

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Efektivitas

Efektivitas merupakan faktor penting yang harus diwujudkan oleh setiap lembaga agar dimasa akan datang dapat berkembang dan mampu melaksanakan seluruh tugas dan fungsinya secara baik. Lemah atau rendahnya efektivitas dalam organisasi merupakan indikasi kegagalan organisasi dalam mewujudkan mekanisme dan prosedur kerja yang ditetapkan.

Malayu SP. Hasibuan (2001:9) menyatakan bahwa efektivitas adalah penyelesaian pekerjaan secara tepat pada waktu yang ditetapkan. Sedangkan efektivitas menurut Soewarno Handyaningrat (2000:16) dimaksud dengan efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.2 Tinjauan Tentang Jenis-jenis Situs

Seiring bertambahnya jumlah pengguna internet di dunia, para pengembang website pun semakin kreatif dalam membuat websitenya. Jenis situs sendiri saat ini sudah beragam dan mempunyai fungsi dan fitur nya masing-masing.

Jenis jenis website berdasarkan sifatnya adalah:

1. Website Dinamis, merupakan website yang contentnya dapat berubah setiap saat. Contoh dari website dinamis ini antara lain adalah wikipedia, detik, tokobagus dan blog tentang internet marketing ini. Faktor utama yang membuat sebuah web menjadi dinamis adalah Content Management System. Dengan adanya CMS ini, siapapun yang memiliki akses ke administrator website dapat mengupdate contentnya dengan sangat mudah.
2. Website Statis, merupakan website yang jarang sekali dirubah karena memang tidak diperlukan perubahan yang sangat sering. Contohnya adalah website company profile dan website profil organisasi. Website statis seringkali juga berfungsi hanya sebagai brosur atau kartu nama digital perusahaan.

Selain sifat, biasanya jenis website juga dibedakan berdasarkan fungsi utamanya. Selanjutnya dibawah ini adalah jenis-jenis website apabila dibedakan berdasarkan fungsinya:

1. Search Engine.

Website Search Engine adalah website yang menyediakan layanan mesin pencari. Fungsi dari website ini adalah sebagai pencari website lain. Contohnya adalah Google, dan Yahoo!.

2. Blog.

Blog ini bisa dibilang catatan harian dari pemilik website. Isi yang tercantum di blog ini biasanya berupa cerita atau pemikiran-pemikiran. Fungsi dari situs ini adalah publikasi artikel / content yang berfokus pada manajemen artikel. Contohnya adalah blog ini.

3. Networking.

Contoh dari website networking ini adalah facebook dan twitter, dimana website

menyediakan fasilitas untuk para member agar dapat berinteraksi dengan member yang lain.

4. Situs Komunitas

Website jenis ini sebenarnya mirip dengan website networking, namun lebih berfokus pada kemampuan para member untuk berdiskusi maupun bertukar informasi dan pemikiran. Salah satu situs komunitas yang cukup terkenal di Indonesia adalah KASKUS.

5. News.

Situs jenis ini berfungsi untuk mengelola dan mempublikasikan berita kepada para pengunjung di internet. Website berita yang paling banyak pengunjungnya di Indonesia sekarang ini adalah detik, tempo, dan lain-lain.

6. Gallery.

Fungsinya adalah menyediakan fasilitas publikasi foto dan gambar secara online, mengelolanya, kemudian mempublikasikannya. Contoh website gallery adalah picasa.

7. Multimedia.

Contoh website multimedia, dimana kita dapat melakukan streaming untuk video, maupun audio tanpa mengunduhnya terlebih dahulu. Untuk mengakses situs seperti ini akan diperlukan internet dengan kecepatan koneksi yang cukup tinggi. Youtube adalah salah satu dari sekian banyak contoh website multimedia.

8. E-Learning.

Biasanya situs ini dimanfaatkan oleh organisasi pendidikan untuk menyediakan fasilitas belajar melalui internet. Pembelajaran dapat menjadi interaktif dengan adanya website e-learning ini. Contohnya adalah website-website universitas.

9. E-Commerce.

Website E-Commerce adalah yang paling boom-ing sekarang ini. Website jenis ini berperan sebagai toko virtual dimana para pengunjung dapat melakukan aktivitas dimulai dari melihat-lihat hingga membeli barang yang mereka inginkan. Contoh website E-Commerce yang paling terkenal adalah E-Bay.

2.2.1 Tinjauan Tentang Unsur-unsur Situs

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). Untuk menyediakan sebuah situs/ *website*, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya, adalah sebagai berikut:

1. Nama domain (*Domain name/ URL – Uniform Resource Locator*)

Nama domain atau biasa disebut dengan *Domain Name* atau *URL* adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet.

Nama domain diperjualbelikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan.

Setelah Nama Domain itu terbeli di salah satu penyedia jasa pendaftaran, maka pengguna disediakan sebuah kontrol panel untuk administrasinya. Jika pengguna lupa/ tidak memperpanjang masa sewanya, maka nama domain itu akan di lepas lagi ketersediaannya untuk umum. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/ akhiran sesuai

dengan kepentingan dan lokasi keberadaan website tersebut. Contoh nama domain ber-ekstensi internasional adalah com, net, org, info, biz, name, ws. Contoh nama domain ber-ekstensi lokasi Negara Indonesia adalah :

- .co.id : Untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah
- .ac.id : Untuk Lembaga Pendidikan
- .go.id : Khusus untuk Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia
- .mil.id : Khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia
- .or.id : Untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori “ac.id”, “co.id”, “go.id”, “mil.id” dan lain lain
- .war.net.id : untuk industri warung internet di Indonesia
- .sch.id : khusus untuk Lembaga Pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMU
- .web.id : Ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di World Wide Web.

2. Rumah tempat website (Web hosting)

Web Hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar, video, data email, statistik, database dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa/dipunyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website.

Web Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Pengguna akan memperoleh kontrol panel yang terproteksi dengan username dan password untuk administrasi websitenya.

Besarnya hosting ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB (*Mega Byte*) atau GB

(*Giga Byte*). Lama penyewaan web hosting rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa web hosting yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun Luar Negeri. Lokasi peletakan pusat data (*datacenter*) web hosting bermacam-macam. Ada yang di Jakarta, Singapore, Inggris, Amerika, dll dengan harga sewa bervariasi.

3. Bahasa Program (Scripts Program).

Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat website semakin dinamis, dan interaktif serta terlihat bagus.

Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas website. Jenis jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer website antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java applets, XML, Ajax dsb. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs.

Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, email, mailing list dan lain sebagainya yang memerlukan update setiap saat.

4. Desain website.

Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa

program (scripts program), unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website.

Untuk membuat website biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa website designer. Saat ini sangat banyak jasa web designer, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer. Semakin banyak penguasaan web designer tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa web designer ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas designer. Program-program desain website salah satunya adalah Macromedia Firework, Adobe PHotoshop, Adobe Dreamweaver, Microsoft Frontpage, dll.

5. Program transfer data ke pusat data.

Para web designer mengerjakan website dikomputernya sendiri. Berbagai bahasa program, data informasi teks, gambar, video, dan suara telah menjadi file-file pendukung adanya website. File tersebut bisa dibuka menggunakan program penjelajah (*browser*) sehingga terlihatlah sebuah website utuh di dalam komputer sendiri (*offline*). Tetapi file-file tersebut perlu untuk diletakkan di rumah hosting versi online agar terakses ke seluruh dunia. Pengguna akan diberikan akses FTP (*File Transfer Protocol*) setelah memesan sebuah web hosting untuk memindahkan file-file *website* ke pusat data *web hosting*. Untuk dapat menggunakan FTP diperlukan sebuah program FTP, misalnya WS FTP, Smart FTP, Cute FTP, dll. Program FTP ini banyak ditemui di internet dengan status

penggunaan gratis maupun harus membayar. Para web *designer* pun dapat menggunakan fasilitas FTP yang terintegrasi dengan program pembuat *website*, misal *Adobe Dreamweaver*.

6. Publikasi *website*.

Keberadaan website tidak ada gunanya dibangun tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk. Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi.

Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamlet-pamlet, selebaran, baliho, kartu nama dan lain sebagainya tapi cara ini bisa dikatakan masih kurang efektif dan sangat terbatas. Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif dengan tak terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui search engine-search engine (mesin pencari, spt : Yahoo, Google, MSN, Search Indonesia, dsb).

Cara publikasi di search engine ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di *search engine* terkenal seperti Yahoo atau Google. Cara efektif publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus sedikit mengeluarkan akan tetapi situs cepat masuk ke search engine dan dikenal oleh pengunjung.

2.3 Media *Online* (Media Baru)

Perkembangan media komunikasi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan cepat, karena munculnya sebuah media komunikasi baru yaitu internet sebagai media *online*. Internet adalah bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon (Burhan, 2008:135).

Awalnya, media *online* mulai memasuki kebudayaan komunikasi massa pada pertengahan tahun 1990-an di Amerika Serikat. Media *online* digunakan sebagai sarana menyebarkan foto pribadi dan media lain dengan teman dan keluarga, mem-*posting* portofolio, mengekspresikan opini atau observasi, menyiarkan produksi/ciptaan sendiri yang menghibur, serta menghasilkan uang dari internet (Perebinossoff, 2005). Hanya dengan bermodal perangkat komputer sederhana dan koneksi internet yang ke depan akan lebih murah, orang bisa mengakses informasi pendidikan dan kerja, berita bisnis sains, filsafat dan perkembangan situasi terkini di berbagai belahan dunia.

Penemuan teknologi internet seolah mewujudkan konsep yang dikemukakan oleh McLuhan pada tahun 1960-an lalu tentang *global village* (terjemahan perkampungan sedunia). Istilah *global village* tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi dunia yang mana pengaruh teknologi komunikasi telah menghilangkan sekat-sekat geografis dan mengatasi keterpisahan jarak, sehingga dunia seakan menjadi satu perkampungan besar. Keberadaan internet saat ini telah menyatukan heterogenitas umat manusia di seluruh dunia dalam suatu jaringan komunikasi global. Dengan teknologi internet, jarak ribuan kilometer ataupun perbedaan waktu tidak lagi menjadi halangan untuk berkomunikasi dan menjalin interaksi (<http://nurriest.blogdrive.com/>).

2.3.1 Tinjauan Tentang *Thread*

Pengertian tentang *Thread* menurut *Oxford Dictionary* (2003:450) adalah *line of thought connecting part of a story* (barisan gagasan yang menghubungkan bagian dari cerita). Sedangkan

menurut kamus besar bahasa Indonesia, pengertian dari *Thread* adalah sebuah wadah yang digunakan untuk membicarakan kepentingan bersama pada suatu kategori tertentu. Apabila kita kaitkan dengan pengertian dari internet atau media *online*, maka pengertian dari tentang *Thread* adalah sebuah wadah yang digunakan untuk membicarakan kepentingan bersama namun dilakukan secara *online*, dengan kata lain, pembicaraan yang dilakukan antar sesama anggotanya tidak dilakukan secara langsung atau tatap muka, melainkan dengan menggunakan media yang disebut dengan media *online*.

2.4 Konsep Informasi

Secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang. Untuk memperoleh informasi yang berguna, tindakan yang pertama adalah mengumpulkan data, kemudian mengolahnya sehingga menjadi informasi. Dari data-data tersebut informasi yang didapatkan lebih terarah dan penting karena telah dilalui berbagai tahap dalam pengolahannya diantaranya yaitu pengumpulan data, data apa yang terkumpul dan menemukan informasi yang diperlukan. George R. Terry, Ph. D. menjelaskan, berguna atau tidaknya informasi tergantung pada beberapa aspek, yaitu :

- a. Tujuan si penerima

Apabila informasi itu tujuannya untuk memberikan bantuan maka informasi itu harus membantu si penerima dalam usahanya untuk mendapatkannya.

- b. Ketelitian penyampaian dan pengolahan data

penyampaian dan mengolah data, inti dan pentingnya info harus dipertahankan.

c. Waktu

Informasi yang disajikan harus sesuai dengan perkembangan informasi itu sendiri.

d. Ruang dan tempat

Informasi yang didapat harus tersedia dalam ruangan atau tempat yang tepat agar penggunaannya lebih terarah bagi si pemakai.

e. Bentuk

Dalam hubungannya bentuk informasi harus disadari oleh penggunaannya secara efektif, hubungan-hubungan yang diperlukan, kecenderungan-kecenderungan dan bidang-bidang yang memerlukan perhatian manajemen serta menekankan informasi tersebut ke situasi-situasi yang ada hubungannya.

f. Semantik

Agar informasi efektif informasi harus ada hubungannya antara kata-kata dan arti yang cukup jelas dan menghindari kemungkinan salah tafsir.

Jelaslah bahwa agar informasi itu menjadi berguna harus disampaikan kepada orang yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam bentuk yang tepat pula. Tidak semua data merupakan informasi. Ada kantor-kantor yang menyimpan data-data atau catatan yang sebenarnya tidak ada gunanya. Sebaliknya informasi yang diperlukan dilengkapi dengan data (<http://blog.re.or.id/definisi-informasi-2.htm>).

2.4.1 Indikator Informasi Berkualitas

Informasi yang berkualitas (memiliki nilai bagi pengambilan keputusan), menurut James A Senn, memiliki karakteristik/ciri-ciri sebagai berikut :

a. Akurat: bebas darikesalahan, tidak bias/menyesatkan, jelas mencerminkan maksudnya.

- b. Bentuk: kualitatif atau kuantitatif, numerical atau berupa grafik, ringkas atau rinci.
- c. Frekuensi: seberapa sering informasi dibutuhkan, dikumpulkan, atau dihasilkan
- d. Kelebarannya: ruang lingkup, meliputi berbagai bidang atau hanya satu bidang saja.
- e. Asal: informasi berasal dari dalam atau luar perusahaan/organisasi.
- f. Orientasi waktu: informasi dapat berorientasi pada masa lalu, masa kini, dan masa mendatang.
- g. Tepat pada waktunya: informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan tidak boleh terlambat, keterlambatan dapat mengakibatkan informasi tidak mempunyai nilai lagi.
- h. Relevan: mempunyai manfaat untuk digunakan sebagaimana mestinya, sesuai peruntukannya.
- i. Lengkap: mengandung semua data penting yang dibutuhkan pengguna informasi.
- j. Ekonomis: informasi yang dihasilkan melalui proses yang ekonomis
- k. Sederhana: informasi sebaiknya tidak terlalu kompleks, tidak bertele-tele, sehingga memudahkan penentuan prioritas.
- l. Dapat dibuktikan: informasi harus dapat dibuktikan, dapat dicek kebenarannya.

2.5 Konsep Kepuasan

Setiap orang yang menggunakan suatu media pasti mengharapkan untuk mendapatkan kepuasan dari media tersebut. Jika kepuasan itu sudah didapat, tentu mereka akan selalu menggunakan media tersebut dan tentunya akan menghabiskan waktunya dengan mengonsumsi isi media

tersebut. Setelah menggunakan media massa tersebut akan timbul hubungan antara individu yang mengkonsumsi isi media tersebut dengan media massa.

Bila timbul rasa puas, maka dapat dikatakan antar keduanya telah terjalin hubungan positif. Namun sebaliknya, akan timbul hubungan yang negative bila individu tersebut merasa tidak puas karena mereka tidak mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginannya.

2.6 User/ Pengguna

User/ pengguna internet adalah perorangan yang telah terdaftar untuk menggunakan *network*. *User*, tingkatannya berbeda di bawah *supervisor*. *User*, memiliki sebuah id yang sudah terdaftar di situs tersebut dengan cara mengisi form pendaftaran pada saat *register/ sign up*. *User* mempunyai beberapa keterbatasan yang memang sengaja dibuat oleh *supervisor* dan dimungkinkan oleh *netware*. Misalnya, seorang *user* sengaja tidak diperkenankan melihat atau menggunakan *file* yang berada disuatu *directory* yang berisis informasi rahasia (misalnya nilai mahasiswa dan data keuangan)

Seorang *user* ada kalanya diberi kepercayaan penuh oleh *supervisor* untuk mewakilinya pada saat tertentu sehingga wewenangnya dalam *network* sama dengan *supervisor* termasuk mengubah *password supervisor*. Apabila demikian halnya maka apapun dapat dilakukan oleh *supervisor* dapat dilakukan pula oleh *user* ini. Oleh karena itu seorang *supervisor* yang pernah memberi kepercayaan semacam ini seyogyanya mengubah kembali *password* dan mencabut wewenang pada saat tugas *user* untuk menggantikan *supervisor* sudah selesai.

Biasanya seorang *user* dibuatkan sebuah *Home directory* oleh *supervisor*, yaitu satu *directory* yang sudah dipetakan oleh *supervisor* yang sesudah seorang *user* melakukan *login*, kemudian

secara otomatis berpindah ke *directory* tersebut sebagai tempat menyimpan *file* data, surat menyurat, dan lain-lain (Daryanto, 2010:72-73).

2.6.1 Anggota/ Member Situs Komunitas

Dalam sebuah forum pada situs komunitas, seseorang tidak harus mengirim pesan dalam bentuk surat, ia akan mengirimnya dalam bentuk *postingan* yang bisa langsung muncul di dalam *website* forum pada situs komunitas tersebut. Sebelum bisa saling menulis *postingan* di dalam sebuah forum situs komunitas, kita perlu mendaftar dahulu di situs tersebut, kita membuat sebuah profil (akun) baru dalam situs tersebut, kemudian bergabung dan bebas membaca serta menulis pesan (*postingan*).

Untuk menjadi anggota pada sebuah situs komunitas biasanya tidak dipungut biaya sepeser pun, hanya saja bila ingin menjadi donatur yang harus membayar 30.000 rupiah untuk 1 bulan, 80.000 rupiah untuk 3 bulan, 150.000 rupiah untuk 6 bulan, dan 300.000 rupiah selama setahun. Dengan menjadi donatur anggota tersebut diberi keuntungan yang lebih di bandingkan hanya anggota biasa.

2.7 Tinjauan Tentang Model *Uses and Gratifications*

Karena peneliti berusaha untuk mengetahui bagaimana efektivitas *Thread* terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna, maka penelitian ini memakai teori yang terdapat dalam komunikasi massa, yaitu teori *uses and gratifications*.

Model *uses and gratifications* memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif, dalam hal ini perhatian bergeser dari proses pengiriman pesan ke proses penerimaan pesan. Pendekatan *uses and gratifications* mempersoalkan apa yang dilakukan orang pada media, yakni menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya.

Teori dan pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili keseluruhan proses komunikasi, karena sebagian besar perilaku audience hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (needs) dan kepentingan (interest) mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media). Pendekatan *uses and gratifications* memberikan alternatif untuk memandang pada hubungan antara isi media dan *audience*, dan pengkategorian isi media menurut fungsinya. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media (Rakhmat, 1999: 66).

Sebagai khalayak aktif, pendekatan *uses and gratifications* mencoba menjelaskan bahwa pada hakikatnya individu menggunakan media untuk memperoleh kepuasan kebutuhan, keinginan, dan kepentingannya. Inilah yang disebut kepuasan media (media gratification). Adapun tiga pembentukan dasar dari teori ini yang ada kaitannya dengan penelitian ini adalah dimensi waktu, dimensi isi, dan dimensi tampilan. Teori ini juga terkait dengan penelitian ini yaitu efektivitas *Thread* terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna. Sehingga memudahkan anggotanya untuk saling berinteraksi, mendapat serta memberi informasi.

Dari hal-hal diatas maka efektivitas *Thread* terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna dapat dikategorikan menjadi 3 indikator yaitu :

- a. Dimensi waktu: ketepatan waktu, tingkat kemutakhiran, orientasi waktu

- b. Dimensi isi: keakuratan, relevansi, kelengkapan, keringkasan/kelugasan, cukupan, dan disampaikan dengan baik.
- c. Dimensi tampilan: kejelasan, kerincian, urutan, presentasi, dan media penyajian.

2.8 Kerangka Pikir

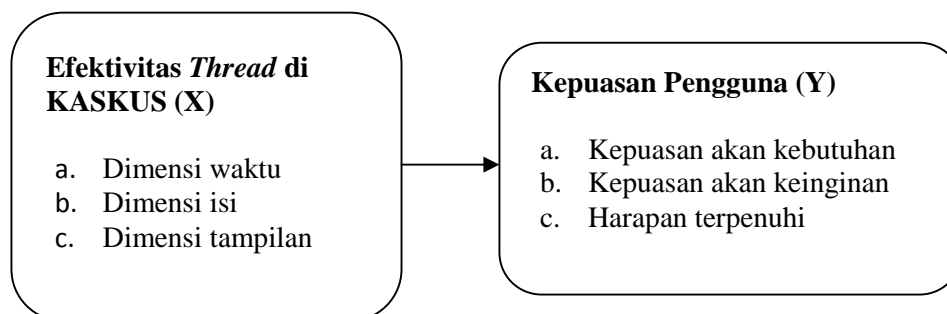
Keberadaan media massa pada abad ini menandai semakin kompleksnya kehidupan dan kebutuhan seseorang. Bila dahulu, kebutuhan masyarakat akan informasi hanya dapat dipenuhi oleh teknologi audio visual seperti televisi dan radio, kini telah hadir teknologi informasi yang lebih modern dan canggih bernama internet.

Penemuan teknologi internet semakin memudahkan anggota suatu kelompok untuk berkomunikasi dengan anggota lainnya pada jarak yang sangat jauh. Melalui teknologi internet ini, berita dapat ditampilkan dengan cara yang sangat ringkas dan sangat mudah untuk disebarkan ke seluruh penjuru dunia seperti misalnya sosial media, *website* (www), *e-mail*, *forum online*, *mailing list*, dan lain-lainnya.

Media internet atau media *online* ini, pada penggunaannya dapat digunakan dalam banyak hal dalam proses pertukaran informasi, salah satunya dalam perkembangan dari media *online* tersebut adalah adanya forum *online* pada salah satu *website* yang memungkinkan anggota didalamnya untuk memberikan informasi yang cepat karena berbentuk digital jadi mudah untuk di-*update*. Dalam penelitian ini, yang akan penulis teliti adalah efektivitas *Thread* pada situs komunitas yang digunakan anggotanya untuk berbagi dan mencari informasi terhadap kepuasan pengguna dalam mendapatkan informasi.

Untuk mengukur seberapa besar efektivitas *thread* pada situs KASKUS terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna dibagi menjadi 3 indikator yaitu: (1) dimensi waktu, (2) dimensi isi, dan (3) dimensi tampilan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan penggunaannya sebagai variabel terikat dibagi menjadi tiga indikator, yaitu: (1) kepuasan akan kebutuhan, (2) kepuasan akan keinginan, dan (3) kepuasan akan harapan. Berikut ini adalah bagan kerangka pikir efektivitas bagian dari situs komunitas tertentu terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna

Bagan 1. Bagan Kerangka Pikir



2.9 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H₀ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara efektivitas *Thread* terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna.

H₁ : Ada pengaruh yang signifikan antara efektivitas *Thread* terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi pengguna.

