

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan data hasil objek penelitian dengan perangkat yang telah ditentukan yaitu perangkat analisis regresi linier dengan menggunakan teori *uses and gratifications*. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling* sehingga jumlah responden dalam penelitian ini adalah 60 orang, yang terdiri dari civitas akademik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

#### 5.1.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui valid tidaknya instrumen penelitian. Dengan kata lain tujuan uji validitas agar diperoleh instrumen penelitian yang valid, dengan demikian instrumen penelitian tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur.

**Tabel 1. Nilai Indeks Validitas**

No. Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,458	Valid
2	0,423	Valid
3	0,776	Valid
4	0,735	Valid
5	0,672	Valid
6	0,554	Valid
7	0,438	Valid
8	0,483	Valid
9	0,494	Valid
10	0,492	Valid
11	0,511	Valid
12	0,573	Valid
13	0,672	Valid
14	0,661	Valid
15	0,539	Valid
16	0,430	Valid
17	0,588	Valid
18	0,424	Valid
19	0,395	Valid
20	0,653	Valid
21	0,444	Valid
22	0,690	Valid
23	0,406	Valid
24	0,540	Valid
25	0,492	Valid
26	0,511	Valid
27	0,573	Valid
28	0,766	Valid

Sumber : Data primer, 2010 (lihat lampiran)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid, artinya dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pertanyaan-pertanyaan dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai koefisien korelasi di atas nilai r tabel. Dimana dengan responden sebanyak 30 orang r tabelnya adalah 0,361.

### 5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Valid

Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan rumus alpha dengan bantuan program SPSS versi 17.0. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 2. Alpha Variabel X**

Alpha Cronbach	N of Items	N of Cases
0,808	5	30

Sumber : Data primer, 2010

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas untuk variabel X yang diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach adalah 0,808 ( $> r$  tabel). Hal ini berarti alat ukur yang digunakan adalah reliabel atau instrumen tersebut dapat dipercaya atau diandalkan untuk mengukur gejala yang sama.

**Tabel 3. Alpha Variabel Y**

Alpha Cronbach	N of Items	N of Cases
0,889	23	30

Sumber : Data primer, 2010

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas untuk variabel Y yang diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach adalah 0,889 ( $> r$  tabel). Hal ini berarti alat ukur yang digunakan adalah reliabel atau instrumen tersebut dapat dipercaya atau diandalkan untuk mengukur gejala yang sama.

### 5.1.3 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini responden adalah anggota *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) yang berjumlah 60 orang. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai responden dalam penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka karakteristik responden dibagi berdasarkan umur dan jenis kelamin. Pada tabel-tabel berikut dapat dilihat karakteristik responden:

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
20	6	10,0
21	7	11,7
22	11	18,3
23	14	23,3
24	13	21,7
25	2	3,3
26	7	11,7
<b>Jumlah</b>	60	100

Sumber: Data primer diolah dari hasil penelitian, 2010

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak berumur 23 tahun, yaitu sebanyak 14 orang atau 23,3%, dan paling sedikit adalah responden yang berumur 25 tahun (2 orang atau 3,3 %), sisanya adalah umur 20 tahun (6 orang atau 10,0%), 21 tahun (7 orang atau 11,7%), 22 tahun (11 orang atau 18,3%), 24 tahun (13 orang atau 21,7%) dan responden yang berumur 26 tahun sebanyak 7 orang atau hanya 11,7% dari total responden.

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Perempuan	37	61,7
Laki-laki	23	38,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah dari hasil penelitian, 2010

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak apabila dibandingkan dengan responden laki-laki, yaitu sebanyak 37 responden perempuan (61,7 %) dan 23 responden laki-laki (38,3 %).

#### **5.1.4 Hasil Penelitian Penggunaan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) (Variabel X)**

Penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam penelitian ini adalah responden sebagai komunikan menerima pesan dalam *milis* tersebut yang sesuai dengan pemenuhan kebutuhan mereka dalam mendapatkan maupun memberikan informasi.

Untuk mengetahui gambaran yang jelas mengenai penggunaan *milis* tersebut, peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden berdasarkan indikator-indikator penggunaan *milis* tersebut. Indikatornya adalah sebagai berikut: tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut,

tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu.

#### 5.1.4.1 Tingkat Penggunaan Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam 1 bulan Terakhir

Tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam penelitian ini menunjukkan tingkat keseringan atau berapa kali responden menggunakan *milis* tersebut dalam 1 (satu) bulan terakhir. Berikut dapat dilihat distribusi tingkat penggunaan responden menggunakan *milis* tersebut dalam 1 (satu) bulan terakhir dari tabel di bawah ini:

**Tabel 6. Tingkat Penggunaan Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam 1 Bulan Terakhir**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
>5 kali per- bulan	24	40,0
3-5 kali per- bulan	28	46,7
<3 kali per- bulan	8	13,3
<b>Jumlah</b>	60	100

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 1), 2010

Dari tabel 6, sebanyak 28 (46,7%) responden menyatakan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dengan tingkat penggunaan 3-5 kali per- bulan, 24 orang (40,0%) responden menyatakan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dengan tingkat penggunaan >5 kali per- bulan, dan 8 (13,3%) responden menyatakan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dengan tingkat penggunaan <3

kali per- bulan. Dari data tabel di atas dapat kita ketahui bahwa mayoritas responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebanyak 3-5 kali per- bulan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) tiap bulannya termasuk kategori sedang.

**Tabel 7. Tingkat Aktifitas Membuka *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Ketika Pertama Kali Mengakses Internet**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sering (> 5 kali)	35	58,3
Cukup sering (3-5kali)	22	36,7
Jarang (< 3 kali)	3	5,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 2), 2010

Dari tabel 7, dapat diketahui bahwa sebanyak 35 (58,3%) responden menyatakan sering (>5 kali) membuka *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) ketika pertama kali mengakses internet, 22 (36,7%) responden menyatakan cukup sering (3-5 kali), dan hanya 3 (5,0%) responden yang menyatakan jarang (<3 kali) membuka *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) ketika pertama kali mengakses internet. Dari data pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas responden membuka *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) ketika pertama kali mengakses internet, cukup tinggi, yaitu sebanyak 35 responden atau 58,3%. Hal ini pertanda bahwa para responden tertarik mengakses *milis* tersebut.

Setelah mengetahui intensitas responden membuka *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) ketika pertama kali mengakses internet, selanjutnya akan dilihat Intensitas Waktu yang dibutuhkan setiap kali menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 8. Intensitas Waktu yang Dibutuhkan Setiap Kali Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
> 2 jam	23	38,3
1-2 jam	27	45,0
< 1 jam	10	16,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 3), 2010

Dari tabel 8, terlihat bahwa sebanyak 27 (45,0%) responden menjawab cukup lama (1-2 jam) untuk mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), 23 (38,3%) responden menjawab lama (> 2 jam), dan hanya 10 (16,7%) responden yang menjawab membutuhkan waktu yang sebentar (< 1 jam) untuk mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi. Dari data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 45,0% cukup lama (1-2 jam).

Setelah mengetahui intensitas waktu yang dibutuhkan setiap kali menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya akan dilihat tingkat aktifitas mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sering mengganggu aktifitas lain sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 9. Tingkat Aktifitas Mengakses *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Sering Mengganggu Aktifitas Lain**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Perse ntase (%)</b>
Sering (> 5 kali)	27	45,0
Cukup sering (3-5kali)	25	41,7
Jarang (< 5 kali)	8	13,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 4), 2010

Dari tabel 9, dapat diketahui bahwa sebanyak 27 (45,0%) responden menyatakan mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sering (>5 kali) mengganggu aktifitas lain, 25 (41,7%) responden menyatakan cukup sering (3-5 kali), dan 8 (13,3) responden yang menyatakan mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) jarang (<3 kali) mengganggu aktifitas lain. Dari data pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas responden mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sering mengganggu aktifitas yang lain, yaitu sebanyak 45,0% dari total responden yang ada. Kemudahan mengakses *milis* lewat *handphone* dapat menyebabkan hal ini terjadi, misalnya ketika jam kerja, anggota *milis* tersebut secara diam-diam mengakses *milis* untuk mengetahui berita terbaru dari *milis* tersebut

Setelah mengetahui penerimaan responden mengenai tingkat aktifitas mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sering mengganggu aktifitas lain, selanjutnya akan dilihat penerimaan tingkat aktifitas mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas

Lampung (Unila) sampai lupa waktu sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 10. Tingkat Aktifitas Mengakses *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Sampai Lupa Waktu**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sering (> 5 kali)	3	5,0
Cukup sering (3-5 kali)	24	40,0
Jarang (<3 kali)	33	55,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 5), 2010

Dari tabel 10, sebanyak 33 (55,0%) responden menyatakan jarang (<3 kali) mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sampai lupa waktu, sebanyak 24 (40,0%) responden menyatakan cukup sering (3-5 kali) mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sampai lupa waktu, dan hanya 3 (5,0%) responden yang menyatakan sering (>5 kali) mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sampai lupa waktu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab jarang mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sampai lupa waktu. Responden dapat mendapat maupun memberikan informasi melalui *milis* tersebut yang membuat mereka betah berlama-lama mengakses *milis* tersebut, namun hal tersebut tidak terjadi pada responden dalam penelitian ini. Hal tersebut dapat dilihat dari angka mayoritas yang menyatakan jarang mengakses *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sampai lupa waktu.

Beragam isi pesan yang terdapat dalam *milis* tersebut dapat membuat para anggotanya reala menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengakses *milis* tersebut. Hal ini tidak terjadi pada para responden dalam penelitian ini. Hal tersebut terlihat dari tabel jawaban responden di atas.

#### 5.1.4.2 Analisis Kategori Frekuensi Pada Penggunaan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)

Untuk mengetahui frekuensi pada penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), berdasarkan total skor yang diperoleh oleh masing-masing responden pada kuesioner nomor 1-5, dapat ditentukan kelas intervalnya dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{Nt - Nr}{K}$$

Diketahui:

NT (Nilai Tertinggi) : 15

NR (Nilai Terendah) : 5

K (Klas/Interval) : 3

Maka:  $I$  (Interval Klas) =  $\frac{15 - 5}{3}$

$I = 3,33$  dibulatkan menjadi 3

Setelah diketahui interval klasnya, maka disusun kategori:

- 11 kategori tinggi
- 8-10 kategori sedang
- 5-7 kategori rendah

Setelah tabel skor variabel penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) disesuaikan dengan kategori di atas, maka variabel penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11. Analisis Kategori Frekuensi Penggunaan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Kategori Jawaban</b>	<b>Rentang</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tinggi	11	37	61,7
Sedang	8-11	17	28,3
Rendah	5-7	6	10
<b>Jumlah</b>		60	100

Sumber: Data primer diolah dari hasil penelitian, 2010

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 37 (61,7%) responden dari 60 orang responden menjawab pertanyaan tentang frekuensi tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu pada kategori tinggi. Sedangkan 17 (28,3%) responden menyatakan bahwa tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas

mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu pada kategori sedang. Kemudian 6 (10%) responden menyatakan bahwa tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu pada kategori rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab pertanyaan tentang tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu adalah dalam kategori yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu lebih dari separuh (61,7%) responden memiliki frekuensi yang sedang dalam tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu

aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu.

#### **5.1.5 Hasil Penelitian Efektivitas Penggunaan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Sebagai Media Komunikasi Anggotanya (Variabel Y)**

Efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggotanya dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi.

##### **5.1.5.1 Pembentukan Kognisi**

Pembentukan kognisi pada responden adalah tingkat responden mulai memperhatikan *milis* Jurusan Ilmu komunikasi Universitas Lampung (Unila). Pengkategorian penilaian responden terhadap isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dapat dikatakan menarik dan kesukaan responden terhadap isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dapat dikatakan responden menyukai isi pesan yang ada dalam *milis* jika isi pesan yang ada dalam *milis* memang sesuai dengan kebutuhan informasi anggotanya baik dari segi keaktualan maupun manfaat pesan yang ada dalam *milis* untuk anggota. Untuk mengetahui tingkat perhatian responden akan pengetahuan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), manfaat adanya *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), pengetahuan responden tentang isi pesan

dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), pemahaman responden tentang isi pesan dalam *milis* Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), penilaian responden terhadap isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), kesukaan responden terhadap isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), keaktualan isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), penyebaran informasi yang dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), maupun pengetahuan responden tentang adanya *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) membuat Informasi yang disampaikan lebih dimengerti oleh anggotanya, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 12. Pengetahuan Responden Tentang *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tahu	26	43,3
Cukup tahu	23	38,3
Tidak tahu	11	18,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 6), 2010

Dari data tabel 12 dapat diketahui bahwa tingkat pengetahuan tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) oleh responden, yaitu sebanyak 26 orang (43,3%) adalah tahu, sebanyak 23 orang atau 38,3% responden menyatakan cukup tahu, dan sebanyak 11 (18,3%) responden menyatakan tidak tahu tentang *milis* Jurusan Ilmu

Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tahu tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tingkat pengetahuan responden mengenai *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) adalah tinggi.

Penilaian pengkategorian pengetahuan responden tentang *milis* tersebut adalah responden dikatakan tahu jika responden memang sangat mengetahui tentang *milis* tersebut baik dari segi tujuan, manfaat ataupun cara mengakses *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup tahu jika responden hanya mengetahui beberapa hal saja tentang *milis* seperti hanya mengetahui manfaat saja atau hanya mengetahui tujuannya saja.

Setelah mengetahui pengetahuan responden tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat pengetahuan responden tentang manfaat adanya *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 13. Pengetahuan Responden Tentang Manfaat Adanya *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tahu	22	36,7
Cukup tahu	26	43,3
Tidak tahu	12	20,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 7), 2010

Dari tabel di atas, terlihat bahwa sebanyak 26 orang (43,3%) responden menyatakan cukup tahu tentang manfaat adanya *milis* Jurusan Ilmu

Komunikasi Universitas Lampung (Unila), sebanyak 22 orang (36,7%) menyatakan tahu tentang manfaat adanya *milis* Jurusan Ilmu komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan 12 orang (20,0%) yang menyatakan tidak tahu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 26 orang atau 43,3% responden, atau hampir separuh responden cukup tahu tentang manfaat adanya *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi. Hal ini dikarenakan pengetahuan responden tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), belum tentu membuat responden mengetahui juga manfaat adanya *milis* tersebut. Maka tidak heran apabila mayoritas responden hanya berada pada taraf hanya cukup tahu mengenai manfaat adanya *milis* tersebut.

Penilaian pengkategorian pengetahuan responden tentang manfaat adanya *milis* tersebut adalah responden dikatakan tahu jika responden memang sangat mengetahui tentang manfaat *milis* tersebut baik dari segi kehidupan sosialnya yaitu dengan berinteraksi kepada anggota lain dalam *milis* tersebut maupun informasi yang bisa didapat dari *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup tahu jika responden hanya mengetahui beberapa hal saja tentang manfaat *milis* seperti hanya mengetahui tentang informasi yang bisa didapat dengan mengakses *milis*.

Setelah mengetahui manfaat adanya *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat pengetahuan responden tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 14. Pengetahuan Responden Tentang Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tahu	23	40,0
Cukup tahu	24	38,3
Tidak tahu	13	21,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 8), 2010

Dari tabel 14, sebanyak 24 orang (38,3%) responden menjawab tahu tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), sebanyak 23 orang (40,0%) responden menjawab tahu. Sementara hanya 13 (21,7%) responden yang menjawab tidak tahu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu 24 orang (38,3%) cukup tahu tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Artinya tingkat pengetahuan responden tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berada pada taraf cukup tinggi.

Penilaian pengkategorian pengetahuan responden tentang isi pesan *milis* tersebut adalah responden dikatakan tahu jika responden memang sangat mengetahui tentang isi pesan *milis* tersebut baik dari segi tujuan serta manfaat isi pesan tersebut. Responden dikatakan cukup tahu jika responden hanya mengetahui beberapa hal saja tentang isi pesan *milis* seperti hanya mengetahui manfaat saja atau hanya mengetahui tujuannya saja.

Setelah mengetahui pengetahuan responden tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat keahaman responden mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 15. Pemahaman Responden Tentang Isi Pesan Dalam *Milis* Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Paham	25	41,7
Cukup paham	20	33,3
Tidak paham	15	25,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 9), 2010

Dari tabel 15 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 25 (41,7%) responden menjawab paham dengan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), kemudian sebanyak 20 (33,3%) responden menjawab cukup paham dengan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan 15 (25,0%) responden yang menjawab tidak paham dengan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi. Maka dari data di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden paham dengan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Hasil ini dikarenakan responden merupakan anggota yang mendalami bidang Ilmu Komunikasi, jadi tidak heran jika responden memahami isi pesan yang ada dalam *milis* tersebut.

Penilaian pengkategorian pemahaman responden tentang *milis* tersebut adalah responden dikatakan paham jika responden memang sangat memahami tentang isi pesan *milis* tersebut baik dari segi tujuan, serta manfaat isi pesan dalam *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup paham jika responden hanya kurang memahami tujuan maupun manfaat dari isi pesan tersebut.

Setelah mengetahui pemahaman responden tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat penilaian responden mengenai keaktualan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 16. Keaktualan Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Aktual	20	33,3
Cukup aktual	29	48,3
Tidak aktual	11	18,3
<b>Jumlah</b>	60	100

Sumber: data primer (kuesioner nomor 10), 2010

Dari tabel 18, sebanyak 29 orang (48,3%) responden menjawab tentang keaktualan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berada dalam taraf cukup aktual, sebanyak 20 orang (33,3%) responden menjawab aktual. Sementara hanya 11 (18,3%) responden yang menjawab tidak aktual. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu

29 orang (48,3%) menilai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) cukup aktual. Artinya isi pesan yang ada dalam *milis* tersebut cukup sesuai dengan perkembangan fenomena sosial yang sedang terjadi.

Penilaian pengkategorian keaktualan isi pesan adalah isi pesan dikatakan aktual jika isi pesan memang sangat aktual untuk diketahui responden tersebut seperti kecepatan dalam menyebarkan informasi terbaru yang sesuai dengan kebutuhan para anggota. Isi pesan dikatakan cukup aktual jika isi pesan yang disampaikan kurang aktual.

Setelah mengetahui penilaian responden tentang keaktualan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat penilaian responden mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 17. Penilaian Responden Terhadap Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Menarik	17	28,3
Cukup menarik	31	51,7
Tidak menarik	12	20,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 11), 2010

Dari tabel 17 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 31 (51,7%) responden menjawab cukup menarik mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), kemudian

sebanyak 17 (28,3%) responden menjawab cukup menarik mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan 12 (20,0%) responden yang menjawab tidak menarik dengan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi. Maka dari data di atas dapat disimpulkan bahwa penilaian mayoritas responden mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) adalah cukup menarik.

Penilaian pengkategorian untuk penilaian responden tentang isi pesan *milis* tersebut adalah isi pesan dikatakan menarik jika responden memang sangat tertarik tentang isi pesan dalam *milis* tersebut dan dianggap penting untuk disimak lebih dalam. Isi pesan dikatakan cukup menarik jika responden tertarik pada isi pesan dalam *milis* tersebut namun dianggap tidak cukup penting untuk disimak lebih dalam.

Setelah mengetahui penilaian responden tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat kesukaan responden mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 18. Kesukaan Responden Terhadap Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Suka	13	21,7
Cukup suka	34	56,7
Tidak suka	13	21,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 12), 2010

Dari tabel 18 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 34 (56,7%) responden menjawab cukup suka mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), kemudian sebanyak 13 (21,7%) responden menjawab cukup suka mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan 13 (21,7%) responden yang menjawab tidak menarik dengan isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi. Maka dari data di atas dapat disimpulkan bahwa penilaian mayoritas responden mengenai isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) adalah cukup suka.

Penilaian pengkategorian untuk kesukaan responden tentang isi pesan *milis* tersebut adalah isi pesan dapat dikatakan disukai oleh responden jika responden memang sangat menyukai tentang isi pesan dalam *milis* tersebut dan dianggap penting untuk disimak lebih dalam atau bahkan disimpan dalam komputernya ataupun buku catatannya. Isi pesan dikatakan cukup disukai jika responden suka pada isi pesan dalam *milis* tersebut namun dianggap tidak cukup penting untuk disimak lebih dalam atau bahkan disimpan dalam komputernya ataupun buku catatannya.

Setelah mengetahui kesukaan responden tentang isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat pengetahuan responden mengenai penyebaran informasi dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 19. Penyebaran Informasi Dapat Dilakukan dari Lokasi Mana Saja Selama Masih Terhubung dengan Koneksi Internet Melalui *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	46	76,7
Ragu-ragu	14	23,3
Tidak	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 13), 2010

Dari tabel 19, sebanyak 46 orang (76,7%) responden menjawab tentang penyebaran informasi yang dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), hanya 14 orang (23,3%) responden menjawab ragu-ragu tentang penyebaran informasi yang dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Sementara tidak ada responden yang menjawab tidak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu 46 orang (76,7%) mengetahui tentang penyebaran informasi yang dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih

terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Artinya tingkat pengetahuan responden tentang penyebaran informasi yang dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berada pada taraf tinggi.

Setelah mengetahui pengetahuan responden tentang penyebaran informasi yang dapat dilakukan dari lokasi mana saja selama masih terhubung dengan koneksi internet melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat pengetahuan responden mengenai informasi yang disampaikan lebih dimengerti oleh anggotanya dengan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 20. Dengan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Informasi yang Disampaikan Lebih Dimengerti oleh Anggotanya**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	31	51,7
Ragu-ragu	20	33,3
Tidak	9	15,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer (kuesioner nomor 14), 2010

Dari tabel 20, sebanyak 31 orang (51,7%) responden menjawab tentang informasi yang disampaikan lebih dimengerti oleh anggotanya dengan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), 20 orang (33,3%) responden menjawab ragu-ragu tentang informasi yang

disampaikan lebih dimengerti oleh anggotanya dengan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Sementara hanya 9 (15,0%) responden yang menjawab tidak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu 31 orang (51,7%) mengetahui tentang informasi yang disampaikan lebih dimengerti oleh anggotanya dengan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Artinya tingkat pengetahuan responden tentang informasi yang disampaikan lebih dimengerti oleh anggotanya dengan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berada pada taraf tinggi.

#### **5.1.5.2 Pembentukan Afeksi**

Pembentukan afeksi pada responden adalah tingkat perasaan responden mulai tertarik untuk terus mengakses *milis* Jurusan Ilmu komunikasi Universitas Lampung (Unila). Untuk mengetahui kepuasan responden setiap kali menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi, ketertarikan responden merasa ikut berpartisipasi sebagai bagian dalam dari *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), ketertarikan responden mengetahui lebih lanjut tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), ketertarikan responden mengetahui lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), ketertarikan responden memahami lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), ketertarikan responden untuk merespon isi pesan dalam *milis*

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), ketertarikan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 21. Responden Merasa Puas Setiap Kali Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai Media Komunikasi**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Puas	23	38,3
Cukup puas	27	45,0
Tidak puas	10	16,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 15), 2010

Dari tabel 21 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 27 (45,0%) responden menjawab cukup puas, sebanyak 23 (38,3%) responden menjawab puas, dan 10 orang (16,7%) responden menjawab tidak puas. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (27 orang atau 45,0%) berada pada taraf sedang.

Penilaian pengkategorian untuk kepuasan responden setiap kali menggunakan *milis* tersebut adalah responden dapat dikatakan puas jika responden selalu memperoleh kebutuhan mereka akan informasi setiap kali menggunakan *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup puas jika responden memperoleh kebutuhan mereka akan informasi namun tidak selalu mendapatkannya setiap kali menggunakan *milis* tersebut.

Setelah mengetahui perasaan responden tentang kepuasan setiap kali menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung

(Unila) sebagai media komunikasi, selanjutnya dapat dilihat perasaan responden untuk merasa ikut berpartisipasi sebagai bagian dalam dari *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), lihat tabel di bawah:

**Tabel 22. Responden Merasa Ikut Berpartisipasi sebagai Bagian Dalam dari *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Berpartisipasi	28	46,7
Cukup berpartisipasi	14	23,3
Tidak berpartisipasi	18	30,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 16), 2010

Dari tabel 22 dapat dilihat bahwa sebanyak 28 orang (46,7%) responden menjawab berpartisipasi, sebanyak 14 orang (23,3%) responden menjawab cukup berpartisipasi, dan 18 orang (30,0%) responden menjawab tidak berpartisipasi. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (28 orang atau 46,7%) merasa ikut berpartisipasi sebagai bagian dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Penilaian pengkategorian untuk ikut berpartisipasinya responden dalam *milis* tersebut adalah responden dapat dikatakan berpartisipasi jika responden ikut menjadi bagian dari *milis* tersebut dan terus memantau pemberitaan dalam *milis*. Responden dikatakan cukup berpartisipasi jika responden ikut menjadi bagian dalam *milis* tersebut namun tidak terus memantau pemberitaan dalam *milis*.

Setelah mengetahui perasaan responden tentang perasaan responden untuk merasa ikut berpartisipasi sebagai bagian dalam dari *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) selanjutnya dapat dilihat ketertarikan responden mengetahui lebih lanjut tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), lihat tabel di bawah:

**Tabel 23. Responden Tertarik Mengetahui Lebih Lanjut Tentang *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tertarik	30	50,0
Cukup tertarik	24	40,0
Tidak tertarik	6	10,0
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 17), 2010

Dari tabel 23 dapat diketahui bahwa sebanyak 30 (50,0%) responden menjawab tertarik, sebanyak 24 (40,0%) menjawab cukup tertarik, dan sisanya sebanyak 6 (10,0%) responden menjawab tidak tertarik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (30 orang atau 50,0%) memiliki ketertarikan yang tinggi untuk mengetahui lebih lanjut tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Penilaian pengkategorian untuk ketertarikan responden terhadap *milis* tersebut adalah responden dapat dikatakan tertarik jika responden sangat tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup tertarik jika responden merasa tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang *milis* namun masih terbersit keraguan untuk melakukannya.

Setelah mengetahui ketertarikan responden untuk mengetahui lebih lanjut tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat ketertarikan responden mengetahui lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 24. Responden Tertarik Mengetahui Lebih Lanjut Tentang Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tertarik	31	51,7
Cukup tertarik	10	16,7
Tidak tertarik	19	31,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 18), 2010

Dari tabel 24 dapat diketahui bahwa sebanyak 31 (51,7%) responden menjawab tertarik, sebanyak 10 (16,7%) menjawab cukup tertarik, dan sisanya sebanyak 19 (31,7%) responden menjawab tidak tertarik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (31 orang atau 51,7%) memiliki ketertarikan yang tinggi untuk mengetahui lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Penilaian pengkategorian untuk ketertarikan responden terhadap isi pesan *milis* tersebut adalah responden dapat dikatakan tertarik jika responden sangat tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang isi pesan *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup tertarik jika responden merasa tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang isi pesan dalam *milis* namun masih terbersit keraguan untuk melakukannya.

Setelah mengetahui ketertarikan responden mengetahui lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya dapat dilihat ketertarikan responden memahami lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dari tabel di bawah ini:

**Tabel 25. Responden Tertarik Memahami Lebih Lanjut Tentang Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tertarik	28	46,7
Cukup tertarik	24	40,0
Tidak tertarik	8	13,3
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 19), 2010

Dari tabel 25 dapat diketahui bahwa sebanyak 28 (46,7%) responden menjawab tertarik, sebanyak 24 (40,0%) menjawab cukup tertarik, dan sisanya sebanyak 8 (13,3%) responden menjawab tidak tertarik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (28 orang atau 46,7%) memiliki ketertarikan yang tinggi memahami lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Penilaian pengkategorian untuk ketertarikan responden terhadap pemahaman isi pesan dalam *milis* tersebut adalah responden dapat dikatakan tertarik jika responden sangat tertarik untuk memahami lebih jauh tentang isi pesan dalam *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup tertarik jika responden merasa tertarik untuk memahami lebih jauh tentang *milis* namun masih terbersit keraguan untuk melakukannya.

Setelah mengetahui ketertarikan responden memahami lebih lanjut tentang isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya untuk mengetahui ketertarikan responden untuk merespon isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 26. Responden Tertarik Untuk Merespon Isi Pesan Dalam *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila)**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tertarik	23	38,3
Cukup tertarik	26	43,3
Tidak tertarik	11	18,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 20), 2010

Dari tabel 26 dapat diketahui bahwa sebanyak 26 (43,3%) responden menjawab tertarik, sebanyak 23 (38,3%) menjawab cukup tertarik, dan sisanya sebanyak 11 (18,3%) responden menjawab tidak tertarik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (26 orang atau 43,3%) memiliki ketertarikan yang tinggi untuk merespon isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Penilaian pengkategorian untuk ketertarikan responden untuk merespon isi pesan dalam *milis* tersebut adalah responden dapat dikatakan tertarik jika responden sangat tertarik untuk merespon isi pesan yang ada dalam *milis* tersebut. Responden dikatakan cukup tertarik jika responden merasa tertarik untuk merespon isi pesan dalam *milis* namun masih terbersit keraguan untuk melakukannya.

Setelah mengetahui ketertarikan responden untuk merespon isi pesan dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), selanjutnya untuk mengetahui ketertarikan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 27. Responden Tertarik Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai Media Komunikasinya**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tertarik	27	45,0
Cukup tertarik	28	46,7
Tidak tertarik	5	8,3
<b>Jumlah</b>	95	100

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 21), 2010

Dari tabel 27 dapat diketahui bahwa sebanyak 28 (46,7%) responden menjawab tertarik, sebanyak 27 (45,0%) menjawab cukup tertarik, dan sisanya sebanyak 5 (8,3%) responden menjawab tidak tertarik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (28 orang atau 46,7%) memiliki ketertarikan yang cukup tinggi untuk menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya.

Penilaian pengkategorian untuk ketertarikan responden menggunakan *milis* tersebut sebagai media komunikasi adalah responden dapat dikatakan tertarik jika responden sangat tertarik untuk menggunakan *milis* tersebut sebagai media komunikasi. Responden dikatakan cukup tertarik jika responden merasa tertarik untuk menggunakan *milis*

sebagai media komunikasi namun masih terbersit keraguan untuk melakukannya.

### 5.1.5.3 Pembentukan Konasi

Pembentukan konasi pada responden adalah tingkat keinginan responden untuk terus mengakses dan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu komunikasi Universitas Lampung (Unila). Pengkategorian untuk pernyataan intens disini adalah jika responden menggunakan *milis*, memberikan informasi maupun mendapatkan informasi secara terus-menerus dan berkesinambungan. Untuk mengetahui keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai sarana mengisi waktu luang, keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi, keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk memberikan informasi, keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk memberikan informasi secara intens, keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi secara intens, keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk merespon isi pesan secara intens, dan keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya secara intens dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 28. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai Sarana Mengisi Waktu Luang**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	24	40,0
Ragu-ragu	19	31,7
Tidak	17	28,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 22), 2010

Dari tabel 28 dapat diketahui bahwa sebanyak 24 (40,0%) responden menjawab ya, sebanyak 19 (31,7%) menjawab ragu-ragu, dan sisanya sebanyak 17 (28,3%) responden menjawab tidak. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (24 orang atau 40,0%) memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai sarana mengisi waktu luang.

Setelah mengetahui keinginan responden untuk menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai sarana mengisi waktu luang, selanjutnya dapat dilihat keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi, dari tabel di bawah ini:

**Tabel 29. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Untuk Mendapatkan Informasi**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	37	61,7
Ragu-ragu	12	20
Tidak	11	18,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (kuesioner nomor 23), 2010

Dari tabel 29 dapat diketahui bahwa sebanyak 37 (61,7%) responden menjawab ya, sebanyak 12 (20,0%) menjawab ragu-ragu, dan sisanya sebanyak 11 (18,3%) responden menjawab tidak. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (37 orang atau 61,7%) memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi.

Setelah mengetahui keinginan responden untuk menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi, selanjutnya dapat dilihat keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk memberikan informasi, dari tabel di bawah ini:

**Tabel 30. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Untuk Memberikan Informasi**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	23	38,3
Ragu-ragu	30	50,0
Tidak	7	11,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 24), 2010

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa sebanyak 30 (50,0%) responden ragu-ragu untuk memberikan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), sebanyak 23 orang atau 38,3% responden ingin memberikan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan sisanya 7 orang (11,7%) responden tidak ingin memberikan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas (30 orang atau 50,0%) responden ragu-ragu untuk memberikan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Hal ini jelas kontras dengan keinginan responden untuk mendapatkan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dimana responden mayoritas sebanyak 37 (61,7%) responden menjawab ingin mendapatkan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Dapat disimpulkan juga bahwa responden lebih menginginkan mendapatkan informasi dibandingkan memberikan informasi melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Setelah mengetahui keinginan responden untuk keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk memberikan informasi, selanjutnya dapat dilihat keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk memberikan informasi secara intens, dari tabel di bawah ini:

**Tabel 31. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Untuk Memberikan Informasi Secara Intens**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	15	25,0
Ragu-ragu	37	61,7
Tidak	8	13,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 25), 2010

Dari tabel 31 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 37 (61,7%) responden ragu-ragu untuk memberikan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), sebanyak 15 orang atau 25,0% responden ingin memberikan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan sisanya 8 orang (13,3%) responden tidak ingin memberikan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas (37 orang atau 61,7%) responden ragu-ragu untuk memberikan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Setelah mengetahui keinginan responden untuk menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk memberikan informasi secara intens, selanjutnya dapat dilihat keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi secara intens, dari tabel di bawah ini:

**Tabel 32. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Untuk Mendapatkan Informasi Secara Intens**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	36	60,0
Ragu-ragu	20	33,3
Tidak	4	6,7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 26), 2010

Dari tabel 32 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 36 (60,0%) responden ingin mendapatkan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), sebanyak 20 orang atau 33,3% responden ragu-ragu untuk mendapatkan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dan sisanya 4 orang (6,7%) responden tidak ingin mendapatkan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas (36 orang atau 60,0%) responden ingin mendapatkan informasi secara intens melalui *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Setelah mengetahui keinginan responden untuk keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk mendapatkan informasi secara intens, selanjutnya dapat dilihat keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk merespon isi pesan yang ada secara intens, dari tabel di bawah ini:

**Tabel 33. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Untuk Merespon Isi Pesan Secara Intens**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	18	30,0
Ragu-ragu	37	61,7
Tidak	5	8,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 27), 2010

Dari tabel 33 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 37 orang (61,7%) responden menyatakan ragu-ragu untuk merespon isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) secara intens, sebanyak 18 orang atau 30,0% responden merespon isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) secara intens, dan sisanya 5 orang (8,3%) responden tidak ingin merespon isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) secara intens. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas (37 orang atau 61,7%) responden ragu-ragu untuk merespon isi pesan yang ada dalam *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) secara intens.

Setelah mengetahui keinginan responden untuk keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) untuk merespon isi pesan secara intens, selanjutnya dapat dilihat keinginan responden menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya secara intens, dari tabel di bawah ini:

**Tabel 34. Responden Menggunakan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai Media Komunikasinya Secara Intens**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	28	46,7
Ragu-ragu	24	40,0
Tidak	8	13,3
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (kuesioner nomor 28), 2010

Dari tabel 34 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 28 orang (46,7%) responden menyatakan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi secara intens, sebanyak 24 orang atau 40,0% responden menyatakan ragu-ragu menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi secara intens, dan sisanya 8 orang (13,3%) responden tidak ingin menyatakan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi secara intens. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas (28 orang atau 46,7%) responden menyatakan menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi secara intens. Hasil ini wajar adanya apabila di lihat dari distribusi-distribusi jawaban sebelumnya dimana mayoritas responden menjawab ingin menggunakan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) di waktu luangnya dan ingin mendapatkan informasi secara intens dari *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

#### 5.1.5.4 Analisis Kategori Frekuensi Efektivitas Dalam Penggunaan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Sebagai Media Komunikasi Anggotanya

Untuk mengetahui frekuensi kategori variabel sikap responden dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggotanya, berdasarkan total skor yang diperoleh oleh masing-masing responden pada kuesioner nomor 6-28, dapat ditentukan kelas intervalnya dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{Nt - Nr}{K}$$

Diketahui:

NT (Nilai Tertinggi) : 64

NR (Nilai Terendah) : 25

K (Klas/Interval) : 3

Maka:  $I$  (Interval Klas) =  $\frac{64 - 25}{3}$

$$I = 13$$

Setelah diketahui interval klasnya, maka disusun kategori:

- 51 kategori tinggi
- 37-50 kategori sedang
- 25-37 kategori rendah

Setelah tabel skor variabel penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media kom disesuaikan dengan kategori di atas, maka variabel sikap responden dalam penggunaan *milis*

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggotanya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 35. Analisis Kategori Frekuensi Efektivitas Dalam Penggunaan *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) Sebagai Media Komunikasi Anggotanya**

<b>Kategori Jawaban</b>	<b>Rentang</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tinggi	51	34	56,7
Sedang	37-50	19	31,7
Rendah	25-37	7	11,6
<b>Jumlah</b>		60	100

Sumber: Data primer diolah dari hasil penelitian, 2010

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 34 (56,7%) responden dari 60 orang responden menjawab pertanyaan tentang efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi berada pada kategori tinggi. Sedangkan 19 (31,7%) responden menyatakan bahwa efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi berada pada kategori sedang. Kemudian 7 (11,6%) responden menyatakan bahwa efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi berada pada kategori

rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab pertanyaan tentang efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi adalah dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu sebesar 56,7% responden memiliki tingkat keinginan dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi berada pada kategori tinggi.

#### **5.1.6 Efektivitas *Milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai Media Komunikasi Anggotanya (Analisis Penerapan Rumus Regresi Linier)**

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui efektivitas variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan analisis statistik dengan menggunakan rumus regresi linear dengan menggunakan program SPSS 17,0. Dengan kata lain analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis:

H<sub>1</sub> : Penggunaan media *milis* berpengaruh terhadap efektivitas *milis* sebagai media komunikasi anggotanya

H<sub>0</sub> : Penggunaan media *milis* tidak berpengaruh terhadap efektivitas *milis* sebagai media komunikasi anggotanya

Maka perhitungannya dalam tabel berikut:

**Tabel 36. Hasil Perhitungan Regresi Linier dengan Program SPSS 17,0**

Perhitungan Regresi Linier dengan Program SPSS 17.0	Hasil
Constanta Intercept (a)	39,67
Koefisien Regresi (b)	0,92
Persamaan Y atas X	$Y = 39,67 + 0,92 X$
R	0,217 atau 21,7%
R square ( $R^2$ )	0,047 atau 4,7%
Standard Error dari Koefisien Regresi b (Sb)	6,044
Standard Error of the Estimate	0,547
Standard Deviasi X (Sx)	
Df (n-2)	58
Thit	6,564
Ttabel pada taraf signifikansi 5%	2,00

Sumber: data primer diolah dari hasil penelitian, 2010-07-24

Dari tabel di atas, untuk mengetahui besarnya penggunaan media *milis* terhadap efektivitas *milis* sebagai media komunikasi anggotanya, maka dapat dilihat dari nilai *R square* atau Koefisien Determinasi (KD) yang diperoleh. Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh angka *R square* ( $r^2$ ) adalah 0,047. atau sama dengan 4,7% (rumus untuk menghitung KD ialah  $r^2 \times 100\%$ ). Angka tersebut menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan *milis* sebagai media komunikasi adalah 4,7%. Adapun sisanya sebesar 95,3% ( $100\% - 4,7\%$ ) harus dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang berasal dari luar model regresi ini.

Kemudian nilai koefisien korelasi ( $r$ ) yang diperoleh sebesar 0,217 mengindikasikan bahwa hubungan kedua variabel lemah. Korelasi positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel searah. Artinya, jika penggunaan *milis* meningkat, maka efektivitas dalam

penggunaan *milis* sebagai media komunikasi tidak cukup kuat. Untuk melihat hubungan antar variabel apakah signifikan atau tidak, dapat dilihat dari angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05.

Selanjutnya, berdasarkan tabel 36, maka diperoleh persamaan:  $Y = 39,67 + 0,92x$  Dari persamaan ini dapat dimaknai, jika penggunaan *milis* konstan, maka skor efektivitas *milis* sebagai media komunikasi adalah sebesar 39,67. Dan jika terjadi penambahan penggunaan *milis* pada responden, maka efektivitas *milis* sebagai media komunikasi oleh responden akan mengalami penambahan skor sebesar 0,92.

Kemudian, untuk mengetahui signifikansi dari hasil perhitungan regresi tersebut digunakan Thitung. Sebelumnya harus diketahui besarnya nilai standar eror dari b yaitu 6,044. Besarnya Thitung adalah 6,564. Kemudian harga Thitung ini akan dikonsultasikan dengan Ttabel pada taraf signifikansi 5% Df = 58. Jika Thitung > Ttabel (2,000) pada taraf signifikansi 5% maka koefisien regresinya signifikan, yang berarti hipotesis penelitian (H1) diterima. Hasil perbandingan nilai Thitung dengan Ttabel pada taraf signifikansi 5% Df = 58 adalah sebagai berikut:

**Thitung > Ttabel pada taraf signifikansi 5% adalah 6,564 > 2,000**

Dari perbandingan di atas terlihat bahwa Thitung lebih besar dari Ttabel. Dengan demikian hipotesis penelitian diterima. Artinya lewat penelitian ini dapat dibuktikan bahwa penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berpengaruh terhadap efektivitas *milis*

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggota *milis* tersebut. Sehingga dapat dikatakan dengan mengakses *milis* ini, individu dapat mengetahui informasi seputar Ilmu Komunikasi maupun hal-hal yang berhubungan dengan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

### **5.1.7 Rangkuman Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 60 responden yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas media lembaga sebagai media komunikasi anggotanya studi kasus pada anggota *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Maka dari hasil uji validitas dengan SPSS 17.0 pada 28 pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti, keseluruhan pertanyaan dinyatakan valid.

Uji reliabilitas diketahui untuk variabel X yang diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach adalah 0,808 (> r tabel). Hal ini berarti alat ukur yang digunakan adalah reliabel atau instrumen tersebut dapat dipercaya atau diandalkan untuk mengukur gejala yang sama. Sedangkan untuk variabel Y yang diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach adalah 0,889 (> r tabel). Hal ini berarti alat ukur yang digunakan adalah reliabel atau instrumen tersebut dapat dipercaya atau diandalkan untuk mengukur gejala yang sama. Maka keseluruhan pertanyaan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis kategori frekuensi penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pertanyaan tentang tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu adalah dalam kategori yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu lebih dari separuh (61,7%) responden memiliki frekuensi yang tinggi dalam tingkat penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dalam sebulan terakhir, tingkat aktifitas membuka *milis* tersebut ketika pertama kali mengakses internet, intensitas waktu yang digunakan setiap kali mengakses *milis* tersebut, tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sering mengganggu aktifitas lain, dan tingkat aktifitas mengakses *milis* tersebut sampai lupa waktu.

Berdasarkan analisis kategori frekuensi efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggotanya, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pertanyaan tentang efektivitas dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi

adalah dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu sebesar 56,7% responden memiliki tingkat keinginan dalam penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasinya yang yang dapat dilihat dari beberapa kategori, yaitu: pembentukan kognisi, pembentukan afeksi dan pembentukan konasi berada pada kategori tinggi.

Hasil perhitungan regresi linier dengan program SPSS 17.0 diketahui besarnya angka angka *R square* ( $r^2$ ) adalah 0,047. atau sama dengan 4,7% (rumus untuk menghitung KD ialah  $r^2 \times 100\%$ ). Angka tersebut menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan *milis* sebagai media komunikasi adalah 4,7%. Adapun sisanya sebesar 95,3% (100%-4,7%) harus dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang berasal dari luar model regresi ini.

Signifikansi penelitian dilihat dari hasil perhitungan regresi tersebut digunakan *Thitung* sebelumnya harus diketahui besarnya nilai standar error dari *b* yaitu 6,044. Besarnya *Thitung* adalah 6,564. Hasil perbandingan nilai *Thitung* dengan *Ttabel* pada taraf signifikansi 5%  $Df = 58$  adalah sebagai berikut:

***Thitung* > *Ttabel* pada taraf signifikansi 5% adalah 6,564 > 2,000**

Dari perbandingan di atas terlihat bahwa *Thitung* lebih besar dari *Ttabel*. Dengan demikian hipotesis penelitian diterima. Artinya lewat penelitian ini dapat dibuktikan bahwa penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berpengaruh terhadap efektivitas *milis*

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggota *milis* tersebut. Sehingga dapat dikatakan dengan mengakses *milis* ini, individu dapat mengetahui informasi seputar Ilmu Komunikasi maupun hal-hal yang berhubungan dengan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

## 5.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas media lembaga sebagai media komunikasi anggotanya dan studi kasus yang dilakukan adalah pada anggota *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Meskipun hasil yang diperoleh sangat rendah yaitu sebesar 4,7% namun terdapat pengaruh dari penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) terhadap efektivitas *milis* sebagai media komunikasi untuk menyebarkan informasi seputar civitas akademika Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), ataupun hal-hal yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi dan saling berkomunikasi antar civitas akademika Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila).

Hasil dari tujuan penelitian ini sesuai dengan landasan teori *uses and gratifications* dari teori komunikasi massa yang memiliki asumsi dasar meliputi tiga aspek yaitu aspek kognisi, aspek afeksi dan aspek konasi yang dikemukakan oleh Elihu Katz. Melalui ketiga aspek tersebut, responden menjabarkan sejauhmana efektivitas *milis* lembaga sebagai media komunikasi anggota lembaga. Komponen kognisi yaitu aspek yang

berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kemampuan responden untuk memahami objek yaitu pengetahuan tentang *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila). Hal ini menunjukkan hubungan dengan landasan teori dalam penelitian ini, yaitu teori *Uses and Gratifications*. Dimana teori ini menyoroti penggunaan media berdasarkan tingkat kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan penggunanya.

Berdasarkan hasil perhitungan melalui program SPSS 17.0 diketahui bahwa nilai hitung lebih besar dari T tabel yaitu T hitung adalah 6,564 sedangkan T tabel sudah ditentukan adalah 2,000 sehingga hasil hipotesa diterima dan dinyatakan bahwa penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) berpengaruh dengan efektivitas *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggotanya, walaupun hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil. Kecilnya kontribusi penggunaan *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) terhadap efektivitas *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) sebagai media komunikasi anggotanya, dikarenakan para responden hanya ingin menggunakan *milis* untuk mendapatkan informasi seputar Ilmu Komunikasi dan hal-hal yang berhubungan dengan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dan hanya sedikit yang memberikan respon mereka terhadap isi pesan yang ada dalam *milis* tersebut. Selain itu kecilnya kontribusi penggunaan *milis* Jurusan Ilmu

Komunikasi Universitas Lampung (Unila) dapat juga dikarenakan kurangnya *admin* untuk memantau keberlangsungan *milis* tersebut dan menjaga *milis* tersebut tetap hidup dan dilirik oleh anggotanya.

### **5.2.1 Hasil Penelitian Berkaitan dengan Kegunaan Teoritis Penelitian**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang teknologi komunikasi dan dapat membantu penelitian lain yang berkaitan efektivitas *milis* dalam lembaga.

Dari segi kuantitatif penelitian, penelitian ini menunjukkan sejauhmana efektivitas *milis* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila) terkait dengan teori *uses and gratifications*. Teori ini menunjukkan pengaruh media bagi individu yang secara aktif memilih media komunikasi untuk memuaskan kebutuhan informasinya.

### **5.2.2 Hasil Penelitian Berkaitan dengan Kegunaan Praktis Penelitian**

Secara praktis, penelitian ini telah mampu menggambarkan dan menjelaskan bahwa efektivitas *milis* dalam menyebarkan informasi dan terjadinya komunikasi antar individu yang mengakses *milis* tersebut, sebagai pemenuhan kebutuhan informasi terkait dengan Ilmu Komunikasi maupun Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Unila), namun belum banyak interaksi yang terjadi dalam *milis* antar sesama anggota.