

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN TERHADAP INFORMASI
DI MEDIA *ONLINE* KOMPAS.COM**
(Survei pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Arridha di
Bagansiapiapi)

Rio Suhandiko
Mahasiswa Program Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana, Yogyakarta
Email: Riosuhandiko0319@gmail.com

Kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media *online* sebagai sarana memperoleh informasi di kalangan masyarakat umum maupun kalangan pendidikan. Hal ini membawa dampak pada kecenderungan semakin banyaknya orang yang mencari berita melalui situs *online* daripada melalui media cetak. Dikarenakan banyaknya media massa *online* di Indonesia maka penulis mengambil 1 situs berita *online* ternama yaitu *kompas.com*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dalam menggunakan media *online* *kompas.com* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Arridha di Bagansiapiapi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan *Proportional Stratified Sampling*. Kemudian data diolah dengan program Ms. Excel dan SPSS 21. Tingkat kepuasan diukur menggunakan nilai rata-rata. Uji beda rata-rata dilakukan dengan Uji T-Test digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dengan tingkat kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara keseluruhan menunjukkan adanya perbedaan antara kepuasan yang dicari ketika mengakses media *online Kompas.Com* dengan kepuasan nyata yang diperoleh setelah mengakses informasi berita di situs *kompas.com*. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan kepuasan diantara para mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Arridha di Bagansiapiapi terhadap informasi berita di media *online Kompas.Com*. Berdasarkan empat aspek *Gratification Sought* dan aspek *Gratification Obtained*, diketahui adanya perbedaan kepuasan dalam hal aspek informasi dan aspek identitas personal, sedangkan pada dua aspek yaitu interaksi sosial dan aspek hiburan menunjukkan tidak adanya perbedaan kepuasan.

ABSTRACT

Rapid advances, the use of the internet or online media as a means of obtaining information among the general public as well as among education. This brought an impact on the trend of the growing number of people looking for news online through a site rather than through print media. Due to the large number of online media in Indonesia then authors takes 1 reputable online news sites famous is kompas.com. This research aims to know the level of satisfaction in using online media kompas.com as fulfillment information for high school students of Islam (STAI) Arridha in Bagansiapiapi. This research uses a quantitative approach with method survey and questionnaire as an instrument of data collection. Sample withdrawal technique done with Proportional Stratified Sampling. The data is then processed with SPSS 21 and Ms. Excel. The level of satisfaction was measured using the average value. The average difference test is conducted with a test of the T-Test is used to find out whether there is a difference of satisfaction expected (Gratification Sought) and the level of satisfaction is obtained (Gratification Obtained). The results of these studies concluded that overall shows that there is a difference between the satisfaction is sought when accessing online media Kompas.Com with real satisfaction obtained after accessing information news on the site kompas.com. This shows that there is a difference of satisfaction among high school students of Islam (STAI) Arridha in References to information news on online media Kompas.Com. Based on four aspects of Gratification Sought and Obtained Gratification aspect, note the existence of differences of satisfaction in terms of aspects of information and aspects of personal identity, whereas in two aspects, namely the social interaction and entertainment aspects of the show are not differences of satisfaction.

Keywords: Satisfaction, Online, Media, Kompas.Com