

POLA PENGGUNAAN MEDIA SEBAGAI PENCARIAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT NELAYAN

Trisnani

Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Surabaya
Jl. Raya Ketajen No 36 Gedangan, Sidoarjo, Indonesia.
Email : trisnani@yahoo.co.id/tris010@kominform.go.id

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah desa nelayan yang merupakan bagian dari wilayah tertinggal dan jauh dari jangkauan komunikasi dan informasi sehingga perlu adanya penelitian dengan metodologi survei. Permasalahannya yakni sejauhmana penggunaan media untuk kebutuhan informasi kebudayaan kelautan oleh masyarakat nelayan dan sejauhmana saluran informasi kebudayaan kelautan yang digunakan oleh masyarakat nelayan. Permasalahan yang lain adalah sejauhmana perilaku pencarian informasi oleh masyarakat nelayan terkait kebudayaan kelautan serta sejauh mana kepuasan penggunaan media masyarakat nelayan. Penelitian ini mendeskripsikan bahwa masyarakat sebagian besar butuh informasi mengenai potensi-potensi pariwisata kelautan dan butuh informasi nilai-nilai budaya bahari kelautan. Masyarakat menggunakan saluran informasi melalui lembaga pemerintah untuk memperoleh informasi terkait kebudayaan kelautan. Meskipun lembaga pemerintah sebagai saluran informasi yang pertama, tetapi sebagian besar masyarakat menyatakan, televisi menjadi sumber informasi yang utama karena televisi sudah tersedia dirumah sehingga lebih mudah untuk memperoleh informasi tidak hanya kebudayaan kelautan tetapi berbagai informasi bisa diperoleh melalui televisi. Perilaku masyarakat nelayan dalam pencarian informasi untuk nilai-nilai budaya bahari masyarakat sebagian besar pasif. Masyarakat nelayan cukup aktif mencari informasi potensi-potensi pariwisata kelautan. Tujuan pencarian informasi terkait kebudayaan kelautan adalah untuk memperoleh pengetahuan baru. Kepuasan motif masyarakat menonton televisi untuk pemenuhan informasi, memperoleh variasi hiburan, untuk memperkuat hubungan sosial, memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi dan untuk memperoleh pengalaman yang menyenangkan.

Kata kunci : Kebutuhan, Informasi, Masyarakat, Nelayan

MEDIA USING PATTERN AS INFORMATION NEED SEARCHING FOR FISHERMEN COMMUNITY

Abstract

The background of this research is in general fishermen village area which is far from the reach of communication and many are still belonging to the underdeveloped area. The research is using Survey Method. Research problems are: how much media is used for maritime culture information need for fishermen community? And how much maritime culture information broadcasting is used by fishermen community? The other research problem are: how much is information searching behaviour in fishermen community? how much satisfaction is media using in fishermen community. Research results show most communities need information about maritime tourism potentialities and need information about values on the culture of maritime life. The first source of information to attain information about culture and maritime life is government institution. Television is the second. Though government institution is the first channel of information, television becomes the main source of information to attain information easily because TV is there at home. Fishermen community behaviour in searching for information about maritime culture values is mostly passive. Their aim to get information relating maritime culture is to get new knowledge. People's satisfaction in using this media (by watching TV) is to get information, to get fun, to strengthen social relationship and to get fun experience.

Key Words : *Need, Information, Community, Fishermen.*

PENDAHULUAN

Dalam pemerintahan saat ini, prioritas pembangunan untuk menuju Indonesia yang berdaulat secara mandiri dalam bidang ekonomi dan berkepribadian dalam kebudayaan, dirumuskan melalui sembilan prioritas ke depan, prioritas itu disebut nawa cita atau sembilan cita-cita, sedangkan pada RPJMN 2015-2019, diarahkan untuk mencapai sasaran utama yang mencakup antara lain Sasaran Makro, Sasaran Pembangunan Manusia dan Masyarakat, Sasaran pembangunan sektor unggulan, Sasaran dimensi pemerataan, Sasaran pembangunan wilayah dan antarwilayah, Sasaran politik, hukum, pertahanan dan keamanan.

Dalam agenda pembangunan wilayah diarahkan pada pengembangan daerah tertinggal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Pemerataan pembangunan dan mengurangi daerah tertinggal dengan daerah yang maju, ada 122 kabupaten pada tahun 2015-2019. Sementara pengembangan ekonomi maritim dan kelautan dilaksanakan dengan mengedepankan peran ekonomi kelautan dan sinergitas pembangunan kelautan nasional. Daerah nelayan merupakan bagian dari pengembangan wilayah kemaritiman sebab itu merupakan salah satu wilayah yang menjadi sasaran dari pada penelitian, kebutuhan informasi bagaimana sejatinya, informasi yang dibutuhkan masyarakat nelayan.

Tidak bisa dipungkiri masyarakat yang menguasai informasi, akan mendorong terciptanya pondasi yang kuat, untuk mengembangkan potensi daerah mereka dengan baik. Untuk mencapai ke jenjang tersebut perlu langkah yang dilakukan sebagai salah satu negara yang berkembang, pemerintah perlu melakukan pembenahan di berbagai sektor dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat, tidak hanya bidang ekonomi, kebudayaan tetapi juga bidang informasi. Dengan latar belakang tersebut maka perlu adanya penelitian tentang kebutuhan informasi masyarakat oleh instansi pemerintah yang memiliki tugas dan fungsi di bidang pelayanan informasi, hal ini penting terutama untuk kebutuhan penyusunan perencanaan komunikasi

pada masyarakat yang memiliki karakteristik khusus masyarakat nelayan di daerah tertinggal.

Seperti pada judul penelitian ini adalah “Pola Penggunaan Media Sebagai Pencarian Kebutuhan Informasi Masyarakat Nelayan”. Yang menjadi permasalahan; 1). Sejauhmana penggunaan media untuk kebutuhan informasi terkait kebudayaan kelautan oleh masyarakat nelayan? 2). Sejauhmana saluran informasi terkait kebudayaan kelautan yang digunakan oleh masyarakat nelayan? 3). Sejauhmana perilaku pencarian informasi oleh masyarakat nelayan terkait Kebudayaan Kelautan? 4). Sejauhmana kepuasan penggunaan media masyarakat nelayan. Tujuan penelitian ini untuk 1) mendapatkan deskripsi tentang penggunaan media komunikasi, dan kebutuhan informasi, 2). Untuk mengetahui saluran informasi yang digunakan oleh masyarakat nelayan 3). Untuk mengetahui perilaku pencarian informasi, 4). Kepuasan Penggunaan media komunikasi di masyarakat nelayan.

Manfaat penelitian ini Pertama; sebagai salah satu referensi dalam pembuatan kebijakan kementerian komunikasi dan informatika. Kedua menyediakan data dan informasi untuk perencanaan strategi komunikasi publik dalam kontek pembangunan di desa tertinggal.

Teori

Uses and Gratification

Yang menjadi dasar utama adalah pendekatan penggunaan media, berfokus pada konsumen media ketimbang pesan media sebagai titik awalnya, menelusuri perilaku komunikasi artinya pengalaman langsungnya dengan media. Pendekatan ini memandang audiens sebagai pengguna yang aktif, sedangkan media menggunakan secara pasif. Jadi pendekatan ini tidak mengharapkan adanya hubungan langsung antara pesan dan pengaruh, tetapi sebaliknya merumuskan pesan-pesan yang akan digunakan oleh audiens, bahwa penggunaannya tersebut bertindak sebagai variabel penghalang dari proses pengaruh.

Audiens aktif dan diarahkan oleh tujuan. Audiens sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai perantara yang besar: mereka tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut. (Littlejohn 2009: 426).

Teori Uses and Gratification beranggapan bukan media mengubah sikap dan perilaku tetapi *audiens* yang aktif dan selektif dalam menentukan sikap dan perilakunya. Jadi penelitian ini *audiens* bisa memilih dan menggunakan media dengan cara sendiri dan bagaimana seseorang menggunakan media sangat dipengaruhi oleh pemikiran serta lingkungan sosial dimana mereka bertempat tinggal, pengalaman, pendidikan, baik pendidikan secara langsung maupun proses pembelajaran dari orang lain.

Batasan Konsep

Definisi Informasi

Informasi mempunyai nilai, dan informasi memungkinkan orang untuk melakukan sesuatu hal yang tidak dapat mereka lakukan tanpa adanya informasi tersebut. Pepatah menyatakan bahwa pengetahuan adalah kekuasaan, dan ini berarti bahwa pengetahuan memberi orang kemampuan untuk melakukan hal-hal dan memanfaatkan peluang-peluang (Severin 2005: 293).

Informasi dapat didefinisikan sebuah proses tindakan komunikasi. Informasi sebagai pengetahuan yang dapat meningkatkan atau mengurangi ketidakpastian, informasi sebagai sesuatu yang dapat memberi informasi, serta informasi adalah sesuatu yang dapat mengubah kognisi/pengetahuan seseorang.

Dalam penelitian ini kebutuhan informasi diarahkan pada kebutuhan dasar berdasarkan hierarki kebutuhan menurut Maslow:

1. Kebutuhan Fisiologis adalah kebutuhan biologis. Kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan oksigen, makanan, air, dan suhu tubuh relatif konstan. Kebutuhan manusia adalah kebutuhan kuat karena jika seseorang tidak diberi semua kebutuhan, fisiologis yang akan datang pertama dalam pencarian seseorang untuk kepuasan.
2. Kebutuhan Keamanan
Ketika semua kebutuhan fisiologis puas dan tidak mengendalikan pikiran lagi dan perilaku, kebutuhan keamanan dapat menjadi aktif. Orang dewasa memiliki sedikit kesadaran keamanan mereka kebutuhan kecuali pada saat darurat atau periode disorganisasi dalam struktur sosial (seperti kerusuhan luas). Anak-anak sering

menampilkan tanda-tanda rasa tidak aman dan perlu aman.

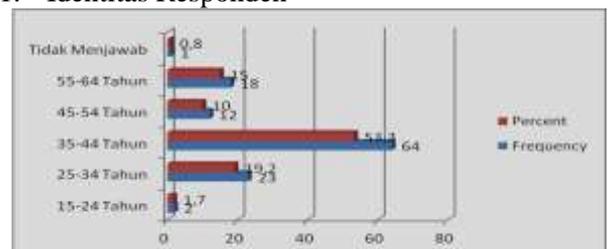
3. Kebutuhan cinta, sayang dan kepemilikan
Ketika kebutuhan untuk keselamatan dan kesejahteraan fisiologis puas, kelas berikutnya kebutuhan untuk cinta, sayang dan kepemilikan dapat muncul. Maslow menyatakan bahwa orang mencari untuk mengatasi perasaan kesepian dan keterasingan. Ini melibatkan kedua dan menerima cinta, kasih sayang dan memberikan rasa memiliki.
4. Kebutuhan Esteem
Ketika tiga kelas pertama kebutuhan dipenuhi, kebutuhan untuk harga bisa menjadi dominan. Ini melibatkan kebutuhan baik harga diri dan untuk seseorang mendapat penghargaan dari orang lain. Manusia memiliki kebutuhan untuk tegas, berdasarkan, tingkat tinggi stabil diri, dan rasa hormat dari orang lain.
5. Kebutuhan Aktualisasi Diri
Ketika semua kebutuhan di atas terpenuhi, maka dan hanya kebutuhan untuk aktualisasi diri diaktifkan. Maslow menggambarkan aktualisasi diri sebagai orang perlu untuk menjadi dan melakukan apa yang orang itu "lahir untuk dilakukan."

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode survei, Penelitian survei; penelitian yang mengambil data dari populasi dan menggunakan kuesioner. Sebagai alat pengumpulan data, untuk unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, satu kuisisioner ditujukan kepada satu orang sebagai responden. (Singarimbun: 1989 : 3). Sedangkan karakteristik responden adalah; Usia 15 - 64 th. Lokasi penelitian di desa Branta Pesisir dan desa Bandaran Kecamatan Tlanakan. kabupaten Pamekasan Madura Jawa Timur

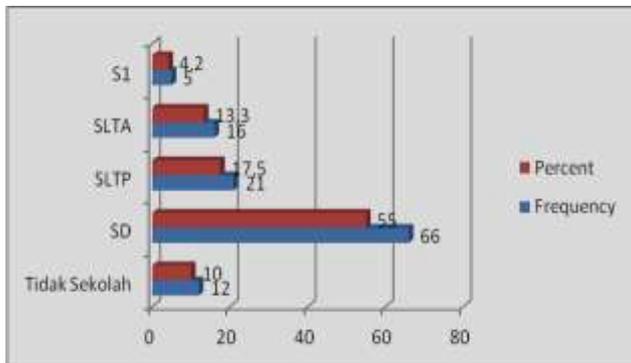
ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

1. Identitas Responden



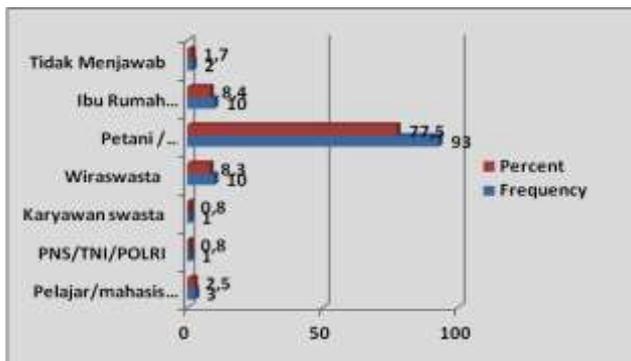
Gambar 1. Diagram Usia Responden

Menurut responden, Usia 15-24 tahun sebesar 1,7 %, usia 25-34 tahun sebesar 19,2 %, Usia 35-44 tahun sebesar 53,3 %, Usia 45-54 tahun, sebesar 10,0 %, Usia 55-64 tahun sebesar 15,0 persen. Tidak Menjawab sebesar 0,8 %. Total sebesar 100,0 %.



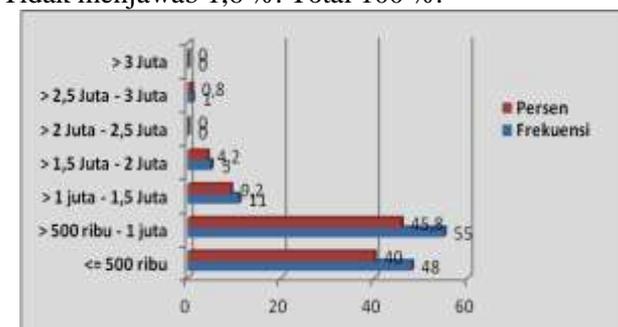
Gambar 2. Tingkat Pendidikan Responden

Responden yang menyatakan tidak sekolah sebesar 10,0 %. Pendidikan SD sebesar 55,0 %. Pendidikan SLTP sebesar 17,5 persen. Pendidikan SLTA sebesar 13,3 persen. S1 sebesar 4,2 %. Total sebesar 100,0 %.



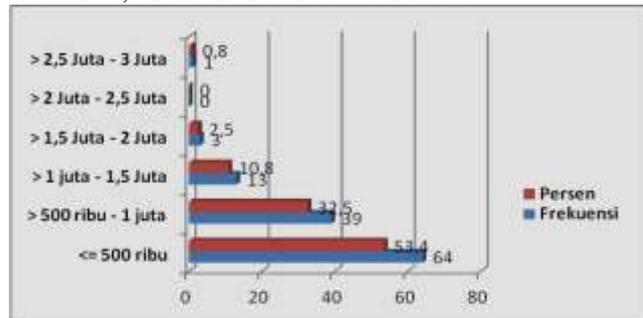
Gambar 3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan responden, sebagai Pelajar/Mahasiswa sebesar 2,5 %. PNS/TNI/POLRI sebesar 0,8 %. Karyawan Swasta sebesar 0,8 %. Wiraswasta sebesar 8,3 %. Petani?Nelayan/Pedagang/ Buruh/Tukang sebesar 77,5 %. ibu rumah tangga sebesar 8,3 %. Tidak menjawab 1,6 %. Total 100 %.



Gambar 4. Frekuensi Penghasilan/bulan

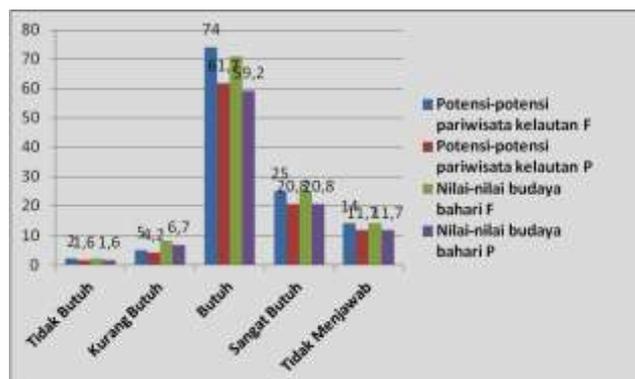
Penghasilan/bulan untuk responden, responden yang berpenghasilan ≥ 500 ribu, sebesar 40,0 persen. Responden yang berpenghasilan > 500 ribu - 1 juta, sebesar 45,8 ribu. Responden yang berpenghasilan > 1 juta - 1,5 Juta sebesar 9,2 persen. Responden yang berpenghasilan $> 1,5$ Juta - 2 Juta sebesar 4,2 persen. responden yang berpenghasilan $> 2,5$ Juta - 3 Juta sebesar 0,8 Persen. Total sebesar 100%.



Gambar 5. Besar Pengeluaran/bulan

Besar Pengeluaran/bulan, Responden yang pengeluarannya ≥ 500 ribu /bulan sebesar 53,4 persen. Responden yang pengeluarannya > 500 ribu - 1 juta/bulan sebesar 32,5 persen. Responden yang pengeluarannya > 1 juta - 1,5 Juta/bulan sebesar 10,8 persen. Responden yang pengeluarannya $> 1,5$ Juta - 2 Juta /bulan sebesar 2,5 persen. Responden yang pengeluarannya $> 2,5$ Juta - 3 Juta /bulan sebesar 0,8 persen. Total sebesar 100%.

2. Kebutuhan Informasi Terkait Kebudayaan Kelautan

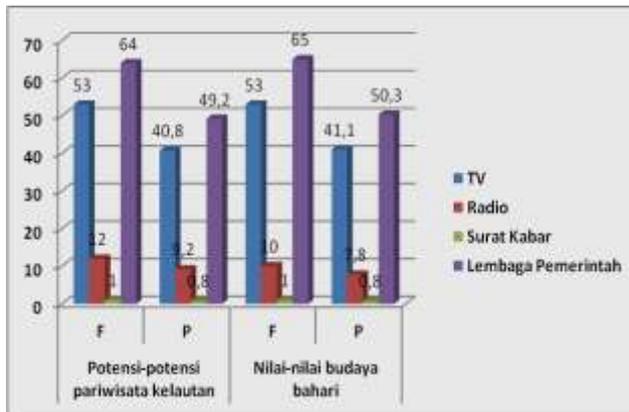


Gambar 6. Kebutuhan informasi terkait kebudayaan kelautan

Pada gambar 6 masyarakat yang menyatakan butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 61,7 %. Yang menyatakan butuh informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 59,2 %. Tidak menjawab sebesar 11,7 %. Responden yang menyatakan kurang butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 4,2 %.

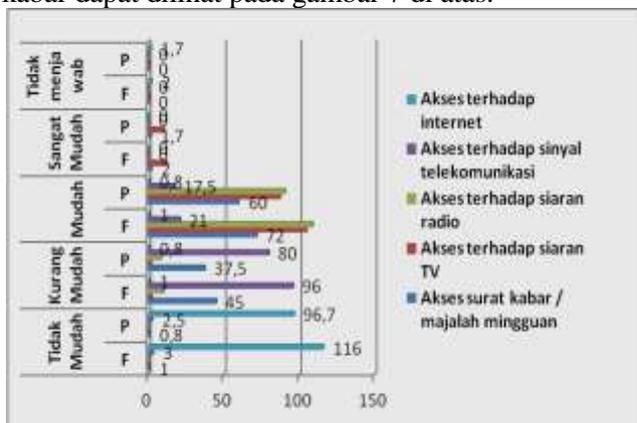
Responden yang menyatakan kurang butuh informasi Nilai-nilai budaya bahari sebesar 6,7 %. Responden yang menyatakan tidak butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 1,6 %. Responden yang menyatakan tidak butuh informasi Nilai-nilai budaya bahari sebesar 1,6 %.

3. Saluran Informasi Yang Digunakan oleh Responden Terkait Kebudayaan Kelautan



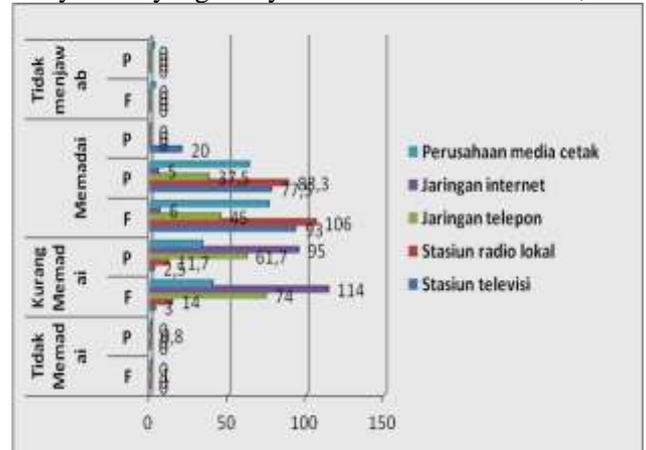
Gambar 7. Saluran Informasi mengenai Kebudayaan Kelautan

Saluran informasi lembaga pemerintah menduduki urutan pertama. Masyarakat yang menyatakan menggunakan saluran informasi lembaga pemerintah untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 49,2 %. Masyarakat yang menyatakan menggunakan saluran informasi melalui lembaga pemerintah untuk informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 50,3 %. Saluran televisi menduduki urutan kedua. Masyarakat yang menyatakan menggunakan saluran TV untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 40,8 %. Masyarakat yang menggunakan saluran TV untuk informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 41,1 %. Urutan ketiga surat kabar dapat dilihat pada gambar 7 di atas.



Gambar 8. Kemudahan Akses Terhadap Sumber Informasi

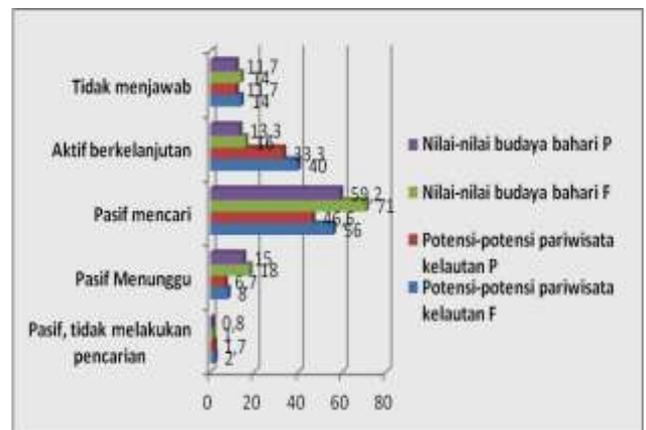
Televisi menjadi sumber informasi yang utama untuk kemudahan memperoleh informasi. Masyarakat yang menyatakan mudah sebesar 87,5 %. Masyarakat yang menyatakan sangat mudah sebesar 10,0 %. Radio menduduki urutan ke dua. Masyarakat yang menyatakan mudah untuk memperoleh informasi sebesar 60,8 %. Kurang mudah sebesar 8,4 %. Urutan Ketiga Akses terhadap sinyal telekomunikasi. Masyarakat yang menyatakan mudah sebesar 17,5%



Gambar 9. Ketersediaan Infrastruktur Media

Stasiun Televisi, menduduki urutan pertama responden yang menyatakan memadai sebesar 77,5 %. Responden yang menyatakan sangat memadai sebesar 20,0 %. Sedangkan stasiun radio lokal meskipun responden yang menyatakan memadai sebesar 88,3% tidak serta merta di urutan pertama karena, responden yang menyatakan sangat memadai tidak ada. Sehingga stasiun radio menduduki urutan kedua. Urutan ketiga diduduki perusahaan media cetak, responden yang menyatakan memadai sebesar 63,3 %. Selebihnya bisa melihat gambar 9 di atas.

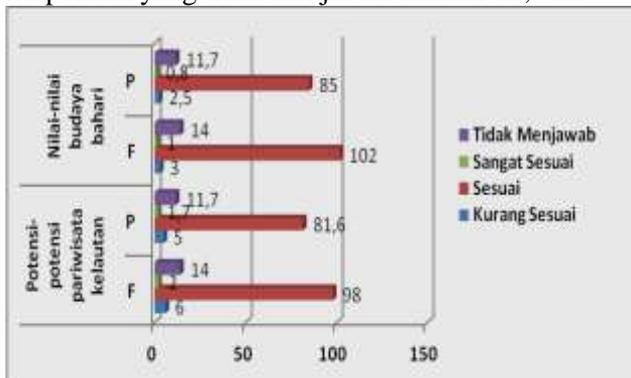
4. Prilaku Pencarian informasi oleh responden terkait Kebudayaan Kelautan



Gambar 10. Pencarian informasi Kebudayaan Kelautan

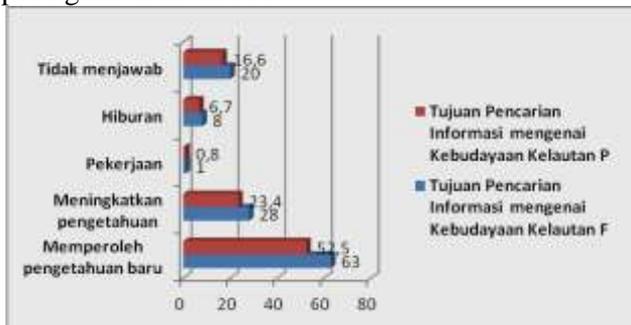
Pencarian informasi mengenai kebudayaan kelautan, responden yang menyatakan pasif mencari informasi potensi-potensi pariwisata sebesar 46,6 %. Responden yang menyatakan AL (Aktif berkelanjutan) mencari informasi potensi-potensi pariwisata sebesar 33,3 %. Responden yang menyatakan PM (Pasif Menunggu) terkait informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 6,7 %. Responden yang menyatakan PP (Pasif Tidak Melakukan Pencarian) terkait informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 1,7 %.

Untuk Nilai-nilai budaya bahari. Responden yang menyatakan AC (Pasif mencari) sebesar 59,2 %. Responden yang menyatakan PM (Pasif Menunggu) sebesar 15,0 %. Responden yang menyatakan AL (Aktif berkelanjutan) sebesar 13,3 %. Responden yang menyatakan PP (Pasif, tidak) sebesar 0,8 %. Responden yang tidak menjawab sebesar 11,7 %.



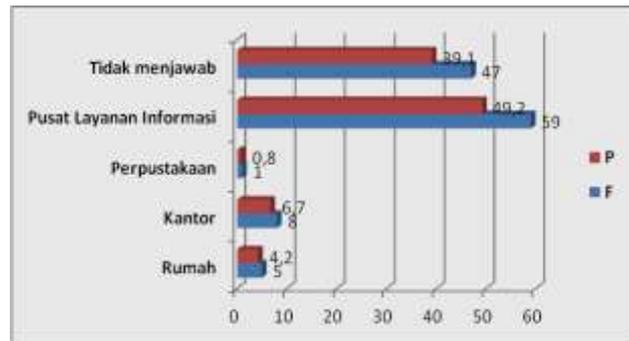
Gambar 11. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Merujuk gambar 11 pemenuhan kebutuhan informasi mengenai kebudayaan kelautan. Responden yang menyatakan sesuai untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 81,6 %. Responden yang menyatakan sesuai terkait informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 85,0 %. Responden yang tidak menjawab sebesar 11,7 %. Selanjutnya dapat melihat pada gambar 11 di atas.



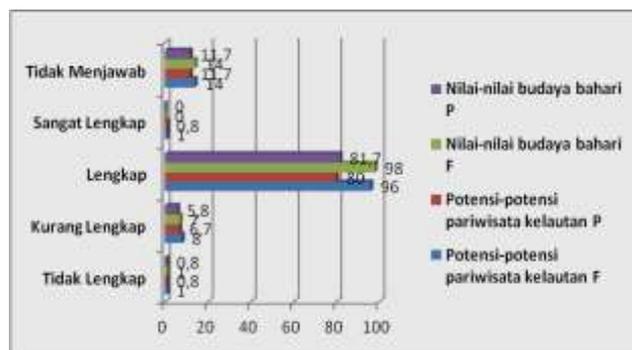
Gambar 12. Tujuan Pencarian Informasi mengenai Kebudayaan Kelautan

Tujuan Pencarian Informasi terkait Kebudayaan Kelautan. Responden yang menyatakan memperoleh pengetahuan baru sebesar 52,5 %. Responden yang menyatakan meningkatkan pengetahuan sebesar 23,4 %. Responden yang menyatakan terkait pekerjaan sebesar 0,8 %. Responden yang menyatakan terkait hiburan sebesar 6,7 %. Responden yang tidak menjawab sebesar 16,6 %. Selbihnya dapat melihat pada grafik 15 di atas.



Gambar 13. Lokasi Pencarian Informasi mengenai Kebudayaan Kelautan

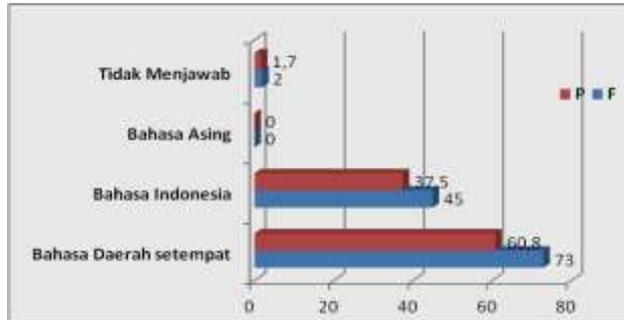
Lokasi yang digunakan untuk pencarian informasi kebudayaan. Responden yang menyatakan pencarian informasi dirumah sebesar 4,2 %. Responden yang menyatakan pencarian informasi di kantor sebesar 6,7 %. Responden yang menyatakan pencarian informasi di perpustakaan hanya, 0,8 %. Responden yang tidak menjawab 39,1 %. Selbihnya dapat melihat pada gambar 13 di atas.



Gambar 14. Kualitas Informasi mengenai Kebudayaan Kelautan

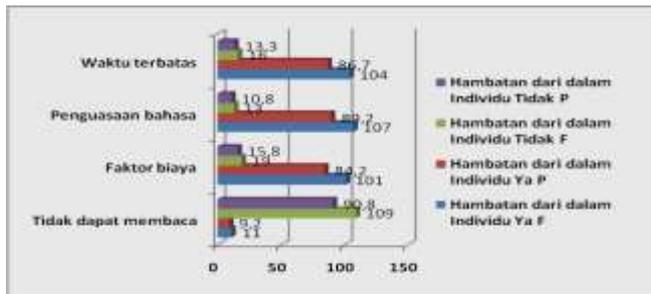
Frekuensi kualitas informasi mengenai Kebudayaan Kelautan. Responden yang menyatakan lengkap untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 80,0 %. Responden yang menyatakan lengkap untuk informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 81,7 %. Responden yang menyatakan kurang lengkap untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 6,7 %. Responden yang menyatakan

tidak lengkap sebesar 0,8 %. Responden yang menyatakan tidak menjawab sebesar 11,7 %.



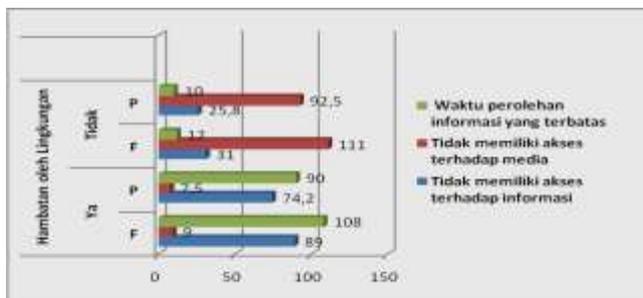
Gambar 15. Pilihan Bahasa/ Bahasa yang disukai oleh responden

Frekuensi Pilihan Bahasa/Bahasa yang disukai. Responden yang menyatakan menyukai bahasa daerah setempat sebesar 60,8 %. Responden yang menyatakan menyukai bahasa Indonesia sebesar 37,5 %. Responden yang tidak menjawab sebesar 1,7 %. Selebihnya dapat melihat gambar 15 tersebut di atas.



Gambar 16. Hambatan dalam Memperoleh Informasi

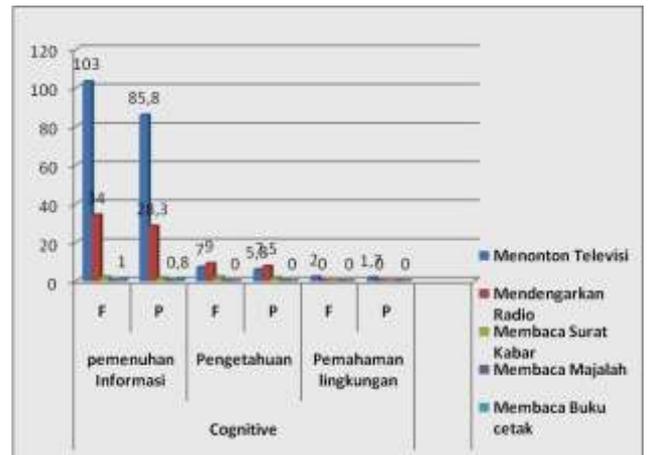
Frekuensi Hambatan dalam Memperoleh Informasi. hambatan dalam diri individu, Responden yang menyatakan tidak dapat membaca sebesar 9,2 %. Responden yang menyatakan karena faktor biaya sebesar 84,2 %. Responden yang menyatakan karena penguasaan bahasa sebesar 89,2 %. Responden yang menyatakan karena waktu terbatas sebesar 86,7 %.



Gambar 17. Hambatan dalam memperoleh informasi di lingkungan

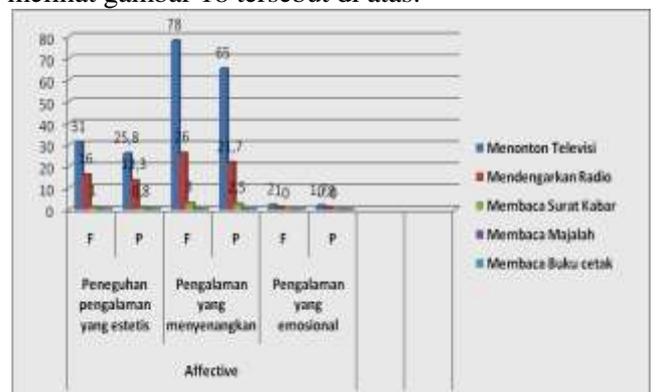
Frekuensi Hambatan Dalam Memperoleh Informasi oleh lingkungan. Responden yang menyatakan tidak memiliki akses terhadap informasi sebesar 74,2 %. Responden yang menyatakan tidak memiliki akses terhadap media hanya, 7,5 %. Responden yang menyatakan waktu perolehan informasi yang terbatas sebesar 90,0 %. Selebihnya dapat melihat gambar 17 tersebut di atas.

5. Motif Penggunaan Media



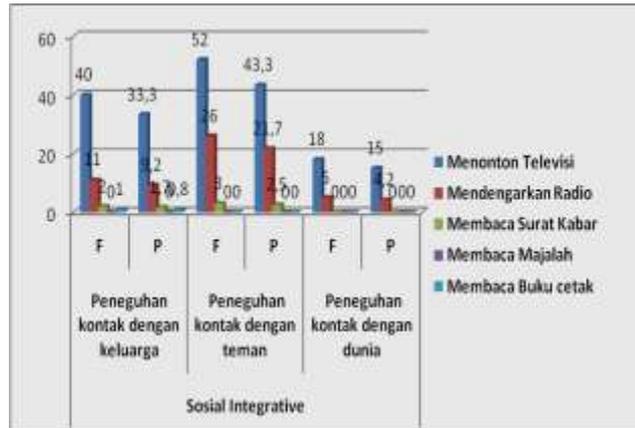
Gambar 18. Motif Penggunaan Media

Berdasarkan gambar 18 frekuensi motif penggunaan media. Responden yang menyatakan menonton televisi untuk pemenuhan informasi sebesar 85,8 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk pemenuhan informasi sebesar 28,3 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk pemenuhan informasi sebesar 1,7 %. Responden yang menyatakan membaca buku cetak sebesar 0,8 %. Responden yang menyatakan menonton televisi untuk pengetahuan sebesar 5,8 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk pengetahuan sebesar 7,5 %. Responden yang menyatakan membaca buku cetak untuk pemenuhan informasi hanya 0,8 %. Selebihnya dapat melihat gambar 18 tersebut di atas.



Gambar 19. Motif Penggunaan Media

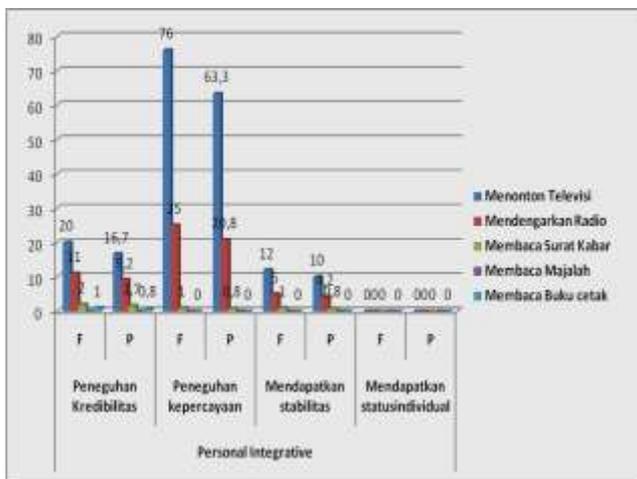
Frekuensi motif penggunaan media. Responden yang menyatakan menonton televisi untuk peneguhan pengalaman yang estetis sebesar 25,8 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk peneguhan pengalaman yang estetis sebesar 13,3 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk peneguhan pengalaman yang estetis sebesar 0,8 %. Responden yang menyatakan menonton televisi untuk pengalaman yang menyenangkan sebesar 65,0 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk pengalaman yang menyenangkan sebesar 21,7 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk pengalaman yang menyenangkan sebesar 2,5 %. Selebihnya dapat melihat gambar 19 di atas.



Gambar 21. Motif Penggunaan Media

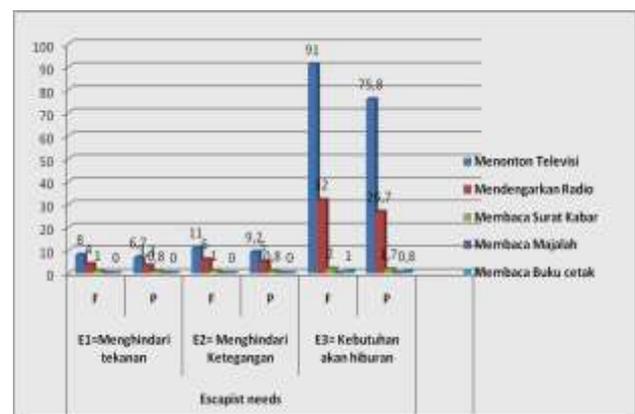
Berdasarkan Gambar 21 frekuensi motif penggunaan media . Responden yang menyatakan menonton televisi untuk peneguhan kontak dengan teman sebesar 33,3 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk peneguhan kontak dengan keluarga sebesar 9,2 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk peneguhan kontak dengan keluarga 1,7%.

Responden yang menyatakan menonton televisi untuk peneguhan kontak dengan teman sebesar 43,3 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk peneguhan kontak dengan teman sebesar 21,7 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk Peneguhan kontak dengan teman 2,5 %. Frekuensi motif penggunaan media . Responden yang menyatakan menonton televisi untuk peneguhan kontak dengan dunia sebesar 15, 0 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk peneguhan kontak dengan dunia sebesar 4,2 %. Selebihnya dapat melihat grafik 24 tersebut diatas.



Gambar 20. Motif Penggunaan Media

Frekuensi motif penggunaan media. Responden yang menyatakan menonton televisi untuk peneguhan kredibilitas sebesar 16,7 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk peneguhan kredibilitas sebesar 9,2 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk peneguhan kredibilitas sebesar 1,7 %. Responden yang menyatakan menonton televisi untuk peneguhan kepercayaan sebesar 63,3 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk peneguhan kepercayaan sebesar 20,8 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk peneguhan kepercayaan sebesar 0,8 %. Selebihnya dapat melihat gambar 20 di atas.



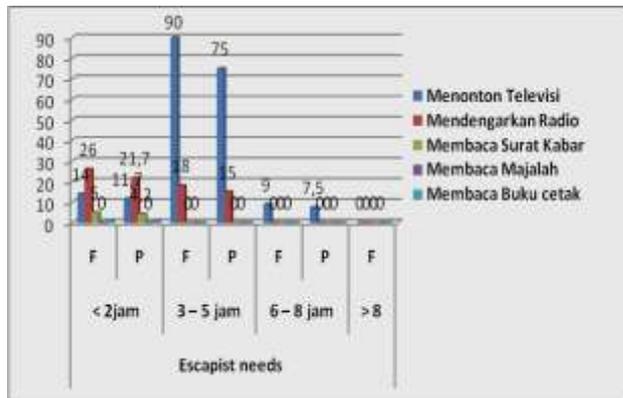
Gambar 22. Frekuensi Motif Penggunaan Media

Berdasarkan gambar 22 motif penggunaan media, responden yang menyatakan menonton televisi untuk Menghindari tekanan sebesar 6,7 %. Responden yang

menyatakan mendengarkan radio untuk Menghindari tekanan sebesar 3,3 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk menghindari tekanan 0,8 %.

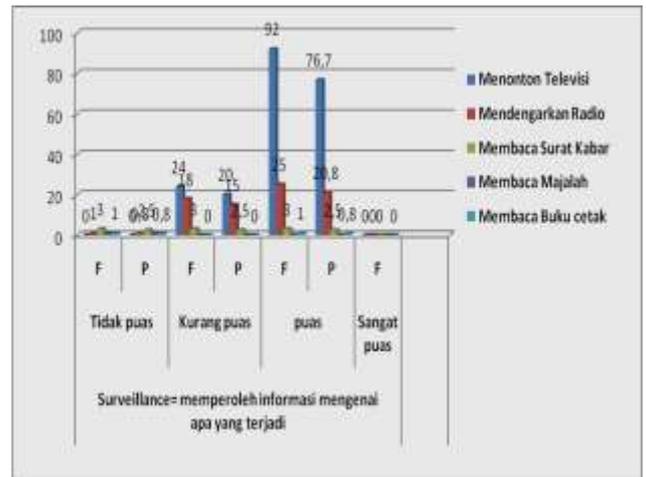
Motif penggunaan media, responden yang menyatakan menonton televisi untuk menghindari ketegangan sebesar 9,2 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk menghindari ketegangan sebesar 5,0 %. Responden yang menyatakan membaca Surat Kabar untuk Menghindari Ketegangan sebesar 0,8 %.

Frekuensi motif penggunaan media . Responden yang menyatakan menonton televisi untuk kebutuhan akan hiburan sebesar 75,8 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio untuk kebutuhan akan hiburan sebesar 26,7 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar untuk kebutuhan akan hiburan sebesar 1,7 %.



Gambar 23. Frekuensi durasi penggunaan media

Berdasarkan grafik 26. Frekuensi durasi penggunaan media, Responden yang menyatakan menonton televisi durasi 3 – 5 jam sebesar 75,0 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio durasi 3-5 jam sebesar 15,0 %. Durasi Penggunaan Media, Responden yang menyatakan menonton televisi durasi < 2 jam sebesar 11,7 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio durasi < 2 jam sebesar 21,7 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar durasi < 2 jam sebesar 4,2 %. Responden yang menyatakan membaca buku durasi < 2 jam sebesar 0,8 %. Selebihnya dapat melihat gambar 23 tersebut di atas.

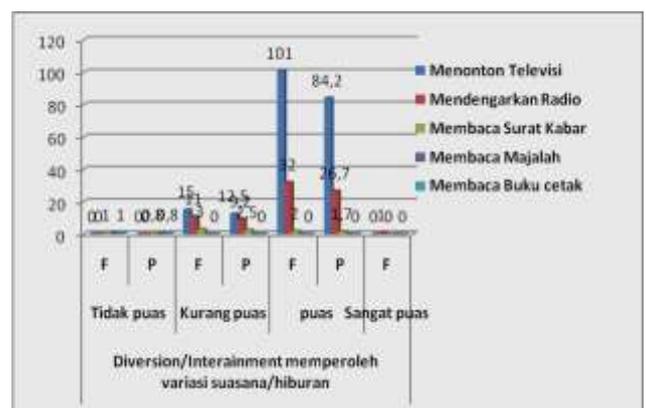


Gambar 24. Frekuensi penggunaan media

Berdasarkan gambar 24. Frekuensi penggunaan media. Responden yang menyatakan kurang puas menonton televisi, dalam memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi sebesar 20,0 %.

Responden yang menyatakan mendengarkan radio kurang puas dalam memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi sebesar 15,0 %. Responden yang menyatakan membaca Surat Kabar kurang puas dalam memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi sebesar, 2,5 %.

Responden yang menyatakan puas menonton televisi, dalam memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi sebesar 76,7 %. Responden yang menyatakan puas mendengarkan radio dalam memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi sebesar 20,8 %. Responden yang menyatakan puas membaca surat kabar dalam memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi sebesar 2,5 %.

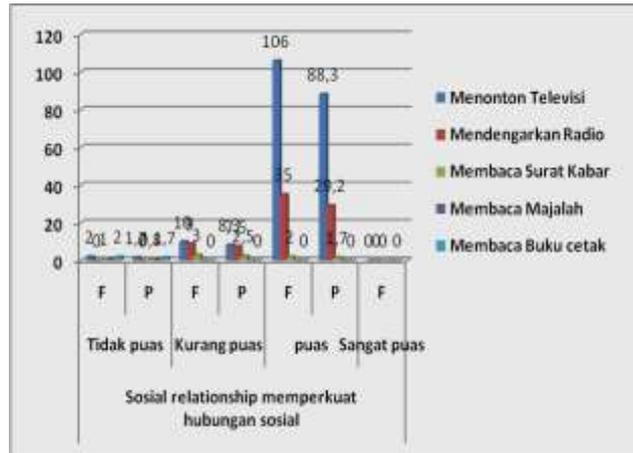


Gambar 25. Frekuensi penggunaan media

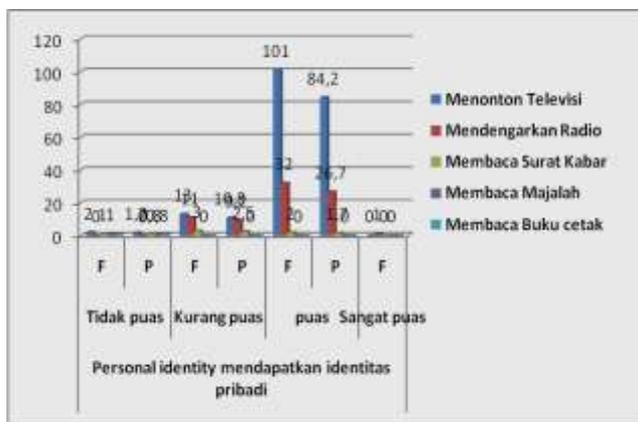
Berdasarkan gambar 25 frekuensi penggunaan media, Responden yang menyatakan puas menonton televisi, dalam memperoleh informasi variasi suasana/hiburan sebesar 84,2 %.

Responden yang menyatakan puas mendengarkan radio dalam memperoleh informasi mengenai variasi suasana/hiburan sebesar 26,7 %. Responden yang menyatakan puas membaca surat kabar dalam memperoleh informasi mengenai variasi suasana/hiburan sebesar 1,7 %.

Responden yang menyatakan kurang puas menonton televisi, dalam memperoleh informasi mengenai variasi suasana/hiburan sebesar 12,5 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio kurang puas dalam memperoleh informasi variasi suasana/hiburan sebesar 9,2 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar kurang puas dalam memperoleh informasi mengenai memperoleh variasi suasana/hiburan sebesar 2,5 %.



Gambar 27. Frekuensi penggunaan Media



Gambar 26. Penggunaan Media

Berdasarkan gambar 26, Frekuensi penggunaan media, Responden yang menyatakan puas menonton televisi, untuk mendapatkan identitas pribadi sebesar 84,2 %. Responden yang menyatakan puas mendengarkan radio untuk mendapatkan identitas pribadi sebesar 26,7 %. Responden yang menyatakan puas membaca surat kabar untuk mendapatkan identitas pribadi sebesar, 1,7 %.

Responden yang menyatakan kurang puas menonton televisi, untuk mendapatkan identitas pribadi sebesar 10,5 %. Responden yang menyatakan mendengarkan radio kurang puas untuk mendapatkan identitas pribadi sebesar 9,2 %. Responden yang menyatakan membaca surat kabar kurang puas untuk mendapatkan identitas pribadi sebesar 2,5 %. Selbihnya dapat melihat gambar 26 tersebut diatas.

Berdasarkan gambar 27 frekuensi penggunaan media, Responden yang menyatakan puas menonton televisi, untuk mendapatkan Sosial relationship memperkuat hubungan sosial sebesar 88,3 %. Responden yang menyatakan puas mendengarkan radio untuk mendapatkan sosial relationship memperkuat hubungan sosial sebesar 29,2 %. Responden yang menyatakan . puas membaca surat kabar untuk mendapatkan sosial relationship memperkuat hubungan sosial sebesar 1,7 %.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan penelitian ini ada empat faktor/aspek yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Saluran informasi lembaga pemerintah menduduki urutan pertama. Masyarakat yang menyatakan menggunakan saluran informasi lembaga pemerintah untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 49,2 %. Untuk informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 50,3 %. Saluran televisi menduduki urutan kedua. Masyarakat yang menyatakan menggunakan saluran televisi untuk informasi potensi-potensi pariwisata kelautan sebesar 40,8 %. Masyarakat yang menggunakan saluran televisi untuk informasi nilai-nilai budaya bahari sebesar 41,1 %.
2. Sebagian besar masyarakat nelayan butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan dan butuh informasi nilai-nilai budaya bahari. Sebagian kecil saja masyarakat nelayan tidak butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan dan kurang butuh informasi Nilai-nilai budaya bahari. Untuk memperoleh informasi terkait potensi-potensi pariwisata kelautan dan informasi nilai-nilai budaya bahari. lembaga pemerintah menduduki urutan pertama dan

Televisi Menduduki urutan kedua. Meskipun lembaga pemerintah sebagai saluran informasi yang pertama. Tetapi masyarakat rata-rata menyatakan, televisi menjadi sumber informasi yang utama untuk kemudahan memperoleh informasi.

maksudnya bahwa lembaga pemerintah sebagai saluran informasi yang pertama, untuk kemudahan memperoleh informasi khususnya kebudayaan kelautan, sedangkan televisi menjadi sumber informasi bukan yang pertama tapi yang utama karena televisi sudah tersedia dirumah, sehingga lebih mudah untuk memperoleh informasi tidak hanya kebudayaan kelautan tetapi berbagai informasi bisa diperoleh melalui televisi tinggal memindahkan ceneel saja informasi yang diinginkan bisa terpenuhi. Hal ini tercerver didalam grafik 21 motif penggunaan media, menonton televisi untuk pemenuhan Informasi.

3. Perilaku masyarakat nelayan dalam pencarian informasi, terkait kebudayaan kelautan dan nilai-nilai budaya bahari sebagian besar pasif (tidak melakukan pencarian). Masyarakat yang menyatakan AL (Aktif berkelanjutan) dalam pencarian informasi potensi-potensi pariwisata lebih kecil bila dibandingkan dengan masyarakat yang tidak melakukan pencarian. Sedangkan masyarakat yang lainnya PM (Pasif Menunggu) terkait informasi potensi-potensi pariwisata kelautan.

Faktor yang menjadi hambatan dalam memperoleh informasi adalah faktor biaya, penguasaan bahasa, waktu perolehan informasi yang terbatas, sehingga sebagian warga masyarakat nelayan tidak bisa menikmati tayangan atau menonton televisi ataupun mendengarkan radio karena waktunya digunakan untuk melaut.

Untuk bahasa keseharian masyarakat nelayan menggunakan bahasa daerah setempat, dikarenakan keterbatasan untuk menguasai bahasa indonesia. Dan bahasa inggeris serta bahasa asing lainnya.

4. Kepuasan penggunaan media. Sebagian besar masyarakat nelayan dalam menonton televisi dengan durasi selama 3-5 jam menyatakan puas untuk pertama; pemenuhan Informasi. Kedua; untuk memperoleh variasi suasana/hiburan ketiga; untuk memperkuat hubungan sosial. dan keempat; untuk memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi. kelima; peneguhan

kepercayaan, keenam; kebutuhan akan hiburan. Ketujuh; pengalaman yang menyenangkan.

KESIMPULAN

1. Kebutuhan informasi. Masyarakat sebagian besar menyatakan butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan dan butuh informasi nilai-nilai budaya bahari kelautan. Sebagian kecil saja menyatakan kurang butuh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan dan kurang butuh informasi nilai-nilai budaya bahari.
2. Saluran informasi. Masyarakat sebagian besar menggunakan saluran informasi melalui lembaga pemerintah untuk memperoleh informasi terkait potensi-potensi pariwisata kelautan dan sebagian besar masyarakat menggunakan saluran informasi melalui lembaga pemerintah untuk informasi nilai-nilai budaya bahari. Televisi menduduki urutan kedua. Sebagai saluran informasi yang digunakan oleh Masyarakat nelayan untuk memperoleh informasi potensi-potensi pariwisata kelautan dan informasi nilai-nilai budaya bahari. Meskipun lembaga pemerintah sebagai saluran informasi yang pertama. Di bidang kelautan. Tetapi masyarakat rata-rata menyatakan, televisi menjadi sumber informasi yang utama untuk kemudahan memperoleh informasi maksudnya bahwa lembaga pemerintah sebagai saluran informasi yang pertama, untuk kemudahan memperoleh informasi khususnya kebudayaan kelautan, sedangkan untuk televisi karena sudah tersedia dirumah lebih mudah untuk memperoleh informasi tidak hanya kebudayaan kelautan tetapi berbagai informasi bisa diperoleh melalui televisi tinggal mindahkan ceneel saja informasi apa yang dibutuhkan bisa terpenuhi.
3. Prilaku pencarian informasi, untuk nilai-nilai budaya bahari masyarakat sebagian besar menyatakan pasif mencari dan sebagian besar aktif berkelanjutan mencari informasi potensi-potensi pariwisata kelautan. Sebagian kecil masyarakat menyatakan pasif menunggu terkait informasi potensi-potensi pariwisata kelautan. Tujuan pencarian informasi terkait kebudayaan kelautan. Untuk memperoleh pengetahuan baru dan untuk meningkatkan pengetahuan.
4. Kepuasan motif penggunaan media, oleh masyarakat menonton televisi dengan durasi selama 3-5 jam menyatakan puas untuk pertama; pemenuhan kebutuhan informasi. Kedua; untuk memperoleh variasi suasana/hiburan. Ketiga;

untuk memperkuat hubungan sosial. Keempat; untuk memperoleh informasi mengenai apa yang terjadi. Kelima; peneguhan kepercayaan. Keenam; kebutuhan akan hiburan. Ketujuh; pengalaman yang menyenangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, (2006). Sosiologi komunikasi, Jakarta, Kencana, Prenada Media.
- Godam. (2006). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow/Abraham Maslow (terhubung berkala).
- Koentjaraningrat. (1990). Metode-metode Penelitian Masyarakat. Jakarta : Pustaka Jaya
- Organisasi. Org/teori_kebutuhan_maslow_abraham maslow_ilmu_ekonomi (23 September 2012)
- Rahmat, jalaluddin, (2008). Psikologi Komunikasi CV, Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). Psikologi Komunikasi, Cetakan Keduabelas. Bandung PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. (2005). Psikologi komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, (2009). TEORI KOMUNIKASI Theories of Human Communication. Penerbit Salemba Humanika.
- Singarimbun Masri dan Sofian Effendi, (1989). Metode Penelitian Survei, Penerbit LP3S
- Severin Werner J- Tankard James W. (2005). Teori Komunikasi, Prenada Jakarta.

Literatur Pendukung

- See more at:

<http://www.pamekasankab.go.id/Komunikasi#sthash.NtOQUxMZ.dpuf>