

**PENGARUH MOTIF DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA
ONLINE MANGAKU.WEB.ID TERHADAP KEPUASAN HIMPUNAN
MANGAKA PEKANBARU**

**Oleh : Muhammad Raevanoe Baffi
Email : raevanoeB@gmail.com
Pembimbing : Rummyeni, S.Sos., M.Sc.**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The popularity of online media in society, especially among teenagers, is based on the motive. The motive in using online media can lead to an intensity in using online media that will affect satisfaction in using online media. Mangaku.web.id. is one of the popular web manga among Japanese culture lovers. In the theory of uses and gratification, to meet the needs, society choose its own media based on motive and the media only provide what is needed by the community. The purpose of this research is to know how big influence between motif and intensity of media usage to satisfaction of Himpunan Mangaka Pekanbaru.

The method used in this research is quantitative explanative. The data were collected using questionnaires. The research was conducted at Himpunan Mangaka Pekanbaru. The sample in this study amounted to 96 respondents. The sampling technique uses accidental sampling. The analysis test used in this research is path analysis and to process the questionnaire data, done by using program SPSS for Windows version 23.

The results obtained from path analysis in this study is the motive of online media use has a direct influence on online media usage satisfaction of 15.9% and indirect influence on online media use satisfaction through the intensity of online media usage of 1.1%. Thus the total effect obtained in this study is 17%, while the rest is influenced by other factors that are not in this study.

Keywords: Motive, Intensity, Satisfaction, Manga, Media Usage

PENDAHULUAN

Media *online* merupakan salah satu bentuk media massa yang berkembang dengan pesat pada masa sekarang ini. Media *online* pada masa sekarang ini juga menjadi media paling populer di masyarakat, terutama pada kalangan remaja. Media *online* atau internet memiliki berbagai macam bentuk, diantaranya media sosial, *website*, blog, dan lainnya. Media *online* dengan berbagai macam bentuknya tersebut sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan bagi masyarakat.

Pesatnya perkembangan media *online* ini terlihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai tingkat penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2016, dan hasilnya yaitu ada sebanyak 132,7 juta pengguna internet, yang berdasarkan usia terdiri dari 24,4 juta usia 10 sampai 24 tahun (18,4%), 23,8 juta usia 25 sampai 34 tahun (18%), 13,2 juta usia 35 sampai 44 tahun (10%), 32,3 juta usia 45 sampai 54 tahun (24,4%) dan 38,7 juta usia 55 sampai 64 tahun (29,2%). Sedangkan pada tahun 2014 jumlah pengguna internet di Indonesia hanya berkisar 88 juta pengguna (<https://apjii.or.id/survei2016>).

Intensitas penggunaan media *online* oleh seseorang didasari oleh motif – motif tertentu yang mendorong seseorang untuk menggunakan media *online* dalam memenuhi kebutuhannya. Motif adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu demi mencapai suatu tujuan tertentu (Walgito, 2010:107). Dalam menggunakan media, khalayak di dorong oleh motif – motif tertentu yang memberikan arahan dan tujuan pada tindakan khalayak tersebut

dalam memenuhi kebutuhannya. Motif yang timbul pada masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu motif mendasar dan motif psikologis

Motif mendasar berkaitan dengan kebutuhan hidup masyarakat, seperti makan, minum, pakaian, dan kebutuhan seksual; dan motif psikologis berkaitan dengan kebutuhan yang bersifat sosial psikologis dari masyarakat tersebut (Rakhmat, 1998:203). Dalam memenuhi kebutuhan sosial psikologisnya, masyarakat cenderung menggunakan media, salah satunya dengan menggunakan media *online*. Walaupun media dapat memilih khalayaknya, akan tetapi khalayak juga dapat memilih medianya berdasarkan kebutuhannya. Hal tersebut berkaitan dengan salah satu teori efek media massa, yaitu Teori *Uses and Gratification* (Teori Penggunaan dan Kepuasan).

Teori *Uses and Gratification* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch. Teori ini mencakup lima prinsip primer didalamnya. Secara ringkas, kelima prinsip tersebut menyatakan bahwa individu sadar terhadap kebutuhan sosial, psikologis dan biologisnya; mengevaluasi berbagai saluran dan isi media; menilai alternatif – alternatif fungsi; serta menyeleksi saluran media atau saluran interpersonal yang diyakini dapat memberi kepuasan untuk berbagai kebutuhannya. Kebutuhan yang dimaksudkan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pengalihan, hubungan personal, identitas personal, dan pengawasan (Berger,dkk, 2014:372).

Teori ini memiliki perspektif dasar bahwa khalayak merupakan sosok yang aktif dalam memilih atau

mengkonsumsi media dan mampu memberikan laporan akurat mengenai pemuasan kebutuhan yang mereka cari dan dapatkan dari media tersebut (Berger,dkk, 2014:372). Teori ini berbeda dengan teori – teori efek media lainnya yang beranggapan bahwa khalayak adalah sosok yang pasif dalam hal mengkonsumsi media (misalnya Teori Jarum Suntik, Teori Kultivasi, dan lainnya). Teori *uses and gratification* telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian terkait dengan penggunaan media massa seperti media cetak dan juga media elektronik, tetapi pada masa sekarang ini, teori *uses and gratification* juga digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media *online*.

Newhagen dan Rafaeli (1996) juga A. Rubin dan Bantz (1987) dalam jurnal Papacharissi dan A. Rubin yang berjudul *Predictors Of Internet Use* pada tahun 2000 mengatakan bahwa perspektif dari teori *uses and gratification* telah digunakan untuk mempelajari antededen, motif, dan akibat yang ditimbulkan dari komunikasi dalam konteks hubungan interpersonal dan media. Teori tersebut juga sudah disarankan untuk digunakan sebagai kerangka untuk menjelaskan penyebab khalayak menggunakan media *online*. Dengan begitu, kerangka tradisional dari teori *uses and gratification* juga dapat digunakan untuk melakukan penelitian terhadap media *online* dan konsumsi terhadap media *online*.

Penelitian sebelumnya yang menggunakan teori *uses and gratification* pada media *online* adalah penelitian yang dilakukan oleh Dwi Yunita Sari Y. pada tahun 2013 tentang Aktivitas dan Kepuasan Penggunaan Media Baru. Pada

penelitian ini Dwi Yunita menggunakan teori *uses and gratification* pada media *online Solopos.com* untuk melihat hubungan antara aktivitas dengan kepuasan penggunaan media *online*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara aktivitas penggunaan media baru dengan kepuasan penggunaan media baru.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Martius pada tahun 2015 tentang Pengaruh Motif Penggunaan Media *Online Bola.Net* Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh Milanisti Indonesia Seizone Pekanbaru. Pada penelitian tersebut Martius juga menggunakan teori *uses and gratification* pada media *online Bola.Net* untuk melihat pengaruh dari motif penggunaan media terhadap kepuasan yang diperoleh. Hasil dari penelitian Martius menunjukan kepuasan yang diperoleh dari motif penggunaan media *online Bola.Net* oleh Milanisti Indonesia Seizone Pekanbaru adalah sangat lemah.

Penelitian selanjutnya yang juga menggunakan teori *uses and gratification* pada media *online* adalah penelitian dari Khoirul Fauzan dan Haryanto pada tahun 2015 tentang Pengaruh Motif, Pola Penggunaan Internet dan Kepuasan Pengguna di Kalangan Guru. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan cukup tinggi antara motif penggunaan internet dengan kepuasan penggunaan internet, sedangkan antara pola penggunaan dengan kepuasan penggunaan internet memiliki hubungan yang rendah sekali dan dari hubungan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan penggunaan internet oleh guru tidak

tergantung oleh pola penggunaan internet oleh guru.

Berdasarkan penelitian sejenis terdahulu tersebut dapat dilihat bahwa banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan, selain motif dalam menggunakan media *online*, salah satunya adalah intensitas penggunaan media *online*. Intensitas penggunaan media *online* terbentuk dilandasi oleh kebutuhan yang ingin didapatkan oleh khalayak dari suatu media *online*. Motif juga mendorong masyarakat dalam menggunakan media *online* tersebut. Intensitas penggunaan media *online* yang dilakukan dapat mempengaruhi kepuasan yang diperoleh khalayak. Intensitas penggunaan media *online* dapat berupa durasi dan frekuensi khalayak dalam menggunakan media *online* tersebut.

Media *online* atau internet memiliki sebuah fungsi dasar yang sama dengan media cetak dan media elektronik yaitu sebagai media penyebaran budaya. Salah satu budaya yang berkembang di Indonesia melalui internet adalah budaya populer dari Jepang yaitu *Manga* dan *Anime*. *Manga* merupakan komik yang dibuat di Jepang, kata tersebut digunakan khusus untuk membicarakan tentang komik Jepang, sesuai dengan gaya yang dikembangkan di Jepang pada akhir abad ke-19. *Manga* adalah media atau format yang memuat tulisan – tulisan dan gambar – gambar yang berguna untuk menjelaskan garis cerita atau kandungan cerita yang dimaksud oleh pembuatnya.

Sedangkan *Anime* adalah animasi khas Jepang yang biasanya dicirikan melalui gambar – gambar berwarna – warni yang menampilkan tokoh – tokoh dalam berbagai macam lokasi dan cerita yang ditujukan pada

beragam jenis penonton. Pembuatan *anime* dipengaruhi gaya gambar *manga*. *Anime* sendiri merupakan sebuah budaya populer yang berasal dari Jepang dan di Amerika *anime* merupakan sebuah *sub*-budaya. *Anime* merupakan sebuah bentuk budaya populer yang terbentuk dari budaya tradisional Jepang sebelumnya seperti Kabuki dan *Woodblock Print* (Napier, 2005:4).

Perkembangan *manga* di internet membuat *manga* semakin mudah dijangkau oleh banyak khalayak. Salah satu situs tempat membaca *manga* di internet adalah situs *Mangaku.web.id*. *Mangaku.web.id* merupakan sebuah situs media *online* yang menyediakan hal – hal seputar *manga* dan juga *anime*. *Mangaku.web.id* merupakan salah satu situs baca *manga* yang populer di Indonesia, terutama di kalangan remaja pecinta *manga* dan *anime*. Saat ini *mangaku.web.id* telah mempunyai *followers* sebanyak 409,832 ribu.

Menurut *Alexa.com*, salah satu penyedia data *web traffic* dan juga merupakan salah satu anak perusahaan dari Amazon, saat ini *Mangaku.web.id* menduduki peringkat ke 143 untuk seluruh jenis situs yang ada di Indonesia dan merupakan situs baca *manga* peringkat pertama, mengalahkan *mangacablog.com* dan *mangafox.me* yang juga salah satu situs baca *manga* yang saat ini menduduki masing – masing peringkat 482 dan 488.

Berdasarkan teori *uses and gratification* yang telah dipaparkan sebelumnya, banyaknya *followers* dan juga peringkat yang tinggi menunjukkan bahwa banyak khalayak yang mengakses *mangaku.web.id* dan dalam

mengaksesnya, khalayak memiliki motif yang bermacam – macam untuk memenuhi kebutuhan yang bermacam – macam.

Kepopuleran *manga* dan *anime* terus berkembang ke berbagai kota – kota besar di Indonesia, Pekanbaru salah satunya, dengan di tandai banyaknya komunitas pecinta *anime* dan *manga* di Pekanbaru. Mulai dari komunitas yang di bentuk untuk membahas sebuah *anime* secara khusus, meniru pakaian dan gaya dari *anime* atau *manga* yang disebut *costume player*, hingga mempelajari teknik gambar *manga* dan lainnya. Komunitas – komunitas tersebut tidak terlepas dari *anime* maupun *manga*, artinya, tidak bisa dipungkiri bahwa *anime* dan *manga* telah menjadi bagian dari komunitas – komunitas tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa membaca *manga* atau menonton *anime* juga menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi bagi para pecinta *manga* dan *anime* di Pekanbaru. Himpunan *Mangaka* Pekanbaru atau biasa disingkat HIKARU merupakan salah satu komunitas yang mempelajari gaya gambar dari Jepang di Pekanbaru. *Mangaka* adalah sebutan bagi orang yang menggambar *manga*. HIKARU merupakan tempat bagi para remaja maupun dewasa untuk mengenali atau belajar menggambar ala *manga* bersama – sama. Membaca *manga* tentu sudah menjadi bagian dari kebutuhan yang harus dipenuhi bagi setiap anggota HIKARU, dengan kata lain situs – situs penyedia *manga* merupakan salah satu media yang dikunjungi oleh anggota HIKARU dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

Dalam mengunjungi situs – situs tersebut anggota HIKARU

memiliki berbagai motif untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan yang diinginkannya, seperti mencari informasi, meluangkan waktu, dan lainnya. Dari berbagai motif tersebut anggota HIKARU telah membentuk sebuah penggunaan yang secara terus menerus terhadap situs tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh motif dan intensitas penggunaan salah satu media *online* yang menjadi tempat bagi anggota HIKARU dalam memenuhi kebutuhannya, yaitu *mangaku.web.id* terhadap kepuasan apa yang didapatkannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Uses and Gratification

Konsep dasar teori ini menurut para pendirinya adalah meneliti asal media kebutuhan secara psikologis dan social yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber – sumber lainnya yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta akibat lainnya (Kriyantono, 2006:204).

Teori *Uses and Gratification* ini memiliki paradigma yang sering disebut sebagai sebuah kerangka untuk memahami pemilihan dan penggunaan media serta telah dikembangkan hingga mencakup lima prinsip primer. Kelima prinsip tersebut menyatakan bahwa setiap individu sadar terhadap kebutuhan social; psikologis; dan biologisnya, mampu mengevaluasi berbagai saluran dan isi media, mampu menilai alternative – alternative fungsi media, serta dapat menyeleksi saluran media atau saluran interpersonal yang diyakini dapat memberi kepuasan

untuk berbagai kebutuhannya (Berger,dkk, 2014:372).

Motif Penggunaan Media

McQuail (1987:72) menjelaskan dalam sebuah kerangka bahwa ada empat motif atau alasan mengapa pada umumnya khalayak berhubungan dengan media yaitu Motif Informasi, Motif Identitas Sosial, Motif Integritas dan Interaksi Sosial, dan Motif Hiburan. Peneliti akan mengambil semua motif untuk digunakan sebagai variabel untuk mengetahui pengaruh dari keempat motif penggunaan media tersebut terhadap kepuasan anggota Himpunan *Mangaka* Pekanbaru (HIKARU) dalam menggunakan media *online mangaku.web.id*. Keempat motif tersebut mempunyai keterangan seperti berikut ini :

1. Motif Informasi

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

- a. Mencari informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal – hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
- d. Belajar, pendidikan diri sendiri
- e. Mencari rasa damai melalui penambahan

2. Motif Identitas Pribadi

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

- a. Mencari penunjang nilai – nilai pribadi.

- b. Mencari model perilaku.
- c. Mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai lain dalam media.
- d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Motif Integritas dan Interaksi Sosial

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

- a. Mencari pengetahuan tentang keadaan orang lain.
- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- c. Mencari bahan percakapan dan interaksi sosial.
- d. Mencari teman selain manusia.
- e. Membantu menjalankan peran sosial.
- f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

4. Motif Hiburan

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
- b. Bersantai.
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d. Mengisi waktu.
- e. Penyaluran emosi.
- f. Membangkitkan gairah seks.

Intensitas Penggunaan Media

Intensitas merupakan kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Intensitas dapat dikatakan sebagai bentuk perhatian dan ketertarikan seseorang berdasarkan kualitas dan kuantitas yang ditunjuk individu tersebut.

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2004), penggunaan media dapat dilihat dan diukur dari frekuensi dan durasi penggunaan media tersebut.

Kepuasan Penggunaan Media

Berdasarkan *gratification sought (GS)*, kepuasan yang akan diteliti dan nantinya akan menjadi variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integritas dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan anggota HIKARU yang dihasilkan dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial dan motif hiburan dalam menggunakan media *online mangaku.we.id*. berikut keterangan terkait keempat kepuasan yang akan diteliti :

1. Kepuasan Informasi

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif informasinya dalam menggunakan media :

- a. Mendapatkan informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- b. Mendapatkan bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal – hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Terpuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
- d. Mendapatkan pelajaran, pendidikan diri sendiri
- e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Kepuasan Identitas Pribadi

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif identitas

pribadinya dalam menggunakan media :

- a. Mendapatkan penunjang nilai – nilai pribadi.
- b. Mendapatkan model perilaku.
- c. Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai lain dalam media.
- d. Dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif integritas dan interaksi sosialnya dalam menggunakan media :

- a. Mendapatkan pengetahuan tentang keadaan orang lain.
- b. Dapat mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- c. Mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- d. Mendapatkan teman selain manusia.
- e. Dapat membantu menjalankan peran sosial.
- f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat

4. Kepuasan Hiburan

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif hiburannya dalam menggunakan media :

- a. Terlepaskannya diri dari permasalahan.
- b. Dapat bersantai.
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d. Dapat mengisi waktu.
- e. Dapat menyalurkan emosi.
- f. Dapat membangkitkan gairah seks.

Media Massa

Media massa merupakan sebuah sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Media massa juga bisa disebut sebuah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan yang lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan (Tamburaka, 2012:13). Berdasarkan pendapat dan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan sebuah alat atau sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang berjumlah banyak serta luas. Media massa sendiri memiliki beberapa jenis, yaitu Media Massa Cetak (majalah, koran, tabloid), Media Massa Elektronik (Radio, Televisi), dan Media Massa Online (Internet).

Internet

Internet merupakan sebuah bentuk dari media massa, yaitu media baru. Internet (*Interconnected-Networking*) adalah sekumpulan jaringan yang terhubung satu dengan lainnya, dimana jaringan menyediakan sambungan menuju global informasi (Dharma, dkk; 2007 : 118). Sekitar tahun 1992 di Amerika Serikat, populasi internet sebagian besar adalah para peneliti dan pendidik, dan belum banyak aplikasi serta kelompok minat yang relevan bagi masyarakat umum. Dua tahun kemudian, berbagai layanan utama mendominasi penggunaan internet tersebut. Akibatnya, internet dibanjiri berbagai sumber daya bermanfaat.

Website (Situs Web) adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada sebuah server yang berisikan

kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau individu. Halaman sebuah *website* diakses melalui sebuah URL yang nantinya akan memunculkan halaman utama (*Homepage*) suatu *website*. Kumpulan semua situs yang dapat diakses di internet disebut dengan *World Wide Web* (WWW).

Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan (Kertajaya, 2008). Menurut Prof. Dr. Soerjono Soekanto, komunitas dapat diartikan sebagai masyarakat setempat seperti warga sebuah kota, suku atau suatu bangsa.

Jika anggota – anggota suatu kelompok baik itu kelompok besar ataupun kecil hidup bersama sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan – kepentingan hidup yang utama, maka kelompok tersebut dapat dikatakan masyarakat setempat. Artinya, mereka menjalin hubungan sosial. Komunitas dapat disimpulkan sebagai suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu (Ridwan, 2009). Dari penjelasan pengertian mengenai komunitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunitas merupakan suatu kelompok yang terdiri dari beberapa orang yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya dan memiliki hubungan sosial yang lebih dan juga kesamaan antar anggotanya.

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Nilai data dalam penelitian ini nantinya akan dinyatakan dalam angka. Analisis kuantitatif nantinya berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan

Jenis riset yang digunakan adalah metode Eksplanatif. Eksplanatif digunakan untuk menjelaskan suatu generalisasi atau hubungan antara sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, peredaan, atau pengaruh suatu variabel.

Penelitian ini dilaksanakan pada periode bulan April 2017 hingga bulan Januari 2018. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 96 responden. Teknik pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Z secara langsung dan pengaruh variabel X dan variabel Z secara tidak langsung melalui variabel Y, peneliti menggunakan analisis jalur. Untuk mengolah data uji kuesioner dilakukan dengan menggunakan program SPSS Windows versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

korelasi antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* sebesar 0,149. korelasi antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* yaitu sebesar 0,399 dengan nilai signifikansi 0,000

dimana nilai tersebut termasuk dalam kategori signifikan karena lebih kecil dari 0,05. korelasi antara intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* yaitu sebesar 0,189 dengan nilai signifikansi 0,045 dimana nilai tersebut termasuk dalam kategori signifikan karena lebih kecil dari 0,05. Untuk nilai kesalahan regresi yang dilambangkan dengan huruf *e* bisa didapatkan dengan rumus $\sqrt{(1 - R_{\text{square}})}$. R_{square} didapat dari tabel model summary, dengan demikian nilai *e* adalah $\sqrt{(1 - 0,182)} = 0,904$.

Dari hasil analisis diatas, bisa didapatkan besar pengaruh secara proposional dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengaruh Secara Langsung

Pengaruh secara langsung dari motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* yaitu $(p_{zx})^2 = (0,399)^2 = 0,159$.

2. Pengaruh Secara Tidak Langsung

Pengaruh secara tidak langsung dari motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* melalui intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* yaitu $p_{zx} \times r_{xy} \times p_{zy} = 0,399 \times 0,149 \times 0,189 = 0,011$.

3. Pengaruh Total

Pengaruh total didapatkan dari penjumlahan antara pengaruh secara langsung dengan pengaruh secara tidak langsung. Maka pengaruh total dalam penelitian ini adalah $0,159 + 0,011 = 0,170$.

Hasil dari pengaruh secara langsung antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* menunjukkan besar pengaruh motif penggunaan media *online mangaku.web.id* secara langsung terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* adalah sebesar 15,9%. Kemudian juga di dapatkan dari pengaruh secara tidak langsung yaitu besar pengaruh motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* secara tidak langsung melalui intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* adalah sebesar 1,1%. Untuk besar pengaruh motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* secara total bisa didapatkan dari pengaruh total yaitu sebesar 17%.

Kemudian hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan teori yang digunakan yaitu Teori *Uses and Gratification*, dimana teori tersebut memiliki asumsi dasar bahwa khalayak, dalam penelitian ini adalah responden, bersifat aktif atau memiliki kebebasan dalam memilih media yang dinginkannya untuk memenuhi kebutuhannya. Pada penelitian ini terlihat bahwa responden, yaitu anggota HIKARU yang merupakan seorang pembuat komik atau *manga*, memiliki berbagai macam motif dalam mengakses *mangaku.web.id* untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Motif yang melandasi seorang responden juga berbeda dengan motif yang melandasi responden lainnya. Dengan kata lain, responden bersifat aktif dalam

mencari media untuk memenuhi kebutuhannya sendiri dengan motifnya sendiri.

Hasil penelitian ini juga memberikan nilai *mean* dari motif mengakses *mangaku.web.id* yaitu sebesar 2,85 dan nilai *mean* dari kepuasan mengakses *mangaku.web.id* yaitu sebesar 2,82. Nilai *mean* dari kedua variabel tersebut dapat dikatakan mendekati setara, artinya kepuasan responden dalam mengakses *mangaku.web.id* yang didapatkan sudah mendekati taraf terpenuhinya motif responden dalam mengakses *mangaku.web.id* yang menjadi landasan intensitas responden dalam mengakses *mangaku.web.id*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat melihat perbedaannya dengan penelitian terdahulu yang serupa. Pada penelitian Khoirul Fauzan dan Haryanto tentang Pengaruh Motif, Pola Penggunaan Internet dan Kepuasan Pengguna di Kalangan Guru mendapatkan hasil bahwa antara motif terhadap kepuasan memiliki pengaruh yang kuat. Sedangkan pada penelitian ini, antara motif terhadap kepuasan memiliki pengaruh yang lemah.

Berdasarkan hasil penelitian ini juga peneliti dapat melihat persamaanya dengan penelitian terdahulu yang serupa, yaitu dengan penelitian Martius tentang Pengaruh Motif Penggunaan Media *Online Bola.Net* Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh Milanisti Indonesia Seizone Pekanbaru mendapatkan hasil yang sama dengan penelitian ini yaitu antara motif terhadap kepuasan memiliki pengaruh yang lemah.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil analisis yang didapatkan pada penelitian ini dan juga merupakan hasil pengolahan data dengan analisis jalur menunjukkan hasil sebagai berikut :

- a. Hasil uji analisis jalur menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* secara langsung. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dalam penelitian ini hipotesis pertama dapat diterima yaitu ada pengaruh secara langsung antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* oleh anggota HIKARU yang merupakan seorang pembuat komik atau *manga*.

Berdasarkan tabel model summary, memperlihatkan besarnya pengaruh antara motif terhadap kepuasan. Hal tersebut dapat dilihat dari R_{square} . Nilai R_{square} sebesar 0,399, dengan demikian nilai koefisien determinasinya adalah 0,159 yang didapatkan dari hasil pengkuadratan R_{square} . Nilai tersebut menunjukkan sumbangan pengaruh motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* yaitu sebesar 15,9%.

- b. Hasil uji analisis jalur menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara motif penggunaan media *online*

mangaku.web.id terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* secara tidak langsung melalui intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id*. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dalam penelitian ini hipotesis kedua juga dapat diterima yaitu ada pengaruh secara tidak langsung antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* melalui intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* oleh anggota HIKARU yang merupakan seorang pembuat komik atau *manga*.

Nilai dari pengaruh secara tidak langsung dalam penelitian ini adalah sebesar 0,011. Nilai tersebut menunjukkan sumbangan pengaruh motif penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* secara tidak langsung melalui intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* yaitu sebesar 1,1%.

- c. Hasil uji analisis jalur juga menunjukkan bahwa pengaruh total antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* dan intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* adalah sebesar 17%.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara motif penggunaan media *online mangaku.web.id* dan intensitas penggunaan media *online mangaku.web.id* secara

bersamaan terhadap kepuasan penggunaan media *online mangaku.web.id* oleh anggota HIKARU yang merupakan seorang pembuat komik atau *manga* berada pada kategori lemah.

Saran

Adapun saran – saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Dengan diketahuinya bahwa pengaruh motif mengakses *mangaku.web.id* terhadap kepuasan secara langsung berada pada taraf yang lemah dengan persentase 15,9%, diharapkan untuk situs *mangaku.web.id* tetap selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya dan lebih memahami kebutuhan dari khalayaknya. Kemudian, untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti 84,1% sisanya yang merupakan variabel diluar penelitian ini.
- b. Dengan diketahuinya bahwa pengaruh motif mengakses *mangaku.web.id* terhadap kepuasan secara tidak langsung melalui penggunaan media berada pada taraf yang lemah dengan persentase 1,1%, untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti 98,9% sisanya yang merupakan variabel yang berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Budi Sutedjo Dharma Oetomo, dkk. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi Offset.

Charles R. Berger, dkk. 2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung : Nusamedia.

Kertajaya, Hermawan. 2008. *Arti Komunitas*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.

McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.

Napier, Susan J. 2005. *Anime From Akira To Moving Castle. United States Of America* : PALGRAVE MACMILLAN.

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Rakhmat, Jalaluddin. 1991. *Pengantar Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Rosda.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Riduwan. 2013. *Skala Pengukuran Variabel – Variabel*

Penelitian.
Bandung:ALFABETA

Sudjana. 2001. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung : Tarsito.

Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Walgito, Bima. 2010. *Pengantar Psikologi*. Jakarta : Andi

Sumber Lainnya :

Afif Fuadi dan Tanti Hermawati. 2017. *Penggunaan Instagram dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Penggunaan Instagram pada Akun @jajansolo Terhadap Tingkat Pemenuhan Informasi KulinerSolo di Kalangan Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi FISIP UNS Angkatan 2014)*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.

Hidayatun, Umi. 2015. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015*. Skripsi Sarjana. Yogyakarta : Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan Fakultas Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Khoyrul Fauzan dan Haryanto. 2015. *Pengaruh Motif, Pola Penggunaan Internet dan Kepuasan Pengguna di Kalangan Guru (Studi Korelasi Pengaruh Motif, Pola Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi dan*

Kepuasan Pengguna di Kalangan Guru SMA Negeri 3 Surakarta). Surakarta : Universitas Sebelas Maret.

Martius. 2015. *Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.Net Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh Milanisti Indonesia Seizone Pekanbaru*. Skripsi Sarjana. Pekanbaru : Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Papacharissi, Zizi dkk. 2014. *Predictors Of Internet Use*. United States : Kent State University.

Sari Y., Dwi Yunita. 2013. *Aktivitas dan Kepuasan Penggunaan Media Baru*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

<https://www.mangaku.web.id> (diakses pada 15 Januari 2018 02:08)

<https://Alexa.com> (diakses pada 08 Maret 2017 20:24)