

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI WEBSITE TRIPRIAU.COM
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PARIWISATA BAGI KOMUNITAS
MY TRIP MY ADVENTURE REGIONAL PROVINSI RIAU**

Oleh : Nopianah

Email : Nopiannah@yahoo.com

Pembimbing: Evawani Elysa Lubis, M.Si

Konsentrasi Manajemen Komunikasi - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau, Pekanbaru

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam

Telp/fax. 0761-63272

Abstrak

The website is a communication media that is not only effective used as a online media provider. One website that is also used as an media provider for various information about tourism in Riau Province. The theory used in this study is the theory of communication effectivity as the main theory and the theory of new media as the supporting theory. The purpose of this study is to find out how much the effectiveness of the Tripriau.com website is as a media for tourism information for the regional community of My Trip My Adventure in Riau Province.

This study uses quantitative research methods, with data collection techniques that is through online questionnaires using google doc to members of the regional My Trip My Adventure community in Riau Province with a total sample of 119 people who were determined through random sampling techniques. The analysis techniques data in this research using descriptive statistical techniques. The results of this research indicate that the level of communication effectivity of Tripriau.com website as a tourism information media for the regional My Trip My Adventure community of Riau Province is classified as effective. This has been proven by the result of collected data that have been measured by six indicators, each of which reaches an average scale of 3.76 on the message receiver (receiver) indicator, a scale of 3.82 on the content message indicator, 3.99 scale on the channel indicator (media), 3.84 scale on the format indicator, 3.93 scale on the message source indicator (source), and a scale of 3.81 on the timekeeping indicator (timing). So the conclusion obtained by using the average formula of all indicators is 3.85 which is included in the effective scale range. This indicates that Tripriau.com website is an effective as a tourism information media for the regional My Trip My Adventure community of Riau Province.

Keyword : Communication effectivity , Information, Website, Tourism

LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman yang semakin pesat serta perkembangan teknologi yang semakin modern membuat setiap orang berlomba-lomba untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Teknologi yang semakin canggih akan menuai banyak fenomena dimasyarakat dimana akan memunculkan hal-hal baru yang menarik untuk diteliti. Telah diketahui bahwa penelitian mengenai media baru yang ada karena adanya kecanggihan teknologi telah banyak dilakukan sejak munculnya era globalisasi. Kini yang termasuk media baru (*new media*) tersebut adalah media online yang kemunculannya adalah berkat berkembangnya jaringan internet.

Perkembangan teknologi menghasilkan sebuah temuan bernama internet. Internet sendiri pada dasarnya adalah sebuah jaringan global yang menghubungkan komputer satu dengan komputer lainnya yang dihubungkan dengan jaringan-jaringan. Hal ini menyebabkan individu satu dapat berinteraksi dengan individu lainnya walaupun jarak mereka yang sangat jauh. Perbedaan internet dengan media lain yaitu internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009:28-29).

Sementara itu keefektifan dari media baru ini tidak terlihat dengan kasat mata. Maka dengan menggunakan teori efektivitas dan

teori new media sebagai teori pendukung, Peneliti telah menguji bagaimana tingkat efektivitas dari media baru tersebut. Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target yang dicapai oleh sebuah manajemen yang menggunakan sarana dan prasarana agar tercapai tujuan yang diinginkan tepat pada waktunya. Teori efektivitas menurut Hardjana Andre (2000) dalam bukunya, komunikasi dapat dikatakan efektif apabila mencakup penerima atau pemakai (*receiver or user*), isi pesan (*content*), saluran (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), ketepatan waktu (*timing*).

New Media secara etimologi berasal dari dua kata yaitu *New* dan *Media*. *New* yang berarti Baru dan *Media* yang berarti Perantara. Jadi, *New Media* merupakan sarana perantara yang baru. Baru dalam arti disini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi dan distribusinya terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk didalamnya adalah website, blog, *online social network*, forum online, dan sebagainya (Putri, 2014:7).

Hal ini lah yang menjadikan Website sebagai bagian dari *New Media*, dimana *New Media* merupakan bentuk dari media yang bukan hanya digunakan untuk berinteraksi, tetapi juga sampai ke media hiburan, yang menggunakan komputer dan internet sebagai alat utama untuk melakukan interaksi. Salah satu kegunaan dari berbagai kegunaan website yang akan peneliti bahas disini yaitu website sebagai media informasi. Jika dulu media informasi hanya sebatas pada cetak dan elektronik, sekarang media informasi sudah merambah dunia

internet. Sama seperti pandangan McLuhan mengenai Teori *New Media*, dimana kehadiran *New Media* dapat membuat sebuah proses komunikasi menjadi global, sehingga menyebabkan dunia saat ini disebut dengan *Global Village*. *New Media* sendiri tercipta dari interaksi antara masyarakat dengan computer dan internet, dan saat ini pengimplementasian *new media* sudah semakin banyak dan semakin kompleks bahkan semakin berkembang kegunaannya dari sekedar memberi informasi sampai bersosialisasi dan bahkan sebagai media hiburan (dalam Rinawati, 2012:17). Menggunakan teori *new media* tentu tidak terlepas dari berkembangnya teknologi yang menghasilkan sebuah temuan bernama internet. Hal ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk melihat bagaimana sebuah website yang mana informasi yang dihadirkan seputar Provinsi Riau, yaitu budaya, kearifan lokal, serta *News*, *Wisata Riau*, *Business*, *City Guide*, *Culinary*, *Community*, *Hotels*, *Photo*, *Ukm*, *Feature* dan *People* mampu menarik perhatian masyarakat tidak hanya di Provinsi Riau saja namun seluruh Indonesia bahkan masyarakat di seluruh dunia, sehingga akhirnya peneliti membuat judul “Efektivitas Komunikasi Website Tripriau.com Sebagai Media Informasi Pariwisata Bagi Komunitas My Trip My Adventure Regional Provinsi Riau”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Seberapa besar tingkat efektivitas komunikasi website Tripriau.com sebagai media informasi pariwisata

bagi komunitas My Trip My Adventure regional Provinsi Riau ?”

TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya tingkat efektivitas komunikasi website Tripriau.com sebagai media informasi pariwisata bagi komunitas My Trip My Adventure regional Provinsi Riau.

MANFAAT PENELITIAN

a. Secara Teoritis

1. Memberikan tambahan referensi khususnya Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi website Tripriau.com sebagai media informasi pariwisata bagi komunitas My Trip My Adventure regional Provinsi Riau.
2. Dapat menjadi bahan peneliti selanjutnya mengenai efektivitas komunikasi website Tripriau.com sebagai media informasi pariwisata bagi komunitas My Trip My Adventure regional Provinsi Riau.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan yang berkenaan dengan masalah penelitian. Serta memberikan gambaran bagi peneliti-peneliti lain dan pihak yang berkepentingan terhadap penulisan.

TINJAUAN PUSTAKA

Efektivitas Komunikasi

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau penunjang tujuan. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sarana yang telah ditentukan didalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Handyaningrat Soewarno S. (1994:16) yang menyatakan bahwa, efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Hardjana (2000:23) keefektifan komunikasi dapat diukur oleh beberapa hal, diantaranya penerima/pemakai pesan (*receiver or user*), isi pesan (*content*), media (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), dan ketepatan waktu (*timing*). Sedangkan Adam I. Indrawijaya (2000:227) mengemukakan bahwa, efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan. Dalam artian efektivitas merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan.

Pengertian lain tentang efektivitas disampaikan oleh Ravianto dalam Masruri (2014:11), efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya

maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif. Sedangkan menurut Bungkaes (2013:45), efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan. Dalam artian efektivitas merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan.

Menurut Gibson et.al dalam Bungkaes (2013:46), efektivitas adalah penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok, dan organisasi. Makin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan (standar), maka makin lebih efektif dalam menilai mereka. Menurut Ruslan dalam bukunya Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi, efektif berarti berhasil untuk mencapai tujuan seraya untuk memuaskan pihak yang terkait (Ruslan, 2005 : 39).

Dari beberapa pendapat diatas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana menggunakan sarana dan prasarana agar tercapai tujuan yang diinginkan tepat pada waktunya.

Komunikasi merupakan suatu proses yang penting dalam menjalani kehidupan. Setiap kegiatan yang dilakukan pasti melibatkan komunikasi didalamnya, baik itu komunikasi intrapersonal maupun interpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa. Melihat pentingnya komunikasi dalam setiap kegiatannya maka keefektifan komunikasi pun diharapkan pada setiap proses komunikasi itu sendiri.

Teori New Media

New media merupakan istilah dari media komunikasi mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan dalam “*new media*” adalah digital seringkali memiliki karakteristik yang dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif, dan tidak memihak beberapa yang dapat dilihat dari internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROM dan DVD.

New Media merupakan istilah yang digunakan untuk kemunculan digital, komputer atau jaringan informasi diakhir abad ke-20. Menurut Creeber dan Martin (2009) dalam bukunya *Understanding New Media*, *new media* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Dengan kata lain, *new media* merupakan media yang menggunakan internet berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008:13) beberapa contoh produk dari media baru antara lain internet, website, *e-mail*, televisi kabel digital, dan DVD.

New media menurut Miles, Rice dan Bar dalam *Media: an introduction 3rd Edition* (Flew, 2008:2) merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang digabungkan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital. *New media* sendiri diawali dengan perkembangan dari salah satu aspek teknologi yang digabungkan yang

kemudian berkonvergensi (Rinawati : 2012:18)

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain dari media online adalah media yang didalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media didalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan berfungsi privat maupun secara publik (Mondry, 2008:13).

Teori *New Media* Merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan, pertama yaitu Pandangan Interaksi Sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan Interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru. Pandangan kedua yaitu Pandangan Integrasi Sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk

masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki (Putri, 2014:7).

Website

Website adalah halaman dalam sebuah web, umumnya memuat dokumen HTML (*Hyper Text Mark-Up Language*) dan dapat berisi sejumlah foto atau gambar grafis, musik, teks, bahkan gambar bergerak. Informasi dalam *World Wide Web* ditampilkan dalam halaman web (website) anda dapat menggunakan teknologi *client-side* atau daftar, form untuk menangkap data, *script* untuk menampilkan fungsi, mutu media beserta halaman animasi. Website merupakan fasilitas paling populer karena menawarkan alamat-alamat lain di internet secara langsung melalui link-link yang telah disediakan. Web dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program browser dan dengan menyambungkan komputer pada internet. Rachmat Kriyantono menyatakan, terdapat empat keunggulan perusahaan memiliki alamat web, yaitu:

1. Lebih berorientasi konsumen dan responsif
2. Lebih informatif
3. Lebih canggih dan berteknologi tinggi
4. Lebih dekat dengan pasar intelektual dan “kaum muda”.

Tripriau.com

Tripriau adalah sebuah *brand* media massa yang terbit di Riau. Tripriau mulai berdiri pada April 2014. Lahirnya Tripriau dilatarbelakangi oleh keinginan untuk berkarya dibidang media massa dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan daerah. Kehadiran Tripriau juga dilandasi oleh keinginan untuk menumbuhkan kembangkan kreativitas di tengah-tengah

masyarakat melalui sajian-sajian yang kreatif.

Saat ini media massa tumbuh secara positif di provinsi Riau. Bahkan, kini Riau menjadi kiblat pertumbuhan media massa di Sumatera. Tapi belum ada media, khususnya portal berita yang secara khusus mempromosikan berbagai potensi dan keunikan Riau. Tripriau.com sejak awal memang dikonsep dengan cita rasa Riau dengan menonjolkan kekuatan lokalitas. Jadi, melalui portal berita www.tripriau.com orang bisa mengetahui banyak hal tentang bumi Lancang Kuning. Tripriau.com mengusung beberapa konten yang sejalan dengan keinginan tersebut. Saat ini ada sebanyak 11 rubrik yang disajikan diportal berita Tripriau.com. Diantaranya, *News*, *Wisata Riau*, *Business*, *City Guide*, *Culinary*, *Community*, *Hotels*, *Photo*, *Ukm*, *Feature* dan *People*.

Dengan mengusung rubrikasi tersebut Tripriau berkeinginan untuk selalu menyajikan hal-hal unik dan menarik tentang Riau. Dengan itu, potensi Riau bisa dipublikasikan dan orang-orang juga akan semakin banyak yang datang ke daerah ini. Keunikan-keunikan Riau tersebut disajikan melalui tulisan/artikel yang mendalam disertai dengan foto-foto yang bagus. Sehingga, bisa dikatakan salah satu keunggulan Tripriau adalah dalam hal visualisasi, hal ini sejalan dengan visi dan misi menjadi *trendsetter* dan media terdepan di Provinsi Riau yang mempromosikan potensi dan kemajuan daerah serta menampilkan keunikan daerah melalui artikel dan foto.

Informasi

Informasi tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang hanya berfungsi

sebagai keterangan yang bisa dijadikan alat untuk menambah pengetahuan, akan tetapi lebih dari itu. Informasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Saat ini informasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia dan menjadi suatu kebutuhan bagi manusia, bahkan dengan informasi manusia dapat berfikir untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan kehidupannya.

Menurut Jogianto dalam bukunya yang berjudul Analisis dan Desain Sistem Informasi, berpendapat bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi yang menerimanya (Jogianto, 2004:8). Kemudian Azhar Susanto dalam bukunya Sistem Informasi Akuntansi, menyatakan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat (Susanto, 2004:46). Menurut Tata Sutabri dalam bukunya Analisis Sistem Informasi menjelaskan bahwa informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan (Sutabri, 2004:18). Jadi, dari pengertian oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah kumpulan data, fenomena dan data yang telah diolah atau diinterpretasikan untuk kemudian di komunikasikan yang berguna untuk proses pengambilan keputusan.

Jika dilihat dari formatnya, maka informasi terbagi menjadi hal-hal sebagai berikut :

1. Berita

Laporan tertulis tentang suatu peristiwa, kegiatan, dan sejenisnya yang terjadi dalam organisasi. Ciri pokok berita terletak pada materi tulisan

yang digunakan yaitu seluruhnya ditulis berdasarkan fakta.

2. Artikel

Tulisan yang memuat buah pikiran tentang satu peristiwa atau masalah.

3. Fiksi

Tulisan yang disusun berdasarkan rekaan penelitian. Fiksi lebih dimaksudkan sebagai bacaan menyenangkan untuk pembaca.

4. Foto atau Bagan

Informasi dapat pula disajikan lewat foto ilustrasi, atau bagan serta bentuk visual lainnya. Informasi yang disampaikan lewat format ini bisa berdiri sebagai kesatuan, bisa pula merupakan perlengkapan bagi suatu tulisan.

Media Informasi

Media adalah kata jamak dari medium, yang artinya perantara. Dalam proses komunikasi, media hanyalah satu dari empat komponen yang harus ada. Komponen yang lain yaitu : sumber informasi, informasi dan penerima informasi. Seandainya satu dari komponen tersebut tidak ada, maka proses komunikasi tidak mungkin terjadi (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997 et.al., 2001).

Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari Sumber Informasi (*komunikator*) menuju Penerima Informasi (*Komunikan*) (Crtiticos, 1996). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukana bagi penerima dalam pengambilan

keputusan, baik masa sekarang atau masa yang akan datang (Gordon B. Davis 1990;11). Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

Pariwisata

Berdasarkan pengertian dari *World Tourism Organization*, pariwisata adalah perjalanan untuk rekreasi, liburan atau bisnis. Sedangkan organisasi Pariwisata Dunia mendefinisikan wisatawan sebagai orang yang berada dalam perjalanan dan tinggal di tempat-tempat diluar lingkungan yang biasa mereka tinggali selama lebih dari 24 jam sehari dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, berbisnis dan tujuan lainnya yang tidak terkait dengan pelaksanaan kegiatan yang dibayar dari dalam tempat yang dikunjungi.

Turisme merupakan industri terbesar didunia, dan merupakan industri yang bergerak dalam bidang jasa. Jasa-jasa yang terkait dengan industri pariwisata antara lain transportasi, penginapan (hotel), restoran, bank, asuransi, keamanan dan jasa-jasa yang terkait lainnya. Banyak negara yang menggantungkan diri pada industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata merupakan salah satu strategi yang digunakan, oleh organisasi Non-Pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata guna meningkatkan perdagangan melalui

penjualan barang dan jasa kepada calon wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode riset kuantitatif. Jenis penyajian data dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu nilai pembahasan yang dapat dinyatakan dalam angka (Sony, 2004:267). Analisis kuantitatif adalah analisis berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian di analisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti menggunakan metode riset survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Sementara itu format penelitian yang digunakan yaitu format deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi (Bungin, 2011: 44). Penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis

penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail (Lehman 1979, dalam). Demikianlah format deskriptif ini lebih tepat digunakan penulis untuk mengungkap dan menganalisis lebih dalam tentang efektivitas komunikasi website tripriau.com sebagai media informasi pariwisata bagi komunitas My Trip My Adventure regional Provinsi Riau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki 74,8% dan 25,2% responden berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 21-30 tahun, dengan mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMA/SMK sebesar 52,9 %.

Hasil pengukuran Efektivitas Komunikasi website Tripriau.com sebagai media informasi pariwisata dilihat dari 6 indikator, yaitu penerima atau pemakai (*receiver or user*), isi pesan (*content*), media komunikasi (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), sampai kepada ketepatan waktu (*timing*). Pengukuran indikator Penerima Pesan (*Receiver*) memperoleh skor rata-rata 3,76 yang termasuk kedalam rentang skala Efektif, kemudian hasil dari pengukuran indikator isi pesan (*content*) memperoleh skor rata-rata 3,82 yang juga termasuk dalam rentang skala efektif. Hasil dari pengukuran indikator *media* berada di angka 3,99 yang juga termasuk dalam rentang skala efektif, indikator *format* berada di angka 3,84 yang artinya juga berada dalam rentang skala efektif. indikator sumber pesan (*source*) memperoleh hasil akhir

dengan skor rata-rata 3,93 yang termasuk kedalam rentang skala efektif, dan pengukuran indikator Ketepatan Waktu (*timing*) juga berada dalam rentang skala efektif dengan skor rata-rata sebesar 3,81.

Hasil akhir dari penelitian ini merujuk pada skala Efektif yaitu 3,85 yang menunjukkan bahwa website Tripriau.com merupakan sebuah media baru yang efektif sebagai media informasi pariwisata di Provinsi Riau. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan Efektivitas Komunikasi website Tripriau.com, maka diperoleh nilai sebesar 3,85. Nilai ini termasuk kedalam rentang skala Efektif (3,40 - 4,20). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa website Tripriau.com memiliki efektivitas komunikasi. Teori efektivitas komunikasi menurut Hardjana (2000:23) yang mengatakan bahwa keefektifitasan komunikasi itu diukur oleh beberapa hal, diantaranya penerima atau pemakai (*receiver or user*), isi pesan (*content*), media komunikasi (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), dan ketepatan waktu (*timing*), maka jika dikaitkan dalam penelitian ini, dimana pada dasarnya keenam point ini merupakan alat ukur peneliti dalam melakukan penelitian ini, menjelaskan bahwa website Tripriau.com merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai pariwisata di Provinsi Riau, tampilan dari website Tripriau.com tersebut juga menarik bagi anggota komunitas My Trip My Adventure regional Provinsi Riau untuk selalu mengakses website tersebut, isi pesan pada setiap informasi yang disampaikan juga efektif, mudah dipahami, *up to date*, dan juga sesuai dengan fakta yang ada di Provinsi Riau.

Penelitian mengenai media informasi online khususnya mengenai efektivitas komunikasi telah banyak dilakukan saat ini. Karena makin banyak masyarakat yang menggunakan media online untuk mendapatkan informasi menimbulkan banyak pula hal menarik untuk dapat dijadikan objek penelitian. Penelitian sejenis terdahulu mengenai keefektifan yaitu media komunikasi Portal Web sebagai media pemasaran sosial pada tahun 2012 dengan hasil efektif. Penelitian selanjutnya yaitu efektivitas akun twitter @infoPKU sebagai media informasi online di Pekanbaru tahun pada 2016 juga menunjukkan hasil yang efektif.

Jika membandingkan dengan penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap tahun penelitian mengenai media komunikasi dan informasi online akan selalu mengalami peningkatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian sebelumnya yang hampir selalu mencapai angka efektif sampai saat ini.

Efektivitas sebagai suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target yang dicapai oleh sebuah manajemen yang menggunakan sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan yang diinginkan tepat pada waktunya. Dengan hadirnya teori new media pula semakin menyakinkan bahwa media komunikasi dan informasi online dimasa depan akan semakin berkembang pesat sejalan dengan semakin banyaknya masyarakat yang mau memanfaatkan media online tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suhartini. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktik*. Rineka Citra: Jakarta.

- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya, Edisi Kedua*. Kencana, Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Creeber, G. and Martin, R., (ed). 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire England: Open University Press
- Durianto, et al. 2003. *Invansi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchajana. 2005. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*. Grasindo, Jakarta.
- Kennedy, J.E. & Soemanagara. 2006. *Marketing Communication : Taktik dan Strategi*. Bhuana Ilmu Popule, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Riset komunikasi*. Kencana Pranedia Media Group, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Pranedia Media Group, Jakarta.
- Kusumaningrat, Hikmat. 2005. *Jurnalisme: Teori dan Praktik*. Rosdakarya, Bandung.
- Lister, M., et al. 2009. *New Media: a critical introduction*.
- Mondry.2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Nazaruddin. 2005. *Dynamic Modeling and Simolation As A*

- Two - Bad Silicagel - Water Adsorption Chiller. Dertation Dwnt Aachen. Germany.*
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS.* Andi, Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Publik Relation & Media Komunikasi.* Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Memahami Penelitian Kuantitatif.* Alfabeta, Bandung.
- Sony, Sumarsono. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia.* Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sumber lain :**
- Jurnal :**
- Cindy Melinda Hapsari. 2013. *Efektivitas Komunikasi Media Booklet "Anak Alami" Sebagai Media Penyampai Pesan Gentle Birthing Service.* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Dewi Cecilia Mopili. 2013. *Efektivitas Media Online Detikcom Sebagai Sumber Informasi Bagi Mahasiswa Fikom Universitas Islam Bandung.* Program Studi Ilmu Komunikasi Telkom Economics & Bussiness School Universitas Telkom, Bandung.
- Jessica Novia. 2013. *Efektivitas Media Komunikasi Internal SMAK Kolese Santo Yusup.* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- (2016) berjudul *Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @infoPKU Sebagai Media Informasi Online di Pekanbaru.*
- Vici Santa Tynecelia, Ilmu Komunikasi, Universitas Riau (2015). *Efektivitas House Jurnal The Mall With Style Sebagai Media Promosi Pada Mall SKA Pekanbaru dengan Menggunakan EPIC Model.*
- Aziz Bachtiar Cendekiawan, ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2015) berjudul *Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter sebagai Media Promosi Kesehatan.*
- Citra Ivana Malumbot, Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2012) berjudul *Efektivitas Portal Web Sebagai Media Pemasaran Sosial (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Efektivitas Penyampaian Pesan Komunikasi dari Portal Web www.marinyanyi.com_Kepada Para Guru TW Swasta di Kota Sleman, Yogyakarta Melalui EPIC Model).*
- Skripsi :**
- Aprina Junika, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Riau