

**PERSEPSI MAHASISWA IAIN LANGSA TERHADAP KEGUNAAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN MEDIA INFORMASI PADA SIAKAD**

SKRIPSI
Diajukan Oleh :

MULINA
Nim. 3012016024

PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM



FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2022 M/ 1443 H

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Insitut
Agama Islam Negeri Langsa Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

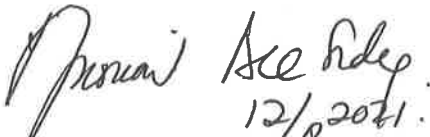
Oleh:

**MULINA
NIM: 3012016024**


**Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,


**YUSMAMI, S.Ag, MA
NIP. 19730318 199905 1 001**

Pembimbing II,


**SANUSI, S.Sos.I,MA
NIP. 19730129 201101 1 001**

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri
Langsa Dinyatakan Lulus Dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam
Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam.**

Pada Hari/Tanggal :

Kamis, 26 Agustus 2021 M

17 Muharram 1443 H

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua



**Yusmami, S.Ag, MA
NIP. 19730318199905 1 001**

Sekretaris



**Sanusi, S.Sos.I, MA
NIP. 19730129 201101 1001**

Penguji I,



**Bahtiar, MA
NIDN. 2021017901**

Penguji II,



**Al Mutia Gandhi M. Kom. I.
NIP. 19880203 201903 2 006**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Langsa**



**Dr. H. Muhammad Nasir, MA
NIP. 19730301 2009121 001**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MULINA
Nim : 3012016024
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin Adab Dan Dakwah / Komunikasi Dan
Penyiaran Islam
Alamat : Dusun Pertanian, Desa Sukarejo, Kec. Langsa Timur,
Kota Langsa

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa Terhadap Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD”** adalah benar hasil karya sendiri dan original sifatnya. Apabila dikemudian hari ternyata/terbukti hasil plagiat karya orang lain, maka akan dibatalkan dan saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 03 Agustus 2021
Yang Membuat Pernyataan



MULINA
Nim: 3012016024

ABSTRAK

Mulina, 2021, Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa Terhadap Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD, Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

Skripsi ini membahas tentang sistem informasi akademik pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dengan tujuan untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa Terhadap Kegunaan Dan Kemudahan Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini ialah bagaimana persepsi mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi pada SIAKAD dan bagaimana hambatan penggunaan media informasi SIAKAD IAIN Langsa di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kualitatif. yaitu berupa laporan apa adanya, tentang sesuatu yang aktual dengan menggunakan metode pengumpulan data secara observasi, wawancara dan dokumentasi, serta sifat penelitian ini adalah kualitatif. Jenis data yang diperoleh peneliti pada penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dalam hal ini informan kunci atau situasi sosial dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Penelitian ini menggunakan Teori *uses and gratification* sebagai teori dasar untuk menganalisis hasil dari temuan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD sudah cukup baik menurut peneliti berdasarkan beberapa komponen yang peneliti temukan dalam melakukan penelitian ini.

Penelitian ini juga tidak menemukan hambatan yang signifikan dalam penggunaan SIAKAD, hanya hambatan-hambatan teknis saja yang peneliti temukan selama melakukan penelitian, hambatan berupa susahnya akses halaman SIAKAD di awal perkuliahan salah satunya.

Kata Kunci: Sistem Informasi, SIAKAD, Komunikasi

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam kita hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada dalam naungan syafaatnya hingga akhir zaman nanti. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, dengan judul skripsi ***“Persepsi Mahasiswa Iain Langsa Terhadap Kegunaan Dan Kemudahan Penggunaan Media Informasi Pada Siakad”***

Dalam penulisan skripsi ini banyak hambatan yang dihadapi dikarenakan kurangnya pengalaman dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, tetapi berkat arahan dan tuntunan dari Bapak pembimbing yang membimbing dan memberikan bantuan motivasi, saran serta dorongan moral baik langsung maupun tidak langsung sampai terselesainya penyusunan skripsi ini. Karena itu penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Ketua Jurusan, Para Dosen dan seluruh Civitas Akademik yang juga telah banyak membantu.

2. Bapak Yusmami, S.Ag, MA selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Sanusi, S.Sos.I, MA selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan segenap staf IAIN Langsa.
4. Teristimewa Bapak (Suhartono) dan Ibu (Irawati) tercinta yang telah berjasa besar mendidik, membimbing, memotivasi dan mendoakan saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat dan memotivasi satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan khususnya KPI Unit 2 yang tidak bosan-bosannya memberikan semangat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak lain yang berjasa baik secara langsung maupun tidak langsung yang membantu di dalam kelancaran penulis skripsi ini. Hanya rasa syukur yang dapat dipanjatkan kepada Allah SWT., yang telah memberikan anugerah-Nya dalam penyusunan skripsi ini. Selaku penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada pihak yang telah membantu atas kelancaran skripsi ini, semoga usaha tersebut dicatat sebagai bentuk amal kebaikan dan mendapat balasan yang setimpal dari-Nya, Amin.

Skripsi ini telah tersusun sedemikian rupa namun kekurangan dan kejanggalan masih juga didapati. Maka penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini dimasa

yang akan datang. Semoga skripsi ini akan besar manfaatnya bagi para pembaca, dengan harapan untuk dapat meningkatkan kualitas Iman, Islam dan Ikhsan dalam mencapai ketaqwaan kepada Allah SWT.

Langsa, 05 Agustus 2021
Yang Menyatakan

Mulina
Nim: 3102016024

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Penjelasan Istilah.....	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori.....	5
F. Kajian Terdahulu.....	12
G. Sistematika Pembahasan	13
BABA II LANDASAN TEORI	15
A. Persepsi dalam lingkup komunikasi.....	15
B. Media Informasi dan Komunikasi.....	20
C. Ruang Lingkup Komunikasi	35
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Data dan Sumber Data	48
C. Informan Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
B. Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD.....	55
C. Hambatan Penggunaan Media Informasi Siakad IAIN Langsa di kalangan Mahasiswa.....	64
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR KEPUSTAKAAN	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet saat ini bukanlah hal baru, masyarakat dunia menggunakan internet untuk mempermudah segala kegiatan manusia dalam berkomunikasi dan berbagi informasi. Perkembangan internet begitu pesat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya anak-anak, remaja, dewasa bahkan sampai pada kalangan orang tua yang menggunakan jaringan internet.

Internet memberikan akses untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan mudah, sehingga ikut mengubah pola komunikasi manusia. Pola komunikasi ini termasuk penggunaan *platform* media baru melalui internet sebagai media dalam mengakses informasi pendidikan yang mengubah pola komunikasi di lingkungan akademik kampus. Internet mempermudah semua pekerjaan manusia saat ini, seakan dunia dalam sebuah genggam tangan bagi yang bisa memanfaatkan teknologi informasi.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sudah menjadi bagian dari gaya hidup, apalagi dalam dunia akademik. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin mendorong upaya-upaya pembaharuan dalam pemanfaatan hasil-hasil teknologi dalam proses belajar dan mengajar ataupun lingkungan akademik.

Perkembangan teknologi begitu cepat, dari yang sebelumnya manusia harus melakukan secara manual segalanya, namun hari ini kita bisa membayar telepon lewat mobile banking, ovo dan berbagai aplikasi lain

yang di gunakan oleh teknologi saat ini. Begitu juga di dunia Pendidikan yang dulunya mahasiswa harus mengunjungi kampus untuk mengisi kartu perencanaan studi namun saat ini mahasiswa cukup mengisi menggunakan gawai pintar mereka dimanapun mereka berada dengan syarat terhubung dengan internet.

Perkembangan teknologi dibidang Pendidikan, membuat semua perguruan tinggi menggunakan Teknologi Informasi yang dikenal dengan sebutan SIAKAD (Sistem Informasi Akademik) untuk memudahkan dalam mengelola data informasi akademik termasuk kampus IAIN Langsa. Penggunaan teknologi informasi memudahkan pengelola Institusi untuk mengelola kegiatan administrasi akademik kampus yang begitu kompleks seperti; proses Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), pembuatan jadwal kuliah, pengisian Kartu Rencana Studi (KRS), pengisian nilai, perwalian, pengelolaan data dosen & mahasiswa yang dapat digunakan secara online. Sistem ini juga dapat berfungsi sebagai pendukung untuk analisis data dalam menentukan keputusan Kampus.¹

Teknologi informasi membuat proses komunikasi dalam lingkungan kampus menjadi berbeda, pengguna dari SIAKAD adalah dosen dan mahasiswa, perubahan ini juga berdampak bagi mahasiswa dimana mahasiswa lebih dimudahkan dalam pengurusan KRS, melihat hasil nilai dan sebagainya yang menyangkut soal informasi akademik kampus. Namun

¹ <https://sevima.com/apa-itu-siakad-online-dan-apa-tujuan-siakad/>, 2020,02,12

dalam pelaksanaannya pasti ada kendala yang dihadapi mahasiswa terkait perubahan pelayanan akademik dari manual menuju digital.

Mahasiswa IAIN langsa yang mayoritas adalah alumni dari sekolah yang ada di seputaran Langsa, Aceh Timur, Tamiang, Aceh tengah dan sekitarnya, yang rata-rata memiliki kekurangan dalam menggunakan teknologi informasi. Sehingga jika sosialisasi dari pihak akademik kepada mahasiswa kurang maksimal maka dipastikan akan terjadi kendala di lapangan, sehingga yang semula teknologi informasi bermanfaat untuk memudahkan mobilitas hidup mahasiswa namun akan berdampak gagalnya mahasiswa menggunakan sistem informasi akademik.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti melakukan penelitian yang dibuat dalam bentuk tulisan dengan judul yaitu: *“Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa Terhadap Kegunaan Dan Kemudahan Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD”*

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD?
2. Bagaimana hambatan Penggunaan Media Informasi Siakad IAIN Langsa di kalangan Mahasiswa?

C. Penjelasan Istilah

1. Persepsi

Menurut Ruch persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk indrawi (sensory) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang struktural dan bermakna pada suatu situasi tertentu.² Persepsi merupakan proses aktif memilah, menata dan menafsirkan orang, obyek, kejadian, situasi dan aktivitas. Persepsi yang dimaksud adalah proses aktif memilah, menata dan menafsirkan aktivitas mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD

2. Media Informasi SIAKAD

Media adalah alat untuk menyampaikan atau mengantarkan pesan, sementara SIAKAD (Sistem Informasi Akademik) online adalah suatu Sistem Informasi Akademik yang dibangun untuk memberikan kemudahan kepada pengguna dalam kegiatan administrasi akademik kampus secara online.³

Jadi yang dimaksud media SIAKAD adalah sebuah alat yang digunakan oleh pengelola IAIN langsa untuk manajemen data akademik secara online.

² Rosleny Marliany, Psikologi Umum, (Solo: CV Pustaka Setia, 2014), h.188

³<https://sevima.com/apa-itu-siakad-online-dan-apa-tujuan-siakad/>, 2020,02,12

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitiannya yaitu :

1. Untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa Terhadap Kegunaan Dan Kemudahan Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD.
2. Untuk mengetahui hambatan Penggunaan Media Informasi Siakad IAIN Langsa di kalangan Mahasiswa.

Adapun kegunaan penelitian yaitu :

1. Penelitian ini berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terkait Persepsi Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD.
2. Penelitian ini berguna sebagai bahan masukan kepada Pengguna Media Informasi Pada SIAKAD Mahasiswa IAIN Langsa.
3. Penelitian ini berguna memberi wawasan kepada penulis dan pembaca terkait pengetahuan terkait Persepsi Penggunaan Media Informasi Pada SIAKAD.

E. Kerangka Teori

1. Teori *Uses and Gratification*

Teori ini mulai berkembang pada tahun 1940, yakni ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatarbelakangi audiens mendengarkan radio dan membaca surat kabar. Mereka meneliti siaran radio dan mencari tahu mengapa orang tertarik terhadap program

yang disiarkan seperti kuis dan serial drama radio. Kepuasan apa yang diperoleh sehingga mereka senang mendengarkan program tersebut. Herzog dipandang sebagai orang pertama yang mengawali riset penggunaan dan kepuasan. Ia mencoba mengelompokkan berbagai alasan mengapa orang memilih mengonsumsi surat kabar daripada radio. Ia mempelajari peran keinginan dan kebutuhan audiens terhadap pilihan media.⁴

Teori *uses and gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.⁵

Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Hal inilah yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.⁶

⁴ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), h. 82

⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA), h 191-192

⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), h. 191

Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:⁷

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain.
4. Orang memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
5. Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.

Teori *uses and gratification* ini menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Pemilihan media yang dilakukan oleh audiens merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka. Inti teori *uses and gratification* sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Pada dasarnya komunikasi terutama pada

⁷ Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), h. 298-299

media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut.

Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media, yaitu:²⁷

1. Pengalihan (*disversion*), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
3. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (*surveillance*), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.

Efek yang timbul dari diri khalayak seperti emosi dan perilaku dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan. Pendekatan *uses and gratification* tertuju pada khalayak yang berperan aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhannya. Khalayak sudah menentukan media mana yang sesuai dengan kebutuhannya, merupakan gambaran nyata dari upaya pemenuhan kebutuhan sesuai dengan motif. Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya.²⁸ Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif pendorong bagi

seseorang dalam menggunakan media.

F. Kajian Terdahulu

Studi pendahuluan mampu membantu peneliti untuk menentukan cara pengolahan data yang sesuai digunakan, yaitu berdasarkan perbandingan terhadap apa yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya. Adapun peneliti terdahulu yang sudah dilakukan diantaranya yaitu :

Rujukan penelitian *pertama* yaitu Skripsi tahun 2016 karya Ficram Asis, mahasiswa dari Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar yang berjudul “Persepsi Masyarakat Tentang Aktualisasi Informasi Berita di Tv. Skripsi ini menganalisa mengenai bagaimana motif dan persepsi masyarakat tentang aktualisasi informasi berita yang ditayangkan di TvOne. Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif. Kemudian skripsi ini fokus kepada motif dan persepsi masyarakat tentang aktualisasi informasi berita yang ditayangkan di TvOne.⁸

Apabila dibandingkan dengan skripsi dari saudara Maria Ficram Asis tersebut terdapat persamaan dan juga perbedaannya. Persamaanya yaitu Ficram Asis dan peneliti ini sama-sama ingin mengetahui tentang persepsi. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek dan subyeknya. Ficram Asis menggunakan masyarakat sebagai subyeknya dan pesan aktualisasi informasi

⁸ Ficram Asis, *Persepsi Masyarakat Tentang Aktualisasi Informasi Berita di Tv One*. Skripsi. Makassar: (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2016).

berita yang ditayangkan di TvOne sebagai obyeknya, sedangkan peneliti subyeknya mahasiswa, dan persepsi mahasiswa terhadap penggunaan media informasi SIAKAD IAIN Langsa.

Kedua, Skripsi tahun 2010, karya Nur Fitria Romadlonati dari Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Terhadap Brand Ambassador pada Iklan Citra Versi Rumah Cantik Citra di Televisi”. Skripsi ini fokus untuk mengetahui positif dan negatif persepsi iklan brand ambassador di televisi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan, serta menggunakan analisis model Miles & Hibermen.⁹

Persamaan dengan skripsi saudara Nur Fitria Romadlonati yaitu sama-sama meneliti tentang persepsi dan fokus untuk mengetahui positif dan negatif persepsi obyek terhadap subyeknya. Sedangkan jika dibandingkan lagi, terdapat perbedaan yaitu terletak pada objeknya, saudara Nur Fitria Romadlonati, iklan di televisi yang menjadi obyeknya sedangkan peneliti obyeknya adalah mahasiswa terhadap penggunaan media informasi SIAKAD IAIN Langsa.

⁹ Nur Fitria Romadlonati. “*Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Terhadap Brand Ambassador pada Iklan Citra Versi Rumah Cantik Citra di Televisi*”. Skripsi. Yogyakarta: (Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2010).

G. Sitematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman, maka pokok-pokok pembahasan dalam penelitian ini disusun dan disistematikan sebagai berikut :

Bab I, Pendahuluan, yang menerangkan Latar Belakang Masalah, rumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian,.

Bab II, Landasan Teori pada bab ini mengemukakan teori-teori yang melandasi dan mendukung penelitian yang di dalamnya menyangkut pembahasan dalam penelitian yaitu, Persepsi, Media Informasi, Sistem Informasi Akademik (SIKAD)

Bab III, Metodologi Penelitian, bab ini menguraikan Jenis Penelitian dan Pendekatan, Teknik Pengumpulan Data, Sumber Data dan Analisis Data, Mengecek Keabsahan Data.

Bab IV, Hasil Penelitian, Bab ini memaparkan gambaran umum Lokasi Penelitian, IAIN Langsa dan Mahasiswa IAIN Langsa.

Bab V, Penutup, bab ini diakhiri berupa Kesimpulan, Saran, serta Daftar Pustaka.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Persepsi dalam lingkup komunikasi

Persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan, sebagaimana yang di jelaskan Menurut Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi.¹⁰ Sedangkan menurut Sarlito Wirawan Sarwono dalam bukunya Pengantar Umum Psikologi “persepsi adalah kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, memfokuskan dan sebagainya”.¹¹

Selanjutnya Slameto dalam bukunya Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya” persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak. Melalui persepsi inilah manusia terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungan, hubungan ini dilakukan lewat indranya yaitu indra penglihatan, pendengaran, peraba, perasa dan penciuman.¹²

Dari kutipan diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses penyampaian informasi yang relevan yang tertangkap oleh panca indra dari lingkungan yang kemudian mengorganisasikannya dalam

¹⁰ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004), h. 51

¹¹ Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*, (Jakarta, Bulan Bintang, 2000), h. 39

¹² Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta, Rineka Cipta, 1995), h. 102

pikirannya, menafsirkan, mengalami, dan mengolah segala sesuatu yang terjadi di lingkungan tersebut. Bagaimanapun segala sesuatu tersebut mempengaruhi persepsi, karena persepsi dapat dikatakan sebagai kejadian pertama dalam rangkaian proses menuju perubahan stimulus menjadi tindakan atau sebagai sensasi yang berarti atau bermakna.

Hakikatnya persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

Pengembangan persepsi seseorang itu di pengaruhi oleh beberapa factor, Antara lain:

a. Psikologis

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu yang terjadi di alam dunia ini sangat sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologi. Contoh: terbenamnya matahari diwaktu senja yang indah bagi seseorang akan dirasakan sebagai bayang-bayang kelabu bagi orang yang buta warna. Psikologi juga dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sifat-sifat kejiwaan manusia dengan cara mengkaji sisi perilaku dan kepribadiannya, dengan pandangan bahwa setiap perilaku manusia berkaitan dengan latar belakang kejiwaannya.¹³

¹³ Sudarsono Ardhana. *Pokok-Pokok Ilmu Jiwa Umum*, 1963, h. 3

Sesungguhnya tiap-tiap orang perlu sekali mengetahui dasar Ilmu jiwa umum, dalam pergaulan hidup sehari-hari, Ilmu jiwa perlu sebagai dasar pengetahuan untuk dapat memahami jiwa orang lain. Kita dapat mengingat kembali sesuatu yang pernah kita amati.

b. Keluarga

Pengaruh yang besar terhadap anak-anak adalah familinya, orang tua yang telah mengembangkan sesuatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anak-anaknya.

c. Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor yang kuat di dalam mempengaruhi sikap dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini. Contoh: orang-orang Amerika non muslim dapat memakan daging babi dengan bebas dan sangat merasakan kelezatannya, sedangkan orang-orang Indonesia yang muslim tidak akan memakan daging babi tersebut.

d. Motivasi

Teori mendasar Maslow adalah bahwa keputusan itu tersusun dalam suatu hirarki kebutuhan. Tingkat kebutuhan yang paling rendah yang harus dipenuhi adalah kebutuhan fisiologis dan tingkat

kebutuhan tertinggi adalah kebutuhan realisasi diri.¹⁴ Abraham Maslow menghipotesiskan bahwa di dalam diri semua manusia ada lima jenjang kebutuhan berikut:

- a) Faali (fisiologis): antara lain rasa lapar, haus, perlindungan (perumahan dan pakaian) serta kebutuhan ragawi lainnya.
- b) Keamanan: antara lain keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.
- c) Rasa Memiliki, sosial: mencakup kasih sayang, rasa dimiliki, diterima baik, dan persahabatan.
- d) Penghargaan: mencakup faktor rasa hormat internal seperti harga diri, otonomi dan prestasi, dan faktor hormat eksternal seperti misalnya status, pengakuan, dan perhatian.
- e) Aktualisasi-diri: dorongan untuk menjadi apa yang ia mampu menjadi, mencakup pertumbuhan, mencapai potensialnya, dan pemenuhan diri.

Begitu tiap kebutuhan ini telah cukup banyak dipuaskan, kebutuhan berikutnya menjadi dominan. Dari titik pandang motivasi, teori itu mengatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang pernah dipenuhi secara lengkap, suatu kebutuhan yang dipuaskan secara cukup banyak (substansial) tidak lagi memotivasi. Jadi jika ingin memotivasi seseorang, menurut Maslow, kita perlu memahami sedang berada pada anak tangga manakah orang itu dan

¹⁴ M. Arifin, *Kepemimpinan dan Motivasi Kerja*, (Yogyakarta: Teras, 2010), hlm. 34

memfokuskan pada pemenuhan kebutuhan-kebutuhan itu atau kebutuhan di atas tingkat itu.¹⁵

Persepsi tidak terjadi begitu saja, persepsi membutuhkan proses untuk terjadi, dalam mempersepsi sesuatu ada beberapa komponen, dimana antara yang satu dengan lainnya saling kait mengait, saling menunjang, atau merupakan suatu sistem, agar seseorang menyadari dapat mengadakan persepsi. Untuk itu ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

- a. Adanya objek yang dipersepsi, objek yang menimbulkan stimulus yang mengenai alat indra atau reseptornya.
- b. Alat indra atau reseptor, objek merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu harus ada pada syaraf sensoris yang merupakan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf yaitu sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf sensoris.
- c. Adanya pengertian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan akan mengadakan persepsi tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi.¹⁶

Ada beberapa faktor pendukung terjadi persepsi, dimana persepsi merupakan salah satu faktor kejiwaan yang perlu mendapat perhatian dan mendalami persepsi seseorang merupakan tugas yang amat berat karena

¹⁵ Stephen P. Robin, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT Indeks, 2003), hlm. 167.

¹⁶ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 54

persepsi seseorang berbeda-beda. Menurut Sarlito Wirawan Sarwono, persepsi terjadi oleh beberapa sebab antara lain:

- a. Perhatian: Biasanya kita tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi kita memfokuskan perhatian kita pada satu atau dua objek saja. Perbedaan fokus antara satu dengan orang lainnya, menyebabkan perbedaan persepsi antara mereka.
- b. Set: Set adalah harapan seseorang akan rangsangan yang timbul.
- c. Kebutuhan: Kebutuhan-kebutuhan sesaat atau yang menetap pada diri seseorang akan mempengaruhi persepsi orang tersebut.
- d. Sistem Nilai: Sistem nilai yang berlaku di suatu masyarakat berpengaruh juga terhadap persepsi.
- e. Ciri Kepribadian: Ciri kepribadian juga akan mempengaruhi persepsi seseorang.
- f. Gangguan Kejiwaan:Gangguan kejiwaan dapat menimbulkan kesalahan persepsi yang disebut halusinasi.

B. Media Informasi dan Komunikasi

Informasi adalah pemberitahuan; kabar atau berita tentang sesuatu.¹ *News is information.* Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian. Setiap hari, setiap kota memproduksi ratusan ribu dan bahkan jutaan informasi. Bila 200 kota lebih yang terdapat diseluruh Indonesia digabung, maka dipastikan terdapat miliaran informasi hanya dalam satu hari. Tetapi dalam

perspektif sosio-jurnalistik, dari sekian banyak informasi atau yang nyaris tak terhingga itu, hanya sebagian kecil saja atau sedikit sekali yang dilaporkan media massa.

Apa arti dan maknanya? Tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita, menurut pandangan jurnalistik tidak layak untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita, atau member banyak manfaat kepada public yang patut mendapat perhatian media.¹⁷

Informasi adalah sumber daya. Informasi mempunyai nilai, dan informasi memungkinkan orang untuk melakukan hal-hal yang tidak dapat mereka laksanakan tanpa adanya informasi tersebut. Pepatah lama menyatakan bahwa pengetahuan adalah kekuasaan, dan ini berarti bahwa pengetahuan memberi orang kemampuan untuk melakukan hal-hal dan memanfaatkan peluang- peluang.¹⁸

Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam proses pengambilan keputusan baik saat ini maupun saat yang akan datang. Informasi dapat menggambarkan kejadian-kejadian nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Sumber dari informasi adalah data yang dapat

¹⁷ AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesian Menulis Berita dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), h. 86.

¹⁸ Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr., *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), cet. Ke-5, h. 293.

berbentuk huruf, simbol, alfabet, dan lain sebagainya.¹⁹ Informasi adalah pesan atau kabar yang terkandung dalam sebuah berita atau tulisan yang dipublikasikan atau disiarkan media massa.²⁰

Banyak teori yang membahas masalah kebutuhan seseorang akan informasi. Sebenarnya, bukan hanya informasi saja yang dibutuhkan oleh orang, melainkan banyak variasinya, seperti yang diperlihatkan oleh teori kebutuhan berangkat dari Maslow, dimulai dari tahap kebutuhan yang paling dasar sampai kepada tingkat kebutuhan yang paling tinggi, yakni,

- a. Kebutuhan fisiologis, misalnya rasa haus dan lapar;
- b. Kebutuhan akan rasa aman, misalnya rasa aman dari gangguan atau ancaman;
- c. Kebutuhan akan rasa cinta dan memiliki;
- d. Kebutuhan akan rasa harga diri, seperti prestise, keberhasilan, serta respek pribadi;
- e. Kebutuhan akan aktualisasi diri, seperti hasrat untuk mandiri.

Timbulnya kebutuhan seseorang tetap dipengaruhi oleh kondisi fisiologis, situasi, dan kognisinya. Kebutuhan orang tidak akan timbul atas barang-barang yang tidak terjangkau oleh kemampuan daya belinya. Hasil beripikir seseorang juga sering menimbulkan keinginan dan/atau kebutuhan tertentu sesuai dengan apa yang dipikirkannya. Misalnya jika sedang

¹⁹ Departemen Agama RI Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam, *Sistem Manajemen Data dan Informasi Pendidikan*. (Jakarta: Departemen Agama RI, 2003), h. 7.

²⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), h. 58.

berpikir tentang bagaimana caranya meningkatkan pengetahuan yang sudah dimilikinya, maka ia mulai berpikir tentang upaya mencari informasi untuk tujuan-tujuan tersebut. Termasuk dengan cara membaca berbagai media bacaan yang ada kaitannya dengan masalah yang dipikirkannya itu.

Dikaitkan dengan lingkungan yang merangsang timbulnya kebutuhan tersebut, khususnya yang berhubungan dengan seseorang yang dihadapkan pada berbagai media penampung informasi, maka ada banyak kebutuhan yang bisa dikemukakan, antara lain seperti yang diusulkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas adalah sebagai berikut.

- a. *Kebutuhan kognitif*. Ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintauan dan penyelidikan seseorang.
- b. *Kebutuhan afektif*. Kebutuhan ini dikaitkan dengan pengetahuan estetis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Dalam hal ini, berbagai media dalam hal ini sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan, misalnya orang membeli radio, televisi, dan menonton film, tidak lain karena mencari hiburan.
- c. *Kebutuhan integrasi personal (personal integrative needs)*. Ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan

status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.

- d. *Kebutuhan integrasi sosial (social integrative needs)*. Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.
- e. *Kebutuhan berkhayal (escapist needs)*. Ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan dan pengalihan.²¹

Media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.⁷ Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana defenisi yang selama ini diketahui.⁸ AECT sebuah organisasi yang bergerak dalam teknologi pendidikan dan komunikasi, mengartikan media sebagai segala bentuk yang digunakan untuk proses penyaluran informasi. Demikian juga Molenda dan Russel (1990) mengungkapkan bahwa “*media is a channel of communication. Derived from the latin word for “between”. The term refers to anything that carries information between a source and receiver*”. Robert Hanick, Dkk (1986) mendefenisika media adalah sesuatu

²¹ Pawit M. Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), cet. Ke-3, h. 205-207.

yang membawa informasi antara sumber (*source*) dan penerima (*receiver*) informasi.²²

Kesadaran akan kekuatan media ini pada kenyataannya melihat bahwa media tidak lagi membawa konten semata, tetapi juga membawa konteks di dalamnya. Ungkapan “*the medium is the message*” yang dipopulerkan McLuhan setengah abad lalu membawa kesadaran awal bahwa medium adalah pesan yang bias mengubah pola komunikasi, budaya komunikasi, sampai bahasa dalam komunikasi antar manusia.

Oleh karena itu, sangat penting kiranya untuk melihat pandangan Meyrowitz dalam upaya memahami kata “medium” guna memahami bagaimana media beroperasi. Ada tiga ungkapan untuk melihat medium. *Pertama*, medium sebagai saluran (*medium-as-vessel/conduit*). Seperti sebuah saluran air, pipa merupakan saluran yang membawa air sesuai dengan alur yang disiapkan. Medium adalah saluran yang membawa pesan atau dalam contoh nyatanya suara adalah konten yang dibawa oleh radio.

Kedua, medium adalah bahasa (*medium-as-language*). Medium adalah bahasa itu sendiri. Ini bermakna bahwa media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan. Pengalaman emosi yang muncul dengan perantara medium bisa jadi sama dan bisa jadi berbeda antara si pembuat pesan dengan penerima pesan.

²² Wina Sanjaya, *Media Komunikasi Pembelajaran*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h.

Ketiga, medium sebagai lingkungan (*medium-as- environment*). Maksudnya adalah media tidak bisa dipandang pada teks semata, tetapi juga harus dilihat dalam segi konteks itu sendiri.

Stanton (1982),²³ mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia, yaitu:

- a) Mempengaruhi orang lain
- b) Membangun atau mengelola relasi antarpersonal
- c) Menemukan perbedaan jenis pengetahuan
- d) Membantu orang lain
- e) Bermain atau bergurau. (De Vito, 2001)

Maka untuk melakukan komunikasi dibutuhkan sebuah media dalam proses penyampaianya. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), bahwa media dapat diartikan sebagai: (1) alat, dan (2) alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Selain itu media juga dapat diartikan sebagai sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya. Jadi saat berkomunikasi membutuhkan sebuah media yang artinya bahwa ketika melakukan komunikasi dengan orang lain harus menggunakan alat atau sebuah sarana agar informasi atau maksud dari pemikiran yang ingin kita sampaikan dapat ditangkap oleh mitra tutur dengan baik.

²³ Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S., *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 128

Dengan kata lain media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di zaman modern ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien. Berbagi informasi antar Benua dan Negara di belahan dunia manapun semakin mudah.

2) Jenis-jenis Media Komunikasi

a. Berdasarkan fungsinya:

1) Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan informasi contohnya: Komputer pengolah kata (*Word Processor*).

2) Fungsi reproduksi

Fungsi reproduksi adalah media komunikasi yang kegunaanya untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi contohnya: *Audio tapes recorder* dan *Video tapes*.

3) Fungsi Penyampaian Informasi

Fungsi Penyampaian informasi adalah media komunikasi yang digunakan untuk komunikasi yang dipergunakan untuk menyebarluaskan dan menyampaikan pesan kepada komunikan yang menjadi sasaran contohnya:

Telepon, *Faximile*, dan lain-lain.

b. Berdasarkan Bentuknya:

1) Media Cetak

Media cetak adalah segala barang cetak yang dapat dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan contohnya: surat kabar, brosur, *bulletin*, dan lain-lain.

2) Media Visual atau media pandang

Media visual adalah penerimaan pesan yang tersampaikan menggunakan indra penglihatan contohnya: televisi, foto, dan lain-lain.

3) Media Audio Media Audio adalah penerimaan pesan yang tersampaikan dengan menggunakan indra pendengaran. contohnya: radio, *tape recorder*, dan lain-lain.

4) Media Audio Visual

Media audio visual adalah media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar jadi untuk mengakses informasi yang disampaikan, digunakan indra penglihatan dan pendengaran sekaligus contohnya : televisi dan film.

c. Berdasarkan jangkauan penyebaran informasi

1) Media Komunikasi Eksternal

Ialah media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak-pihak luar. Media

komunikasi eksternal yang sering digunakan antara lain:

a. Media cetak

Ialah media komunikasi tercetak atau tertulis dimaksudkan untuk menjangkau *public* eksternal seperti pemegang saham, konsumen, pelanggan, mitra kerja, dan sebagainya. Contohnya adalah makalah perusahaan, bulletin, brosur. Media eksternal cetak ini berfungsi sebagai : Media Penghubung, Sarana penyampaian keterangan-keterangan kepada kalayak, Media Pendidikan, Sarana membentuk opini *public*, Sarana membangun citra.

b. Radio

Radio adalah alat elektronik yang digunakan sebagai media komunikasi dan informasi yang termasuk media audio yang hanya dapat memberikan rangsangan audio (pendengaran) saja. Melalui alat ini orang dapat mendengar siaran tentang berbagai peristiwa, kejadian penting dan baru, masalah-masalah dalam kehidupan serta acara hiburan yang menyenangkan. Bentuk radio sangat beragam tapi secara sederhana bisa dibagi kedalam dua bagian besar. Pertama radio sebagai alat penerima informasi yang kedua radio sebagai pemberi informasi. Pengertian "Radio" menurut ensiklopedi Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar

dari 1 mm).

Streaming adalah istilah yang dipergunakan untuk mendengarkan siaran secara *live* melalui Internet. Berbeda dengan cara lain, yakni *men-download* file dan menjalankannya di komputer kita bila *download*-nya sudah selesai, dengan *streaming* kita dapat mendengarnya langsung tanpa perlu *mendownload* filenya sekaligus.

Ada bermacam-macam audio *streaming*, misalnya Winamp (mp3), RealAudio (ram) dan liquid radio. Dengan kata lain radio streaming adalah radio yang bisa didengarkan lewat internet. Secara umum Radio mempunyai kegunaan: 1. Memperjelas pesan yang diterima. 2. Mengatasi keterbatasan ruang, waktu tenaga dan daya indra. 3. menimbulkan gairah belajar, interaksi lebih langsung antara murid dengan sumber belajar. 4. memungkinkan anak belajar mandiri sesuai dengan bakat dan kemampuan auditori & kinestetiknya. 5. memberi rangsangan yang sama, mempersamakan pengalaman dan menimbulkan persepsi yang sama.

c. Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata tele dan vision; yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi

berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Penemuan televisi di seajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Dalam penemuan televisi, terdapat banyak pihak, penemu maupun inovator yang terlibat, baik perorangan maupun badan usaha. Televisi adalah karya massa lalu yang dikembangkan dari tahun ke tahun. Awal dari televisi tentu tidak bisa dipisahkan dari penemuan dasar, hukum gelombang elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday (1831) yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik.

Untuk menyampaikan pesan kepada *public* melalui televisi dapat ditempuh dengan memasang iklan, mengundang wartawan atau reporter televisi agar memuat berita tentang kegiatan atau dapat pula mengajukan permohonan untuk mengisi acara.

d. Telepon

Sebagai media komunikasi, telepon sangat penting untuk menyampaikan dan menerima informasi lisan secara cepat dengan pihak *public* eksternal.

e. *Smartphone* (Telephone Seluler)

Smartphone adalah telepon yang internet enabled yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assistant (PDA), seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat,

kalulator, dan catatan.²⁴ Smartphone merupakan salah satu dari perkembangan teknologi dengan kecanggihan teknologi saat ini fungsi Smartphone tidak hanya sebagai alat komunikasi biasa tetapi juga dapat mengakses internet, sms, mms dan juga dapat saling mengirim data. Dengan semakin majunya teknologi smarphone, maka semakin membantu masyarakat dalam melakukan segala aktivitas, karena smarphone dapat dikatakan sebagai identitas seseorang. Smarphone sekarang sudah banyak dilengkapi oleh kecanggihan teknologi seperti: MMS, seperti pesan teks biasa, tetapi untuk MMS dapat melakukan pengiriman pesan beserta gambar. Selanjutnya 3G: Telepone dengan lawan bicara, tetapi biasa dilakukan dengan cara tatap muka. Dan juga GPRS untuk internet, membuka email

f. Surat

Merupakan media penyampaian informasi secara tertulis, dapat berupa surat konvensional maupun surat elektronik. Surat menyurat merupakan salah satu kegiatan penting diperusahaan. Banyak informasi yang keluar masuk perusahaan melalui media surat, karena surat merupakan media komunikasi yang efektif apabila yang terkait tidak dapat berhubungan secara langsung atau lisan.

²⁴ Gary B, S., Thomas J, C., & Misty E, V. *Discovering Computers : Fundamentals, 3thed. (Terjemahan)*. Jakarta: Salemba Infotek, 2007. hal 68

g. Internet

Internet adalah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan tersebar di seluruh dunia. Jaringan ini meliputi jutaan pesawat komputer yang erhubung satu dengan yang lainnya dengan memanfaatkan jaringan telepon (baik kabel maupun gelombang elektromagnetik). Internet merupakan media komunikasi berbasis computer teknologi informasi. Internet banyak dipilih oleh perusahaan guna menjalin kemampuan dalam menjangkau khalayak. Keunggulan media komunikasi internet adalah: 1) Mudah, cepat dan murah dengan jangkauan dunia, 2) Tidak ada birokrasi baik secara teknis maupun non teknis Tersebar di berbagai pelosok kota.

Di dalam suatu jaringan internet menyediakan beberapa aplikasi yang dapat digunakan oleh para *user*. seperti : *Email, Chatting, dan web*. Ketiga aplikasi ini yang sering digunakan dan di masa depan. Ketiga aplikasi ini merupakan *replika* dari hal yang sering digunakan di era pra- internet. Internet sering disebut sebagai komunikasi virtual, yang sering dipahamisebagai virtual reality. Akan tetapi masyarakat seringsalah paham mengenai komunikasi virtual dan dianggap sebagai virtual reality pada ruang lingkup (alam maya) dengan menggunakan internet. Parks Association dalam risetnya yang berjudul “*The Casual Gaming Market Update*”

mengemukakan bahwa dua pertiga pengguna internet dewasa di Amerika Serikat selalu bermain *game online*. Sedangkan 29 persen dan 19 persen masing-masing mengaku rutin menonton *video online* dan mengunjungi situs jaringan sosial.²⁵

2) Media Komunikasi Internal

Media komunikasi internal adalah semua sarana penyampaian dan penerimaan informasi dikalangan *public* internal dan biasanya bersifat non komersial. Penerima maupun pengirim informasi adalah orang-orang *public internal*. Media yang digunakan secara internal antara lain seperti : Telephone

3) Fungsi Media Komunikasi

- a. Efektifitas: media komunikasi sebagai sarana untuk mempermudah dalam penyampaian informasi
- b. Efisiensi: media komunikasi sebagai sarana untuk mempercepat dalam penyampaian informasi
- c. Konkrit: media komunikasi sebagai sarana untuk membantu mempercepat isi pesan yang mempunyai sifat abstrak
- d. Motivatif: media komunikasi sebagai sarana agar lebih semangat

²⁵ Associaton, P. *The Casual Gaming Market Update*, Amerika, 2008.

melakukan komunikasi

4) Karakteristik Media Komunikasi

Dalam penyampaian informasi, dikenal dua saluran komunikasi, personal dan non personal, atau media massa.

a. Saluran Komunikasi Personal

Saluran komunikasi ini baik yang langsung maupun kelompok bersifat lebih persuasif dibandingkan dengan media massa. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor:

- 1) Penyampaian pesan bisa dilakukan secara langsung pada khalayak yang dituju, bersifat pribadi dan manusiawi.
- 2) Dapat dilakukan secara lebih terperinci dan lebih fleksibel disesuaikan dengan situasi dan kondisi nyata
- 3) Keterlibatan khalayak dalam proses komunikasi cukup tinggi
- 4) Komunikator atau sumber dapat langsung mengetahui reaksi, umpan balik dan tanggapan dari khalayak atas isi pesan yang disampaikannya.
- 5) Komunikator atau sumber dapat segera memberikan penjelasan apabila terdapat kesalahpahaman atau kesalahan persepsi dari pihak yang menerima pesan atau khalayak atas pesan yang disampaikannya.

Saluran komunikasi melalui personal ini dinilai efektif dengan dampak yang menyertainya bukan hanya kognitif dan afektif tetapi juga

hingga konatif atau perilaku.

b. Saluran Komunikasi Media Massa

Model saluran ini memiliki daya jangkau khalayak yang luas, bahkan tidak terbatas dengan kemampuannya yang cepat. Media massa dalam hal ini tidak terbatas hanya pada surat kabar, televisi, radio, tetapi juga berbagai media lain, seperti billboard, leaflet, booklets, dan lainnya. Media dapat menentukan sampai tidaknya suatu pesan yang disampaikan kepada target *audience*. Media merupakan bagian terpenting dalam periklanan. Media berhubungan langsung dengan konsumen dari berbagai dimensi Psikografi dan Demografi. Pesan yang disampaikan dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila media yang dipilih sesuai dengan target *audiencenya*. Dampak pesan yang disampaikan melalui saluran ini hanya menyentuh aspek kognitif. Berikut adalah perbedaan antara saluran komunikasi personal dengan saluran media massa. Selain kedua saluran komunikasi di atas, dikenal juga saluran komunikasi lainnya, yaitu saluran komunikasi tradisional. ia tradisional mencakup berbagai bentuk kesenian seperti wayang golek, ludruk, ketoprak, lenong betawi, dan sebagainya. Selain itu dikenal juga forum komunikasi seperti rembug desa, banjar, siapana, dan lainnya. Saluran komunikasi tradisional inipun efektif dalam penyampaian pesan dan dapat bersifat persuasif serta promosi suatu ide atau

produk. Hal ini disebabkan karena saluran komunikasi ini dekat dengan masyarakat dan sesuai dengan kerangka budaya masyarakat setempat.

C. Ruang lingkup Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.²⁶

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Perdesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi sebagaimana yang dikutip oleh Canggara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, yaitu: Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.²⁷

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif, Effendy dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* bahwa para peminat komunikasi sering kali

26 AW. Widjaja, *Komunikasi*. Jakarta: Bina Aksara, 1986), h.1.

27 Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h 20`

mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
- b. Pesan (mengatakan apa?)
- c. Media (melalui saluran/ channel/media apa?)
- d. Komunikan (kepada siapa?)
- e. Efek (dengan dampak/efek apa?).

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

2. Proses Komunikasi

Mengacu pada paradigma Laswell, proses komunikasi dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

- a. Proses komunikasi secara primer: proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambing sebagai media primer

dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

- b. Proses komunikasi secara Sekunder: proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.²⁸

3. Tujuan Komunikasi

Dalam proses komunikasi tentunya ada tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang baik dari komunikator maupun komunikan. Menurut Effendy didalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, adapun tujuannya sebagai berikut:

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
- c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- d. Mengubah masyarakat (*to change society*).²⁹

Dalam empat poin yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap. Sikap terdiri dari

28 Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003), h 55

29 *Ibid.*

kognitif, afektif, dan konatif. Kemudian pendapat adanya ide atau gagasan yang dikemukakan baik oleh komunikator maupun komunikan sebagai hasil dari komunikasi atau *feedback*. Perilaku tindakan dari lawan bicara yang diharapkan sesuai dengan keinginan komunikator. Serta terjadi perubahan sosial masyarakat saling berinteraksi antara masyarakat yang satu dengan yang lainnya

4. Fungsi Komunikasi

Berikut ini adalah fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, yaitu:

- a. Menginformasikan (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun bertindak. Berdasarkan fungsi diatas bahwa penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, kemudian mendidik (*to educate*) biasanya fungsi ini dapat dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru atau dosen) dan seseorang orang tua yang memberikan arahan bersikap kepada anaknya. Kemudian hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasi yang cukup digemari karena adanya faktor kesenangan,

serta mempengaruhi (*to influence*) biasanya bersatu dengan penyampaian informasi.³⁰

Adapun fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh Laswell yang dikutip oleh Nuruddin didalam bukunya Sistem Komunikasi Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Penjajagan/pengawasan (*surveillance of the environment*)
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan (*correlation of the part of society is responding to the environment*)
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke-generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*)³¹

Manusia dapat menganal antar individu yang satu dengan individu yang lainnya melalui komunikasi. Proses penjajagan perlu dilakukan untuk bisa saling bersosialisasi sehingga membentuk suatu masyarakat. Manusia tentunya berinteraksi dengan pengenalan terhadap lingkungan dia berada, pertemuan yang dikenal dalam istilah silaturahmi, tidak menghilangkan bagian dalam berhubungan sosial antara satu dengan yang lainnya. aktivitas komunikasi yang melancarkan warisan sosial dari setiap generasi untuk dapat saling menyampaikan informasi misalnya berupa sejara/budaya untuk bisa dilestarikan pada generasi selanjutnya.

30 *Ibid.*

31 Effendy. *Ilmu Teori.....*, h 15

5. Gangguan Pada Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator ke pihak lain. dalam proses komunikasi pasti terdapat hambatan-hambatan didalamnya Effendy dalam bukunya "Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi" mengungkapkan hambatan-hambatannya sebagai berikut:

a. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklarifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantik.

b. Gangguan mekanik (*Mechanical,channel noise*) yang dimaksud dengan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran kegaduhan yang bersifat fisik.

c. Gangguan semantik (*semantik noise*) gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasinya pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan Bahasa

d. Kepentingan Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan yang ada kepentingannya.

e. Motivasi terpendam

Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan kebutuhan dan kekurangannya.

f. Prasangka

prejudice atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi sesuatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.³²

Hambatan dalam berkomunikasi akan mengakibatkan komunikasi yang tidak efektif. pada dasarnya, hambatan-hambatan tersebut terjadi karena diri dan lingkungan sekitar. Dalam gangguan semantik diungkapkan bahwa kata-kata mempunyai dua jenis pengertian yang pertama adalah pengertian secara denotatif dan pengertian konotatif.

Pengertian denotatif adalah pengertian suatu perkataan yang lazim terdapat dalam kamus yang secara umum diterima oleh orang-orang dengan dan kebudayaan yang sama sedangkan pengertian konotatif adalah pengertian yang bersifat emosional, latar belakang dan pengalaman

Uses and Gratification Theory

Teori Kegunaan dan Kepuasan pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dan masih banyak digunakan oleh para ahli sampai saat ini. Teori Kegunaan dan Kepuasan milik Blumer

32 Effendy. *Ilmu Teori.....*, h 45-49

dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori Kegunaan dan Kepuasan mengasumsikan bahwa penggunanya mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori Kegunaan dan Kepuasan merupakan kebalikan dari teori peluru. Dalam teori peluru media sangat aktif dan *all powerfull*, sementara audience berada di pihak yang pasif. Sementara itu, dalam teori Kegunaan dan Kepuasan ditekankan bahwa *audience* aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Teori Kegunaan dan Kepuasan lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa.

Teori ini mulai berkembang pada tahun 1940, yakni ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatarbelakangi audiens mendengarkan radio dan membaca surat kabar. Mereka meneliti siaran radio dan mencari tahu mengapa orang tertarik terhadap program yang disiarkan seperti kuis dan serial drama radio. Kepuasan apa yang diperoleh sehingga mereka senang mendengarkan program tersebut. Herzog dipandang sebagai orang pertama yang mengawali riset penggunaan dan kepuasan. Ia mencoba mengelompokkan berbagai alasan mengapa orang memilih mengonsumsi surat kabar daripada radio. Ia mempelajari peran keinginan

dan kebutuhan audiens terhadap pilihan media.³³

Teori *uses and gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.³⁴

Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Hal inilah yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.³⁵

Banyak asumsi Teori Kegunaan dan Gratifikasi secara jelas dinyatakan oleh para pencetus pendekatan ini (Katz, Blumler, dan Gurevitch). Mereka menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar Teori Kegunaan dan Gratifikasi:

³³ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), 82

³⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA), hal 191-192

³⁵ *Ibid*, h. 191

- a. Khalayak Aktif dan Penggunaan medianya berorientasi pada tujuan
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- d. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak³⁶

Kepuasan berarti terpenuhinya semua kebutuhan khalayak pengguna media massa berdasarkan motif dan tujuannya. Penggunaan media hanyalah sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Orang-orang memiliki kesadaran dan kemampuan diri yang memadai ketika mereka memilih dan menggunakan media tertentu dalam memenuhi kebutuhan yang dicari. Kepuasan yang diperoleh seseorang dari media ditentukan oleh sikap khalayak pada suatu media, yaitu evaluasi dan kepercayaan yang diberikan dari isi media. Jika khalayak percaya bahwa suatu tayangan dapat memenuhi kebutuhannya, maka khalayak akan tetap bertahan menonton. Sebaliknya, jika kebutuhan tidak terpenuhi maka ia akan menghindari atau meninggalkan tayangan tersebut.

³⁶ West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Buku 1 edis ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika, h. 141

Penjelasan mengenai teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kebutuhan yang memerlukan pemenuhan. Menurut Harzog, jenis kepuasan tertentu yang diinginkan khalayak dapat menentukan perhatian terhadap isi pesan media. Individu memiliki penilaian dan kepercayaan terhadap salah satu media massa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Motif akan mendukung penilaian dan kepercayaan individu terhadap media sehingga terdorong untuk mengkonsumsinya. Setelah dikonsumsi, akan terlihat apakah media dapat memenuhi motif awal menonton atau tidak.³⁷

Philip Palmgreen mengembangkan riset terkait *uses and gratification*. Riset *uses and gratification* yang dikembangkannya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Namun, konsep yang diteliti oleh model Palmgreen tidak berhenti sampai disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, model Palmgreen ini meneliti apakah khalayak puas dengan setelah menggunakan media atau tidak. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*gratification obtained*).³⁸

³⁷ Morissan, *Teori Pengantar Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 514

³⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, 2006), 211

Gratification sought merupakan kepuasan yang diharapkan akan diterima seseorang jika menggunakan suatu media, biasa disebut juga dengan motif. Sedangkan *Gratification obtained* merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah ia menggunakan media massa. *Gratification sought* lebih banyak dipengaruhi oleh harapan-harapan khalayak yang diabstraksikan dari pengalamannya dengan berbagai bentuk dan jenis media massa.³⁹

Individu memiliki orientasi atau kebutuhan berdasarkan harapan-harapan dan evaluasi yang mereka lakukan. Umumnya riset *uses and gratifications* fokus pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Dari beberapa model *uses and gratification* yang muncul, model yang dikemukakan oleh Palmgreen adalah yang paling sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini. Palmgreen juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu.

³⁹ Winda Hardyanti, "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang", *Jurnal Sospol*, Vol. 3 No. 1 (Januari-Juni 2017), Hlm 187

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kualitatif. Jenis penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif “yaitu data-data yang dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, dan kebanyakan bukan menganalisis dengan menggunakan angka-angka.

Berangkat dari fakta yang diperoleh di lapangan kemudian diteliti mengacu pada landasan teoretis yang sesuai dengan permasalahan penelitian atau yang bersifat induktif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, dimana masalah yang diselidiki akan dipecahkan dengan menggambarkan, menuliskan, memaparkan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan tidak mengurangi sebagaimana adanya⁴⁰.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial yang terjadi di lapangan dalam suatu keadaan ilmiah. Dengan demikian penelitian ini berusaha menggambarkan bagaimana Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD

⁴⁰ Arikunto, S., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (PT. Rineka Cipta. Jakarta, 1998), h 63

B. Data dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh peneliti pada penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi⁴¹. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari wawancara yang dilakukan dan observasi terhadap informan yang memiliki hubungan erat dengan penelitian. Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua⁴². Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang dikumpulkan peneliti dari dokumen/arsip yang masih berkaitan dengan penelitian.

C. Informan Penelitian

Berkenaan dengan tujuan penelitian, maka teknik pengambilan sampel yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian. Untuk memilih sampel dalam hal ini informan kunci atau situasi sosial lebih tepat dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Dalam hal ini, jumlah sampel bisa sedikit, tetapi juga bisa banyak tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci.

41 Ruslan, Rosady, S.H, M.M., Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi; Konsep dan aplikasi, (Jakarta; Raja Grafindo Persada, 2012), h, 29

42 Kriyantono, Rachmat.2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana, 44

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Mekanisme pengambilan subjeknya diambil dari beberapa mahasiswa yang dianggap dapat menjadi informasi penelitian,

- a. Mampu memberikan data-data yang berkenaan dengan Persepsi penggunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD.
- b. Mahasiswa yang sudah menggunakan SIAKAD IAIN Langsa yang berstatus aktif sebagai mahasiswa IAIN Langsa
- c. Mahasiswa baru dari beberapa prodi di Institut Agama Islam Negeri Langsa

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari: pengamatan (obserbasi) dan wawancara. Pengamatan dilakukan terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi pada SIAKAD IAIN Langsa, Pengamatan hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan

informan atau subjek penelitian.⁴³ Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

Wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*), di mana peneliti menggali informasi secara mendalam dengan cara terlibat langsung dengan kehidupan informan dan bertanya jawab secara bebas tanpa pedoman pertanyaan yang disiapkan sebelumnya sehingga suasanaanya hidup, dan dilakukan berkali-kali.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif deskriptif menurut *Bogdan* dan *Biklen* dalam buku *Lexy* adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari, dan menemukan pola, menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Data yang terkumpul melalui dengan tiga cara yaitu cara yang pertama adalah melalui observasi, wawancara, dan telah dokumentasi akan

43 Emzir. Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h 50.

diolah dan disusun dengan menggunakan bentuk analisis kualitatif deskriptif.⁴⁴

Setelah data-data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan telaah dokumentasi dikumpulkan, maka langkah selanjutnya yang penulis lakukan adalah pengklasifikasikan data sesuai dengan jenis dan sifatnya dan diteruskan dengan menganalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Setelah seluruh data dianalisis, maka langkah selanjutnya adalah pemaparan data sesuai dengan hasil temuan. Untuk menarik sebuah kesimpulan, maka pendeskripsian data dilakukan dengan menggunakan kerangka berfikir deduktif, yakni sebuah kerangka pemikiran dengan menarik sebuah kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum ke khusus.

44 Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2008), h, 220.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah peralihan dan peningkatan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Peralihan ini sesuai dengan Peraturan Presiden RI Nomor 146 Tahun 2014 yang ditandatangani langsung oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Zawiyah Cot Kala sendiri didirikan pada tahun 1980 merupakan hasil keputusan Seminar Sejarah Islam di Rantau Pertamina Kuala Simpang, bahkan nama tersebut diambil dari sebuah nama lembaga pendidikan tinggi terbesar di Asia Tenggara yang tertua di Bayeun sekitar abad ke-4 H.

IAIN Langsa Awalnya didirikan dalam bentuk Lembaga Institut Agama Islam (IAI) Zawiyah Cot Kala Langsa yang kala itu meliputi tiga Fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Pembukaan kuliah pertama sekali pada tanggal 14 Oktober 1980 hanya diresmikan 2 (dua) Fakultas, Fakultas Tarbiyah yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam dan Fakultas Dakwah yaitu Jurusan Penerangan Agama sampai tingkat sarjana muda. Pada tahun 1981 dibentuk Yayasan dengan Akte Notaris No. 7 tanggal 21 Juli 1981 dan pada tahun 1982 dalam kunjungannya Menteri Agama Republik Indonesia ke Langsa (H.Alamsyah Ratu Perwiranegara) dalam rangka peresmian Departemen Agama Propinsi Daerah Istimewa Aceh oleh pengurus Yayasan menyampaikan Surat

Pemohonan Terdaftar IAI Zawiyah Cot Kala Langsa, maka pada tahun 1983 keluarlah SK Dirjen Lembaga Islam Departemen Agama RI untuk terdaftarnya dengan SK Nomor: Kep/E/III/PP.00.2/1303/83 tanggal 16 April 1983, dan kemudian pada tahun 1988 dengan keputusan Menteri Agama RI, maka IAI Zawiyah Cot Kala Langsa terdaftar s/d jenjang S-1 dengan SK Menteri Agama RI Nomor : 219 Tahun 1988 tanggal 1 Desember 1988, kemudian sejak tahun 1997 berubah bentuk menjadi STAI (Sekolah Tinggi Agama Islam) dan masih berstatus sebagai Perguruan Tinggi Islam Swasta.⁴⁵

Perkembangan akademik dari tahun ketahun makin dan berkembang, baik dilihat dari segi prestasi mahasiswa, tenaga pengajar, jumlah mahasiswa maupun peran aktif dan keberhasilan dalam bidang-bidang lainnya, maka sejak tahun 2000 lembaga ini mendapat peningkatan status menjadi Status Diakui berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama Republik Indonesia Nomor: E/36/2000 tanggal 20 Maret 2000, yang memiliki dua jurusan yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI)/Tarbiyah dan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)/Dakwah. Kemudian sejak tahun 2001, STAI Zawiyah Cot Kala Langsa berupaya mengembangkan lembaga dengan membuka Program Diploma Dua (D-II) Jurusan Guru Pendidikan Agama Islam (GPAI) dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI).

⁴⁵ <https://www.iainlangsa.ac.id/pages/sejarah-kampus>, 07 Mei 2021

Akhir tahun 2006 status kampus berubah menjadi kampus Negeri dengan keluar Perpres Nomor 106 Tahun 2006 Tanggal 28 Desember 2006 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia Dr. Susilo Bambang Yudhoyono.

Penegerian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa di samping akan berdampak positif bagi perkembangan ilmu-ilmu keislaman juga akan mendorong solidaritas nasional dan memperkokoh integritas bangsa, karena adanya lembaga pendidikan Islam yang secara loyal mendedikasikan dirinya untuk kepentingan bangsa dan agama, selain itu penegerian ini juga akan melahirkan kebanggaan dikalangan umat Islam Aceh, hal mana sangat positif bagi langkah-langkah penyelesaian konflik secara damai.

Perubahan status dari STAIN ke IAIN merupakan bentuk responsif kebutuhan pendidikan masyarakat di bidang pendidikan agama. Juga mempercepat peningkatan sumber daya manusia yang bernuansa Islami, serta memperluas akses pendidikan tinggi Islam yang memiliki standar. Selain itu, dengan status IAIN tersebut, juga akan lebih meningkatkan pembangunan keagamaan bagi masyarakat Aceh, khususnya Kota Langsa. Serta meningkatkan kualitas penerapan syariat Islam di berbagai aspek kehidupan sesuai dengan kualitas intelektual SDM yang ada.

Dalam proses peningkatan kualitas administrasi dan pelayanan publik di kampus, kampus melakukan trobosan dengan membuat Sistem

Informasi Akademik (SIAKAD) yang di kelola oleh unit tersendiri, segala proses administrasi dan pendataan informasi terkait perkuliahan ada dalam SIAKAD mulai dari mengisi KRS, jadwal kuliah, transkrip nilai dan sebagainya. Oleh karena penelitian ini mengkaji terkait persepsi mahasiswa dalam penggunaan SIAKAD apakah dengan penggunaan alat teknologi mahasiswa ataupun dosen semakin dimudahkan atau sebaliknya.

B. Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD

Mahasiswa adalah salah satu unsur proses pendidikan diperguruan tinggi. Secara kognitif, mahasiswa juga telah mampu berpikir berdasarkan alasan-alasan ilmiah. Apalagi kemampuan mereka untuk melihat dari perspektif juga muncul, sehingga tampak bahwa mereka mampu melihat persoalan secara kritis. Mereka tidak akan memproses informasi serta mengadaptasikannya dengan pemikiran mereka sendiri.

Seperti hanya manusia lainnya, mahasiswa juga mempunyai kemampuan untuk mempersepsikan berbagai hal dilingkungannya. Menurut Lahlry sebagaimana dikutip oleh Severin dan Tankard, mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang digunakan manusia untuk menginterpretasikan data-data sensoris yang sampai kepada manusia melalui lima indera.⁴⁶

⁴⁶ Werner J Severin dan Jr. James W. Tankard, Teori Komunikasi; Sejarah, Metode dan Terapan dalam Media Massa, terj. Sugeng Hariyanto (Jakarta: Prenada Media, 2005), h.83-84

Selain itu, karena persepsi merupakan aktifitas yang integrated, maka seluruh apa yang ada pada individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain akan ikut berperan dalam persepsi tersebut.⁴⁷ Dalam hubungan ini, peneliti ini berupaya mengungkap persepsi mahasiswa dengan kemampuan melihat persoalan secara kritis namun juga dipengaruhi oleh perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, dan aspek-aspek lain dalam diri seseorang tersebut.

Sistem Informasi Akademik telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat kampus terkhusus mahasiswa. Dari mulai pengisian Kartu Rencana Studi (KRS), melihat nilai akhir, mengetahui jadwal perkuliahan dan banyak lagi yang bisa mahasiswa dapatkan dalam mengakses SIAKAD. Karena banyaknya fungsi yang diberikan oleh SIAKAD saya selaku peneliti ingin mengetahui tanggapan ataupun persepsi mahasiswa sebagai pengguna aktif SIAKAD IAIN Langsa.

Ada beberapa komponen yang peneliti temukan dalam melakukan penelitian ini yaitu terkait, *Pertama*, Kualitas sistem pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa. *Kedua*, Kualitas informasi pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa. *Ketiga*, Kualitas layanan pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa. semua itu akan di jabarkan dengan lebih rinci.

⁴⁷ Bimo Walgito, Psikologi Sosial; Suatu Pengantar (Yogyakarta: Andi, 2003), h.54

1. Kualitas sistem pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa

Pada kualitas sistem ini peneliti sudah menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan datanya diantaranya meliputi: pengamatan langsung, wawancara, perkiraan informan, dokumentasi tampilan sistem informasi akademik. Pada kualitas sistem ini mahasiswa sudah bisa menggunakan SIAKAD dimanapun mahasiswa berada dan kapanpun waktunya tetap bisa akses. Yang terpenting alat yang kita gunakan untuk mengakses tersambung dengan jaringan internet. Alat yang digunakan untuk mengakses SIAKAD ini bisa berupa Laptop maupun SmartPhone.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Maulida mahasiswa aktif Hukum Pidana Islam Fakultas Syariah IAIN Langsa terkait kemudahan akses akan SIAKAD, mengatakan bahwa:

“Sistem ini sangat mudah untuk diakses di manapun saya berada baik saya ada di kampus atau diluar kampus yang terpenting pada saat saya mengakses SIAKAD saya tersambung dengan jaringan internet baik itu wifi atau jaringan dari smartpone saya sendiri”

Berdasarkan hasil observasi terkait ini yang peneliti lakukan dapat disimpulkan sistem informasi akademik ini sangat mudah diakses dimanapun dan kapanpun mahasiswa berada. Karena sistem ini berupa website yang mudah dicari di halaman internet dengan cukup menetik www.siakad.iainlangsa.ac.id

Seluruh mahasiswa yang terdaftar dan aktif di IAIN Langsa memiliki akun SIAKAD masing-masing. Akun tersebut hanya bisa di buka oleh mahasiswa itu sendiri karena akun yang tersedia memiliki username,

password dan kode keamanan yang hanya diketahui oleh pengguna SIAKAD IAIN Langsa.

Hasil wawancara dengan saudara Sukma Mahasiswa Pendidikan Agama Islam IAIN Langsa, mengatakan bahwa:

“seluruh mahasiswa dan warga kampus memiliki user akun dan pasword masing-masing untuk dapat mengakses akun masing-masing dan hanya pemilik akun yang mengetahui akun setelah mengganti pasword akun yang diberikan dari pusat Informasi”

Dari hasil observasi Sistem informasi akademik ini hanya digunakan oleh warga kampus yang terdiri dari mahasiswa, staff dan pegawai-pegawai IAIN Langsa, yang setiap pengguna memiliki akun pribadi untuk proses akses dan login ke SIAKAD. Akun pengguna memiliki keamanan yang sangat terjamin karena setiap akun memiliki password dan username yang hanya diketahui oleh user masing-masing, tidak ada pengguna lain yang dapat mengetahui user pengguna lainnya.

Begitu juga terkait kecepatan akan akses ke halaman SIAKAD memiliki kecepatan yang berbeda-beda tergantung dengan kualitas jaringan yang di miliki oleh masing-masing pengguna, Kecepatan akses ini tidak bisa dipastikan karena sifatnya dinamis/ fleksibel. Setiap orang mempunyai kecepatan akses sendiri-sendiri pada alat yang diggunakannya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan saudara Riki⁴⁸ terkait Sistem Informasi Akademik IAIN Langsa, mengatakan bahwa:

“Waktu login yang saya butuhkan untuk mengakses SIAKAD tergantung pada jaringan internet yang saya gunakan. Ketika

⁴⁸ Wawancara dengan Riki Mahasiswa BKI FUAD IAIN Langsa

jaringan internet yang tersedia bagus akan mempercepat proses akses situs SIAKAD maupun proses login akun pengguna SIAKAD.”

Dapat dipastikan bahwa kecepatan akses kehalaman SIAKAD tergantung dari kualitas jaringan internet masing-masing dan perangkat yang di gunakan, namun semua mahasiswa dan warga kampus tetap dapat menggunakan SIAKAD dimanapun dan kapanpun tanpa adanya kendala waktu dan tempat.

Begitu juga dengan hasil wawancara Zahra innani Mahasiswa Pendidikan Bahasa Arab IAIN Langsa, Mengatakan bahwa:

“menurut saya sampai saat ini beluum pernah ada kendala jadi SIAKAD sudah sangat cukup baik bagi mahasiswa membantu dalam hal-hal pengurus perkuliahan seperti mengisi KRS, KHS, bayar UKT dan lainnya, kadang ketika pengisian KRS kadang lagi rame-ramenya jadi lelet saat pengisian mata kuliah ada yang tidak dapat ada yang betrok”

Sebagaimana yang dikatakan oleh William DeLone bahwa kualitas sistem fokusnya pada performa dari sistem itu sendiri, yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras dan lunak, kebijakan, dan prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi sesuai kebutuhan pengguna. Selanjutnya untuk menguji sistem ini yaitu kemudahan akses, kecepatan akses, ketahanan dari kerusakan, dan keamanan pada sistemnya.⁴⁹

⁴⁹ Muhammad Nuzul Qadri, *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akademik (Berbasis WEB) dan Kinerja Unit Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta*, (Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2017). h, 27

Berdasarkan hasil analisis bisa diambil kesimpulan bahwa kualitas sistem pada sistem informasi akademik IAIN Langsa sudah dikategorikan baik. SIAKAD bisa digunakan oleh user dimanapun dan kapanpun ia berada. Dengan syarat tersambung dengan jaringan internet. Namun tidak bisa dipastikan kecepatannya karena jaringan ini bersifat dinamis dan fleksibel. Keamanan akun dan data pada SIAKAD sangat terjamin. Ketahanan sistem dari kerusakan pada SIAKAD juga cukup mampu bertahan dari ke erroran.

2. Kualitas Informasi pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa

Sistem Infomasi Akademik IAIN Langsa menyediakan berbagai informasi yang dapat di akses oleh mahasiswa sebagai keperluan administrasi akademik dikampus. Infomasi tersebut terkait kepeluar proses belajar mengajar di kampus dan baik berupa informasi akan jadwal kuliah, infomasi pengisian KRS dan infomasi-informasi keperluan akamedik lainnya.

Peneliti sudah melakukan wawancara, observasi dan pendokumentasian untuk mendapatkan data yang ada dalam sistem informasi akademik IAIN Langsa. Informasi-informasi dalam sistem informasi akademik, seluruhnya berkaitan dengan akademik kampus,. Yang manfaat kegunaanya sangat bisa dirasakan oleh mahasiswaa tersendiri. Karena dengan tersedianya informasi-informasi secara online, mahasiswa tidak perlu lagi datang kekantor fakultasnya masing-masing untuk mencari atau mendapatkan informasi yang dibutuhkannya. Informasi-informasi yang tersedia

juga sudah ada kejelasan sumbernya yang membuat mahasiswa mempercayai segala informasi yang tersedia itu valid dan benar.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Johan Arifin bahwa kualitas sistem ini bergantung pada 4 hal yaitu akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap.⁵⁰ Dengan demikian yang dikatakan oleh Johan Arifin bahwa informasi yang berkualitas harus memiliki 4 hal yang sangat utama. Informasi harus akurat karena informasi harus ada kejelasan kebenarannya dan dapat di percaya serta tercantum sumbernya, informasi harus tepat waktu karena keterlambatan publikasian informasi akan membuat nilai dari informasi tersebut berkurang bagi penggunaannya, informasi harus relevan maksudnya informasi yang diberikan kepada pengguna harus ada manfaatnya, dan yang terakhir informasi harus lengkap maksudnya informasi harus yang tersedia pada sistem informasi akademik ini harus memenuhi kebutuhan mahasiswa.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ayunita Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa, terkait informasi yang diterima dari SIAKAD sudah sangat mudah mendapatkan informasi dari kampus dengan sangat akurat dan dapat di percaya sumbernya.

“Dengan adanya siakad kami lebih mudah mengakses setiap informasi kampus atau mencari setiap pemberitahuan hal-hal yang akan kami dapat seperti beasiswa dan lainnya, informasi yang kami dapat juga sudah memadai terkait kebutuhan kampus”

Begitu juga dengan hasil wawancara dengan Prima Ramadhan

⁵⁰ Johan arifin, “Sistem Informasi Manajemen”, (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015), h. 47.

Ginting Mahasiwa Ilmu Hadis FUAD IAIN Langsa, informasi yang didapat sudah sangat membantu mahasiswa dalam untuk mengontrol kehadirannya dalam perkuliahan, ia mengatakan bahwa;

“Iya lengkap sekali Karena di SIAKAD kita dapat mengetahui absensi yang diberikan dosen kepada kita terkadang absen kertas di tulis hadir tapi di absen dosen tidak hadir di siakad kita mengetahui dosen membuat kita hadir atau tidak dan di siakad kita mengetahui sesuatu tentang mata kuliah yang diberikan dosen kepada kita seperti mata kuliah yang di ajarkan dosen”

Infomasi yang disampaikan dalam siakad juga sangat relevan dan tidak keluar dari jalur, begitu juga kecepatan informasi yang diberika oleh SIAKAD juga sangat sesuai dengan waktu yang ada, berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa Hukum Ekonomi Abiya:

“Informasi yang saya terimanya selalu tepat waktu sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan pada kalender akademik. Contohnya dengan informasi mengenai pengisian KRS online. Informasinya selalu di upload setelah jadwal pembayaran UKT berakhir”

Begitu juga terkait keakuratan infomasi yang disampaikan di halaman SIAKAD sudah benar keasliannya dan dapat di percaya semua infomasi yang diberikan oleh SIAKAD, untuk itu hasi wawancara dengan Eva Sri Rahayu mahasiswa Hukum Keluarga Islam fakultas syariah IAIN Langsa, mengatakan bahwa;

“informasi yang disampaikan di dalam SIAKAD dapat dipercaya kebenarannya karena informasinya hanya bisa di akses oleh warga kampus yaitu mahasiswa, dosen dan pegawai kampus”

Jadi secara umum peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas informasi pada sistem informasi akademik menurut persepsi

mahasiswa IAIN Langsa sudah baik. Hal ini karena informasi-informasi yang tersedia sudah dapat dipercaya kebenarannya, tepat waktu dalam pempublikasiannya, informasi yang tersedia juga sudah lengkap dan ada kaitannya dengan kegiatan akademik mahasiswa.

3. Kualitas Layanan pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa

Sistem informasi akademik IAIN Langsa tidak hanya menyediakan informasi-informasi terkait akademik saja namun juga menyediakan berbagai layanan yang dibutuhkan oleh mahasiswa mengenai administrasi akademiknya. Sistem informasi akademik ini tidak bisa diakses oleh semua orang, namun hanya bisa diakses oleh mahasiswa, dosen dan staff IAIN Langsa. Adapun jika ada yang ingin mendapatkan atau ingin mengetahui data yang dibutuhkan maka yang membutuhkan harus mendatangi kantor Pusat Pangkalan Data dan Informasi atau kantor bagian tata usaha kampus untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

Dari hasil data yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi bahwa, layanan- layanan SIAKAD tidak hanya disediakan secara online pada situs webnya saja, namun layanan juga diberikan langsung oleh petugas operator sistem informasi akademik jika memiliki kendala dalam mengakses SIAKAD.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Deby Olivia Mahasiswa Hukum Tata Negara Fakultas Syariah IAIN Langsa, menyampaikan bahwa:

“dengan adanya SIAKAD saya sangat terbantu ketika ingin mencetak transkrip nilai sementara, yang selama ini layanannya harus

mengunjungi akademik dan membutuhkan proses lama, namun dengan mengakses laman SIAKAD kita bisa langsung mencetak Transkrip Nilai sementara maupun cetak KRS”

SIAKAD memudahkan mahasiswa dalam mendapatkan proses layanan dari kampus tanpa harus mengunjungi kampus, yang sebelumnya mahasiswa harus mendatangi kampus untuk mendapatkan layanan berupa cetak transkrip nilai sementara ataupun cetak KRS.

Layanan yang diberikan oleh sistem informasi akademik ini berupa layanan yang tersedia pada sistem dan juga layanan yang diberikan oleh operator ketika mahasiswa mengalami masalah pada akun pengguna atau pada sistemnya.

Hasil wawancara dengan Nuraida Fitri mahasiswa KPI FUAD IAIN Langsa, mengatakan bawah;

“Saya pernah tidak bisa mengakses halaman SIAKAD baik dari smartphone saya maupun dari komputer, kemudian saya mendatangi operator untuk memperbaikinya dan operator merespon baik akan kendala yang saya alami”

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas akan layanan yang diberikan SIAKAD IAIN Langsa sudah cukup memadai baik layanan yang berupa online yang disungguhkan di SIAKAD maupun layan offline ketika mahasiswa memiliki kendala terkait akun SIAKAD nya.

C. Hambatan Penggunaan Media Informasi Siakad IAIN Langsa di kalangan Mahasiswa

Setiap mahasiswa yang mengakses halaman SIAKAD pasti mengalami kendala dalam menggunakan SIAKAD, baik kendala besar maupun kendala kecil, setiap mahasiswa memiliki pengalaman berbeda-beda dalam mengalami kendala mengakses SIAKAD IAIN Langsa, semua tergantung dengan individu masing-masing pengguna SIAKAD.

Kendala yang sering terjadi terkait dengan susah nya mengakses web SIAKAD di awal semester, hampir semua mahasiswa yang peneliti wawancarai mengalami kendala ini, mahasiswa tidak bisa masuk untuk mengisi KRS ataupun ketika masuk susah untuk mengoperasikan halaman web, ini bisa terjadi karena banyaknya mahasiswa yang mengakses halaman web SIAKAD baik dari handphone maupun komputer, sehingga menyebabkan overload akan server SIAKAD itu sendiri.

Sebagaimana pengalaman dari Sukma mahasiswa PAI, mengatakan “ menurut saya sampai saat ini belum pernah ada kendala yang berat jadi siakad sudah sangat cukup baik bagi mahasiswa membantu dalam hal-hal pengurus perkuliahan seperti mengisi KRS, KHS, bayar UKT dan lainnya, kadang ketika pengisian KRS kadang lagi rame-ramenya jadi lelet jadi saat pengisian mata kuliah ada yang tidak dapet ada yang betrok”

Kendala yang dialami hanya kendala-kendala kecil saja dan hanya di awal perkuliahan karena banyaknya akses mahasiswa ke halaman web SIAKAD, selain itu ada juga kendala dari mahasiswa yang belum familiar

atau paham dengan penggunaan web SIAKAD, ada beberapa mahasiswa masih kesusahan saat menggunakan SIAKAD karena menu yang diberikan masih memusingkan atau kurang mudah dipahami oleh mahasiswa, baik itu untuk melihat jadwal perkuliahan maupun mengetahui informasi terkait akademik lainnya.

Sebagaimana dari hasil wawancara dengan Nuraida Fitri mahasiswa KPI FUAD IAIN Langsa, mengatakan bahwa; “Penggunaan SIAKAD Tidak terlalu mudah agak sedikit rumit setelah ada pembaharuan, rumitnya mungkin karena agak gptek jadi agak payah gitu tidak sama seperti biasa, yang biasa kita lihat sudah diganti lagi misal seperti mau mengisi KRS biasanya enak langsung Nampak gitu ini sudah lain lagi, tapi lebih mudah yang ini sih isi KRS nya”

Mahasiswa merasa bingung setelah adanya pembaharuan sistem informasi akademik dengan sistem yang baru, pergantian sistem membuat masa transisi mahasiswa untuk memahami fitur baru pada saat penggunaan SIAKAD itu sendiri, pergantian sistem juga menjadikan mahasiswa kebingungan saat mengakses informasi di SIAKAD.

Nuraida Fitri juga meneruskan, “Semoga SIAKAD lebih bagus lagi lebih enak dipahami jangan terlalu rumit, karena ini terlalu rumit dari siakad itu sendiri, kalau bias lebih enak lagi lebih gampang lagi, kalau bisa pas di buka siakad langsung Nampak semua gitu lebih enak”

Begitu juga dengan Abiya mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, merasa kurang nyaman dengan pergantian sistem informasi akademik ke sistem yang baru, mengatakan bahwa; “Kendalanya error, nilainya lama keluar terkadang jumlah saat kita mengambil SKS tidak sama seperti di siakad, terkadang juga sistemnya ganti-ganti kadang tahun ini lain tahun depannya lain lagi jadi setiap pergantian system tersebut kita jadi bingung”

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa hambatan yang terjadi pada penggunaan media SIAKAD hanya terjadi pada kendala teknis baik itu burapa mahasiswa masih kurang paham menggunakan menu-menu ataupun fitur yang diberikan di halaman web SIAKAD ataupun kendala jaringan di awal semester karena banyaknya pengakses web SIAKAD untuk mengimput KRS ataupun melihat nilai, seringkali pergantian sistem membuat mahasiswa kebingungan saat menggunakan SIAKAD.

Kedepan mahasiswa mengharapkan akan adanya perbaikan lebih baik lain terkait sistem informasi akademik untuk memudahkan proses belajar mengajar di lingkungan kampus IAIN Langsa, dan mahasiswa bisa mendapatkan informasi dan layanan akademik lebih mudah lagi dan lebih stabil lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan serta analisisnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD sudah cukup baik menurut peneliti berdasarkan beberapa komponen yang peneliti temukan dalam melakukan penelitian ini yaitu :

- Kualitas sistem pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa sudah dikategorikan baik. SIAKAD bisa digunakan oleh user dimanapun dan kapanpun ia berada. Dengan syarat tersambung dengan jaringan internet. Namun tidak bisa dipastikan kecepatannya karena jaringan ini bersifat dinamis dan fleksibel. Keamanan akun dan data pada SIAKAD sangat terjamin. Ketahanan sistem dari kerusakan pada SIAKAD juga cukup mampu bertahan dari ke erroran.
- Kualitas informasi pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa menurut persepsi mahasiswa IAIN Langsa sudah baik. Hal ini karena informasi-informasi yang tersedia sudah dapat dipercaya kebenarannya, tepat waktu dalam pempublikasiannya, informasi yang tersedia juga sudah lengkap dan ada kaitannya dengan kegiatan akademik mahasiswa.

-Kualitas layanan pada sistem informasi akademik di IAIN Langsa bahwa kualitas akan layanan yang diberikan SIAKAD IAIN Langsa sudah cukup memadai baik layanan yang berupa online yang disungguhkan di SIAKAD maupun layanan offline ketika mahasiswa memiliki kendala terkait akun SIAKAD nya.

2. Hambatan Penggunaan Media Informasi Siakad IAIN Langsa di kalangan Mahasiswa, tidak terdapat hambatan yang signifikan parah, hanya hambatan-hambatan teknis saja yang peneliti temukan selama melakukan penelitian, hambatan berupa susah akses halaman SIAKAD di awal perkuliahan salah satunya.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi semakin baiknya penerapan sistem informasi akademik di IAIN Langsa. Maka penulis perlu memberikan saran, antara lain:

1. Terkait Persepsi Mahasiswa IAIN Langsa terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan media informasi Pada SIAKAD masih perlu dilakukan perbaikan di kualitas server sehingga di awal perkuliahan mahasiswa tidak mengalami kendala error atau susah mengakses halaman web SIAKAD.
2. Harapannya kedepan tampilan halaman web SIAKAD lebih memudahkan mahasiswa dalam mengoperasikannya, dikarenakan masih ada mahasiswa yang susah menggunakan SIAKAD.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar Arsyad. 2011. *Media Pembelajaran*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Fathoni Abdurrahman. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. (Jakarta: PT Rineka Cipta)
- Huberman Miles. M.B. 2002. *Analisis Data Kualitatif buku sumber tentang Metode-metode Baru*. Terj. Tjetjep Rohendi Ruhidi (Jakarta: UI Press)
- Kunto Suharsimi Ari. 1991. *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Renika Cipta)
- Marliany Rosleny. 2014. *Psikologi Umum*. (Solo: CV Pustaka Setia)
- Moh Nazir. 2005. *Metode Penelitian*. (Jakarta: Ghalia Indonesia)
- Mulyana Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi*. (Bandung: PT Rosda Karya Offset)
- Rahmat Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosda Karya Offset)
- Sadiman Arief S. dkk. 2006. *Media Pendidikan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Sarwono Sarlito Wirawan. 1975. *Pengantar Umum Psikologi*. (Jakarta: Bulan Bintang)
- Severin Wenner J.. 2008. *Teori Komunikasi: Metode Dan Terapan di Dalam Media Massa*. (Jakarta: Kencana). Edisi ke-5.
- Solso Robert L.. dkk. 2007. *Psikologi Kognitif*. (Jakarta: Erlangga)
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif R & D*(Bandung: Alfabeta)

Trianto. . 2010. *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan* (Jakarta: Kencana Prenada Media)

Romadlonati Nur Fitria. 2010. “*Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Terhadap Brand Ambassador pada Iklan Citra Versi Rumah Cantik Citra di Televisi*”. Skripsi. Yogyakarta: (Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.)

Internet

<https://sevima.com/apa-itu-siakad-online-dan-apa-tujuan-siakad/>, 2020,02,12

Asis Ficram. 2016. *Persepsi Masyarakat Tentang Aktualisasi Informasi Berita di Tv One*. Skripsi. Makassar: (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin.)