemangku kepentingan untuk mengartikulasikan kepentingannya kepada publik. Opini publik dapat mempengaruhi proses pengambilan suatu kebijakan. Salah satu bentuk partisipasi politik masyarakat adalah opini publik. Tingkat partisipasi politik masyarakat berbanding lurus dengan tingkat legitimasi rezim pemerintahan dalam suatu Negara.³

Berita merupakan salah satu media untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait hal-hal atau kejadian yang terjadi di lingkungan sekitar. Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita adalah sebuah informasi tertentu yang menjadi salah satu penarik perhatian khalayak yang membacanya. apakah dalam lingkup dunia, negara, atau khalayak yang dibatasi oleh kepentingan geografis, budaya, ekonomi, atau lainnya.

Bahasa jurnalistik adalah salah satu ragam bahasa yang memiliki sifat khas yaitu: singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas dan menarik. Dalam kosa kata, bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan dalam masyarakat. Sifat-sifat itu harus dipenuhi oleh bahasa jurnalistik mengingat media massa dinikmati oleh lapisan masyarakat yang tidak sama pengetahuannya. Orang tidak harus menghabiskan waktunya hanya untuk membaca surat kabar. Harus lugas, tetapi jelas, agar mudah

³ Miriam Budiarjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: Prima Grafika, 2015), h. 117

dipahami. Orang tidak perlu mesti mengulang-ulang apa yang dibacanya karena ketidakjelasan bahasa yang digunakan dalam surat kabar itu.⁴

Dinamika jurnalistik mengalami perkembangan cukup kompleks sebagai salah satu aspek komunikasi massa yang sering mendapat perhatian masyarakat. Jurnalistik diidentikan dengan proses atau aktivitas penyebarluasan berita di media massa. Tujuan jurnalistik ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat, media massa sangat membantu masyarakat dengan cara menyuguhkan berita yang terjadi di lingkungan, sehingga masyarakat bisa mengenali permasalahan disekelilingnya yang mungkin saja terlewatkan dari keseharian atau tidak disadari. Dengan adanya pemberitaan tersebut kebenaran berita menjadi dasar dari tindakan yang diambil oleh masyarakat. Ketika media *online* hadir sebagai *new media*, maka sekarang ini dikenal dengan adanya jurnalistik media *online*. Di mana setiap media memiliki medium tersendiri untuk menyajikan berita yang akan dikonsumsi secara *online*. Namun di era *new media*, terdapat pendangkalan kualitas jurnalisisme dengan semakin berkembangnya jurnalisisme berbasis *online*.⁵

Life style merupakan identitas kelompok yang cepat berubah dan memberikan pengaruh bagi konsumen tersebut dalam mengambil keputusan. *Life style* atau gaya hidup adalah pola hidup seseorang sehari-sehari yang diekspresikan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini). Gaya hidup menggambarkan kepribadian seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, gaya hidup akan memberikan sebuah gambaran di mana gaya hidup atau *life style* akan menentukan seseorang di dalam

⁴ Waridah, W. *Ragam Bahasa Jurnalistik. Jurnal Simbolika (E-Journal)*, 4.2 (2018): h. 112-129.

⁵ Kustadi Suhbang. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Prooduk, dan Kode Etik*. (Bandung: Nuansa Cendekia, 2016), h. 2

memilih apa yang dikehendakinya, sehingga fenomena itu akan membentuk pola pikir manusia.

Gaya hidup atau *life style* merupakan suatu perilaku seseorang yang ditunjukkan seseorang dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Gaya hidup (*life style*) merupakan perspektif manusia yang dipakai seseorang dalam bertindak laku dan konsekuensinya akan membentuk pola pikir tertentu. Terutama bagaimana sebuah berita ingin dipersepsikan oleh pembaca, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana membentuk *image* dikalangan pembaca media *tuturkata.com*.

Dalam beberapa literatur dan makalah jurnalistik dijelaskan bahwa bahasa jurnalistik tetap mengacu pada kaidah bahasa Indonesia. Meskipun secara umum tujuan terpenting isi berita meneruskan informasi dalam bentuk bahasa sederhana yang mudah dipahami oleh pembaca atau seluruh lapisan masyarakat. Dalam praktik jurnalistik atensi terhadap pemilihan bahasa cukup krusial karena disadari atau tidak, suguhan informasi sangat berpengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat. Bahan media bisa dijadikan alat propaganda, menimbulkan instabilitas dalam masyarakat jika saja tidak ada ketentuan ataupun serangkaian aturan (kode etik) yang mengikat wartawan dan media.

Hanya saja dalam praktik menulis berita, tidak sedikit media atau wartawan yang salah menempatkan kata atau kalimat, tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Beberapa kesalahan yang sering dilakukan seperti menulis kata *sekedar*, padahal mestinya *sekadar*, dengan kata dasar *kadar*. Selain itu, terdapat kata *carut-marut* yang seharusnya *karut-marut*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *carut-*

marut berarti bermacam-macam kata keji, sedangkan *karut-marut* berarti kusut, kondisi kacau, rusuh, tidak karuan.

Masyarakat mencontoh penggunaan kalimat dari media massa yang kurang bertanggung jawab. Dengan begitu banyak sekali orang yang membuat kalimat tanpa subjek, memulai kalimat dengan kata depan, terbawa struktur bahasa lisan dalam bahasa tulisan. Media sangat berpengaruh hebat di masyarakat. Media massa hadir seiring dengan berkembangnya teknologi dalam media ini. Di sini, *new media* merujuk pada teknologi komputer yang menekankan bentuk dan konteks budaya yang mana teknologi berkembang terus, awalnya internet dimanfaatkan untuk email dan situs, kemudian dimanfaatkan untuk blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, televisi internet, konferensi video, *game online*.⁶ Media memiliki fungsi sebagai pusat informasi, kesinambungan, korelasi, mobilisasi, dan hiburan. Tujuan pokok jurnalistik adalah untuk member informasi kepada masyarakat. Lalu, bagaimana jika informasi yang diterima oleh masyarakat tidak benar, atau tentu akan merusak tujuan jurnalistik dan juga media massa. Fungsi media itu sendiri yaitu sebagai tempat menyampaikan ide-ide atau gagasan, sebagai kontrol masyarakat, menyampaikan informasi, sebagai saran mendapatkan hiburan.

Menyampaikan perkataan yang sopan tidak semua orang bisa, ini termasuk bekal menjadi manusia yang utama seseorang biasanya sejak awal dapat diduga akan berhasil atau gagal dalam hidupnya dari tutur katanya sebab dalam penyampaian kata yang halus dan sopan itu mengandung pelajaran tingkah laku yang benar dan baik. Bertutur kata yang baik, halus dan sopan itu bukan perkara mudah khususnya bagi orang yang sejak kecil tidak memiliki budaya. Bertutur kata yang sopan dengan

⁶ Situmorang, James Rianto. *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya*. Jurnal Administrasi Bisnis 8.1 (2012), h. 75

kerendahan hati kepada yang tua menghormati tanpa sombong kepada yang lebih muda tawadhu tanpa terasa terhina. Integritas seseorang salah satunya dapat dilihat dari perkataan yang benar. Bertutur kata yang benar juga merupakan salah satu kunci keberhasilan dakwah rasulullah SAW. Selain itu kualitas dari perkataan seseorang juga mencerminkan tingkat ilmu yang dimiliki orang tersebut. Allah memerintakan kita untuk berkata-kata yang baik.⁷ Sebagaimana dalam firman Allah QS. Al Isra/ 17:53

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنْ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Artinya:

“dan katakanlah kepada hamba-hambaku” hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar) sesungguhnya seran itu menimbulkan perselisihan diantara mereka. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia”⁸.

Berdasarkan ayat diatas Allah swt. memerintahkan hamba dan rasulnya Muhammad, beliau memerintahkan hamba-hambanya yang beriman untuk berbicara dan berbincang dan agar kaliann selalu menyampaikan ucapan yang tidak menyesatkan dan ucapan yang baik, karena jika perbuatan itu dilanggar dan mereka tidak menuruti perintahnya niscaya setan akan masuk diantaranya dan membisikkan mereka kepada kejahatan, perdebatan, pertengkarannya, Sesungguhnya setan itu

⁷ Evi Winda Sari et al., eds. *Upaya Pengurus Pesantren Baitul Mu'minin Dalam Membina Etika Bertutur Kata dan Hasil-hasilnya Bagi Remaja Putri Usia 12-15 Tahun di Desa Munjul Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon, Jurnal Al Tarbawi Al Hadistsah*, V.1 No.2, 2017, h. 7

⁸ Departemen Agama RI 2009 h. 287

merupakan musuh adam dan anak cucunya, yaitu sejak dia menolak bersujud kepada adam dan permusuhan setan itu tanpa jelas dan nyata.⁹

Dapat kita lihat di era sekarang ini banyak kita temukan fitnah-fitnah yang diakui sebagai kebesaran, melakukan maksiat dikatakan hanya sebagai hiburan saja, dan keburukan manusia dijadikan sebagai tempat siaran. berdasarkan kitab suci umat Islam, Al-Qur'an telah menjadi peringatan bagi kita supaya berhati-hati berita yang disajikan, sebagaimana yang dijelaskan oleh QS. Al-Hujurat/ 26:6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نَدِيمِينَ

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”¹⁰

Allah telah memerintahkan hamba-hambanya untuk tidak berprasangka buruk, dengan sengaja mencari kesalahan orang lain, dan memprovokasi. tindakan ini termasuk tindakan yang di benci Allah dan menyebabkan dosa. Berdasarkan firman Allah di atas telah mengemukakan 3 larangan-larangan Allah SWT. Yang harus dihindari; menyebarkan aib orang lain (*tajassus*), menggunjing (*ghibah*), dan prasangka (*zhann*). Ibnu Katsir berpendapat mengenai firman Allah SWT. di atas: “Allah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman dari banyak prasangka, yaitu melakukan tuduhan dan pengkhianatan terhadap keluarga dan kaum kerabat serta umat manusia secara keseluruhan yang tidak pada tempatnya, karena sebagian dari

⁹ Evi Winda Sari et al., eds. *Upaya Pengurus Pesantren Baitul Mu'minin Dalam Membina Etika Bertutur Kata dan Hasil-hasilnya Bagi Remaja Putri Usia 12-15 Tahun di Desa Munjul Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon*, h. 7

¹⁰ Departemen Agama RI 2009 h.289

prasangka itu menjadi perbuatan dosa. Oleh karena itu, hendaknya kita semua menjauhi berbagai macam bentuk prasangka kepada orang lain.”¹¹

Berdasarkan ayat di atas dapat dijadikan sebagai pembelajaran untuk orang-orang yang beriman saat menemukan informasi, berita atau isu yang tidak jelas keberadaannya. Pelaksanaan perintah untuk mencari kejelasan dengan benar (*tabayyun*), adalah bagian dari amal shaleh yang dapat meningkatkan ketakwaan kita kepada Allah SWT. Dan kita di perintahkan untuk bersikap *tabayynu*. Bagi orang-orang yang menemukan suatu informasi, berita diharapkan untuk bersikap *tabayyun* dalam artian mencari kebenaran di balik informasi tersebut agar tidak timbulnya prasangka yang buruk dan fitnah.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di *tuturkata.com* yaitu menggunakan media *online* (*Facebook, Whatsapp dan Blog*) berbeda dengan media *online* lainnya *tuturkata.com* menyajikan banyak informasi berita salah satu diantaranya adalah *life style* (gaya hidup) sehingga memberikan daya tarik kepada khalayak untuk membaca konten-konten berita yang dihasilkan oleh media *tuturkata.com*. Di media *tuturkata.com* selalu menyajikan berita yang *update*, bukan hanya sekedar tersajikan berita kriminal, juga menyajikan berita sains, *culture, news, life style* (gaya hidup) yang dikemas dengan cerita ringan menginspirasi pembaca. *Tuturkata.com* dikhususkan pelajar, mahasiswa, dosen, guru, dan masyarakat. *Tuturkata.com* juga menyajikan informasi berupa budaya, pembelajaran, *religi, life style* (gaya hidup) yang dikemas dalam narasi bertutur.

Demikian dapat dikatakan bahwa persepsi merupakan tahapan yang terjadi di alam sadar kita lalu kemudian akan di evaluasi melalui proses itu kita mengetahui

¹¹ Sulaiman Al-Kumayi, *Bersama Allah Yang Tak Mungkin Menjadi Mungkin*, (Semarang : Pustaka Nuun, 2012), h. 71-72.

sejauh mana persepsi kita terhadap orang lain atau suatu objek. Lingkungan sekitar mulai kita rasakan pada proses ini sehingga mudah terlihat. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi.

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi latar belakang penelitian ini maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana persepsi pembaca terhadap media *tuturkata.com* serta bagaimana kepuasan pembaca berita *life style* di media *tuturkata.com*. Maka penulis ingin menyusun dalam skripsi yang berjudul “Persepsi Khalayak Terhadap Situs Medium *Online* Pada Website *Tuturkata. Com*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul yang penulis ingin diteliti, maka penulis akan memberikan batasan-batasan ruang lingkup penelitian yaitu :

1. Bagaimana persepsi pembaca terhadap media *tuturkata.com*?
2. Bagaimana kepuasan pembaca berita *life style* di media *tuturkata.com*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan peneliti maka tujuan dari peneliti ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pembaca terhadap media *tuturkata.com*.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pembaca berita *life style* di media *tuturkata. com*.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kegunaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara Praktis

Penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman agar mengetahui akan fungsi dari media sosial terutama pada media tutur kata.com

2. Secara teori

Peneliti diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang luas akan media massa, media sosial mulai cetak sampai pada perkembangan yang pesat menjadi media *online* . Mampu memberikan pengetahuan dari setiap fungsi dan peran dari setiap fungsi dan peran dari masing-masing media yang berkembang serta dekat dengan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Peneliti menggunakan beberapa referensi sebagai bahan acuan yang berhubungan dengan skripsi yang peneliti teliti antara lain;

1. Annesamaris Dara Khadiztya Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebeles Maret Sukarta dengan Judul Persepsi Konsumen Atas Kualitas Informasi Toko *Online* (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Konsumen Atas Kualitas Informasi Pada Toko *Online* Annesa Shop) hasil penelitian informasi yang paling baik keempat dimensi kualitas informasi tersebut adalah informasi produk. Informasi produk dinilai akurat reliable, relevan dengan kebutuhan dapat dipahami, menarik dan tidak sulit dicari, serta update informasi pada timeline facebook dan update isi informasinya. Perbedaannya terletak pada penelitian yang dilakukan Annesamaris Dara Khadiztya meneliti tentang persepsi dalam bidang toko *online* shop sedangkan yang penulis teliti adalah terkait persepsi konsumen terhadap berita *life style* (gaya hidup) pada *website* tuturkata.com.. Persamaannya sama-sama meneliti tentang persepsi konsumen.¹²
2. Fikri Asis, Noirovera dan Muhammad Yovi Program Studi Megister Ilmu Komunikasi di Universitas Budi Luhur Jakarta dengan judul penelitian Iklan

¹² Annesamaris Dara Khadiztya, “*Persepsi Konsumen Atas Kualitas Informasi Toko Online (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Konsumen Atas Kualitas Informasi Pada Toko Online Annesa Shop)*” Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebeles Maret Sukarta, 2013. h. 3

Pasta Gigi Shasha di Media Massa hasil penelitian menunjukkan banyaknya respon yang mempunyai perhatian khusus pada iklan pasta gigi shasha halal bersiwak. Respon yang menaruh perhatian pada iklan pasta gigi shasha halal bersiwak dikarenakan produk yang diiklankan merupakan produk yang digunakan dan produk yang diproduksi oleh usaha ternama. Daya tarik isi pesan iklan pasta gigi shasha halal bersiwak, beragam, kebanyakan respon menganggap iklan pasta gigi halal bersiwak menarik karena produk dan kualitas produk yang diiklankan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis sama-sama meneliti tentang persepsi konsumen adapun perbedaannya yang penulis teliti terkait persepsi konsumen terhadap berita *life style* (gaya hidup) pada *website* tuturkata.com.¹³

3. Hafid Susanto dan Reydah Intizar Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Makassar dengan judul Pengaruh Pemberitaan Terorisme di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Makassar. Hasil penelitian menunjukkan pemberitaan tentang terorisme dan radikalisme mempengaruhi persepsi tentang terorisme dan radikalisme cukup kecil kurang dari 50%, mengindikasikan bahwa terdapat banyak faktor yang dapat membentuk persepsi seseorang mengenai terorisme dan radikalisme sebanyak 81,3% merupakan faktor lain ini menunjukkan bahwa asumsi masyarakat tak lagi bergantung pada pemberitaan untuk mengkonstruksi persepsi atas realitas yang ada. Masyarakat tidak hanya bergantung pada media massa namun ada banyak hal lain memberikan pengaruh atas pembentukan resepsi tersebut. Persamaan penelitian dilakukan penulis sama-sama membahas tentang persepsi

¹³ Fikri, Azis, Nawiroh Vera, and Muhamad Yopi. *Persepsi Masyarakat terhadap Iklan Pasta Gigi Shasha di Media Massa*, *Jurnal Akrab Juara* 5.3 (2020): h.149-165.

masyarakat terhadap media massa. Adapun perbedaannya terletak pada metode penelitian yang penulis gunakan yaitu metode kualitatif sedangkan Hafid Susanto menggunakan metode penelitian kuantitatif.¹⁴

B. Tinjauan Teori

1. Teori *Uses dan Gratification*

Teori *Uses and gratification* adalah teori sosiologi tentang pengguna sosial media atau media massa oleh orang-orang yang berupa suatu gambar, teks, baik yang menghasilkan suara maupun gerakan berupa teks atau suatu video yang di siarkan (istilah sekarang: *upload*, di *forward* atau di *share*) sehingga dari apa yang mereka rasakan dan dapatkan mereka merasakan kepuasan. Para penulis yang menerapkan kajian ini memfokuskan perhatian terhadap bagaimana massa dalam penggunaan media sosial. Terlebih pada bagaimana media sosial ini mempengaruhi orang-orang. Dalam era sekarang ini fenomena media tidak hanya dikatakan berupa media cetak elektronik (media massa konvensional), media sosial telah menjadi suatu poin penting dalam media digital yang telah ada dan akan diaplikasikan oleh berbagai khalayak yang di sebut dengan media massa.¹⁵

Inti Teori *Uses and Gratification* yaitu individu akan menggunakan media berdasarkan keinginan atau kebutuhan tertentu. Media kan berusaha memenuhi keinginan individu. Apa bila keinginan ini dapat dipenuhi maka keinginan khalayakan akan merasa puas. Ingga, media yang telah memeuhi permintaan

¹⁴Raidah, Yusuf, and Hafid Susanto. *Pengaruh Pemberitaan Terorisme Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Makassar*. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi* 9.1 (2021): 16-31.

¹⁵Suparmo, Ludwiq. *Uses and Gratifications Theory Dalam Media Sosial WA (WhatsApp)*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5.2 (2017): h..27-23

individu akan lebih fektif. Kepuasan konsumen dapat kita lihat berdasarkan dua unsur, yakni motif pencarian kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) dan (*Gratification Sought*).¹⁶ *Gratification Sought* akan hadir dikarenakan adanya penilaian atau evaluasi dari hasil-hasil kreatifitas media itu sendiri. Motif pencarian kepuasan, maka massa akan menggunakan media sehingga dari sana akan mendapatkan kepuasan (GO). Motif pencarian kepuasan ini (GS) dipengaruhi oleh kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) yang bersifat subyektif, yang diasumsikan bahwa dengan mengakses media, akan memberi kepuasan kepada individu khalayak.

2. Sifat-sifat Teori Uses and Grafication

Anggapan dasar pada *uses and grafication* yaitu pada kebutuhan individu dan sosial dengan kegunaan suatu berita yang ada di media. Fiske berpendapat dengan anggapan-anggapan *uses and graficationn*.¹⁷ Khalayak itu akan berusaha agar keinginan dalam menemukan suatu informasi dapat dipenuhi, dengan mencari media apa yang dia perlukan.

- 1) Para anggota khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya.
- 2) Media bukan satu-satunya sumber pemuasan.
- 3) Orang bisa tau dibuat menyadari kepentingan dan motifnya dalam kasus-kasus tertentu.

¹⁶ Arifin, Pupung. *Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia Berdasarkan Analisis Uses and Gratification*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10.2 (2013) : h. 199

¹⁷ Edi Santoso dan & Mite Setiansah, *Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.111.

4) Pertimbangan nilai signifikansi *culture* dari media massa harus dicegah.

Berdasarkan pada anggapan itu Alexis S.Tan¹⁸ kemudian beranggapan masyarakat baik itu *audiens* merasa benar akan permintaan atau kebutuhannya serta hal ini dapat dilaporkan jika dikehendaki. Terlebih itu mereka tentunya tau betul mengapa mereka menggunakan media seperti misalnya untuk mencari informasi, untuk berbagai informasi atau sebagainya.

Dari pendapat di atas, dilihat hal ini akan menitik beratkan pada kasus-kasus keperluan khalayak pada suatu informasi yang disediakan oleh banyaknya sumber media dan dengan segala unsur-unsur dan keunikan yang dimilikinya, ini dapat kita lihat pada gambaran dalam bentuk pendekatan model *uses and gratification* ini, yakni susunan masyarakat atau khalayak, pemilihan media, penggunaan media, efek.

Konsep pada *uses and gratification* di bawah oleh Elihu Katz yang mengatakan bahwa istilah *uses and gratification* di tahun 1959. Katz mengemukakan pada penelitian tentang media menekankan pada apa yang dilakukan khalayak pada media bukan tentang apa yang media akan lakukan pada khalayak. Berikut ini beberapa unsur pendekatan teori *uses and gratification* meliputi :

- 1) Asal usul adanya kebutuhan.
- 2) Kebutuhan sosial dan psikologis.
- 3) Penghargaan yang timbul akibat kebutuhan psikologis dan sosia.

¹⁸ Dr. Humaizi, M.A, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press), 2018, h. 2

- 4) Media massa atau sumber-sumber lainnya yang digunakan.
- 5) Perbedaan pola terpaan media akibat keterlibatan dalam aktivitas lain.
- 6) Timbulnya pemenuhan kebutuhan
- 7) Timbulnya akibat-akibat yang mungkin tidak direncanakan.

Dapat disimpulkan bahwa alasan khalayak mempergunakan media *online* adalah untuk kondisi sosial psikologis yang dirasakan sebagai suatu kebutuhan khalayak dan dengan media khalayak dapat menemukan masalah dari apa yang dicarinya.¹⁹

a. Aplikasi Teori *Uses and Gratifications* dalam Internet

Merupakan teori yang sangat banyak digunakan dan populer dalam penelitian dalam menemukan jawaban pada fokus penelitian yang berhubungan dengan publik. Dalam zaman sekarang perkembangan teknologi. Di era ini media massa dianggap bagian dari internet yang kita gunakan adalah keseharian kita yang khususnya pada sudut pandang khalayak sebagai suatu pengaruh pada lingkungan saat ini. Media massa seperti elektronik dan cetak tak ingin ketinggalan zaman dia juga membuat kemajuan dengan memanfaatkan dunia internet contohnya saja *e-paper*, *e-book*, *streaming* dan sebagainya. Dengan media *online* seperti ini akan membuat khalayak lebih mudah menemukan informasi dimana saja dan kapan saja dan tergolong lebih mudah untuk di akses.

¹⁹ Dr. Humaizi, M.A, *Uses and Gratifications Theory*, (Medan:USU Press),2018, h. 3-4

Berdasarkan hal ini yang sudah sesuai karakteristik media massa bahwa sekarang ini internet merupakan penghubung antar media dengan khalayak contohnya menghubungkan radio, film dan televisi dengan melalui teknologi sebagai satu kesatuan. Berdasarkan pernyataan diatas banyak peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* dalam merumuskan suatu masalah kemudia mencari jawaban atas masalah yang diangkat yang berhubungan dengan media internet.

Terdapat berbagai penemuan penelitian pada bidang internet yang merupakan teknologi media yang baru dengan menerapkan *uses and gratifications* juga mengemukakan internet bagian dari media massa karena *uses and gratifications* digunakan untuk menemukan atau memecahkan masalah dalam media sosial. Teori dasarnya *uses and gratification* berkaitan dengan tahapan awal dalam media sosoal baru (komunikasi massa baru). Ruggiero telah menetapkan tiga keistimewaan dari komunikasi yang berbasis komputer (internet) yaitu:

- 1) *Interactivity*, bermakna suatu kondisi dimana individu dalam proses komunikasi memiliki kontrol dan dapat merubah peran dalam proses tersebut (komunikator-komunikan).
- 2) *Demassification* adalah peluang dari individu pengguna media untuk memilih dari menu yang amat luas/bervariasi. Tidak seperti media tradisional lainnya, internet dalam hal ini mengijinkan para penggunanya untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mereka.

3) *Asynchroneity*, bermakna bahwa pesan yang dibawa oleh media internet dapat menghubungkan komunikator dan komunikan pada waktu yang berbeda, namun mereka masih tetap berinteraksi secara nyaman. Seorang individu dapat mengirim, menerima dan menyimpan pesan sesuai kehendaknya. Untuk media televisi *asynchroneity* bermakna individu dapat menyimpan sebuah tayangan televisi untuk kemudian ditontonnya kembali pada waktu yang lain.

Dalam kasus perkembangan dari media tradisional ke media baru *uses and gratifications* sangat penting posisinya untuk memetakan kecenderungan media baru yang menjadi suplemen atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di dalam masyarakat.²⁰

3. Teori Persepsi

Berdasarkan etimologis, persepsi yang dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perception* yang memiliki artian menerima atau mengambil. Persepsi bagaimana kita berada pada suatu keadaan yang dirasakan atau dikatakan pengalaman tentang peristiwa, objek, atau sesuatu yang kita peroleh kemudian kita menerima dan menyimpulkan suatu informasi dan menafsirkan pesan kemudian akan hal itu dikatakan sebagai persepsi. Persepsi ialah mendapatkan sebuah hakikah pada stimulus inderawi (*sensoy stimuli*).²¹

²⁰ Dr. Humaizi, M.A, *Uses and Gratifications Theory*, (Medan:USU Press),2018, h. 51-52

²¹ Jalaluddin Rakhamt, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 2011, h.50

Persepsi itu adanya pemahaman yang kemudia pemberian makna kepada informasi yang kita temukan atau Stimulus. Stimulus ini didapatkan pada tahapan penginderaan pada objek, peristiwa, atau berkaitan hubungan antar gejala yang kemudian akan diproses oleh otak.²²

a. Makna Persepsi

Makna persepsi adalah pengetahuan, persepsi adalah kebutuhan, persepsi adalah kepercayaan dan keyakinan, persepsi adalah nilai, asumsi, sikap. Persepsi bisa meliputi tiga bagian dalam hidup kita yaitu peristiwa persepsi sosial, peristiwa psikologis, peristiwa budaya dan pembelajaran, wilayah kajian dan peristiwa peninjauan terhadap kreatifitas manusia layaknya persepsi kreatifitas desain dan seni dengan detail-detailnya.

1. Persepsi sebagai peristiwa berupa sinyal yang terdapat pada sistem saraf yang kemudian membentuk hasil dari estimulasi fisik dan kimia dari bagian organ indra manusia, contohnya pendengaran akan melibatkan gelombang suara, penciuman yang menggunakan media melokul bau (Aroma) dan penglihatan yang adanya cahaya yang masuk lalu mengenai retina mata. Persepsi berhubungan dengan fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kendali kita.
2. Persepsi juga sebagai peristiwa komunikasi, *cultur*, sosial, dan pembelajaran. Persepsi tidak lain tentang isyarat secara pasif menerima, tetapi dibuat oleh komunikasi antara manusia, perhatian,

²² Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS), 2014, h. 52.

ingatan, pembelajaran, harapan, dan yang berlangsung dalam konteks budaya, dan sosial.

3. Persepsi pada kreativitas manusia. Persepsi ini dapat dilihat para manusia bagaimana ia berpersepsi atau menginterpretasikan antefak seperti gedung, bangunan, skala lingkungan luar dan interior serta berupa karya desain dan seni..²³

b. Jenis-Jenis Persepsi

Persepsi dapat kita bagi menjadi dua bagian, yaitu persepsi terhadap manusia atau sosial, persepsi terhadap lingkungan fisik (objek). Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan rumit karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan, yaitu:²⁴

- 1) Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit Azis diramalkan.
- 2) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- 3) Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia beraksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek.

²³ Alisamar Nasbahri Couto, *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual* (Cet.1 Yogyakarta : Media Akademi, 2016), h. 15

²⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015), h. 148

Persepsi sosial manusia yaitu tahapan memahami suatu arti objek sosial dan peristiwa yang dialami alami di lingkungan sekitar. Setiap orang mempunyai perasaan yang berdeda-beda yang berhubungan dengan realita kehidupan. Adapun berikut ini prinsip penting tentang persepsi sosial manusia, yaitu:²⁵ Persepsi berdasarkan peristiwa yaitu satu objek atau kejadian dan tanggapan mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian yang serupa.

- a) Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia pastinya akan sering merasakan inderawi, hasrat terhadap rangsangan menjadi faktor utama yang menjadikan kemampuan kita untuk menerima rangsangan tersebut.
- b) Persepsi bersifat dugaan. Ini ada karena apa yang kita dapatkan tentang objek tidak pernah utuh sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun.
- c) Persepsi bersifat evaluatif. Beberapa dari kita berpendapat seperti ketika kita merasa atau berpendapat merasakan bahwa itu, tetapi kadangkala persepsi kita dan indrawi menipu kita, hingga dari apa yang kita alami dan rasakan membuat kita ragu akan seberapa dekat kita dengan persepsi dengan realita yang terjadi.
- d) Persepsi bersifat kontekstual. Semua yang terjadi dalam persepsi, menjadi bagian konteks yang paling kuat. Saat kita melihat seseorang,

²⁵Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, h. 191-207

kejadian yang terjadi, objek, konteng rangsangan sangat berpengaruh pada struktur kognitif.

- e) Ketika kita mengalami suatu kejadian peristiwa, melihat seseorang, atau objek, konteks indera pada rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pada suatu kejadian atau peristiwa yang di alami yang mengakibatkan munculnya persepsi.

Berdasarkan penjelasan di dapat ditemukan bahwa tanpa sadar kita berbuat tindakan yang keliru saat menghadapi suatu objek atau lingkungan fisik. Situasi ini mempengaruhi persepsi kita pda suatu benda

c. Ciri-Ciri Persepsi

Agar dihasilkan suatu penginderaan yang bermakna, ada ciri-ciri tertentu dalam persepsi yaitu sebagai berikut:

- 1) Dimensi ruang: persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang), kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan, latar belakang, dan lain-lain.
- 2) Modalitas: rangsang-rangsang yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indra, yaitu sifat sensoris dasar dan masing-masing indra (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu bagi perasa bunyi bagi pendengaran, dan sebagainya).
- 3) Dimensi waktu: persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan lain-lain.
- 4) Dimensi ruang: persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang), kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan, latar belakang, dan lain-lain.

- 5) Dunia penuh arti: persepsi adalah dunia penuh arti. Kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai makna bagi kita, yang ada hubungannya dalam diri kita
- 6) Struktur konteks, keseluruhan yang menyatu: objek-objek atau gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur dan konteks ini merupakan keseluruhan yang menyatu.

Berdasarkan karakteristik persepsi di atas, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa bagian-bagian indra manusia yang merangsang manusia untuk berfikir, merasakan, hingga memiliki persepsi terhadap lingkungan disekitarnya dan dirinya. Proses persepsi terjadi dikarenakan adanya rangsangan dari luar kendali kita atau alat indra kita. Dari hal itu yang memproses terjadinya rangsangan sehingga kita dapat merasakan dan menentukan atau menafsirkan peristiwa apa yang telah terjadi.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Berdasarkan tahapan persepsi, banyaknya rangsangan yang masuk ke panca indra namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Menurut Rhenal Kasali, persepsi ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Latar belakang budaya

Persepsi Berhubungan dengan *culture* (Budaya). Objek atau lingkungan fisik tergantung pada sistem nilai-nilai yang kita percayai. Bagaimana kita memaknai suatu pesan sehingga dapat tersampaikan, Berbedanya budaya dan nilai-nilai seseorang dengan yang lainnya makan

akan berbeda pula persepsi mereka terhadap suatu objek atau realita yang ada.

2. Pengalaman masa lalu

Khalayak atau *Audience*, biasanya memiliki suatu kejadian peristiwa atas objek tertentu. Setiap khalayak umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Makin erat hubungan diantara objek tersebut dengan khalayak, maka akan timbulnya pengalaman atau peristiwa yang dimiliki oleh khalayak. Selama khalayak tetap pada hubungannya dengan objek atau lingkungan fisik akan terjadi sebuah konteks yang memunculkan penilaian dari kejadian di masa lalu. Terhadap objek-objek tertentu, biasanya peristiwa atau pengalaman akan dialami oleh seseorang tidak hanya pada satu orang saja tetapi pada sekelompok sosial.

Terjadinya pengalaman atau peristiwa di masa lalu ini di perkuat dengan adanya informasi tertentu yang didapatkan seperti informasi yang memuat kejadian pada objek tertentu yang dirangkum dalam suatu informasi.

3. Nilai-nilai yang dianut

Nilai-nilai yang dianut khalayak tentunya sbeberapa diantaranya memiliki perbedaan dan relatif bisa saja berubah-ubah. Nilai-nilai yang dianut dapat mengandung kegunaan, kebaikan, kepercayaan, kepuasan, dan estetika atau seni. Nilai berupa fenomena yang terjadi pada khalayak yang diatur dari nilai-nilai itu sendiri berupa tidakan atau hasil yang baik yang diinginkan (bersifat normatif). Berdasarkan budaya yang di anut

tentang berdasarkan sesuatu yang baik atau buruk, berdasarkan hal yang positif atau negatif, apa yang sebaiknya di pertahankan, dan sebagainya. Nilai-nilai yang di anut berawal dari suatu filosofi yang merupakan bagian dari peristiwa budaya sehingga nilai itu sendiri sulit di ubah dan biasanya bersifat mutlak.

4. Berita-berita yang berkembang

Sumber informasi yang disajikan adalah informasi yang melalui media massa mencakup informasi yang bersumber dari berbagai laman sehingga hal ini dapat mempengaruhi persepsi khalayak. Berita-berita yang berkembang inilah yang menarik perhatian khalayak. Melalui berbagai sumber laman yang ada dan masyarakat yang menerima akan merasakan rangsangan indra yang mempengaruhi persepsinya. Berita-berita yang disajikan memberikan pengaruh baik itu secara sadar dan diluar kesadaran masyarakat, yang memuat suatu proses tahapan sehingga berita-berita yang berkembang akan sampai kepada masyarakat.

e. Aspek-aspek Persepsi

Pada dasarnya persepsi kita di pengaruhi dari berbagai komponen dimana komponen-komponen tersebut ada tiga yaitu:

1. Komponen Kognitif

Komponen yang terbuat dari apa yang diketahui menjadi sebuah pengetahuan sehingga adanya informasi tertentu pada seseorang tentang objek terhadap sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut.

2. Komponen Afektif

Afektif berkaitan dengan timbulnya prasangka perasaan senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

3. Komponen Konatif

Bagaimana kesiapan seseorang dalam menghadapi atau bertingkah laku pada hubungan dengan objek yang ada.

f. Proses pembentukan persepsi

Dalam proses pembentukan persepsi, Welgito menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut²⁶:

1. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia. Jika ditilik dari faktor fungsional, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu.

2. Faktor Personal

Faktor personal yang mempengaruhi persepsi orang terhadap kita atau sebaliknya adalah pengalaman dan konsep diri. Faktor personal besar pengaruhnya dalam persepsi interpersonal bukan saja pada komunikasi interpersonal, tetapi juga pada hubungan interpersonal. Beberapa faktor personal terdiri atas pengalaman, motivasi, dan kepribadian.

3. Faktor Struktural

²⁶ Yoedo Shambodo. "Faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak mahasiswa pendatang UGM terhadap siaran pawartos ngayogyakarta Jogja TV." *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial 2* (2020): h. 101-102

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Faktor struktural adalah faktor di luar individu, misalnya lingkungan, budaya, dan norma sosial sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

C. Tinjauan Konseptual

1. Persepsi

Persepsi menurut Kotler merupakan tahapan yang diterapkan kepada khalayak dalam mengorganisasikan, memilih dan menginterpretasikan segala informasi guna untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi adalah bagaimana kita bisa untuk mengelompokan objek-objek tertentu sesuai dimana kita berada, seperti yang kita lihat dan apa yang kita rasakan dan bagaimana kita memfokuskan itu.²⁷

Persepsi atau dapat diartikan juga sebagai anggapan seseorang, persepsi ini membentuk beberapa unsur dan saling berhubungan yaitu aspek latar belakang budaya, pengalaman masa lalu (*customer journey*), nilai kebudayaan atau adat yang dianut, serta berita yang ada di berbagai media yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap daya tangkap pesan yang disampaikan dalam iklan. inilah yang menjadi penyebab suatu konteks persepsi atau anggapan yang memiliki banyak perbedaan dikarenakan persepsi akan bersifat subjektif terhadap suatu objek. Persepsi merupakan tahapan proses kepada *audiens* dalam beberapa tahapan yang membentuk

²⁷ Idham Rizkiawan,. "Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tentang makna sesajen pada upacara bersih desa." Jurnal Tata Boga 6.2 (2017).

persepsi itu seperti menyeleksi, mengevaluasi dan mengatur stimulasi yang datang dari luar. Adanya persepsi melalui suatu proses di temukan dengan proses melihat, mendengar, merasakan, dalam suatu tayangan iklan.

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi yaitu setiap informasi yang disajikan akan menarik perhatian masyarakat baik yang disadari dan diluar kesadaran masing-masing.

Pengertian Persepsi adalah bagian penting dari manusia yang merupakan aspek psikologis yang mempengaruhi apa yang terjadi di sekitarnya. Persepsi memiliki arti yang begitu ekstensif. Beberapa ahli telah mengemukakan berbagai definisi tentang apa itu persepsi walaupun dalam artian semuanya memiliki hakikat yang sama. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), “persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu”. Tahapan individu memahami berbagai hal melalui panca indera yang dimilikinya.

Setiap individu pasti memiliki kebiasaan merasakan atau melihat suatu objek yang sama tetapi dengan sudut pandanya masih-masing dalam artian berbeda-beda. Adanya perbedaan tersebut di sebab kan karena adanya beberapa faktor yang terjadi seperti peristiwa, pengalaman, pengetahuan, dan dari sudut pandangnya. Cara pandang seseorang mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek dengan rangsangan alat indera menghasilkan cara pandang yang berbeda-beda. Persepsi kita yang melalui suatu proses yang akan menangkap dua hal baik hal positif maupun hal negatif akan tersimpan di alam bawa sadar kita dan akan muncul ketika ada suatu yang mendorong

sehingga memicu adanya ingatan tentang persepsi itu. Otak kita kan bekerja memunculkan pikiran dalam menilai apa yang terjadi di sekitar kita.²⁸

2. Khalayak

Khalayak atau *audiensi* yang diterjemahkan dari kata kadang pasif dan juga dengan kemajuan teknologi khalayak menjadi aktif. Hal ini terkait juga dengan persepsi khalayak terhadap sebuah konten muncul dalam proses kognisi yang terstrukturasi dan terkadang sangat ekspresif.

Kesulitan teoritis utama dalam konsep khalayak adalah suatu *term* yang diaplikasikan pada realitas yang makin beragam dan kompleks. Istilah ini karenanya, memiliki banyak makna tambahan selain makna intinya. Makna intinya adalah sekelompok orang yang diberi dan memperhatikan pesan komunikasi yang diproduksi oleh media dan dimaksudkan untuk disampaikan kepada mereka agar dipahami, dirasakan, dan direspon dengan cara-cara tertentu.

Dalam buku *Encyclopedia of Journalisme*, konsep khalayak merupakan kajian yang lebih awal dari teori-teori tentang komunikasi yang berkembang. Konsep ini bahkan mendekati retorikanya Aristoteles tentang “*phatos*”. Dalam bidang jurnalisme secara khusus, dan juga kajian media massa secara umum, khalayak bersasal dari kata *audire* yang berarti “mendengar”. Oleh karena itu karakter khalayak kemudian dipengaruhi pada awalnya oleh teknologi tulisan, kemudian tramplifikasi oleh teknologi percetakan dan bertransformasi akibat teknologi yang semakin baru yakni hadirnya komunikasi elektronik. Teknologi tulisan dan percetakan merupakan

²⁸Fikri, Azis, , Nawiroh Vera, and Muhamad Yopi. "Persepsi Masyarakat terhadap Iklan Pasta Gigi Shasha di Media Massa." *Jurnal Akrab Juara* 5.3 (2020): h. 151-152

dasar sifat alami dari komunikasi itu sendiri. Hadirnya pembicara dan pendengar tentu melibatkan apa yang disebut sebagai penulis dan pembaca.²⁹

3. Media *Online*

Media *online* berusaha menghadirkan inovasi terbaru dalam berbagai format agar mudah di akses. Media *online* datang dalam bentuk angin yang segar dan membawa perubahan yang semakin berkembang dalam revolusi digital. Menurut *National Education Association* (NEA) mengartikan media adalah berupa benda yang dapat dibaca, dilihat, didengar dan dimanipulasikan, serta dibicarakan dengan instrumen yang digunakan dengan baik dan dapat digunakan dalam kegiatan mengajar dan belajar.³⁰

Era teknologi informasi dan teknologi yang berkembang menciptakan teknologi baru yaitu media baru dan mempengaruhi perilaku konsumen.. Media baru yang diciptakan dapat kita sebut dengan media *online* atau sebuah laman berita yang dapat kita akses. Pada perilaku konsumsi terhadap media *online* yang berhasil memperoleh sebuah informasi yang dapat berupa berita. Sangat terlihat jelas di era sekarang ini bagaimana teknologi sangat berpengaruh seperti misalnya perilaku membaca sebuah surat kabar muali jarang ditemukan karena digantikan dengan membaca melalui media *online* yang kapanpun bisa kita nikmati. Dengan menggunakan *smart phone* yang dihubungkan dengan jaringan internet, kita bisa mengevesiensiakan waktu yang kita miliki ketika kita mencari berita yang lawas dan berita *terupdate*.

²⁹ Ruli Nasrullah, *Riset Khalayak Digital Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual Di Media Sosial. Jurnal Sositeknologi*. 17.2 (2018) : h. 271-272

³⁰ Asep Syamsul, M.Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, (Bandung:Nuansa Cendekia) 2012, h. 30

Teknologi informasi yang ada sekarang ini telah berhasil menghubungkan sifat-sifat teknologi komunikasi yang bersifat saling terhubung dengan teknologi komputer yang bersifat interaktif. Fenomena ini disebut sebagai konvergensi, yaitu terhubungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus.

Kini media komunikasi sudah bersifat global, yang membuat tidak adanya batasan antara wilayah, negara, bahkan bangsa. Dengan globalisasi yang terjadi memberi dampak pada internet yang lebih mudah di akses dari berbagai belahan dunia. Dengan terjadinya perubahan yang pesat ini sikap perilaku manusia dengan adanya media baru ini, mengantarkan kita kedalam era yang baru, yakni dunia yang terasa begitu luas, tanda adanya batasan dan saling terhubung dan transparan. Sebuah era yang membuka jendela baru bagi para milenial³¹. Secara definitif maka dapat disimpulkan satu kesatuan yang saling berhubungan antara layanan-layanan baik teknologi, informasi penyiaran/penerbitan.

Di era milineal ini, media *online* atau digital sangat populer banyaknya laman-laman atau aplikasi yang diciptakan untuk menarik perhatian khalayak. Media baru yang diciptakan ini memiliki karakteristik yang membuat khalayak tertarik akan perubahan besar ini. Karakteristik itu berupa sampainya informasi dengan cepat antara satu dengan yang lainnya (*realtime*). Memudahkan pencarian informasi, dengan karakteristik ini khalayak dapat berkomunikasi dengan lainnya dengan mudah dan membangun sebuah organisasi atau komunitas serta jangkauannya yang mengglobal. Media *online*

³¹ Minan, Ihdal, *Relasi Media Massa dan Dakwah Kontemporer*. Al- Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi 1.2 (2016): h. 197-214

dalam perkembangannya begitu cepat mengalir. seperti apa yang sedang terjadi di Indonesia, di mana Indonesia juga tidak lepas dari teknologi digital yang memudahkan masyarakat mudah mengakses informasi, walaupun terbatasnya pada daerah tertentu yang belum dapat mengakses internet. Kini media *online* dapat di akses dengan mudah menggunakan ponsel pintar.

Media *online* adalah media siber (*cybermedia*), media internet, dan *new media* yang dibentuk dalam laman situs yang disajikan melalui *website* internet. Media *online* dapat diartikan sebagai media generasi baru setelah media cetak seperti koran, majalah, buku dan media elektronik radio, televisi, dan film/video. Media *online* merupakan yang digunakan oleh para jurnalistik menggunakannya sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang disajikan dalam laman-laman situs *website* yang dapat di akses melalui jaringan internet. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* mejadi suatu objek kajian teori “media baru” (*new media*) yang mengacu pada permainan akses konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media juga aspek generasi “*real time*”.

Media *online* dalam penelitian ini diartikan sebagai media massa yakni *tuturkata.com* yang dapat diakses dimana saja melalui jaringan internet dan disajikan dalam bentuk *website*. Media *online* pada penelitian ini adalah laman situs berita. Portal berita adalah bagian dari sebuah sistem, memiliki struktur karakteristik sendiri dan tentunya berbeda dengan media cetak. Media *online* hadir membawa perubahan besar dalam kehidupan sehari-hari kita dan

menjawab dengan instan tentang apa yang ingin diketahui ini jauh berbeda dengan media cetak, bahkan sebagian besar masyarakat mulai meninggalkan kebiasaan membaca surat kabar. Tidak bisa dipungkiri lagi masyarakat sekarang memang lebih suka menghabiskan waktunya dengan ponsel pintarnya atau laptop karena mereka merasa ini lebih mudah dan bisa ia bawa kemana saja dan di akses kapan saja.

4. *Website*

Website adalah sekumpulan dari laman-laman situs, yang dirangkum berisi informasi tertentu dan dapat mudah diakses kapanpun dapat dilihat dan siapa saja saling terkait dalam satu nama domain yang tepatnya di laman yang dapat di akses seperti *World Wide Web* (www) di dalam internet. *Website* dapat diakses melalui jaringan internet, ketika kita mengakses halaman *website* kita dapat menemukan data-data berupa teks, gambar suara dan sebagainya yang bisa di akses hanya ketika *online* saja. Untuk membangun *website* kita bisa menemukan berbagai *style* yang bisa kita manfaatkan. *website* merupakan apa yang kita akses malalu laman *via browser*, *website* sebenarnya adalah sebuah aplikasi yang di akses dengan jaringan internet, karena ini hanya dapat di akses ketika ada jaringan internet saja, dengan segala fitur tertentu dan membantu anda melakukan kegiatan tertentu.³² Halaman *website* biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format *HyperText Markup Language* (HTML), yang bisa diakses melalui HTTP,

³² Ahmat Josi. "Penerapan Metode Prototyping Dalam Pembangunan Website Desa (Studi Kasus Desa Sugihan Kecamatan Rambang)." *Jurnal Teknologi Informasi Mura* 9.1 (2017). h.50-51

HTTPS adalah suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari *server website* akan disajikan untuk pengguna situs *via browser*.³³

5. *Tuturkata.com*

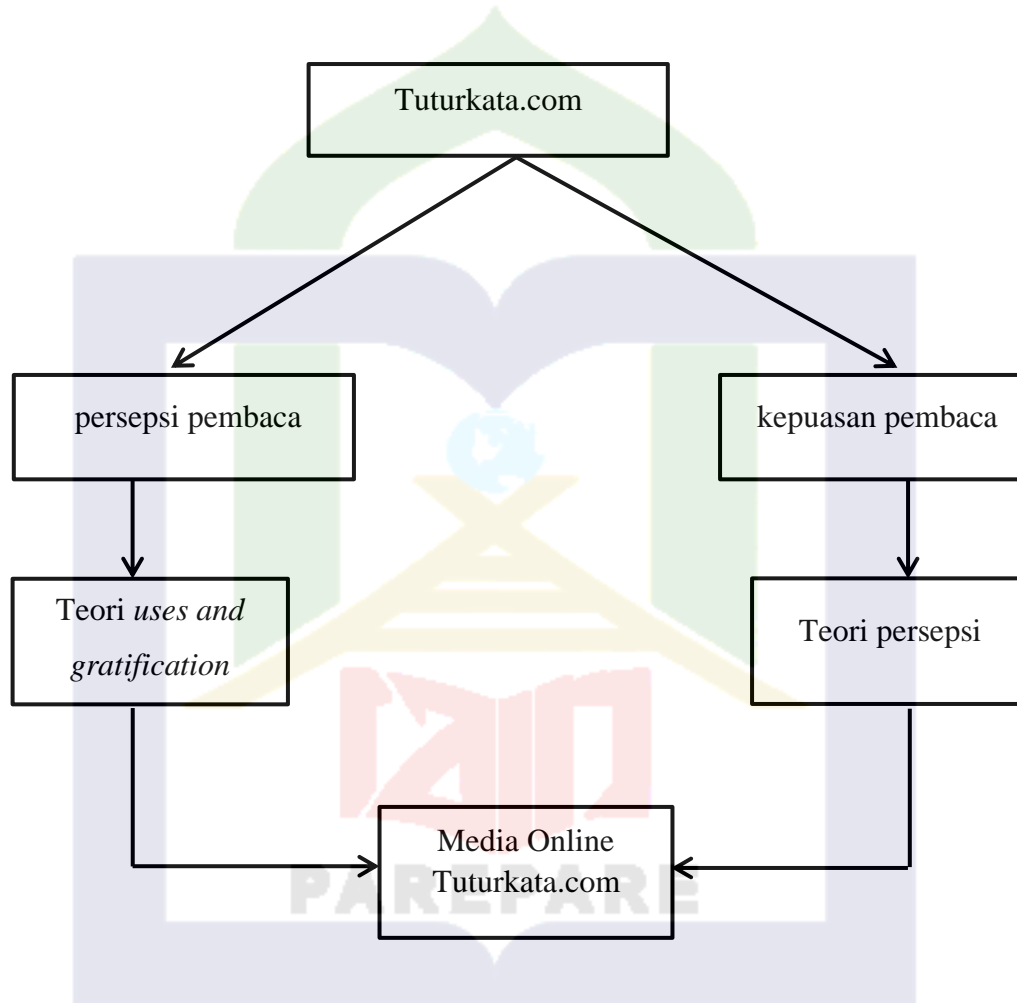
Tuturkata.com terbentuk pada tahun 27 Desember 2020 merupakan portal yang dikembangkan dengan menyajikan berita yang *update*, bukan hanya sekedar tersajikan berita kekerasan, juga menyajikan berita sains, *culture, news, life style* (gaya hidup) yang dikemas dengan cerita ringan menginspirasi pembaca. Media ini sudah bisa diakses sampai keluar negeri seperti, Afghanistan, Malaysia, United States, Others, dan Indonesia. Dengan berbagai macam channels di antaranya: *Direct, Organic Search, Social, Referral*. Selanjutnya yang bertanggung jawab untuk menentukan judul adalah editor atau penulis media tersebut.

Kritikan yang diiberi oleh pembaca berupa masukan saran, melengkapi data yang akurat lagi soal tempat yang berbeda dan semua saran yang dimasukkan bagus tidak ada kritikan yang menjatuhkan atau tidak *hatters*. Untuk pembacanya sekitar 75% di Indonesia sisanya paling banyak di Asia Tenggara. Selanjutnya untuk penanggung jawabnya adalah Andi Erliani S.I.Kom, peminana Hairil Rauf, dan untuk penulisnya ada beberapa dosen-dosen termasuk pemilik media itu sendiri, Dr. Hadi sebagai DEKAN Fakultas Ekonomi, Dr. Muhammad Arsyad Ketua Prodi Sains S2 UNM, Dr. Ibrahim DEKAN Fakultas Hukum, dan Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos. I salah satu dosen IAIN Parepare. Berikut ini dengan Jumlah *Performa* total klik 4,08

³³ Adelina Ibrahim, and Arisandy Ambarita. "Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website Pada PDAM Kota Ternate." *IJIS-Indonesian Journal On Information System* 3.1 (2018), h. 11-13

rb, total tayangan 350 rb. Selanjutnya untuk pengguna baru *tuturkata.com* ini ada 31.442 dengan tayangan halaman 53.820.

D. Karangka Berpikir



Gambar 2.1 Bagan Karangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. fokus penelitian disusun dalam kalimat tanya yang akurat dan jelas nyata, singkat, padat, sesuai fakta, tajam, dan tidak bias maknanya dapat dibuktikan. Tetapi terkadang fokus penelitian ini akan disempurnakan penulis setelah melakukan penelitian dilapangan. Hal ini perlu dilakuakn, karena penelitian kualitatif lebih mengara pada realitas apa yang benar-benar terjadi di lapangan (*perspektiveemik*) dari hasil pemikiran-pemikian subjektif peneliti (*perspektive etik*). Penelitian kualitatif yang kemudian di sekripsikan dengan bagus sesuai fakta yang ada. Menggunakan teori yang tepat dan lengkap. Sehingga hasil dari penelitian penulis akan memecahkan masalah menggunakan metode penelitian kualitatif.

Dengan begitu, maka hasil temuan penelitian akan dapat menemukan suatu proposisi baik. Dalam penyusunan suatu proposal fokus penelitian diungkapkan juga dalam latar belakang masalah.

Latar belakang masalah berisi tentang masalah-masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini yang kemudian akan dijawab dalam suatu fokus tertentu. Ini akan di ungkapkan dalam bentuk fokus utama dan beberapa sub fokus, terutama dalam penelitian kualitatif hasil penelitian dan bab kesimpulan isinya adalah menjawab fokus penelitian. Sehingga dengan menggunakan pendekatan ini akan menjawab rumusan masalah utamanya adalah menjawab

fokus penelitian yang diajukan. Dalam penelitian kualitatif tujuan harus dinyatakan dengan jelas, tegas, dan eksplisit. Tujuan penelitian ini akan memberikan kita arahan untuk menjawab rumusan masalah yang ditemukan. Dengan menggunakan pendekatan ini penelitian kan disusun secara cermat untuk mengungkapkan kejadian kejadain sesuai fakta yang terjadi.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu Penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan dengan langsung terjun kelapangan untuk mempelajari apa yang terjadi pada lingkungan dan keadaan yang sebenar-benarnya sesuai apa rumusan masalah yang diangkat misalnya unit sosial, pendidikan dengan apa adanya. Jenis penelitian ini akan membawa kita pada jawaban yang akan kita dapatkan melalui subjek penelitian dapat berupa masyarakat, individu sebagai informan.³⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1) Lokasi penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah Institut Agama Islam Negeri Parepare tepatnya di Jl. Amal Bakti No. 8, Kelurahan Lembah Harapan, Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Alasan peneliti meneliti dilokasi ini karena berdasarkan pengamatan peneliti bahwa media *tuturkata.com* adalah salah satu media *online* yang terbilang sangat mudah dengan memiliki jumlah pengguna yang banyak sehingga mampu bersaing dengan media *online* lainnya.

³⁴ Nursapia Harahap, M.A *Penelitian Kualitatif*, (cet. I Wal ashri Publishing: Medan) 2020, h. 44-56

2) Waktu penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini 1 bulan setelah seminar proposal

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada persepsi pembaca pada media *tuturkata.com* dan kepuasan pembaca berita *life style* (gaya hidup) di media *tuturkata.com*.

D. Jenis dan Data Sumber

Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu yang berhubungan dengan kasus yang akan diteliti dan tujuan dari peneliti. *Purposive sampling* merupakan sebuah metode non random sampling dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas special yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset. contohnya bila melaksanakan riset tentang politik hingga yang jadi ilustrasi merupakan orang yang pakar dalam bidang politik.³⁵

Data ini dibagi menjadi dua jenis yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Data merupakan bukti dan fakta yang telah dikumpulkan dalam merumuskan masalah. Dalam penelitian kali ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data utama yang digunakan dalam pencarian dan pengumpulan hasil penelitian. Data primer diperoleh dari hasil penelitian terhadap responden. Sumber data primer diperoleh peneliti secara

³⁵ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (ALFABETA: Bandung), 2013, h. 368

langsung dari responden sesuai hasil yang didapatkan dan dikumpulkan pada waktu penelitian dilakukan.

1. Data Primer

Data primer dikemukakan dengan wawancara dengan beberapa narasumber. Wawancara yang telah dilakukan terhadap informan yang data yang didapatkan disebut data primer. Penelitian mengumpulkan data primer melalui wawancara dan percakapan secara individu. Wawancara yang telah digunakan pada penelitian ini adalah sebagai alat ukur untuk melihat fakta dari data yang didapatkan melalui wawancara dengan narasumber.³⁶ Data jenis ini diperoleh langsung dengan informan mahasiswa yang di lingkup FUAD Institut Agama Islam Negeri Parepare.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber yang berisi hasil penelitian atau tulisan yang dipublikasikan oleh penulis yang secara tidak langsung melakukan penelitian atau bukan penemu teori. Contoh sumber data sekunder seperti buku bacaan, teks, *andsiclopedi*. Artikel-artikel dalam majalah ilmiah yang diterbitkan diperguruan tinggi Indonesia pada umumnya merupakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder juga diperoleh dari dokumen, gambar, video, rekaman suara.³⁷ Data primer diperoleh dengan wawancara konsumen dan pembuat berita *tuturkata.com*

³⁶ Suchri Abd Ussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Cet. I, cefe. Syakir media pres" Makassar)2021, h. 216

³⁷ Rahmadi *Pengantar Metodologi Penelitian* (cet. 1, Antasari Pres: Banjarmasin), 2011, h.41

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Dalam mengerjakan penelitian dibutuhkan instrument dan teknik pengumpulan data. Berikut teknik pengumpulan data yang akan dikerjakan peneliti anantara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan metode untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati mencatat apa yang telah diteliti. Observasi adalah tahapan untuk mengumpulkan sumber sample yang dapat kita kerjakan melalui pengamatan dan mencatat secara rinci setiap gejala yang ada, fenomena yang terjadi terhadap objek yang³⁸. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ini adalah tuturkata.com yang berada di Parepare. Pengamatan ini dilakukan dengan cara observasi partisipan, dengan menggunakan alat bantu seperti alat tulis menulis, dan sebagainya. Peneliti mengunjungi lokasi peneliti di setiap tempat narasumber bekerja, tinggal, atau melakukan aktifitas.

2. Wawancara

Wawancara merupakan tahapan yang dilakukan untuk mendapatkan sample data agar menemukan data yang lengkap dan sesuai apa nyatanya, dengan langsung terjun kelapangan melalu proses tanya jawab secara lisan. Wawancara atau *interview* terhadap informan adalag metode pengumpulan data untuk menemukan sumber data dan dihadapkan secara langsung oleh orang yang akan di wawancarai.

³⁸ Abu Achmad dan Narbuko Cholid, *Metedologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara), 2018, h.

Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sopan dan dapat dipahami oleh informan. Dalam proses wawancara yang akan dilakuka, penulis perlu menetapkan siapa saja yang akan menjadi narasumber atau informan yang dianggap memahami permasalahan karena penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini digunakan wawancara semi-struktur yang mendalam, yang mana wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada para mahasiswa terkait dengan situs media pemberitaan *online* pada *website tuturkata.com*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara dokumentasi secara langsung saat melaksanakan penelitian di lapangan. sebagai bahan analisis dalam penelitian yang akan digunakan oleh peneliti. Teknik ini dipakai untuk mencatat data primer.

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data digunakan sebagai alat pelengkap dan pengumpul data. Dokumentasi berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk laporan, foto, ataupun rekaman dari seseorang yang dapat diperoleh memulai observasi dan wawancara.

F. Teknik Analisa Data

Penelitian kualitatif dilakukan sebelum peneliti terjun ke lapangan, selama peneliti melakukan penelitian secara langsung di lapangan, ingga tahap pelaporan sebuah hasil penelitian. Analisis data dimulai sejak peneliti menentukan fokus penelitian sampai dengan pembuatan laporan penelitian selesai. Jadi teknik analisis

data dilaksanakan sejak merencanakan penelitian sampai penelitian selesai. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain³⁹.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Milles and Huberman. Bahwa ada tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi⁴⁰.

1. Reduksi data

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya, dengan maksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian data tersebut diverifikasi.

2. Penyajian Data

Diartikan pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif,

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta) 2013, H. 224.

⁴⁰ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara), 2019 h. 85-89.

dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan Atau Verifikasi

Merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan emik, yaitu dari kacamata *key information*, dan bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pandangan etik).

G. Uji Keabsahan Data

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun pengujian keabsahan data dimaksudkan untuk menjawab keraguan. Keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari pengujian *kredibilitas* data; yaitu pengujian kepercayaan data salah satunya dengan *triangulasi* merupakan bentuk validasi silang. *Triangulasi* menghasilkan pemindaian data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu, *uji transferability*; menentukan seberapa jelas, rinci dan sistematis laporan penelitian dapat dipahami oleh pembaca lain, *uji dependability*; menguji keandalan peneliti kepada orang lain dinilai dari integritas, kejujuran, dan kepercayaan pada peneliti, dan pengujian *confirmability*; dilakukan

dengan cara menganalisis apakah penelitian disepakati banyak orang atau tidak. Penelitian dikatakan obyektif jika disepakati banyak orang⁴¹.

1. *Credibility*

Derajat kepercayaan atau *credibility* dalam penelitian kualitatif adalah istilah validasi yang berarti bahwa instrument yang digunakan dan hasil pengukuran yang dilakukan menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Sebaliknya dalam penelitian kualitatif digunakan istilah kredibilitas atau derajat kepercayaan untuk menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan benar-benar menggambarkan keadaan obyek yang sesungguhnya.

2. *Transferability*

Dalam penelitian kualitatif tidak dikenal validitas eksternal tetapi menggunakan istilah atau konsep keteralihan atau *transferabilitas*. Keteralihan berarti bahwa hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan pada situasi lain yang memiliki karakteristik dan konteks yang relatif sama. Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks lokasi penelitian dengan lokasi lain yang akan diterapkan. Untuk melakukan pengalihan hasil penelitian, peneliti harus mencari dan mengumpulkan data empiris tentang kesamaan konteks.

Transferability ada hubungannya dengan penelitian pada fakta yang ditemukan dalam hasil penelitian yang dikemukakan dapat diaplikasikan atau diterapkan pada situasi yang lain. Agar menemukan derajat *transferabilitas* yang nyata itu tergantung bagaimana peneliti mengangkat arti dari hakikat

⁴¹ A Fuad KS Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2014, h. 101.

kenyataan temuannya dan menyelesaikan hipotesis dan analisis kritis yang disajikan dalam model penelitian. Inilah yang akan menjadi dasar untuk orang lain dapat menemukan jawaban dari hasil penelitian kualitatif yang dapat adanya kemungkinan untuk bisa diterapkan di studi kasus yang lain, maka peneliti harus membuat laporan dengan memberikan uraian dengan rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Jika pembaca mendapat gambaran yang jelas dalam penelitian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa penelitian tersebut memiliki derajat transferabilitas.

3. *Dependability*

Dalam penelitian ini kuantitatif dikenal istilah *realibilitas* yang menunjukkan konsistensi hasil penelitian meskipun penelitian itu dilakukan berulang kali. Sebaliknya, dalam penelitian kualitatif dikenal pengujian *dependabilitas* yang dilakukan dengan mengadakan audit terhadap keseluruhan proses penelitian mulai dari menentukan masalah, menentukan sumber data, pengambilan atau pembangkitan data, melakukan analisis data, memeriksa keabsahan data, dan membuat kesimpulan.

ketika seseorang dapat mengulangi penelitian tersebut maka dapat dikatakan *reliabel*. Proses *auditing* dilakukan oleh auditor yang independen atau pembimbing dengan cara mengaudit keseluruhan kegiatan peneliti dalam melakukan penelitian. Penguji ini dilakukan dengan cara mengaudit keseluruhan proses penelitian tersebut. Proses *auditing* tidak dapat dilakukan jika peneliti tidak memiliki catatan-catatan yang lengkap selama melaksanakan penelitian sejak awal mulai dari pembangkitan dan pengambilan data sampai pada pengambilan kesimpulan.

4. *Confirmabilitas*

Penelitian kualitatif dikatakan objektif bila hasil penelitiannya telah disepakati oleh banyak orang. Uji confirmabilitas hampir sama dengan uji dependabilitas, sehingga pengujian dapat dilakukan secara bersamaan. Uji confirmabilitas berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmabilitas.

Menguji kepastian atau confirmabilitas yaitu menguji kesatuan proses kemusiaan hasil penelitian hingga diperolehnya kepastian. Pengujian ini dilakukan oleh dosen pembimbing atau auditor independen untuk menemukan hasil penelitian yang sesuai faktanya dan objektif.⁴² Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian. Sehingga dapat dipertanggung jawabkan keabsahan data yang telah dipaparkan sebelumnya.

⁴² Helaluddin, Hengki Wijaya, “ *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*”, Edisi 1,(Cet .1: Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), h. 134-141

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persepsi Khalayak Terhadap Media *Tuturkata.com*

a. Pemberitaan Media *Tuturkata.com* yang Menarik

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap informan dengan hasil wawancara yang memiliki jawaban yang hampir serupa dimana mengatakan bahwa portal *website* media *tuturkata.com* adalah salah satu media yang menarik selain dari pada itu juga termasuk unik dengan kehadirannya yang terbilang masih mudah dari portal media *website* lainnya, namun media ini bisa bersaing dengan media-media pemberitaannya lainnya. Jenis berita yang menarik sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang diberitakan baik itu *culture, sains, news, life style*, dan esai. Selain dari pada itu media *tuturkata.com* selalu *update* dengan pemberitaan yang membuat konsumen penasaran dan selalu menunggu *upgrade* dari berita-berita terbaru dari media *tuturkata.com*.

Perkembangan teknologi berupa internet berhasil menciptakan sebuah kreatifitas baru di dalam masyarakat, seperti budaya media *online* dan pada zaman sekarang ini kita tidak luput dari penggunaan media sosial yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Mendapatkan suatu informasi kini sudah sangat mudah, dan masyarakat kini suka mendapatkan suatu informasi melalui media *online* dan dapat di bagikan kepada msyarakat lainnya dengan

mudah.⁴³ Menerangkan tentang media *online* adalah suatu media yang efisien untuk dalam artian bahwa media *online* adalah media yang sangat manjur untuk mempublikasikan informasi *news*, keistimewaan media *online* yaitu media *online* dapat membagikan informasi dengan sangat cepat dan memberikan hak keleluasaan pada individu dalam menciptakan konten berita, serta dalam menggunakan media *online* individu dapat saling berbagi melalui jaringan internet.⁴⁴

Tuturkata.com merupakan portal yang dikembangkan dengan menyajikan berita yang *update*, bukan hanya sekadar tersajikan berita kekerasan, juga menyajikan berita sains, *culture*, *news*, *life style* (gaya hidup) yang dikemas dengan cerita ringan menginspirasi pembaca. Media ini sangat terbilang sangat unik dan menarik karena berbeda dengan media-media *online* lainnya, *Website* ini dikembangkan penyebaran informasi pendidikan, gaya hidup, budaya membantu pembaca memperoleh informasi yang baik. Pembaca atau pengunjung diharapkan tidak hanya menjadikan *tuturkata.com* sebagai satu-satunya sumber informasi kebutuhan mereka. Situs *tuturkata.com* dikelola secara personal. Situs ini berkedudukan di Kota Parepare, Sulawesi Selatan Indonesia. Situs ini menyajikan kisah inspiratif, budaya, gaya hidup, dunia kampus, dan sekolah. *Tuturkata.com*, juga menyajikan cerita ringan yang dikemas dengan narasi bertutur.

Sebagaimana banyaknya perubahan yang terjadi di media *online* dan banyaknya kratifitas yang disajikan terhadap media disitulah penyebab berita

⁴³ Asep Dwi Nugraha, "Proses Pengembalian Kebijakan Redaksional Dalam Pemberitaan *Persis Solo di Paseopati.Net*". (2014), h.2

⁴⁴ Indah Suryawati " *Jurnalistik Suatu Pengantar*", (Bogor: Ghalia Indonesia: 2016), h.3-4

dituntut agar lebih kreatif inovasi sehingga para pembaca konsumen tidak bosan. Untuk melakukan perubahan inovasi terhadap ruang berita makan diperlukannya jaringan internet sebagai suatu penghubungan karena internet itu adalah pokok untuk menghubungkan segala konteks-konteks untuk membentuk suatu laman yang bisa diakses dengan mudah dan cepat, dan penyebaran yang mengglobal. Di keseharian kita tak luput dari adanya internet yang sudah menjadi bagian dari kehidupan kita, karena dengan adanya internet ini manusia merasakan kemudahan dalam menemukan suatu infoemasi, dan mudah dalam melakukan sesuatu seperti pembelajaran yang dapat di akses melalui situs internet, kita saling terhubung antar satu dengan yang lain dengan menjalin silaturahmi melalui internet, menemukan hiburan dalam internet, jurnalistik dan berbagai informasi lainnya. Media *online* ini berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet) yang mencangkup pada portal, *website* (situs *web*), *radio-online* , *TV-online* , *pers online* , *mail-online* , dan lain-lain.⁴⁵

Maraknya pengguna media *online* hingga mengalami peningkatan yang cukup pesat. Ini terjadi karena banyak orang yang mengakses dan disebabkan beberapa faktor pendorong, antara lain perubahan gaya hidup, majunya teknologi, perkembangan dunia jurnalistik, berita yang disajikan adalah berita yang di minati masyarakat dan sangat cepat tersampaikan. karakteristik dari media *online* dengan kecepatan dan jangkauannya akan

⁴⁵ Kevin Filo, Daniel Lock & Adam “*Manajemen Media Digital*”, (Bandung : Media Sucahya : 2017), h. 2-3

mudah diakses. Dibandingkan dengan media cetak, media *online* akan lebih unggul dalam hal kecepatan menyampaikan sebuah berita.⁴⁶

Kemunculan media *online* telah menciptakan jurnalisme baru, yaitu jurnalisme *online*. Jurnalisme *online* adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara *online* di internet. Selanjutnya menjelaskan bahwa jurnalisme *online* adalah jurnalisme generasi baru setelah jurnalisme cetak dan jurnalisme elektronik.⁴⁷ seorang jurnalis harus mampu mengidentifikasi sebuah kejadian, mampu menganalisis sebuah kejadian dilihat dari sudut pandang tertentu, mampu menjelaskan secara detail bagaimana suatu kejadian itu terjadi, dan dapat menjelaskan kejadian tersebut.

“Menurut Winda Astuti M sebagai mahasiswa Iain Parepare pogram Studi Jurnalistik Islam Angkatan 2018 mengatakan bahwa kehadiran media *online tuturkata.com* sangat menarik, *tuturkata.com* tidak hanya menyajikan berita *straight* tapi banyak juga berita-berita menghibur. Artikel- artikel yang dimuat tidak hanya tentang peristiwa yang terjadi disekitar, saya merasa banyak narasi ditulis yang sifatnya *out of the box* dan jarang kita dapatkan di media *online* lain. *Update*, saya selalu mendapat *update* dari postingan terbaru *tuturkata.com*. selain karena banyaknya penulis yang tergabung disana, saya juga berteman dengan para penulis jadi lebih memudahkan saya mendapat info terbaru khususnya dari media *tuturkata.com*.”⁴⁸

Adapun menurut Winda Astuti dengan adanya berita *online tuturkata.com* ini menyediakan berita yang bervariasi akan tetapi kalimat yang dituangkan dalam berita tersebut memiliki ciri khas atau karakteristik tersendiri dari media *online tuturkata.com* sehingga membuat pembaca berita menantikan berita-berita terkini selanjutnya dari media *online tuturkata.com*.

⁴⁶ Indah Suryawati “*Jurnalistik Suatu Pengantar*” (Bogor: Ghalia Indonesia: 2016), h. 5

⁴⁷ M.Romli, Asep Syamsul “*Panduan Praktek Mengelola Media Online*” (Bandung: Nuansa Cendekia : 2012), h. 7

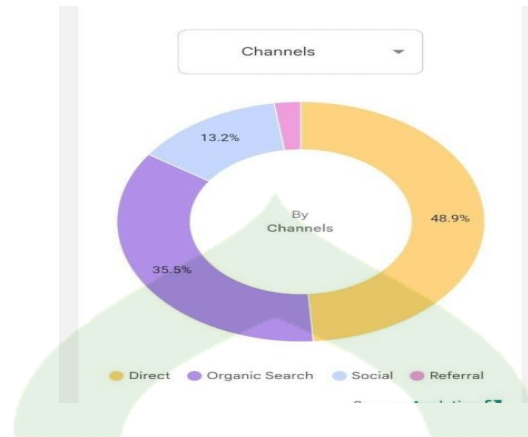
⁴⁸ Wawancara dengan Winda Astuti M pada Tanggal 27 Desember 2022

Media ini juga sangat *update* terlepas dari narasumber Winda Astuti memiliki teman penulis sehingga dia lebih mudah mendapat *upgrade* terbaru dari media tersebut.

b. Pemberitaan yang Update

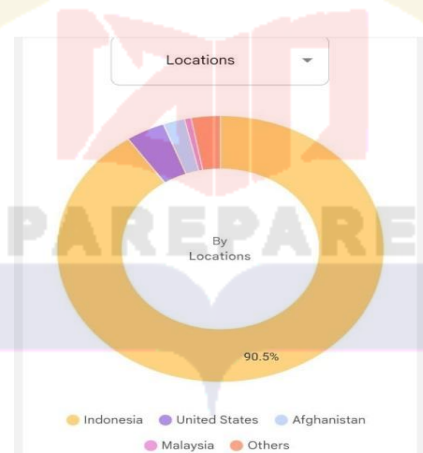
Berdasarkan uraian tersebut, sekarang ini tak heran jika bermunculan situs-situs berita *online* atau yang biasa kita sebut portal berita yang mengandalkan aktualitas, seperti *tuturkata.com* dengan menghadirkan pemberitaan yang *update* baik itu pendidikan, gaya hidup, dan sebagainya. Membahas tentang media *online* di kota Parepare, tidak lepas dari hadirnya portal *tuturkata.com*. Media *online* *tuturkata.com* berdiri pada tanggal 27 Desember 2020. *Tuturkata.com* berperan penting bagi para konsumen, karena menjadi wadah informasi tentang kisah inspiratif, budaya, gaya hidup, dunia kampus dan sekolah.

Berdasarkan *traffic channel* pada media *tuturkata.com* dibagian *direct* atau bagian *channel* langsungnya terdapat 48.9 % , kemudian dibagian *organic search* ada 35.5 % dalam artian *channel* yang tidak mengharuskan media untuk membayar setiap kali adanya tambahan jumlah kunjungan ke situs *website* tersebut, selanjutnya ada *channel* sosial terdapat 13.2% dimana dibagian ini lebih banyak yang mengunjungi dibandingkan dengan bagian *referral* yang hanya 0%, penjelasan tersebut dilihat pada gambar 4.1 traffict canenel



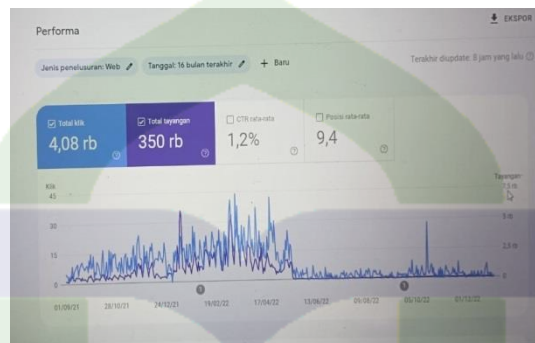
Gambar 4.1 Traffic Channel

Berdasarkan lokasi yang pengunjung situs *website tuturkata.com* pada gambar lingkaran 4.2 dimana gambar yang berwarna kuning menunjukkan wilayah Indonesia dengan jumlah 90.5% peminat media *tuturkata.com*, kemudian pada bagian warna pink menunjukkan wilayah negara Malaysia, dan pada gambar warna biru langit menunjukknn negara Afghanistan.



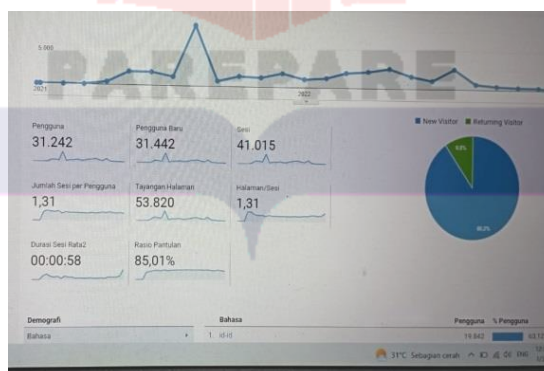
Gambar 4.2 Wilayah pengunjung

Berdasarkan gambar 4.3 Performa dimana bagian ini mendeskripsikan total klik dan total tayangan *website tuturkata.com* selama enam belas bulan terakhir mengalami jumlah peningkatan. Pada bagian total klik ada 4,08 ribu jumlah penelusuran *website* kemudian jumlah tayangannya 350 rb.



Gambar 4.3 Performa

Berdasarkan gambar 4.4 jumlah konsumen, dalam artian jumlah konsumen yang membuka media *tuturkata.com* ada 31.242 pengguna. Kemudian untuk pengguna baru ada 31.442 dari tahun 2021 sampai 2022, lalu untuk jumlah sesinya 41.015 dan untuk tayangan halamannya berjumlah 53.820.



Gambar 4.4 Jumlah Konsumen

Proses wawancara ini dilakukan menggunakan pedoman wawancara dari 6 informan dari mahasiswa IAIN Parepare Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, berikut ini peneliti paparkan hasil wawancara dengan informan tersebut, dimana semuanya berhubungan tentang kepuasan dan pendapat terhadap media *tuturkata.com*.

“Menurut Fitriana salah satu mahasiswa IAIN Parepare Program Studi Jurnalistik Islam Angkatan 2018 mengatakan bahwa media *tuturkata.com* walaupun masih terbilang media yang kecil tetapi sudah mampu bersaing dengan media *online* lainnya. Berita yang disajikannya pun *up to date* mengikuti perkembangan dan selera pembaca sekarang. Sebenarnya saya tidak selalu *update* membaca berita media *online tuturkata.com* akan tetapi pernah membaca dan berita-beritanya pun menarik untuk dibaca.”⁴⁹

Dari keterangan Fitriana diatas menyatakan bahwa media *tuturkata.com* selalu menyajikan berita-berita hangat yang sedang terjadi di lingkungan sekitar meskipun media tersebut masih baru saja terbentuk yakni dua tahun yang lalu tetapi mampu menarik minat pembaca berita *online* dari *tuturkata.com*. dan menurutnya ia hanya membaca berita yang dipublikasikan oleh media *tuturkata.com* itu beberapa kali dan ia dapat menyimpulkan bahwa berita yang disajikan sangat menarik minat pembaca berita *online* .

“Menurut Nur Asia sebagai salah satu mahasiswa IAIN Parepare Program Studi Jurnalistik Islam Angkatan 2018 mengatakan bahwa terkait media *tuturkata.com* bahwa media tersebut menyajikan berita terkini dengan memberitakan berita *culture* seperti *life style*. Media tersebut tentu menjadi acuan bagi kalangan penikmat berita *culture*. Berbagai peristiwa di dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, mengimplikasikan kandungan ideologi dan ketika diberitakan, berita menggambarkan ideologi juga mereproduksi berita tertentu. Cukup *update* dengan berita yang disajikan oleh media *tuturkata.com*.”⁵⁰

Dari pernyataan Nur Asia mengatakan bahwa media *tuturkata.com* konsisten menyajikan berita-berita terbaru khususnya berita *life style* yang

⁴⁹ Wawancara dengan Fitriana pada Tanggal 26 Desember 2022

⁵⁰ Wawancara dengan Nur Asia tanggal 26 Desember 2022

digemari banyak kalangan mahasiswa maupun dosen dan berita yang disebarkan didalamnya terkandung beberapa ide-ide yang dapat memberikan inspirasi kepada pembuat berita lainnya.

“Menurut Wahyu Ananda S. Sos salah satu mahasiswa alumni IAIN Parepare Program Studi Jurnalistik Islam Angkatan 2017 dalam argumennya mengatakan bahwa media *tuturkata.com* dalam tampilan bagus karena dia sudah berstruktur dan memiliki sub-sub tema yang bisa kita pilih sendiri sesuai dengan keinginan pembaca meskipun saya tidak terlalu minat tetapi saya berfokus kesalah satu pemberitaan contohnya *life stayle* tentang bagaimana gaya-gaya kehidupan masyarakat dan untuk iklan juga tidak terlalu banyak masih bisa dikendalikan karena di beberapa media *online* juga ada yang iklan telalu banyak sehingga pada saat membaca kita tidak bisa fokus keberita sedangkan di *tuturkata.com* tidak terlalu banyak. Untuk seberapa *update* saya kedia ini busa dikatakan tidak terlalu *update* dalam artian hanya membuka media ketika ada berita yang menarik itupun kadang baru *update* kalau ada *story* teman-teman lewat dari teman-teman yang di Pare-pare itu membuat *story* pemberitaan dengan media *tuturkata.com* baru *update* diluar itu yah tidak karena tidak berlangganan juga tidak terlalu *update* lah pada pemberitaan.”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di analisis bahwa media *tuturkata.com* memiliki tampilan yang berbeda dengan media lainnya. Di media *tuturkata.com* ini menyuguhkan sub-sub tema yang menarik dan bisa dipilih sendiri sesuai dengan keinginan pembaca salah satunya adalah berita jenis *life style* tentang bagaimana gaya-gaya kehidupan masyarakat dan untuk iklannya tidak terlalu banyak sehingga mudah bagi pembaca fokus .

“*tuturkata.com* merupakan media yang up to date memberitakan kejadian-kejadian yang diwilayah Pare-pare dengan berbagai macam topik khususnya didunia pendidikan. Kemudian dari pada itu menurut saya sangat *update* karena hampir setiap hari mengupload berita”.⁵²

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian dari Sri Radiyaningsi Salmah yang menjelaskan bahwasanya media *tuturkata.com* merupakan media yang

⁵¹ Wawancara dengan Wahyu Ananda S.Sos tanggal 29 Desember 2022

⁵² Wawancara dengan Sry Radiyaningsih Salmah pada Tanggal 8 Januari 2023

up to date dengan berbagai ragam media. Hal ini menjadi bagian terpenting karena media *online* harus tetap mempertahankan eksistensinya maraknya para pesaing antar media *online*. Bagaimana cara mempertahankan eksistensi yang ada, tergantung seperti apa rancangan media *online* *tuturkata.com* untuk selalu meningkatkan situs *website*-nya. Bagaimana *website* *tuturkata.com* dapat terus menyajikan berita atau informasi yang menarik mengenai berita *life style* ataupun berita-berita lainnya sesuai dengan tujuan awal didirikannya *website* ini.

“jadi pendapat saya mengenai *tuturkata.com* itu sangat bagus dan menarik tentunya karena dapat menginformasikan berbagai cerita baik itu cerita fiksi ataupun cerita nonfiksi yang disajikan secara menarik, mengenai seberapa update pembaca pada media *tuturkata.com* itukan tergantung dari yang mengshare seberapa banyak orang yang mengshare kemudia membaca beritanya”.⁵³

Membahas dari hasil wawancara yang informan yaitu Lutpia mahasiswa IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam mengatakan bahwasanya media *tuturkata.com* sangat menarik dalam artian dijelaskan media ini mampu membawa pembaca untuk menyelesaikan bacaan berita yang di *update* media *tuturkata.com* tidak membuat konsumen bosan dengan apa yang diberitakan sehingga menarik dan mampu menghipnotis konsumen untuk menyukai media *tuturkata.com* ini, mulai dari gaya penulisan yang berbeda dengan media-media *online* lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa media *tuturkata.com* ini adalah media *online* dengan teknik berita yang bercerita dengan berbagai portal-portal yang disajikannya. *Tuturkata.com* ini

⁵³ Wawancara dengan Lutpia pada Tanggal 7 Januari 2023

menyediakan berita yang bervariasi akan tetapi kalimat yang dituangkan dalam berita tersebut memiliki ciri khas atau karakteristik tersendiri dari media *online tuturkata.com* membaca berita yang dipublikasikan oleh media *tuturkata.com* itu beberapa kali dan dapat disimpulkan bahwa berita yang disajikan sangat menarik minat pembaca berita *online* dikalangan mahasiswa, dosen, dan masyarakat.



Gambar 4.5 Berita *Life Style*



Gambar 4.6 Berita *Life Style*

2. Persepsi Konsumen Pada Media *Tuturkata.com*

a. Gaya penulisan Pemberitaan *Tuturkata.com*

Kepuasan pembaca terhadap media *online* yaitu berupa hasil dari perasaan yang dirasakan setelah membaca berita khususnya berita yang disajikan dari media *online tuturkata.com*. Kepuasan merupakan efek dari penggunaan media sehingga rasa ingin tahu individu tentang informasi yang disajikan dalam media mendorong keinginan untuk lebih mendapatkan kepuasan dengan kata lain individu mencari kebutuhan informasi pada media *online* . Kepuasan konsumen pada media *tuturkata.com* mengacu pada gaya penulisan yang variatif dengan *overall* bahasa atau bahasa baku mudah dipahami bagi konsumen portal media *tuturkata.com*.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan di kampus IAIN Parepare yaitu bagaimana kepuasan pembaca berita media *online tuturkata.com* dengan mengacu pada beberapa narasumber yang telah diwawancarai. Kepuasan itu sendiri dalam hal ini adalah kepuasan pembaca berita dari hasil atau perasaan yang dirasakan setelah membaca berita yang disajikan oleh media *online tuturkata.com*. Dari indikator-indikator tersebut kemudian dapat disimpulkan bahwa untuk menambah minat baca pada media *online tuturkata.com* pemilihan topik berita cukup menarik menjadi nilai penting dalam sebuah media berita *online* , yang kemudian disajikan dikalangan masyarakat dan kampus.

Berita media *online tuturkata.com* dalam menggunakan topik berita selalu menggunakan topik aktual hal ini menginditasikan semakin sering menggunakan topik berita yang aktual maka masyarakat akan tertarik dan lebih sering membaca berita media *online tuturkata.com*. topik berita pada *tuturkata.com* dapat dipercaya artinya adanya kepercayaan dan kepuasan pembaca berita akan topik yang disajikan media *online tuturkata.com* yang aktual dan terpercaya. Surat kabar dan Televisi sama-sama mempengaruhi khalayak, tapi media massa pada umumnya lebih efektif dalam membentuk pemahaman masyarakat. Oleh sebab itu semakin menarik sebuah topik berita dalam sebuah media *tuturkata.com*, akan semakin meningkatkan keinginan pembaca untuk menggunakan media *online* untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Winda Astuti M dalam wawancara :

“ saya cukup puas dengan berita-berita life style, diksi yang digunakan sangat sederhana dan misterius mengundang pembaca untuk membuka dan menyelesaikan bacaannya. Isi tajuk life style ini benar-benar dekat dengan kita, ini bacaan ringan yang benar-benar menarik. Media tuturkata.com ini membuka peluang yang luas bagi penulis yang ingin tulisannya di publish, karena banyak penulis yang sering berbagi kisah lewat media tuturkata.com membuat gaya penulisannya cukup variatif. Tapi overall bahasa yang digunakan mudah dipahami dan diresapi, seperti menggunakan bahasa sehari-hari yang baku.”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara Winda Astuti M menyatakan bahwa di jenis berita *life style* menggunakan diksi yang sederhana dan misterius mengundang pembaca untuk membuka dan menyelesaikan bacaannya. Media *tuturkata.com* ini pada berita *life style* dengan isi bacaannya ringan yang menarik dan bahasa yang digunakan mudah dipahami dan diresapi.

Fitriana dalam wawancaranya:

“Berita *life style* yang disajikan oleh media *tuturkata.com* cukup puas karena memberikan warna baru dan dapat menjadi referensi atau ide untuk menjalani *life style* yang positif. Untuk gaya penulisannya bagus, karena penulis mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan serta memakai kalimat yang mampu menarik minat pembaca karena mudah untuk dipahami dan tidak terkesan kaku.”⁵⁵

Dari pernyataan Fitriana dapat disimpulkan bahwa media *tuturkata.com* ini memberikan warna baru dan dapat menjadi referensi atau ide untuk menjalani *life style* yang positif dan untuk gaya penulisannya mampu menyampaikan pesan serta kalimat yang mudah dipahami untuk pembaca.

Nur Asia dalam hasil wawancara:

⁵⁴ Wawancara dengan Winda Astuti M pada Tanggal 27 Desember 2022

⁵⁵ Wawancara dengan Fitriana pada Tanggal 26 Desember 2022

“Dalam penyajian berita opini *life style* tentu membuat saya sebagai pembaca puas akan sebuah berita yang disajikan oleh tuturkata.com gaya penulisan yang disajikan oleh media tuturkata.com menggunakan rumus 5W+1H+1I . Gaya penulisan ini memang seharusnya diterapkan dalam setiap penulisan berita. Agar penulisan berita lebih akurat dan relevansi.”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara Nur Asia menyimpulkan bahwa berita *life style* yang disajikan oleh media *tuturkata.com* menggunakan rumus 5W+1H+1I dengan gaya penulisannya agar berita yang diangkat akurat dan relevansi. Rumus 5W+1H telah menjadi unsur-unsur utama untuk membuat naska berita, apa lagi saat akan menentukan suatu pokok berita. Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijawab sendiri oleh penyusun teks berita. Melalui jawaban-jawaban itulah informasi akan teks berita akan tersusun dan kemudian disempurnakan sesuai dengan kaidah keahasaannya. Rumus 5W+1H digagas Rudyard Kipling, tetapi penulis menambahkan rumus *Impact* dengan mengurai isi rumus menulis berita yakni:

What : Apa terjadi ?

Who : Siapa yang terlibat diperistiwa itu ?

Why : Mengapa bisa terjadi ?

When : Kapan peristiwa itu terjadi ?

Where : Di mana peristiwa itu terjadi ?

How : Bagaimana peristiwa itu terjadi ?

Impact : Dampak peristiwa itu terjadi ?

⁵⁶ Wawancara dengan Nur Asia pada tanggal 26 Desember 2022

Perubahan wajah pemberitaan di era *new media* memang menurunkan kualitas mutu jurnalisme dalam berbagai platform *online*, terkhususnya pada teknik produksi berita. Kualitas disajikan lebih rendah sekaligus mengidentifikasi topic pemberitaan yang lebih mementingkan apa yang ingin dikonsumsi publik bukan apa yang dibutuhkan oleh publik. Sehingga berbagai inovasi muncul dalam jenis pemberitaan, yang membuat para jurnalis mengalami kemudahan dalam memperoleh data untuk menulis karya-karya jurnalistiknya. Bahkan sumber berita kadang perlu ditanyakan kembali kredibilitasnya, karena hanya menuntut akurasi untuk segera terbit dan dapat dikonsumsi publik.

Wahyu Ananda dalam hasil wawancara:

“untuk kepuasan dikolom atau sub-sub tema *life style* yang ada di *tuturkata.com* saya cukup puas dengan apa yang diberitakan di *tuturkata.com* bagian *life style* karena saya bisa mempelajari bagaimana kehidupan baik di lingkungan sosial maupun pendidikan terkhusus di wilayah Sulawesi Selatan cukup *update* dan tidak monoton terhadap tema *life style* saja. Untuk gaya penulisan di media *tuturkata.com* ini saya rasa cukup mudah untuk dipahami dan menggunakan kata atau kalimat yang umum dalam artian diketahui oleh pembaca awang seperti saya untuk gampang dicerna.”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara terhadap Wahyu Ananda S.Sos dapat disimpulkan bahwa sub-sub tema pada jenis berita *life style* ini bagaimana kehidupan baik terhadap lingkungan sosial maupun lingkungan pendidikan terkhusus pada wilayah Sulawesi Selatan cukup *update* dan tidak berfokus pada satu jenis berita yang disajikan oleh media *tuturkata.com*.

“dalam pemberitaan *tuturkata.com* terdapat *straight news*, *feature* dan juga esai dengan penggunaan bahasa yang ringan membuat media

⁵⁷ Wawancara dengan Wahyu Ananda S.Sos tanggal 29 Desember 2022

tuturkata.com dapat dibaca oleh semua kalangan. Menurut saya cukup puas karena memuat berita yang lengkap.”⁵⁸

Dari keterangan tersebut pada wawancara Sri Radiyaningsi Salmah Prodi Jurnalistik Islam dapat dianalisis bahwa pemberitaan media *tuturkata.com* dengan berbagai macam berita seperti *feature*, *straight news*, dan juga esai, kemudian sudah sangat jelas berbeda dengan media-media *online* lainnya, yang di mana media ini membuka peluang bagi orang-orang yang memiliki bakat menulis dan ingin menyalurkan dan mengembangkan hasil karya tulisannya lewat media *tuturkata.com* ini.

Wawancara Lutpia :

“menurut saya pada saat penyajian informasi pada media *tuturkata.com* yaitu menyajikan informasi secara ringan dan mudah dipahami oleh konsumen. Selanjutnya saya kan tidak terlalu mengkonsumsi berita yang disajikan oleh media *tuturkata.com* namun ada beberapa tulisan yang sempat saya baca yaitu tulisan teman saya, saya rasa itu sangat puas karena tulisan yang disajikan itu mudah dipahami dan menarik untuk dibaca. Selain itu medianya mudah diakses kapan pun dan dimana pun.”

Berdasarkan hasil wawancara dari informan Lutpia mahasiswa IAIN Parepare program studi Jurnalistik Islam di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pembaca pada media *tuturkata.com* memberikan tanggapan yang dimana konsumen tidak terlalu meminati membaca dalam artian konsumen tidak *update* tentang media *tuturkata.com* namun pada bantu gaya penulisan sangat memuaskan dikarenakan tulisan-tulisan yang disampaikan melalui *website* media *tuturkata.com* mudah dipahami dan tidak membosankan untuk para peminat atau para penggemar media-media pemberitaan yang berbentuk cerita.

⁵⁸ Wawancara dengan Sri Radiyaningsi Salmah tanggal 8 Januari 2023

B. PEMBAHASAN

1. Persepsi Konsumen Terhadap Media *Tuturkata.com*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap para narasumber, ditemukan bahwa alasan pengunjung media *tuturkata.com* dengan berbagai macam jenis berita yang terdapat dalam media *tuturkata.com* ini menjadi sebuah alasan mereka mengakses media *tuturkata.com*. Media *online* adalah bagian dari *cyber journalism* (Produk Jurnalistik *online* yang diartikan sebagai sebagai pembawaan suatu peristiwa berupa fakta apa yang terjadi dilapangan fakta dan akan diproses melalui internet sehingga para pembaca akan sangat mudah mendapatkan berita yang dia inginkan.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, narasumber mengemukakan alasan mengapa mereka mengakses media *tuturkata.com* dan lebih berminat kepada berita yang banyak pembacanya, contohnya berita tentang kesehatan, politik pembelajaran dan *life style*. Berdasarkan hal itu media harus sigap mengetahui dengan cepat untuk mendapatkan informasi yang sedang trending untuk menarik minat pembacanya serta menaklukkan jarak merupakan alasan utama pembaca mengakses media *tuturkata.com*.

Dari hasil wawancara narasumber memberikan berbagai pilihan berita merupakan alasan lain mereka mengakses portal media *tuturkata.com*. kecepatan pemberitaan bukanlah satu-satunya yang terpenting, keragaman berita adalah termasuk hal yang sangat penting. Pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media. Konsumen dianggap

sebagai pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha mencari sumber media yang terbaik dalam upaya memenuhi kebutuhannya.⁵⁹

Tolak ukur persepsi konsumen terhadap media tuturkata.com adalah seberapa banyak yang mengunjungi media tuturkata.com ini dengan jumlah *following* dan *like*. Media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial. Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Di media *tuturkata.com*, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh para peminat pembaca berita.

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapanpun dan dimanapun melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah di beberapa media seperti *facebook*, *whatsapp*, *blog* sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Berita yang di *share* oleh media *tuturkata.com* akan dengan mudah di akses oleh konsumen *tuturkata.com* karena datanya telah tersimpan.

Media *tuturkata.com* memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Pembaca media *tuturkata.com* bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat ataupun negara, di media *tuturkata.com* sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media *tuturkata.com* lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.

⁵⁹ Edi Santoso & Mite Setiansah *Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 109

Kehadiran media *tuturkata.com* ini membuka peluang bagi konsumen yang ingin menshare atau menyalurkan tulisan-tulisan dengan melalui media ini *tuturkata.com* itu sendiri. Meski masih terbilang media kecil tapi *tuturkata.com* mampu bersaing dengan media-media *online* lainnya. Dengan berbagai macam jenis-jenis berita pada media *tuturkata.com*. Berita yang di *update* oleh media *tuturkata.com* akan dishare di media sosial seperti *facebook*, *whatsapp*, dan *blog*. Agar pembaca dengan mudah membuka dan *upgrade* di media *tuturkata.com*.

Pesatnya persaingan situs media *online* , menjadi salah satu faktor beragamnya produk-produk pemberitaan jurnalistik. Salah satu orientasi terpenting dari pemberitaan adalah jumlah *traffic* pengunjung. Sehingga media *online* berusaha untuk menyajikan informasi yang semenarik mungkin meskipun tidak memiliki kriteria umum nilai dan unsur kelayakan berita. Sistem kerja menjadi praktis karena proses *reportase* tidak hanya di lapangan tetapi hanya sebatas di lingkup virtual. Dunia virtual sudah memiliki medium tersendiri dalam menyajikan berbagai peristiwa virtual. Menjadikan *netizen* sebagai pengunjung media *tuturkata.com* yang aktif dalam membuat gejolak tersebut.

Berdasarkan paparan dan teori-teori di bab sebelumnya persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru dan pengamatan secara global disertai kesadaran, sedang objek dan subjeknya belum berbeda satu dari yang lainnya. Dapat dikatakan juga persepsi adalah suatu pesan atau tanggapan yang diperoleh seseorang setelah mengadakan pengamatan langsung terhadap apa yang disampaikan.

Proses terjadinya persepsi apabila informasi yang datang dari luar diri konsumen melalui panca indera seperti mata, telinga, lidah, dan kulit. Kemudian rangsangan diterima, lalu diinterpretasikan setiap konsumen mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterimanya, sehingga hasil persepsi disetiap konsumen juga berbeda.

Tuturkata.com merupakan portal media *online* yang banyak diminati karena keakuratannya dan keseimbangannya dalam menyajikan berbagai macam berita. Berita *online* bisa dijadikan sebagai sumber untuk mendapatkan pengetahuan dengan belajar dan terus melatih keahlian jurnalistik.

2. Persepsi Khalayak pada Berita *Life Style* Media *Tuturkata.com*

Berita merupakan sebuah informasi atau laporan kejadian atau peristiwa yang dirangkum semenarik mungkin untuk di sajikan kepada khalayak. Berita berisi peristiwa yang telah terjadi atau akan terjadi dengan sumber-sumber yang memuat fakta yang benar dan yang terjadi baru saja dan sebagai pusat pembicaraan banyak orang. Bisa kita mengambil kesimpulan bahwasannya berita adalah serangkaian informasi yang memuat laporan terkini mengenai segala kejadian atau peristiwa sesuai fakta yang terjadi sehingga menarik perhatian khalayak. Keadian atau peristiwa yang bersumber

secara benar adanya memuat suatu peristiwa yang terkini dan sebagai bahan perbincangan yang hangat di bicarakan khalayak

Laporan yang penulis maksud dalam skripsi ini adalah berita *life style* yang disajikan di media *tuturkata.com*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tujuh mahasiswa IAIN Parepare Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah mengemukakan argumen yang berbeda mengenai persepsi mereka terkait berita *life style* pada media *tuturkata.com*. Berita *life style* memiliki karakteristik karena banyak memberikan pelajaran dan hal baru tentang gaya hidup baik itu publik *figure* baik itu artis, masyarakat pun juga termasuk *life style* karena gaya hidupnya seperti belanja, hiburan, dan sebagainya. Keseimbangan laporan berita dan fakta yang terjadi dilihat dalam bagaimana menyampaikan suatu informasi. Komitmen *tuturkata.com* dan pembawaan beritanya yang tidak merunding pihak yang lain dengan pembawaannya yang netral. Jika dikaitkan dengan mata kuliah Jurnalistik Islam tentu sangat pas karena mempelajari tentang ilmu jurnalistik itu sendiri.

Pendapat lain mengatakan bahwa berita *life style* media *tuturkata.com* memiliki arti pendapat penting bagi mahasiswa Jurnalistik Islam dalam memperoleh sebuah informasi, beberapa narasumber yang lain juga mengatakan hal yang sama. Karena berita yang disajikan portal *tuturkata.com* bukan hanya akurat dan jelas adanya tetapi dalam membuat berita membuat *audiens* tertarik dan mudah dimengerti.

Peran berita *online* sangat penting dikalangan mahasiswa terutama yang mengambil jurusan Jurnalistik Islam itu sendiri bisa dijadikan sebuah referensi untuk belajar dan mengasah bakat kepenulisannya, dengan adanya

media *tuturkata.com* memudahkan memudahkan mahasiswa dalam proses pencari informasi yang akurat sebagai bahan pembelajaran.

Fungsi dari informasi itu beragam tergantung bagaimana manfaatnya kepada setiap orang sesuai keperluan yang berbeda-beda maka dari itu informasi juga beragam baik dari tingkatannya, jenisnya, bentuknya sesuai bagaimana informasi itu sampai kepada khalayak. Berdasarkan hasil wawancara bahwasanya berita *tuturkata.com* berperan penting bagi konsumen yaitu memberikan wawasan dan informasi yang akurat dan terpercaya tentang berita-berita yang di *update* oleh media *tuturkata.com*, memudahkan kalangan mahasiswa untuk mencari sumber berita yang berbentuk cerita, sebagai bahan pembelajaran untuk para mahasiswa agar membuat membuat berita yang akurat dan sesuai standar jurnalistik.

Gaya penulisan berita sebenarnya tekanan atau pentingnya kesederhanaan, kejelasan, dan sifat langsung suatu tulisan berita, karena fokus utama penulisan ini yakni agar mudah dipahami konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa hal yang harus diperhatikan yakni, tulisan harus spesifik, kalimat aktif dan pasif, kalimat harus pendek memvariasikan kalimat, menghindari angka di awal kalimat, menyebutkan identitas orang, penggunaan kutipan, tanggal kejadian, menghindari kata-kata mubazir, menggunakan tata bahasa dan ejaan, hati-hati dalam membuat singkatan kata, dan jangan mebuat konsumen menganggap sudah mengetahui berita sebelumnya karena konsumen belum tentu mengikuti berita dari awal.⁶⁰

⁶⁰ Mulayana, Deddy & Solatun. "Metode Penelitian Komunikasi." Cet.18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2013. h. 153

. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah sebenarnya yang ada di dalam pikiran konsumen, yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen. Gaya hidup setiap seseorang mempunyai ciri-ciri unit tersendiri.⁶¹

Dilihat dari aspeknya pada media *tuturkata.com* ini dengan jenis berita *life style*. Selain pribadi masing-masing individu lingkungan sekitar juga menjadi pengaruh bagi gaya hidup seseorang. *Life style* pada media *tuturkata.com* merupakan kebutuhan untuk meningkatkan prestise pada lingkungan sekitar tersebut. Dengan hadirnya media *tuturkata.com* ini mempermudah mahasiswa, dosen, dan masyarakat untuk mengembangkan minat dalam tulisan, mencari referensi, dan sebagainya.

Gaya hidup seseorang tidak hanya ditentukan oleh lingkungan sekitar hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Ada pula dampak positif pada yang dirasakan dalam penggunaan media sosial terutama pada media *tuturkata.com* yaitu sebagai tempat memperoleh dan penyebaran informasi tetapi harus memastikan kebenaran terhadap informasi. Pembaca media *tuturkata.com* ini memiliki jumlah pengunjung yang ribuan dari berbagai negara dan media ini tidak memakai banyak iklan sehingga pembaca mudah fokus kebacaan dan menyelesaikannya tanpa ada gangguan iklan semata.

⁶¹ Setiadi, J Nugroho. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013). h. 15-16

“latar belakang tidak semua harus jurnalis, banyak basik-basik lain seperti sepak bola tetapi suka menulis kemudian dituangkan menjadi berita, blog, dan sebagainya.”⁶²

Dari hasil wawancara terhadap Fitriana dapat disimpulkan bahwa tidak semua harus berlatar belakang jurnalis untuk menciptakan sebuah bacaan yang dituangkan ke dalam media *tuturkata.com*, namun pada hakikatnya memiliki karakter yang berbasis kecintaan pada hoby menulis sebagai kepuasan tersendiri. Sedangkan untuk penempatan pada bagian reporter, *tuturkata.com* tidak memiliki standartisasi latar belakang harus seorang jurnalis. *Background* reporter media *tuturkata.com* ini berbagai macam, seperti dari kalangan mahasiswa, dosen.

“kalau untuk tampilan *website*, perubahan layout itu tidak mesti tergantung kalau ada masukan dari pengunjung pembaca media *tuturkata.com*.”⁶³

Dari penjelasan wawancara di atas oleh Nur Asia dapat dikatakan bahwa proses pembuatan berita *life style* yang ada pada media *tuturkata.com*, *time* yang diperlukan untuk pembuatan berita sehingga berita informasi itu siap diakses pemilik media mengemukakan bahwa ini semua tergantung bagaimana kondisi yang terjadi saat itu. Proses pembuatan berita ini dimulai oleh reporter mencari atau mengumpulkan berita, kemudian memberikan hasil kepada penulis yang menghendel jenis berita tersebut untuk diedit, kemudian setelah berita siap maka berita dapat di *upload* ke situs *website tuturkata.com*. dapat kita lihat pada pembuatan berita dalam media *tuturkata.com* ini bergantung pada kinerja dari pada reporter yang ada di

⁶² Wawancara Fitriana pada Tanggal 26 Desember 2022

⁶³ Wawancara Nur Asia pada tanggal 26 Desember 2022

lapangan. Sehingga disini membutuhkan perhitungan manajemen waktu yang tepat dari para penulis media *tuturkata.com* karena karakteristik media *online* itu mudah diakses dan cepat. Proses dibuatnya berita itu terkendala karena jejaring internet.

Proses memproduksi berita pada *website tuturkata.com* yaitu, dimulai dari perencanaan dengan menggali isu melalui diskusi membaca berita di majalah, surat kabar, internet, dan televisi. Kemudian melakukan observasi yang dimana dilakukan di lapangan dalam bentuk wawancara, riset perpustakaan, dan dan beberapa media lainnya. Setelah itu berita dikumpulkan atau dilisting, kemudian itu berita yang telah dilisting akan diproses ke tahap selanjutnya yaitu teknik editing setelah proses editing barulah di apload ke portal media *tuturkata.com*.

Selanjutnya menggerakkan bawahan tujuannya untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dalam mengelola media *tuturkata.com*. Fungsi penerahan ada empat komponen antara lain: (1) Motivasi, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin berhasil media *tuturkata.com* tersebut dalam mencapai tujuannya. Dalam *website tuturkata.com*, ketua pimpinan selalu memberikan semangat dan memotivasi kepada tim kerjanya agar berprogres dengan baik dan membuat konsumen memiliki rasa puas terhadap apa yang diberitakan oleh media *tuturkata.com* dan berhasil membuat *website tuturkata.com* berkembang pesat. (2) Komunikasi, komunikasi merupakan salah satu cara pimpinan media *online tuturkata.com* untuk mengetahui tujuan yang akan dicapai media tersebut. (3) Kepemimpinan. Kepemimpinan adalah bagaimana seseorang agar dapat

mempengaruhi orang lain agar dapat mencapai tujuan bersama. Dalam *website* media *tuturkata.com*, berkaitan dengan cara pimpinan menciptakan suasana atau kondisi yang ternyaman untuk bawahannya. (4) Pelatihan. Dalam media ini *training* untuk *member* baru dilakukan untuk memberikan pemahaman agar nantinya daia dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan apa yang di inginkan konsumen terhadap *tuturkata.com*.⁶⁴

Dalam fungsi pengembangan, media *tuturkata.com* juga menarik perhatian *viewrs* untuk membangun *website* media *tuturkata.com* dengan cara menyediakan kolom aspirasi untuk menyampaikan komentar terkait apa yang diinginkan, menyampaikan kritik dan saran. Harapan dalam media ini adalah agar terus bisa eksis dalam memberikan informasi-infomasi terutama pada jenis berita *life style*.

Penyusunan perencanaan yang baik dalam sebuah media (portal berita *onlin*) adalah perencanaan yang senantiasa memperhatikan dan mempertimbangkan masukan (kritik dan saran) yang diperoleh oleh pembaca, kemudian hasil ini digabung yang meliputi penampilan portal berita *life style* maupun jenis berita lainnya yang ada di media *tuturkata.com*, baik dari segi isi maupun desain.

⁶⁴ Nurruzzdaman, M. Irfan Farzgansyah, Heriyani Agustina “*Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon*”. (2014). h. 17

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya tentang persepsi konsumen terhadap situs media *online* pada *website tuturkata.com*, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi khalayak pada *tuturkata.com* ini bahwa media *online* dengan teknik berita yang bercerita dengan berbagai portal-portal yang disajikannya. *Tuturkata.com* ini menyediakan berita yang bervariasi akan tetapi kalimat yang dituangkan dalam berita tersebut memiliki ciri khas atau karakteristik tersendiri dari media *online tuturkata.com* membaca berita yang dipublikasikan oleh media *tuturkata.com* itu beberapa kali dan dapat disimpulkan bahwa berita yang disajikan sangat menarik minat pembaca berita *online* dikalangan mahasiswa, dosen, dan masyarakat. Berita yang di sajikan juga sesuai fakta yang terjadi tidak ada unsur *hoax*, telah menyajikan berita yang benar adanya dan akurat. Penyajian beritanya dapat membantu dalam mengembangkan potensi jurnalistik mahasiswa maupun konsumen lainnya dengan melihat penyajiannya. Kemudian yang tidak kalah pentingnya bahwa media *tuturkata.com* memberikan kesempatan bagi mahasiswa, dosen, maupun masyarakat untuk belajar membuat berita dan mengirimkan karya mereka.
2. kepuasan pembaca pada media *tuturkata.com* memberikan tanggapan yang memuaskan seperti judul berita yang menarik dan rasa ingin tahu

lebih *update* lagi mengenai berita yang disajikan dengan menggunakan diksi yang sederhana dan misterius mengundang pembaca untuk membuka dan menyelesaikan bacaannya. Pada jenis berita *life style* menerapkan bahasa atau *tuturkata.com* yang baku dan tidak kaku sehingga pembaca mudah memahami isi berita. Media *tuturkata.com* memberikan warna baru dan dapat menjadi referensi atau ide-ide untuk menjalani *life style* yang baru, media ini menggunakan rumus *5W+1H+1 Impact*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan khasanah keilmuan mengenai persepsi konsumen terhadap situs media *online* pada website *tuturkata.com*. Dalam hal ini saran tersebut adalah :

1. Diharapkan pembaca berita tidak berfokus pada satu media informasi saja.
2. Dalam menghadapi era konvergensi media, sebaiknya pihak media *tuturkata.com* lebih baik berkonsentrasi pada perkembangan media *online* / portal *tuturkata.com* .
3. Kepada peneliti selanjutnya dapat kiranya mengambil poin-poin penting dalam penelitian ini yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menggali informasi lebih lanjut mengenai tentang media *tuturkata.com*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Azis, Fikri, Nawiroh Vera, and Muhamad Yopi. "Persensi Masyarakat terhadap Iklan Pasta Gigi Shasha di Media Massa", *Jurnal Akrab Juara* 5.3 (2020).

Achmad, Abu dan Narbuko Cholid, *Metedologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Arifin, Pupung. "Persaingan Tujuh Portal Berita *Online* Indonesia Berdasarkan Analisis Uses and Gratification." *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10.2 (2013)

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

Adam & Kevin Filo, Daniel Lock *Manajemen Media Digital*, Bandung :Media Suahya, 2017

Budiarjo, Miriam, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Prima Grafika, 2015.

Bungin, Burhan, Pornomedia, *Sosiologi Media, Konstuksi Sosial Teknologi Telematika, Dan Perayaan Seks Di Media Massa*, Jakarta : Kencana, 2005.

Couto, Alisamar Nasbahri, *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*, Cet.1 Yogyakarta : Media Akademi, 2016.

Departemen Agama RI 2009

Dita Wahyu Ningtyas Tuty, Emi Widiyanti dan Bekti Wahyu Utami, "Korelasi Faktor Pembentukan Persepsi Dengan Persepsi Konsumen Terhadap Media Pemasaran *Online* n (www.goodplant.co.id)." *Caraka Tani: Journal of Agriculture*. (2017).

Fikri, Azis, , Nawiroh Vera, and Muhamad Yopi. "Persepsi Masyarakat terhadap Iklan Pasta Gigi Shasha di Media Massa." *Jurnal Akrab Juara* 5.3 (2020).

Heriyani Agustina Nurruzzdaman, M. Irfan Farzgansyah, "Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon." (2014).

Harahap, Nursapia, M.A *Penelitian Kualitatif*, cet. I Wal ashri Publishing: Medan, 2020.

Fitriana Mahasiswa IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam Wawancara pada Tanggal 26 Desember 2022.

Hani, Handoko, T, and Basu Swasta. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Bpfe 2011.

- Ibrahim, Adelina, and Arisandy Ambarita. "Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website Pada PDAM Kota Ternate." *IJIS-Indonesian Journal On Information System* 3.1 (2018).
- Josi, Ahmat. "Penerapan Metode Prototyping Dalam Pembangunan Website Desa (Studi Kasus Desa Sugihan Kecamatan Rambang)." *Jurnal Teknologi Informasi Mura* 9.1 (2017).
- Khadzitya, Annesamaris Dara, "Persepsi Konsumen Atas Kualitas Informasi Toko Online (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Konsumen Atas Kualitas Informasi Pada Toko Online Annesa Shop". *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebeles Maret Sukarta* (2013).
- Ludwiq, Suparmo. "Uses and Gratifications Theory Dalam Media Sosial WA (WhatsApp)." *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5.2 (2017).
- Lutpia Mahasiswa IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam Wawancara pada Tanggal 7 Januari 2023.
- Machfoedz dan Mahmud, *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2010.
- Mite Setiansah & Edi Santoso. *Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015.
- Nur Asia Mahasiswa IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam Wawancara pada Tanggal 26 Desember 2022.
- Rumanti, Maria Assumpta, "Dasar-dasar Public Relation: teori dan praktik", 2012.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Rizkiawan, Idham,. "Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tentang makna sesajen pada upacara bersih desa." *Jurnal Tata Boga* 6.2 (2017).
- Rahmadi *Pengantar Metodologi Penelitian*, Cet. 1, Antasari Pres: Banjarmasin, 2011.
- Rianto Situmorang, James. Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis* 8.1 (2012).
- Sari, Evi Winda et al., eds. "Upaya Pengurus Pesantren Baitul Mu'minin Dalam Membina Etika Bertutur Kata dan Hasil-hasilnya Bagi Remaja Putri Usia 12-15 Tahun di Desa Munjul Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon", *Jurnal Al Tarbawi Al Hadistsah*, V.1 No.2, (2017).
- Santoso, Edi & Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sumanto, *Psikologi Umum*, Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

- Suhbang Kustadi. Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Prooduk, dan Kode Etik, Bandung: Nuansa Cendekia, 2016.
- Suryawati Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar*, Bogor: Ghalia Indonesia 2014.
- Sry Radiyaningsi Salmah Mahasiswa IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam Angkatan 18 Wawancara pada Tanggal 8 Januari 2023.
- Ussamad, Suchri Abd, *Metode Penelitian Kualitatif* , Cet. I, cefe. Syakir media pres Makassar, 2021.
- Syamsul, Romli Asep, *Panduan Praktek Mengelola Media Online* , Bandung: Nuansa Cendekia, 2012.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2019.
- W, Waridah . Ragam Bahasa Jurnalistik. *Jurnal Simbolika (E-Journal)*, 4.2 (2018)
- Wijaya, Helaluddin Hengki, “ *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*”, Cet. I, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray: Makassar, 2019.
- Winda Astuti M Mahasiswa IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam Angkatan 18 Wawancara pada 26 Desember 2022.
- Wahyu Ananda S.Sos Alumni IAIN Parepare Prodi Jurnalistik Islam Angktan 17 Wawancara pada 29 Desember 2022.
- Yusuf, Raidah. and Hafid Susanto. ”Pengaruh Pemberitaan Terorisme Di Media Massa Terhadap Persepsi Masvarakat Makassar”. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi* 9.1 (2021).

LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Sreang, Kota Parepare 91132 Telp: (0421) 21307, Fax: (0421) 24801
P.O. Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 2056/In.39/PUAD.03/PP.00.9/12/2022

Parepare, 13 Desember 2022

Lamp : -

Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth
Wahkoto Parepare
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan bahwa:

Nama	: FAHRJANI
Tempat/Tgl. Lahir	: Alitta, 25 April 2000
NIM	: 18 3600 015
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: Batulappa Dusun Bamba Kabupaten Pinrang

Bermaksud melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul Skripsi

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SITUS MEDIA ONLINE PADA WEBSITE TUTOR KATA.COM

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di Wilayah Kota Parepare terhitung mulai tanggal 14 Desember 2022 s/d 14 Januari 2023.
Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr. Wb

Dekan,
Dr. A. Nurhidayah, M.Hum
NIP. 19641231 199203 1 045

PAREPARE



SRN IP000898

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 897/IP/DPM-PTSP/12/2022

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA

: **FAHRIANI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA

: **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan

: **JURNALISTIK ISLAM**

ALAMAT

: **BATULAPPA, KEC. BATULAPPA, KAB. PINRANG**

UNTUK

: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SITUS MEDIA ONLINE PADA WEBSITE TUTUT KATA COM**

LOKASI PENELITIAN : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **15 Desember 2022 s.d 15 Januari 2023**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **20 Desember 2022**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM

Pangkat : **Pembina (IV/a)**

NIP : **197410132006042019**

Biaya : **Rp. 0.00**



NAMA MAHASISWA : FAHRIANI
NIM : 18.3600.015
FAKULTAS : USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PRODI : JURNALISTIK ISLAM
JUDUL : PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SITUS MEDIA
ONLINE PADA WEBSITE TUTOR KATA.COM

PEDOMAN WAWANCARA

Pemilik media tuturkata.com

1. Bagaimana sejarah berdirinya media tuturkata.com?
2. Sudah sampai daerah mana yang telah mengakses media tuturkata.com?
3. Bagaimana struktur kepengurusan media tuturkata.com ini?
4. Apa yang membedakan berita life style dengan berita lainnya?
5. Bagaimana cara menarik pembaca, apakah dengan judul-judul yang menarik?
6. Selama terbitnya media tuturkata sudah berapa banyak like dan followersnya ?
7. Siapa yang bertanggung jawab menentukan judul berita lifestyle tuturkata.com?
8. Apakah pernah mendapat kritikan dari pembaca terkait pemberitaan tuturkata.com?

Para pembaca media tuturkata.com

1. Bagaimana pendapat anda tentang media tuturkata.com ini ?
2. Secara keseluruhan seberapa puas pembaca terhadap berita life style yang disajikan ?
3. Seberapa update pembaca terhadap media tuturkata ?
4. Menurut anda, bagaimana gaya penulisan pada pemberitaan media tuturkata.com ?


Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Pembimbing Utama


(Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos. I)
NIP: 198301162009121005

Parepare, 14 Desember 2022

Mengetahui,
Pembimbing Pendamping


(Sulvinajayanti, S.Kom, M.I.Kom)
NIP: 198801312015032006

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sri Radianingsih Salma

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa


Prodi : Jurnalistik Islam

Fakultas : FUKO

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara "Fahrani" yang sedang penelitian tentang persepsi konsumen terhadap situs media online pada *website Tutar kata.com*. Penelitian ini berkaitan dengan sosok nara sumber.

Demikian surat wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 08 Januari 2023


Sri Radianingsih

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fitriana

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Prodi : Jurnalistik Islam

Fakultas : FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara "Fahriani" yang sedang penelitian tentang persepsi konsumen terhadap situs media online pada *website Tutar kata.com*. Penelitian ini berkaitan dengan sosok nara sumber.

Demikian surat wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Desember 2023


Fitriana

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Ananda, S.Sos

Jenis Kelamin : Laki-laki

Status : Alumni


Prodi : Jurnalistik Islam

Fakultas : FUAO

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara "Fahrani" yang sedang penelitian tentang persepsi konsumen terhadap situs media online pada website *Tutur kata.com*. Penelitian ini berkaitan dengan sosok nara sumber.

Demikian surat wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, ..7.9 .Desember 2022


Wahyu Ananda



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

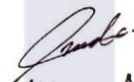
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Winda Astuti .M
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Prodi : Jurnalistik Islam
Fakultas : FuAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari "Fahrani" yang sedang penelitian tentang persepsi konsumen terhadap situs media online pada *website Tutur kata.com*. Penelitian ini berkaitan dengan sosok nara sumber.

Demikian surat wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 24 Desember 2022


Winda Astuti

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

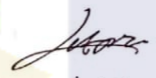
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lutpia
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Prodi : Jurnalistik Islam
Fakultas : FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari "Fahrhani" yang sedang penelitian tentang persepsi konsumen terhadap situs media online pada *website Tutur kata.com*. Penelitian ini berkaitan dengan sosok nara sumber.

Demikian surat wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 07 Januari 2023


Lutpia

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurasia
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Prodi : Jurnalistik Islam
Fakultas : IAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari "Fahriani" yang sedang penelitian tentang persepsi konsumen terhadap situs media online pada *website Tutar kata.com*. Penelitian ini berkaitan dengan sosok nara sumber.

Demikian surat wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, ...~~26~~ Desember 2022

Nurasia
Nurasia

DOKUMENTASI









Jalan Arung Mampi no 06, Lumpue, Kota Parepare, Sulawesi Selatan
08114201100
tuturkata77@gmail.com
tuturkata.com

SURAT KETERANGAN

No:005/01/1/2023

Yang bertandatangan di bawah ini:

N a m a : **Andi Erniyani Engka,SI.Kom**

Jabatan : Direktur

Menerangkan bahwa:

N a m a : **FAHRIANI**

NIM : 18.3600.015

Prodi : Jurnalistik Islam

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian di tuturkata.com selama tiga bulan (15 Desember 2022 s/d 15 Januari 2023) untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi yang berjudul Persepsi Konsumen Terhadap Situs Media Online Pada Website tuturkata.com.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 09 Januari 2023

Direktur


TUTURKATA.COM
INSPIRASI CERDAS

Andi Erniyani Engka,SI.Kom

PAREPARE



BIODATA PENULIS

Fahriani, lahir pada tanggal 25 April 2000 di Alitta. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Basman dan Santi. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di SD 198 Batulappa 2006 dan tamat 2012. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di SMP 2 Batulappa, dan tamat pada tahun 2015. Setelah tamat, penulis melanjutkan pendidikan di SMA 7 Pinrang dan tamat pada tahun 2018.

Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi pada tahun 2018 dan terdaftar sebagai mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri IAIN Parepare Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Jurnalistik Islam.

Motivasi, semangat yang tinggi dan luar biasa ini, serta dukungan dari keluarga dan orang sekita, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akademik akhir semester ini. Semoga skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia Jurnalistik.

Akhir kata, penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas selesainya skripsi ini yang berjudul **“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SITUS MEDIA ONLINE PADA WEBSITE TUTUR KATA.COM”**.