

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Sejenis Sebelumnya**

Penelitian sejenis sebelumnya yang pertama berjudul “Pemanfaatan Twitter TMCPoldaMetro dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya”, ditulis oleh Isni Puspitadewi yang dimuat dalam Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan pada tahun 2016. Penelitian yang ditulis oleh Puspitadewi (2016) adalah mengenai bagaimana pemanfaatan akun Twitter TMCPoldaMetro dalam memenuhi kebutuhan informasi para pengguna jalan raya. Bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan akun Twitter TMCPoldaMetro dalam memenuhi pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam, dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas para pengguna jalan raya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Puspitadewi (2016) adalah metode deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui angket, wawancara, dan studi pustaka. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 *follower* akun Twitter TMCPoldaMetro. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Twitter TMCPoldaMetro cukup memenuhi pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam, dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas para pengguna jalan raya. Persamaan penelitian Puspitadewi (2016) dengan penelitian ini yakni sama-sama meneliti mengenai pemanfaatan media sosial untuk memenuhi kebutuhan

informasi penggunaannya, namun yang membedakan adalah objek, lokasi penelitian dan acuan analisisnya. Objek penelitian Puspitadewi (2016) adalah akun Twitter TMCPoldaMetro yang dimanfaatkan oleh pengguna jalan raya dengan mengambil data dari *follower* akun tersebut. Adapun dalam penelitian ini, yang menjadi objek adalah salah satu fitur dari Line yaitu Line Today yang dimanfaatkan oleh mahasiswa di FIB Undip Semarang. Selain itu dalam penelitian Puspitadewi (2016) menggunakan empat acuan analisis, yaitu pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam, dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas. Adapun dalam penelitian ini acuan analisis yang digunakan adalah empat pendekatan sebelumnya, serta teori *usability* yang meliputi empat komponen yaitu *effectiveness*, *efficiency*, *learnability* dan *satisfaction*.

Penelitian kedua berjudul “*Individual Differences in Social Media Use for Information Seeking*” ditulis oleh Kyung-Sun Kim, Sei-Ching Joanna Sin dan Tien-I Tsai yang dimuat dalam *The Journal of Academic Librarianship* pada tahun 2014. Penelitian yang ditulis oleh Kim (2014) merupakan penelitian survei berbasis *web* yang mana partisipan direkrut melalui undangan yang didistribusikan ke semua mahasiswa universitas publik menggunakan layanan *e-mail* massa. Penelitian tersebut dilakukan untuk menyelidiki *platform* media sosial mana yang digunakan oleh mahasiswa sebagai sumber informasi, untuk tujuan apa, dan bagaimana karakteristik penggunaannya. Kim (2014) menggunakan *T-test* dan ANOVA untuk mengolah data yang diperoleh melalui pengambilan sampel secara *nonprobability convenience* dan mengumpulkan lebih dari 800 tanggapan.

Hasil penelitian Kim (2014) menunjukkan bahwa sebagian besar *platform* media sosial seperti wiki, ulasan pengguna, dan situs berbagi-media digunakan mahasiswa sebagai sumber informasi. Tujuan penggunaan tersebut bervariasi pada setiap *platform*. Hasil *T-test* dan ANOVA menunjukkan perbedaan individual, perbedaan signifikan dalam jenis kelamin, tingkat kelas, disiplin akademik, dan kepribadian *Big Five* ditemukan dalam frekuensi pencarian informasi menggunakan *platform* yang berbeda, dan juga dalam tujuan penggunaannya.

Persamaan penelitian yang dilakukan Kim (2014) dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada aspek informasi dalam media sosial dan yang menjadi subjek kajiannya adalah mahasiswa. Selain itu keduanya sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Adapun perbedaan antara penelitian Kim (2014) dengan penelitian ini adalah pada objek yang diteliti dan lokasi penelitian. Penelitian Kim (2014) masih mencari tahu media sosial apa saja yang sering digunakan oleh mahasiswa universitas publik, untuk tujuan apa, dan bagaimana karakteristik penggunanya. Adapun dalam penelitian ini difokuskan pada media sosial Line yang mana pemanfaatan fitur Line Today sangat populer dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro (FIB Undip). Dalam penelitian Kim (2014) ini disebutkan pula bahwa mahasiswa humaniora lebih tertarik untuk mendapatkan pembaruan berita dan pendapat orang lain melalui media sosial daripada mahasiswa sains dan teknik. Hal ini yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa humaniora.

Penelitian ketiga berjudul “*International Students’ Everyday Life Information Seeking: The Informational Value Of Social Networking Sites*” yang ditulis oleh Sei-Ching Joanna Sin dan Kyung-Sun Kim yang dimuat dalam jurnal Library & Information Science Research pada tahun 2013. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa internasional memanfaatkan media sosial mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Sin (2013) berlokasi di universitas publik Amerika Serikat. Berfokus pada kebutuhan informasi kehidupan sehari-hari mahasiswa internasional, penggunaan *Social Networking Sites (SNS)* untuk *everyday life information seeking (ELIS)*, dan kegunaan dari informasi yang diperoleh untuk membantu memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari mereka. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan statistik deskriptif, ANOVA, dan pemodelan persamaan struktural, atau *structural equation modeling (SEM)* untuk mengolah datanya.

Hasil penelitian Sin (2013) menunjukkan bahwa situs jejaring sosial atau *SNS*, seperti Facebook, sering digunakan oleh responden dalam pencarian informasi kehidupan sehari-hari atau *ELIS* oleh mahasiswa internasional di Amerika Serikat. Informasi yang diperoleh dari penggunaan *SNS* dapat dirasakan kegunaannya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa *SNS* berfungsi sebagai saluran yang berharga bagi mahasiswa untuk mencari informasi.

Persamaan penelitian Sin (2013) dengan penelitian ini adalah berfokus pada pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial untuk kebutuhan informasi mahasiswa dan metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Adapun

perbedaannya terletak pada spesifikasi objek dan lokasi penelitian. Pada penelitian Sin (2013), objek penelitiannya adalah media sosial yang digunakan oleh mahasiswa internasional di Amerika Serikat untuk *everyday life information seeking (ELIS)* yang mana Facebook yang paling sering digunakan. Adapun dalam penelitian ini objeknya adalah Line Today yang yang digunakan oleh mahasiswa FIB Undip Semarang untuk *update* berita.

Dari ketiga penelitian sejenis sebelumnya dapat disimpulkan bahwa ketiganya memiliki bahasan yang sama dengan penelitian ini yaitu mengenai penggunaan media sosial sebagai media untuk memperoleh informasi. Namun masing-masing memiliki tujuan yang berbeda. Penelitian oleh Puspitadewi (2016) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan akun Twitter TMCPoldaMetro dalam memenuhi pendekatan kebutuhan informasi pengguna jalan raya. Kemudian penelitian oleh Kim (2014) bertujuan untuk menyelidiki *platform* media sosial mana yang digunakan sebagai sumber informasi, untuk tujuan apa, dan bagaimana karakteristik penggunanya. Pada penelitian Sin (2013) bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa internasional memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi kehidupan sehari-hari. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara pemanfaatan Line Today terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FIB Undip Semarang.

Penelitian mengenai pemanfaatan *new media* seperti media sosial masih diperlukan untuk mempelajari bagaimana perilaku informasi individu di era digital ini. Apalagi dengan masifnya persebaran informasi seperti sekarang ini,

masyarakat diharuskan untuk lebih berhati-hati dalam memilih informasi. Maka dari itu dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai perilaku individu dalam menggunakan informasi media sosial.

## **2.2 Landasan Teori**

Untuk dapat memahami permasalahan dalam penelitian ini, perlu adanya penjelasan mengenai teori yang digunakan. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut.

### **2.2.1 Konsep Sumber Daya Informasi Elektronik**

Sumber informasi dapat ditemukan di mana-mana, di mana suatu benda atau peristiwa berada, maka dapat tercipta informasi. Penyimpanan informasi dikenal sebagai dokumen, baik dokumen analog maupun dokumen digital (Yusup, 2009). Dokumen analog adalah rekaman yang tidak dihubungkan dengan teknologi komputer, misalnya dokumen/berkas konvensional. Adapun dokumen digital adalah penyimpanan analog ke digital, misalnya buku, film, kaset, *VCD*, *DVD*, foto, kertas koran, sehingga dalam bentuk file-file komputer (Wijoyo, 2010).

Dokumen-dokumen digital disebut juga dengan sumber daya informasi elektronik. Sebelum mendefinisikan pengertian sumber daya informasi elektronik, akan dibahas mengenai apa yang dimaksud dengan informasi dan elektronik. Konsep informasi menurut Faibisof dan Ely (dalam Yusup, 2009) adalah lambang atau seperangkat lambang yang mempunyai arti. Suatu rekaman fenomena atau

peristiwa yang diamati dan dilihat orang dapat pula termasuk ke dalam konsep informasi. Lebih lanjut, menurut Jogiyanto (1999), informasi merupakan hasil dari pengolahan data ke dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Sehingga sebuah informasi haruslah bermakna bagi seseorang dan berguna bagi orang-orang tertentu yang membutuhkannya.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (2016), “elektronik adalah alat yang dibuat berdasarkan prinsip elektronika, serta hal atau benda yang menggunakan alat-alat yang dibentuk atau bekerja atas dasar elektronika”. Dalam Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 1 Nomor 1 dijelaskan pula mengenai informasi elektronik, sebagai berikut:

“Informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah dan memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.”

Sehingga yang dimaksud dengan sumber daya informasi elektronik adalah informasi yang diolah menggunakan alat elektronika. Berdasarkan AACR2 (dalam Purwani dan Ginting, 2013) sumber daya informasi elektronik adalah “bahan (data dan/atau program) yang diciptakan dengan menggunakan kode atau program komputer agar dapat dimanfaatkan dengan piranti komputer”. Sumber-sumber informasi elektronik dapat merupakan sebuah hasil alih bentuk dari format tercetak ke dalam format elektronik yang dikenal dengan digitalisasi.

Perkembangan informasi elektronik ini disebabkan karena adanya perubahan pola pencarian informasi masyarakat yang cenderung lebih aktif memanfaatkan sumber-sumber informasi dalam bentuk elektronik.

Pada era *information exploding* (ledakan informasi) ini, masyarakat memiliki akses ke ribuan sumber daya informasi elektronik, masyarakat sering kekurangan waktu dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencari, mengambil, menafsirkan, mensintesis dan menerapkan informasi ini ke dalam proses pengambilan keputusan (Okunade, 2015). Hasilnya adalah banyak yang gagal mengambil manfaat penuh dari banyaknya informasi yang dimiliki. Oleh karena itu, perlu adanya pengemasan yang berbeda dari suatu informasi agar dapat memudahkan individu dalam memanfaatkan informasi tersebut.

### **2.2.2 Kemas Ulang Informasi Sumber Daya Informasi Elektronik**

Kemas ulang informasi adalah rekaman fisik, pengaturan dan penyajian informasi pada media tertentu dan dalam bentuk tertentu agar lebih dimengerti, dapat dibaca, dapat diterima, dan dapat dimanfaatkan oleh pengguna (Okunade, 2015). Sumber daya informasi elektronik pun dapat dikemas ulang misalnya dengan menggunakan perangkat lunak seperti media sosial. Pada era digital saat ini, masyarakat khususnya generasi muda lebih senang membuka media sosial untuk mendapatkan informasi atau berita terkini. Berbeda dengan sepuluh tahun lalu, orang-orang membaca berita dengan membuka *website*, namun sekarang ini, orang membaca berita melalui *content aggregator* (Chicha, 2017).



Secara terminologi, agregator disebut pengumpul. Adapun secara definisi, agregator adalah suatu klien (perangkat lunak) atau layanan web yang mengumpulkan isi web tersindikasi seperti tajuk berita, podcast, blog, dan vlog pada suatu lokasi agar mudah untuk dibaca (id.wikipedia.org, 2013). Sedangkan menurut Rouse (2011) pengertian dari agregator ialah “*an individual or organization that gathers web content (and/or sometimes applications) from different online sources for reuse or resale*”. Kedua definisi tersebut merujuk pada pengumpulan beberapa konten dari situs-situs yang menyediakan teknologi *web services*, sehingga pengguna dapat mudah mengurangi waktu dan upaya dalam mengakses beragam *website*. Media sosial dalam hal ini berfungsi sebagai *news aggregator*, yaitu sebagai pengumpul serta penyeleksi berita dari beberapa mitra media *online* untuk dipublikasikan kembali.

Adanya *news aggregator* membuat para penyedia informasi melakukan cara lain dalam mendistribusikan beritanya. Mereka tidak memaksa masyarakat untuk membuka situs berita, namun berita tersebutlah yang dibawa ke masyarakat, yakni dengan memanfaatkan media baru (*new media*) seperti media sosial. Oleh karena itu, para penyedia informasi berusaha menampilkan kontennya secara berbeda. Penampakan informasi pada media sosial beragam disesuaikan dengan karakteristik dari media sosial tersebut, di instagram misalnya, artikel ditulis dalam konsep *feed*, yang sesuai dengan konsep dasar pemakaian media berbagi gambar itu (Chicha, 2017). Begitu juga dengan yang dibagikan di Facebook dan Line. Apalagi Line yang telah menyediakan fitur khusus untuk berita, yaitu Line Today, yang bekerja sama dengan berbagai *media partner* untuk menyediakan

berita terkini. Melalui media-media tersebut, informasi dapat diakses secara *online* dan secara bersamaan individu dapat pula menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi. Sehingga, pengguna tidak perlu membuka aplikasi yang berbeda untuk mengakses informasi karena hal itu dapat dilakukan dalam satu waktu dan dalam satu *platform* yang sama.

Sumber daya informasi elektronik berkembang mengikuti perubahan pola perilaku masyarakat dalam pencarian informasi yang lebih aktif memanfaatkan sumber-sumber informasi dalam bentuk elektronik. Pemanfaatan akan dilakukan jika individu merasa butuh akan suatu informasi, dan jika informasi tersebut berguna untuknya. Maka dari itu, akan dijelaskan lebih lanjut mengenai apa dan bagaimana pemanfaatan sumber daya informasi elektronik.

### **2.2.3 Pemanfaatan Produk Kemasan Ulang Informasi Sumber Daya Informasi Elektronik**

Pemanfaatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (2016) adalah sebuah proses atau cara, dan perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan di sini merupakan aktivitas, perilaku, atau proses untuk memperoleh dan menggunakan informasi yang dibutuhkan. Pemanfaatan produk kemasan ulang informasi sumber daya informasi elektronik dilakukan oleh individu jika produk tersebut memiliki kegunaan, misalnya untuk pemenuhan kebutuhan informasi. Dewey (Maslow, 1993) mengungkapkan bahwa untuk individu menjadi sadar akan kebutuhannya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang sangat kompleks termasuk motivasi dari individu yang bersangkutan entah disadari atau tidak disadari, bahwa semua

perilaku manusia ditujukan pada pemuasan kebutuhannya. Pemanfaatan informasi berbeda setiap individu, untuk itu perlu dilakukan pengukuran untuk mengetahui seberapa besar pemanfaatan suatu informasi. Untuk itu perlu diketahui apa itu konsep *usability* untuk mengukur pemanfaatan suatu produk kemas ulang informasi sumber daya informasi elektronik.

### **2.2.3.1 Konsep Usability**

Istilah *usability* berasal dari kata *usable* yang secara umum diartikan sebagai dapat digunakan dengan baik. Pengertian *usability* menurut ISO 9241-11 (1998) adalah sejauh mana produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektivitas, efisiensi dan kepuasan dalam konteks tertentu digunakan. Menurut Dumas dan Redish (dalam Jeng, 2005, p. 48), *usability* digunakan untuk mengukur bagaimana pengguna dapat memanfaatkan/menggunakan dan mempelajari suatu produk untuk dapat memperoleh tujuannya, serta seberapa puas pengguna terhadap produk tersebut. *Usability* digunakan untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan produk sistem. Secara umum, *usability* mengacu kepada bagaimana pengguna bisa mempelajari dan menggunakan produk untuk memperoleh tujuannya, dan seberapa puas mereka terhadap penggunaannya.

*Usability* merujuk pada kualitas dari pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk atau sistem, termasuk *website*, *software*, suatu perangkat ataupun aplikasi (usability.gov, 2019). Maka dapat dikatakan bahwa suatu produk atau aplikasi yang *usable* adalah jika produk atau aplikasi tersebut dapat

digunakan secara mudah, efektif dan efisien sehingga pengguna dapat merasa puas.

Lebih lanjut, menurut Rubin dan Chisnell (2008) suatu produk dapat dikatakan *usable* apabila dalam menggunakannya, pengguna tidak merasa frustrasi. Pengukuran *usability* paling kuat dan efektif bisa diimplementasikan sebagai proses pengembangan produk. *Usability* menyangkut tingkat dimana suatu produk memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuannya, dan merupakan penilaian dari kesediaan pengguna untuk menggunakan produk tersebut. Tanpa adanya motivasi/kesediaan pengguna, tindakan memanfaatkan tidak akan terjadi karena produk tidak akan digunakan. Jika sistem/produk mudah digunakan, mudah dipelajari, dan bahkan memuaskan untuk digunakan, tetapi tidak mencapai tujuan spesifik dari pengguna tertentu, sistem/produk itu tidak akan digunakan bahkan jika diberikan secara gratis.

Pada tahap awal pengembangan, produk sepenuhnya dirancang oleh tim pemasaran untuk memastikan produk atau sistem fitur apa yang diinginkan dan diperlukan sebelum unsur lain dari *usability* dipertimbangkan. Setelah itu, tim pengembangan diharuskan untuk mengambil sudut pandang pengguna dengan menebak atau bahkan menggunakan diri mereka sebagai model pengguna (Rubin dan Chisnell, 2008). Hal ini berarti, suatu produk harus dapat digunakan oleh semua jenis pengguna, agar dapat memenuhi kebutuhannya dengan mudah dan dengan cara yang efisien. Jika pengguna tidak mengerti tentang penggunaanya dan mereka tidak mampu untuk memahami bagaimana memanfaatkan produk

tersebut, maka produk tersebut belum dapat dikatakan *usable*. Untuk mengetahui apakah suatu produk itu *usable* maka dilakukan pengukuran *usability*.

### **2.2.3.2 Konsep Pengukuran *Usability***

Mengukur *usability* atau kegunaan dari suatu aplikasi/produk berarti mengukur efisiensi, efektivitas dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi/produk tersebut. Dalam ISO 9241:11 (1998) dijelaskan bahwa terdapat tiga faktor yang harus dipertimbangkan saat mengukur *usability*, yaitu pengguna, tujuannya dan konteks penggunaannya. Rubin dan Chisnell (2008) menyatakan pengukuran *usability* paling kuat dan efektif bisa diimplementasikan sebagai proses pengembangan produk. Hasil dari pengukuran dapat dimanfaatkan untuk beberapa hal yaitu (Aelani dan Falahah, 2012, p. 2):

1. Mendapatkan masukan dari data yang lebih objektif dibanding dengan pendapat diri sendiri.
2. Digunakan untuk membandingkan kegunaan dari dua produk.
3. Dapat mengklasifikasi permasalahan (jika terdapat permasalahan).
4. Membuat prediksi penggunaan produk sebenarnya.
5. Memberikan ilustrasi pada manajemen berdasarkan fakta.

Adapun menurut Rubin dan Chisnell (2008) untuk dapat dikatakan *usable*, produk atau layanan harus berguna secara efisien, efektif, memuaskan dan mudah dipelajari dalam pengaksesannya. Berikut komponen pengukuran *usability* menurut Rubin dan Chisnell (2008):

1. Efisiensi adalah kecepatan yang pengguna lakukan untuk dapat mencapai tujuannya secara akurat dan lengkap, biasanya merupakan ukuran waktu. Efisiensi digunakan untuk mengevaluasi apakah sistem secara keseluruhan dapat digunakan untuk mengambil informasi secara efisien dan akan diukur dengan seberapa banyak waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas serta berapa banyak langkah yang diperlukan.
2. Efektivitas mengacu pada sejauh mana sistem atau aplikasi berjalan dengan cara yang pengguna harapkan dan kemudahan yang mana pengguna dapat menggunakannya untuk melakukan apapun yang mereka inginkan. Hal ini biasanya diukur secara kuantitatif dengan tingkat kesalahan. Efektivitas mengevaluasi apakah suatu sistem secara keseluruhan dapat menyediakan informasi dan berfungsi secara efektif serta dapat diukur dengan seberapa banyak jawaban yang benar. Maksudnya saat melakukan pencarian informasi tertentu dalam sistem atau aplikasi, hasil yang akan didapat akan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
3. *Learnability* adalah bagian dari efektivitas dan harus dilakukan dengan kemampuan pengguna untuk mengoperasikan sistem atau aplikasi. *Learnability* untuk mengukur seberapa besar usaha yang harus dilakukan untuk memahami sistem atau aplikasi. Hal yang perlu dilakukan untuk mengukur *learnability* yaitu seberapa cepat pengguna dapat memulai pencarian, berapa banyak pertanyaan yang dijawab dengan benar dan berapa banyak waktu yang diperlukan untuk menemukan jawaban yang dibutuhkan.

4. Kepuasan mengacu pada persepsi pengguna, perasaan, dan pendapat mengenai produk. Pengguna akan lebih cenderung menggunakan sistem atau aplikasi yang memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan kepuasan dari pada yang tidak. Biasanya, pengguna diminta untuk menilai dan peringkat produk yang mereka coba, dan ini sering dapat mengungkapkan penyebab dan alasan untuk masalah yang terjadi. Jeng (2005, p. 50) lebih lanjut memaparkan definisi dari *ease of use*, *organization information*, *clear labeling*, *visual appearance*, *contents*, dan *error corrections* dalam pengukuran kepuasan sebagai berikut:

1. *Ease of use* adalah mengevaluasi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan sistem.
2. *Organization Information* adalah untuk mengevaluasi apakah struktur, tata letak dan organisasi sistem memenuhi kepuasan pengguna.
3. *Labeling* yaitu memberikan label yang jelas dan *terminology* yang digunakan dapat dengan mudah dimengerti.
4. *Visual appearance* mengevaluasi desain untuk melihat apakah secara *visual* menarik.
5. *Contents* mengevaluasi otoritas dan keakuratan informasi yang diberikan.
6. *Error Corrections* adalah menguji apakah pengguna dapat menemukan kesalahan dengan mudah dan apakah kesalahan yang dibuat terjadi karena kesalahan desain sistem.

Keberadaan produk kemas ulang informasi sumber daya informasi elektronik sangat memanjakan masyarakat khususnya generasi internet (*iGeneretion*) untuk mengakses informasi secara mudah lewat *smartphone*-nya,

asal terhubung dengan internet. Namun, terkadang informasi yang tersedia belum mencukupi kepuasan individu akan informasi yang didapatkan, entah karena informasi yang didapatkan kurang lengkap atau informasi yang sudah kedaluwarsa. Maka dari itu keberadaan produk kemas ulang informasi sumber daya informasi elektronik berbeda kegunaannya bagi tiap individu dalam memenuhi kebutuhannya.

#### **2.2.4 Pemanfaatan Produk Kemas Ulang Informasi Sumber Daya Informasi Elektronik bagi Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Berkembangnya pola perilaku masyarakat dalam pencarian informasi yang lebih aktif memanfaatkan sumber-sumber informasi dalam bentuk elektronik diiringi pula dengan berkembangnya sumber daya informasi elektronik itu sendiri. Pada era ledakan informasi seperti saat ini, menyebabkan tersebarnya berbagai macam informasi di sekitar masyarakat. Oleh karena itu produk kemas ulang informasi sumber daya informasi elektronik seperti *news aggregator* sangat penting keberadaannya bagi pengguna karena dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Namun, tersedianya produk kemas ulang informasi sumber daya informasi elektronik seperti *news aggregator* belum tentu dimanfaatkan oleh masyarakat. Pemilihan dan pemanfaatan berbagai sumber informasi tergantung kepada kebutuhan informasi tertentu. Kebutuhan informasi bisa terjadi pada saat keadaan di mana seseorang merasa kekurangan akan sesuatu hal dan berupaya untuk memenuhi kekurangan tersebut.



Kebutuhan informasi merupakan suatu bentuk pengakuan dari adanya ketidakpastian dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk mencari informasi. Menurut Case, kebutuhan informasi adalah “*a recognition that your knowledge is inadequate to satisfy a goal that you have*” (Rubin, 2010). Maksudnya, kebutuhan informasi adalah suatu keadaan di mana saat seseorang menyadari bahwa pengetahuan yang mereka miliki tidak memadai untuk memenuhi tujuan yang mereka miliki.

Menurut Guha (dalam Puspitadewi et al, 2016, p. 23), kebutuhan informasi pengguna dapat dilihat melalui beberapa pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir (*Current Need Approach*)

Merupakan kebutuhan akan informasi terbaru yang mendorong setiap pengguna informasi untuk selalu aktif untuk mendapatkan informasi yang terbaru. Pengguna informasi harus selalu berinteraksi dengan sistem informasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya guna meningkatkan pengetahuannya. Pendekatan kebutuhan informasi mutakhir akan memotivasi pengguna untuk berinteraksi dengan sistem informasi setiap saat agar dapat memenuhi kebutuhan informasi yang terbaru dan teraktual setiap harinya.

2. Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin (*Everyday Need Approach*)

Pendekatan kebutuhan informasi rutin bersifat spesifik dan cepat, di mana pendekatan kebutuhan ini menuntut adanya jawaban yang tepat dari pengolahan informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi.

3. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam (*Exhaustive Need Approach*)

Pendekatan kebutuhan informasi mendalam mengisyaratkan adanya suatu ketergantungan yang tinggi dari pengguna terhadap informasi yang dibutuhkan. Kebutuhan ini membuat pengguna informasi membutuhkan informasi yang akurat, spesifik dan lengkap.

#### 4. Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas (*Catching Up Need Approach*)

Kebutuhan ini berarti seseorang membutuhkan informasi yang sekilas saja, tetapi yang dapat memberikan gambaran lengkap tentang suatu topik. Pendekatan kebutuhan ini membuat pengguna informasi juga membutuhkan informasi yang ringkas dan singkat namun jelas informasinya dan sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

Dalam memenuhi kebutuhan informasinya, seseorang akan mendatangi sumber-sumber informasi, seperti perpustakaan, museum, pusat data informasi, dan lain-lainnya. Aktivitas pemanfaatan informasi yang dilakukan individu biasanya dipengaruhi oleh motivasi dan persepsi (Robbins, 2002). Setelah individu melakukan aktivitas pemanfaatan, akan ada *feedback* atau umpan balik yang menunjukkan bagaimana perilaku orang tersebut dalam menanggapi informasi yang telah didapatkan. Berikut akan dijelaskan mengenai poin penting dalam pemanfaatan, yakni perilaku, motivasi, dan persepsi.

Perilaku manusia pada dasarnya dirangsang oleh keinginan untuk mencapai beberapa tujuan. Satuan dasar dari perilaku adalah kegiatan, dengan demikian semua perilaku adalah kegiatan. Manusia sebagai makhluk hidup selalu ingin mengerjakan sesuatu, seperti bermain, belajar, dan bekerja (Thoha, 2010). Perilaku seseorang sesungguhnya dapat dikaji sebagai saling interaksinya atau

ketergantungannya beberapa unsur yang merupakan suatu lingkaran. Sehingga, dalam penelitian ini peneliti harus mampu memahami apa dorongan atau kebutuhan seseorang yang memotivasinya untuk melakukan aktivitas tertentu.

Seperti yang disebutkan pada pembahasan sebelumnya bahwa seseorang melakukan suatu perilaku karena adanya dorongan. Dorongan inilah yang biasa disebut sebagai motivasi. Motivasi dapat dilihat dari perilaku yang ditampilkan oleh seseorang. Orang yang termotivasi cenderung melakukan usaha yang lebih besar daripada orang yang tidak termotivasi. Pengertian motivasi menurut Gray (dalam Winardi, 2002) yaitu "...sejumlah proses, yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi, dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu". Adapun menurut Robbins (2002) "motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dengan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu". Kebutuhan tidak hanya satu macam namun bervariasi, mulai dari kebutuhan yang sederhana sampai kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan yang tidak terpenuhi akan menciptakan kegelisahan dalam diri individu, sehingga akan merangsang dorongan dalam diri individu tersebut. Dorongan ini lah yang menghasilkan suatu pencarian untuk menemukan tujuan tertentu, yang jika dapat dipenuhi akan memberikan kepuasan dalam diri individu (Thoha, 2010).

Setelah individu memanfaatkan informasi maka akan menimbulkan persepsi. Persepsi pada hakikatnya meliputi semua proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya melalui panca indera. Menurut David Krech (dalam Thoha, 2010), persepsi merupakan suatu

proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali sangat berbeda dari kenyataannya. Robbins (2002) menyatakan, “persepsi adalah suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka”. Adanya persepsi akan menghasilkan *feedback* dari pengguna setelah memanfaatkan sumber daya informasi elektronik tersebut, serta bagaimana tanggapan pengguna setelah memanfaatkan suatu sumber daya informasi. Sehingga dari hal itu, dapat diketahui seberapa antusias pengguna dalam memanfaatkan sumber daya informasi elektronik.

Pemanfaatan sumber daya informasi yang dilakukan individu dipengaruhi karena adanya motivasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya, yang secara tidak langsung membuat individu merasa ketergantungan dengan informasi tersebut. Apalagi ketika suatu media penyedia informasi berguna untuk memenuhi kebutuhan informasi individu. Hal ini menimbulkan persepsi pada individu untuk menjadikan media tersebut sebagai media utama dalam mencari informasi secara rutin. Berubahnya pola pencarian informasi individu yang cenderung menggunakan informasi elektronik mendorong para penyedia informasi untuk memanfaatkan media-media baru untuk mendistribusikan informasinya. Seperti dengan pemanfaatan media sosial sebagai media pendistribusian informasi. Hal ini merupakan bentuk kemas ulang sumber daya informasi elektronik dalam media baru, sehingga informasi yang dapat diakses secara *multiplatform* dapat memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.