

**PENGARUH PENGGUNAAN GOOGLE *SEARCH ENGINE*
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI
KALANGAN MAHASISWA
(Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung)**

(Skripsi)

Oleh

CHRIST VIOLITA ARIYANTI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN GOOGLE *SEARCH ENGINE* DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI KALANGAN MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)

Oleh
Christ Violita Ariyanti

Internet adalah salah satu hasil perkembangan teknologi informasi yang muncul seiring berkembangnya ICT (*Information and Communication Technology*) yang saat ini telah banyak digunakan oleh *information seeker* dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi. Menurut Wersig, kebutuhan informasi muncul karena adanya *problematic situation* (situasi yang penuh masalah) dimana seseorang merasa harus memperoleh masukan dari sumber-sumber lain di luar dirinya. Wilson membagi kebutuhan informasi seseorang ke dalam tiga konteks, yaitu: kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang (*person's environment*), kebutuhan terkait dengan peran sosial yang disandang (*social roles*) dan kebutuhan terkait dengan karakteristik personal (*individual characteristics*).

Kecenderungan masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet salah satunya sebagai sumber informasi didasari adanya kebutuhan akan suatu informasi tertentu yang ingin dipenuhi. Informasi yang tadinya sulit diperoleh saat ini bukanlah hal yang sulit lagi, dengan memanfaatkan fasilitas *search engine* pengguna internet dimudahkan untuk mencari informasi hanya dengan mengetikkan kata kunci (*keyword*) tertentu. Google merupakan satu dari beragam *search engine* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari situs (www.statsmonkey.com) pada tahun 2014, menunjukkan bahwa di Indonesia penggunaan Google *search engine* berada pada peringkat pertama dengan presentase penggunaan sekitar (95%), diikuti Yahoo! (2,44%), Ask Jeeves (1,13%), Bing (0,74%) dan *search engine* lainnya (0,69%).

Fokus penelitian ini adalah penggunaan Google *search engine* dan pengaruhnya dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Tipe penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner, populasi penelitian adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sebanyak 4281 orang dengan sampel 98 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (0,00) lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai signifikansi dalam penelitian (0,1), yang berarti bahwa penggunaan Google *search engine* memiliki pengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Kata kunci: situs penelusur, Google, kebutuhan informasi

ABSTRACT

***The Influence of the Use of Google Search Engine in Fulfilling
Information Needs Among Students
(Study on the Undergraduate Course Students of the Faculty of Economics and Business,
Lampung University)***

*By
Christ Violita Ariyanti*

Internet is one of the outgrowths of development of information technology that appears along with the development of ICT (Information and Communication Technology) which is currently used by information seeker in the effort to fulfilling information needs. According to Wersig, information needs appears due to the problematic situation (situation is full of the problem) where someone felt must receive input from other sources outside of himself. Wilson divide person's information needs into three contexts, that is: the information needs of the environment associated with someone (person's environment), information needs related to the social role that carried (social roles) and information needs related to personal characteristics (individual characteristics).

The tendency of Indonesian people in using internet as a source of information based on the needs for certain information that you want to be filled. Information that had been difficult to get when it was difficult to take, by using search engine internet users more easily to search for information just by typing the keyword. Google is one of the various types of search engines are the most used in Indonesia. Based on data obtained from the website (www.statsmonkey.com) in 2014, showed that in Indonesia the use of Google search engine is in the first rank by percentage of use of approximately (95%), followed by Yahoo! (2.44%), Ask Jeeves (1.13%), Bing (0.74%) and other search engine (0.69%).

The focus of this research is the use of Google search engine and the influence in fulfilling the information needs among undergraduate students of the Faculty of Economics and Business, Lampung University. Type of this research is descriptive quantitative using survey method and questionnaires design, population of this research is the undergraduate student of the Faculty of Economics and business Lampung University amount 4281 students with 98 samples of respondents. The results showed that the value of the Asymp. Sig. (0.00) infection rate was smaller if compared with the value of the significance in this research (0.1), which means that there is an influenced of the use of Google search engine towards the fulfillment of information needs among students of Undergraduate Course Students of The Faculty of Economics and Business, Lampung University.

Keywords: search engine, Google, information needs

**PENGARUH PENGGUNAAN GOOGLE *SEARCH ENGINE*
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI
KALANGAN MAHASISWA
(Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung)**

Oleh

Christ Violita Ariyanti

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi

**: PENGARUH PENGGUNAAN GOOGLE SEARCH ENGINE
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI
KALANGAN MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Program
Studi SI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)**

Nama Mahasiswa

: Christ Diofita Ariyanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 1116031027

Jurusan

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt.
NIP 19830829 200801 2 010

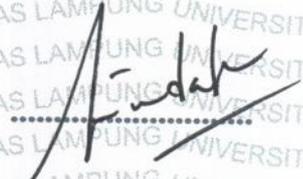
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik S, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP 197990422 200012 2 001

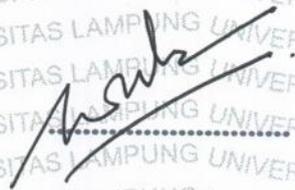
MENGESAHKAN

1. **Tim Penguji**

Ketua : Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&MediaSt.



Penguji Utama : Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.



2. **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Drs. H. Agus Hadiawan, M.Si.
NIP. 19580109-198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 6 April 2016

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Christ Violita Ariyanti
NPM : 1116031027
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl. Attaqwa Gg. Jambu No.13 Sukarame, Bandar Lampung
No. HP/Telp.Rumah : 0878-9936-6475

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Google Search Engine Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 24 Mei 2016

Yang membuat pernyataan,



Christ Violita Ariyanti
NPM. 1116031027

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis Christ Violita Ariyanti. Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 23 Maret 1993, sebagai anak tunggal dari pasangan Bapak Dwi Kuriyanto dan Ibu Tutik Sriwahyuni, S.E.

Penulis mulai menyelesaikan pendidikannya di Taman Kanak-Kanak (TK) Xaverius Way Halim tahun 1999, Sekolah Dasar (SD) Xaverius 4 Way Halim pada tahun 2008, Sekolah Menengah Atas (SMA) Fransiskus Rajabasa Bandar Lampung yang telah diselesaikan pada tahun 2011. Selanjutnya, pada tahun 2011 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi melalui jalur SNPTN (Seleksi Nasional Perguruan Tinggi Negeri) Undangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Januari 2014 di Desa Pasir Sakti Kabupaten Lampung Timur dan penulis juga melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Radio Republik Indonesia (RRI) Bandar Lampung selama bulan Agustus-September 2014.

“Ja menguatkan orang yang lelah, memberi semangat kepada yang tak berdaya.”
(Yesaya 41:10)

今いる場所から始めよ。自分の持っているものを使え。できることをするんだ。
(Start where you are. Use what you have. Do what you can)
By. Arthur Ashe

私は失敗したことがない。ただ、1万通りの、うまく行かない方法を見つけただけだ。
(I have not failed. I've just found 10,000 ways that won't work)
By. Thomas Edison

顔をいつも太陽のほうにむけていて。影なんて見ていることはないわ。
Keep your face to the sunshine and you cannot see the shadow.
By. Helen Keller

Dengan segenap usaha dan teriring ucapan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Bapak & Ibu tercinta

Bapak Dwi Kuriyanto dan Ibu Tutik Sriwahyuni, S.E.

beserta keluarga besar

Almamater tercinta Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

Keluarga besar Ilmu Komunikasi
khususnya angkatan 2011
Universitas Lampung

SANWACANA

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Google Search Engine Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)”** merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak, ibu dan keluarga besarku yang lain terima kasih atas doa, dukungan dan semangat yang selalu diberikan.
3. Bapak Drs. Agus Hadiawan, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Ibu Dhanik S. S.Sos., MComn&MediaSt. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

5. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt. selaku Dosen Pembimbing dari penelitian saya yang selalu meluangkan waktu dan memberikan banyak masukan, saran serta bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Penguji skripsi penulis, terima kasih atas bimbingan, saran dan kritik untuk proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Drs. Sarwoko, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama di bangku perkuliahan, terima kasih atas saran dan bimbingannya.
8. Bapak Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si. dan seluruh dosen serta karyawan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
9. Teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat: Fitri, Dian, Venta, Anggi, Fifa, Okta, Vona, Devi, Wiwin, Marlia, Nita, Tere, Wayan, Pina, untuk teman-teman satu bimbingan terima kasih atas berbagai saran, masukan dan dukungannya, teman-teman Ilmu Komunikasi 2011 (Komsebelas), juga tak lupa untuk teman-teman KKN Kecamatan Pasir Sakti.

Seluruh pihak-pihak lain yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 24 Mei 2016
Penulis,

Christ Violita Ariyanti

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR BAGAN | x |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Kegunaan Penelitian | 9 |
| | |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| A. Penelitian Terdahulu | 10 |
| B. Perkembangan Teknologi Informasi Masa Kini | 12 |
| 1. Internet Sebagai Teknologi <i>New Media</i> | 12 |
| 2. <i>Google Search Engine</i> | 15 |
| C. Masyarakat Informasi (<i>Information Society</i>) | 19 |
| D. Penggunaan Internet Sebagai Sumber Informasi di Kalangan Mahasiswa..... | 23 |
| E. Kajian Tentang Teori <i>New Media</i> | 24 |
| F. Kerangka Pikir Penelitian | 25 |
| G. Hipotesis Penelitian | 27 |
| H. Lokasi Penelitian | 27 |
| | |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 28 |
| A. Jenis Penelitian | 28 |
| B. Definisi Konsep dan Definisi Operasional | 29 |
| 1. Definisi Konsep | 29 |
| 2. Definisi Operasional | 30 |
| C. Populasi dan Sampel Penelitian | 35 |
| 1. Populasi | 35 |
| 2. Sampel | 36 |
| D. Jenis Data | 38 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| F. Teknik Pengolahan Data | 39 |
| G. Teknik Pemberian Skor | 40 |

| | |
|---|-----------|
| H. Teknik Pengujian Instrumen | 40 |
| 1. Uji Validitas | 40 |
| 2. Uji Reliabilitas | 41 |
| I. Teknik Analisis Data | 41 |
| BAB IV. GAMBARAN UMUM | 43 |
| A. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 43 |
| B. Struktur Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 46 |
| C. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 46 |
| BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN | 48 |
| A. Hasil Penelitian | 48 |
| 1. Karakteristik Responden | 48 |
| a. Identitas Responden | 48 |
| b. Akses Teknologi | 50 |
| c. Tempat Akses | 52 |
| d. Frekuensi dan Durasi | 54 |
| 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 56 |
| a. Uji Validitas | 56 |
| b. Uji Reliabilitas | 59 |
| 3. Penggunaan Google <i>Search Engine</i> (Variabel X) | 60 |
| a. Membuka Google Setiap Mengakses Internet | 60 |
| b. Google adalah Salah Satu <i>Search Engine</i> yang ada di Internet | 61 |
| c. Google Menyediakan Informasi Berupa Suara, Gambar, Video dan Teks | 62 |
| d. Google Tersedia dalam Berbagai Domain Berdasarkan Negara | 64 |
| e. <i>Google.co.id</i> dan <i>Google.com</i> merupakan Versi yang Berbeda | 65 |
| f. Google dapat Diakses Melalui Berbagai Perangkat Teknologi | 66 |
| g. Google dapat Diakses Melalui Berbagai Web Browser | 67 |
| h. Kemudahan Untuk Mencari Informasi | 68 |
| i. Penggunaan <i>Search Engine</i> lain untuk Mencari Informasi | 70 |
| j. Google merupakan <i>Search Engine</i> Paling Mudah Digunakan | 71 |
| k. Google Memudahkan Pencarian Informasi | 72 |
| l. Google Itu Lengkap, Jelas dan <i>Up To Date</i> | 73 |
| m. Kemudahan Penyimpanan <i>Web Page</i> di Google | 74 |
| n. Kemudahan Mendownload File | 75 |
| o. Tampilan Google | 76 |
| p. Ketersediaan Fitur-Fitur Google | 77 |
| q. Kemudahan Penggunaan Fitur-Fitur yang ada di Google | 78 |
| r. Tata Letak Fitur Google | 79 |
| s. Kemudahan Penyimpanan Data | 80 |
| t. Ketersediaan Fitur Google untuk Membuat <i>e-mail</i> | 81 |
| u. Ketersediaan Fitur Gmail | 83 |
| v. Ketersediaan Fitur Google+ | 84 |
| w. Ketersediaan Fitur Alih Bahasa di Google | 85 |
| x. Ketersediaan Fitur Google Maps | 86 |
| y. Ketersediaan Fitur <i>I'm Feeling Lucky</i> | 88 |

| | |
|--|-----|
| 4. Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y) | 89 |
| a. Google Memenuhi Kebutuhan Informasi Tentang Sekolah, Universitas dan Tempat Kerja | 89 |
| b. Google Memenuhi Kebutuhan Informasi Tentang Lingkungan Sosial | 90 |
| c. Google Memenuhi Kebutuhan Informasi Berita dan Hiburan | 91 |
| d. Google dapat Mencari Situs Belanja <i>Online</i> | 92 |
| e. Dapat Membuka <i>Social Media</i> melalui Google | 94 |
| f. Google Memberikan Akses untuk melakukan Pendaftaran Sekolah/Universitas | 95 |
| g. Google Memberikan Akses untuk Pencarian Informasi Terkait Lowongan Pekerjaan | 96 |
| h. Google Maps untuk Mencari Informasi Tempat Tinggal | 98 |
| i. Google Maps untuk Mencari Informasi <i>Public Area</i> | 99 |
| j. Google Mendukung Aktivitas Sosial dan Belajar | 100 |
| k. Memperoleh Referensi dan Pemahaman Materi Kuliah Melalui Google | 101 |
| l. Penggunaan Google untuk Penyelesaian Tugas Kuliah | 102 |
| m. Banyaknya Penggunaan Google untuk Penyelesaian Tugas Kuliah dibandingkan Buku | 103 |
| n. Google untuk Berbagi Informasi Pendidikan | 105 |
| o. Google Scholar Sebagai Referensi Tugas Akhir | 106 |
| p. Google untuk Mencari Informasi Referensi Buku | 107 |
| q. Google sebagai Media Aspirasi dan Opini | 108 |
| r. Penggunaan Google sebagai Forum untuk Berbagi Informasi | 109 |
| s. Google untuk Informasi Beragam Penyakit | 111 |
| t. Penggunaan Google untuk Informasi Obat-obatan | 112 |
| u. Penggunaan Google untuk Informasi Tips Kesehatan | 113 |
| v. Penggunaan Google untuk Informasi <i>Gadget</i> | 114 |
| w. Penggunaan Google untuk Informasi <i>Lifestyle</i> | 115 |
| x. Penggunaan Google untuk Informasi Transportasi Umum | 116 |
| y. Penggunaan Google untuk Informasi yang Berhubungan dengan Hobi | 117 |
| z. Penggunaan Google untuk Berbagi Informasi yang Berhubungan dengan Kesukaan | 119 |
| aa. Penggunaan Google untuk Informasi Jam Tayang Film dan <i>Movie</i> | 120 |
| bb. Penggunaan Google untuk Informasi <i>Public Figure</i> | 121 |
| cc. Penggunaan Google untuk Mengisi Waktu Luang | 122 |
| dd. Penggunaan Google untuk Mengunduh Musik, Film dan Gambar | 123 |
| ee. Penggunaan Google untuk Menghilangkan Rasa Bosan | 124 |
| ff. Penggunaan Google untuk Informasi Kuliner | 125 |
| 5. Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>) | 127 |
| B. Pembahasan | 131 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| BAB VI. SIMPULAN SARAN | 139 |
| A. Simpulan | 139 |
| B. Saran | 140 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Tampilan Awal Google | 17 |
| 5.1 <i>Bar Chart</i> Tabulasi Silang (<i>crosstab</i>) | 128 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu | 12 |
| 3.1 Intensitas Penggunaan Internet | 30 |
| 3.2 Operasional Variabel Penelitian | 34 |
| 3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Program Studi S1 | 37 |
| 3.4 Daftar Sebaran Kuesioner di Tiap Jurusan | 38 |
| 4.1 Daftar Nama Jabatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila | 45 |
| 4.2 Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila | 46 |
| 4.3 Arah Kebijakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila | 47 |
| 5.1 Identitas Responden Penelitian | 48 |
| 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Akses Teknologi Yang Sering Digunakan | 50 |
| 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Akses Internet | 52 |
| 5.4 Frekuensi Responden Mengakses Internet | 54 |
| 5.5 Curahan Waktu Dalam Sekali Akses Internet | 54 |
| 5.6 Uji Validitas Variabel Penggunaan Google <i>Search Engine</i> (X) | 57 |
| 5.7 Uji Validitas Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) | 58 |
| 5.8 Pedoman Interpretasi Koefisien Penentu (r) | 59 |
| 5.9 Uji Reliabilitas | 59 |
| 5.10 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Membuka Google Setiap Akses Internet | 60 |
| 5.11 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Google merupakan Salah Satu <i>Search Engine</i> yang ada di Internet | 61 |
| 5.12 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Google Menyediakan Informasi Berupa Suara, Gambar, Video dan Teks | 62 |
| 5.13 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Google Tersedia dalam Berbagai Kode Domain Berdasarkan Negara | 64 |
| 5.14 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa <i>Google.co.id</i> dan <i>Google.com</i> merupakan Versi yang Berbeda | 65 |
| 5.15 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Google dapat Diakses Melalui Berbagai Perangkat Teknologi | 66 |
| 5.16 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Google Dapat Diakses Melalui Berbagai Web Browser | 67 |
| 5.17 Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Google Memberikan Kemudahan Mencari Informasi Dengan <i>Keyword</i> (Kata Kunci) | 68 |

| | | |
|------|--|----|
| 5.18 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan bahwa Terdapat <i>Search Engine</i> lain yang dapat Digunakan untuk Mencari Informasi | 70 |
| 5.19 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Bahwa Google Mudah Digunakan | 71 |
| 5.20 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Bahwa Google Memudahkan Pencarian Informasi | 72 |
| 5.21 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Bahwa Google Itu Lengkap, Jelas dan <i>Up To Date</i> | 73 |
| 5.22 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Kemudahan Penyimpanan <i>Web Page</i> di Google | 74 |
| 5.23 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Kemudahan Mendownload File | 75 |
| 5.24 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Tampilan Google yang Menarik | 76 |
| 5.25 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Berbagai Fitur yang ada di Google | 77 |
| 5.26 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Kemudahan Penggunaan Fitur-Fitur yang ada di Google | 78 |
| 5.27 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Tata Letak Fitur-Fitur yang ada di Google | 79 |
| 5.28 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Kemudahan Penyimpanan Data di Google | 80 |
| 5.29 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Fitur yang tersedia di Google untuk Membuat <i>e-mail</i> | 81 |
| 5.30 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Fitur Gmail untuk Membuat <i>e-mail</i> | 83 |
| 5.31 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Fitur Google+ | 84 |
| 5.32 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Fitur Alih Bahasa di Google | 85 |
| 5.33 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Fitur Google Maps | 86 |
| 5.34 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Mengenai Fitur <i>I'm Feeling Lucky</i> | 88 |
| 5.35 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Membuka Google Memenuhi Kebutuhan Informasi Tentang Sekolah, Universitas dan Tempat Kerja | 89 |
| 5.36 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Membuka Google Memenuhi Kebutuhan Informasi Tentang Lingkungan Sosial | 90 |
| 5.37 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Membuka Google Memenuhi Kebutuhan Informasi Tentang Berita dan Hiburan | 91 |
| 5.38 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Melalui Google dapat Mencari Situs Belanja <i>Online</i> | 92 |
| 5.39 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan dapat Membuka <i>Social Media</i> melalui Google | 94 |
| 5.40 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Google Memberi Akses untuk melakukan Pendaftaran Sekolah/Universitas | 95 |

| | | |
|------|--|-----|
| 5.41 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Google Memberi Akses untuk Pencarian Informasi Terkait Lowongan Pekerjaan | 96 |
| 5.42 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google Maps untuk Mencari Informasi Tempat Tinggal | 98 |
| 5.43 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google Maps untuk Mencari Informasi <i>Public Area</i> | 99 |
| 5.44 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google Mendukung Aktivitas Sosial dan Belajar | 100 |
| 5.45 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google Memperoleh Referensi dan Pemahaman Materi Kuliah | 101 |
| 5.46 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Penyelesaian Tugas Kuliah | 102 |
| 5.47 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Banyaknya Penggunaan Google untuk Penyelesaian Tugas Kuliah dibandingkan Buku | 103 |
| 5.48 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Berbagi Informasi Pendidikan | 105 |
| 5.49 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google Scholar Sebagai Referensi Tugas Akhir | 106 |
| 5.50 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Mencari Informasi Referensi Buku | 107 |
| 5.51 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google sebagai Media Aspirasi dan Opini | 108 |
| 5.52 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google sebagai Forum untuk Berbagi Informasi | 109 |
| 5.53 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi Beragam Penyakit | 111 |
| 5.54 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi Obat-obatan | 112 |
| 5.55 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi Tips Kesehatan | 113 |
| 5.56 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi <i>Gadget</i> | 114 |
| 5.57 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi <i>Lifestyle</i> | 115 |
| 5.58 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi Transportasi Umum..... | 116 |
| 5.59 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi yang Berhubungan dengan Hobi | 117 |
| 5.60 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Berbagi Informasi yang Berhubungan dengan Kesukaan | 119 |
| 5.61 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi Jam Tayang Film dan <i>Movie</i> | 120 |
| 5.62 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi <i>Public Figure</i> | 121 |
| 5.63 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Mengisi Waktu Luang | 122 |
| 5.64 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Mengunduh Musik, Film dan Gambar | 123 |

| | | |
|------|---|-----|
| 5.65 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Menghilangkan Rasa Bosan | 124 |
| 5.66 | Respon Pernyataan Responden dengan Persetujuan Penggunaan Google untuk Informasi Kuliner | 125 |
| 5.67 | Analisis Tabulasi Silang Antara Variabel Penggunaan Google <i>Search Engine</i> (x) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (y) | 127 |
| 5.68 | Kategori Nilai | 128 |
| 5.69 | Tabel Diskriptif Statistik Variabel X dan Y | 129 |
| 5.70 | Perhitungan Nilai Signifikansi <i>Chi-Square</i> | 130 |

DAFTAR BAGAN

| Bagan | Halaman |
|---|---------|
| 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian | 27 |
| 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila | 46 |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi menjadi salah satu bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Internet adalah salah satu hasil perkembangan teknologi informasi yang muncul seiring berkembangnya ICT (*Information and Communication Technology*) yang saat ini telah banyak digunakan oleh *information seeker* dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi. Internet (*interconnection networking*) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan jaringan komputer yang satu dengan yang lainnya, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data.

Internet merupakan bentuk dari *new media* yang digunakan sebagai sarana berkomunikasi serta bertukar informasi. Di era ICT (*Information and Communication Technology*) seperti saat ini, internet lebih banyak digunakan sebagai sumber informasi yang penting untuk dikembangkan kedepannya. Menurut Sisson dan Pontau dalam Novianto (2013:8), hal ini disebabkan karena internet mampu menawarkan sebuah kenyamanan (*convenience*) yang tidak bisa ditemui dalam saluran informasi lainnya. Bentuk dari kenyamanan tersebut antara lain adalah kecepatan akses, serta kemutakhiran dan keberagaman informasi yang disajikan.

Perkembangan internet di Indonesia memberikan dampak yang sangat besar, hal ini dapat dilihat dari pengguna internet di Indonesia yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dari hasil riset Nasional yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerjasama dengan PusKaKom UI, menunjukkan bahwa selama tahun 2014 pengguna internet naik menjadi 88,1 juta atau dengan kata lain penetrasi sebesar 34,9%. Survei yang dilakukan terhadap 2000 pengguna internet di 42 kota baik urban dan rural Indonesia ini sekaligus memberikan gambaran demografis pengguna internet, perilaku serta gaya hidup mereka yang secara keseluruhan menggambarkan *trend* penggunaan internet di Indonesia (<http://www.apjii.or.id/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>, diakses 24 Agustus 2015).

Dilihat dari domisilinya, 78,5% dari total seluruh pengguna internet di Indonesia tinggal di wilayah Indonesia bagian Barat. Sebagai tambahan penting, pengguna internet didominasi oleh mereka yang tinggal di wilayah urban Indonesia. Hasil survei ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 49% pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun yang termasuk ke dalam kategori generasi millennial atau "*digital natives*" (<http://www.apjii.or.id/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>, diakses 24 Agustus 2015).

Berdasarkan pada hasil survei yang sama, sebanyak 64,7% pengguna internet di Indonesia didominasi oleh mereka yang telah menamatkan pendidikannya di tingkat SMU/SMA sederajat. Data survei ini menyatakan bahwa ada tiga alasan utama orang Indonesia menggunakan internet, yaitu: untuk mengakses sarana sosial atau komunikasi (72%), sumber informasi harian (65%) dan mengikuti

perkembangan jaman (51%). Tiga alasan utama mengakses internet itu dipraktikkan melalui empat kegiatan utama, yaitu: menggunakan jejaring sosial (87%), mencari informasi (69%), *instant messaging* (60%) dan mencari berita terbaru (60%) (<http://www.apjii.or.id/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>, diakses 24 Agustus 2015).

Kecenderungan masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet salah satunya sebagai sumber informasi didasari adanya kebutuhan akan suatu informasi tertentu yang ingin dipenuhi. Secara singkat informasi adalah suatu pesan yang diterima dan dipahami. Sebagai sebuah data, informasi adalah sekumpulan fakta yang kemudian dicarikan suatu kesimpulannya. Informasi juga dijadikan sebagai sebuah pengetahuan yang diperoleh melalui studi pengalaman atau belajar (Liliweri, 2011:837).

Menurut Wersig, kebutuhan informasi muncul karena adanya *problematic situation* (situasi yang penuh masalah) dimana seseorang merasa harus memperoleh masukan dari sumber-sumber lain di luar dirinya. Kebutuhan informasi mencerminkan adanya persyaratan yang harus dipenuhi dalam melaksanakan tugas tertentu. Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) dan mahasiswa adalah individu yang secara aktif melakukan pemenuhan kebutuhan informasi yang didorong oleh kebutuhan akademisnya dengan tuntutan penggunaan sumber informasi yang mempertimbangkan relevansi, *up to date* serta kredibilitas (Novianto, 2013:5). Wilson membagi kebutuhan informasi seseorang kedalam tiga konteks, yaitu: a) kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang

(*person's environment*), b) peran sosial yang disandang (*social roles*), c) karakteristik personal (*individual characteristics*) (Harisanty, 2007:5).

Kemunculan internet semakin membuka peluang bagi siapa pun untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi. Informasi yang tadinya sulit diperoleh saat ini bukanlah hal yang sulit lagi, dengan memanfaatkan fasilitas *search engine*, pencarian informasi dapat dilakukan dengan mudah baik berupa data, berita, *file*, gambar, musik dan film. Berdasarkan riset dari *Georgia Tech's GVU Center*, mayoritas pengguna internet mengandalkan fasilitas *search engine* sebagai alat dalam mencari informasi (Nizar, 2009:3). *Search engine* memudahkan pengguna internet mencari beragam informasi yang dibutuhkan hanya dengan menggunakan *keyword* dalam proses pencariannya.

Search engine memberikan hasil pencarian yang mencakup keseluruhan isi (*actual content*) dari beragam situs yang tersedia dalam *World Wide Web* (Nizar, 2009:3). Internet menyediakan berbagai *search engine* yang memudahkan para pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Menurut Lubis dalam Novianto (2013:23), ada beberapa *search engine* yang dapat digunakan sebagai sumber pencarian informasi bagi pengguna internet, yaitu: Google, Yahoo!, Lycos, Altavista, Deja, Excite, Hotbot, MSN dan *Netscape Search*.

Peneliti mendapatkan beragam data mengenai penggunaan *search engine* oleh pengguna internet di Indonesia. Data pertama yang peneliti dapatkan dari situs statsmonkey mengenai data penggunaan *search engine* di Indonesia per bulan Juli 2014 - Juli 2015, menunjukkan bahwa penggunaan Google *search engine* berada pada peringkat pertama dengan presentase sebesar 95%, Yahoo! menempati

urutan kedua dengan 2,44%, Ask Jeeves menempati urutan ketiga dengan 1,13%, Bing peringkat keempat dengan 0,74% dan *search engine* lain dengan presentase sebesar 0,69% (<https://www.statsmonkey.com/table/18405-indonesia-search-engine-market-share-usage-statistics-2014.php>, diakses 31 Agustus 2015). Sumber lainnya, dari situs Alexa untuk kategori *search engine* yang paling banyak diakses oleh pengguna internet di Indonesia tahun 2016 adalah Google.co.id, Google.com, Yahoo.com, Ask.com (<http://www.alexa.com/topsites/countries/ID>, diakses 13 Maret 2016).

Data selanjutnya bersumber dari situs similarweb, untuk kategori *search engine* yang banyak dikunjungi di Indonesia tahun 2016 adalah Google.co.id yang masuk dalam peringkat pertama disusul Google.com serta Cliponyu.com pada urutan kedua dan ketiga (http://www.similarweb.com/country_category/indonesia/internet_and_telecom/search_engine, diakses 13 Maret 2016). Dilihat dari ketiga data tersebut dapat disimpulkan bahwa Google menempati urutan pertama sebagai *search engine* yang paling banyak diakses di Indonesia.

Google menawarkan pencarian informasi secara lengkap dan cepat yang dapat mengakses lebih dari 1,3 miliar halaman *web* sehingga bisa memberikan hasil pencarian yang relevan kurang dari setengah detik. Alasan inilah yang membuat Google masih menjadi *search engine* paling populer sampai saat ini (Pramesti, 2011:12). Penggunaan Google *search engine* (www.google.com) sebagai fasilitator yang paling banyak digunakan dalam memudahkan dan mempercepat pencarian sebuah informasi inilah yang membuat peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian yang berusaha mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penggunaan Google *search engine* untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Sebagaimana objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan asumsi bahwa mahasiswa sebagai pengguna internet yang termasuk ke dalam kategori generasi millennial atau “*digital natives*” dengan rentang usia 18-25 tahun, dimana generasi pada usia ini menjadi pengguna aktif internet di Indonesia sebanyak 49% (<http://www.apjii.or.id/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>, diakses 24 Agustus 2015). Salah satu riset lain yang dilakukan oleh Andika Priyandana seorang Dosen Pemasaran di *Prasetya Mulya Business School* Februari 2014, menunjukkan bahwa 40% mahasiswa menggunakan internet dengan sangat aktif atau lebih dari 4 jam dalam sehari. Sedangkan hanya 4,8% responden yang menggunakan internet secara aktif kurang dari 1 jam per hari.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa adalah pengguna internet yang aktif. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *search engine* atau situs penelusur (27,2%) dan aktivitas di jejaring sosial (22,1%) menjadi dua aktivitas tertinggi yang dilakukan oleh para mahasiswa (<http://www.marketing.co.id/perilaku-penggunaan-internet-generasi-muda-indonesia/>, diakses 1 September 2015). Penelitian lain yang dilakukan oleh Budi Santoso tahun 2008 di perpustakaan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tentang pemanfaatan internet menunjukkan bahwa responden sebesar 92,4% menggunakan *search engine* Google untuk mencari informasi, responden sebesar 45,7% sering

mengakses jurnal *online* dan responden sebesar 41,3% mengatakan internet berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan studi (Novianto, 2013:9).

Penelitian ini dilakukan di Universitas Lampung dikarenakan mahasiswa Universitas Lampung termasuk dalam *net generation* yang aktif dalam menggunakan internet. Masuknya Universitas Lampung pada peringkat 10 kampus terbaik Nasional versi *webometrics* edisi terbaru yang terbit 31 Juli 2015 (<http://birohmah.unila.ac.id/unila-naik-peringkat-10-besar-kampus-terbaik-nasional-versi-webometrics/>, diakses 24 Agustus 2015) menggambarkan bahwa mahasiswa aktif dalam menggunakan internet khususnya pada aktivitas memperbanyak konten (*scientific paper*) yang dishare ke publik dan diindeks di mesin pencari.

Ranking *webometrics* diambil dari faktor aksesibilitas dan visibilitas Universitas di dunia maya. Selain itu, publikasi elektronik, keterbukaan akses terhadap hasil-hasil penelitian, konektivitas dengan dunia industri dan aktifitas internasional juga menjadi faktor penting yang dijadikan penilaian dalam pemeringkatan *webometrics* (<http://www.duajurai.com/2015/08/unila-peringkat-10-universitas-terbaik-versi-webometrics/>, diakses 24 Agustus 2015).

Objek yang diteliti adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan dari UPT. Teknologi dan Informasi Universitas Lampung mengenai aktivitas penggunaan internet melalui *wifi* di tiap fakultasnya didapatkan bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki aktivitas terbanyak dalam mengakses internet melalui *wifi* yang tersedia di kampus. Data yang peneliti dapat dari *PRTG Traffic Grapher* bulan November

2015, rata-rata per jamnya setiap jurusan di Fakultas Ekonomi dapat mengakses internet sebesar 10.000-30.000 *kbit/second* (<http://netmon.unila.ac.id/sensorlist.htm?show=g3&listid=235&timeout=60&showall=1>, diakses 30 November 2015).

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan oleh peneliti sebelumnya, maka peneliti memilih judul **“Pengaruh Penggunaan Google Search Engine Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh penggunaan Google *search engine* dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penggunaan Google *search engine* dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya untuk peran aktif masyarakat dalam memilih dan menggunakan media khususnya internet sebagai sumber informasi.
2. Kegunaan Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan penggunaan berbagai *search engine* salah satunya Google sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka digunakan sebagai acuan dan referensi yang dapat memudahkan peneliti dalam menentukan langkah sistematis dari berbagai teori konseptual yang akan dikaji. Penelitian terdahulu berfungsi untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (Masyhuri, 2008:100). Terdapat dua penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan dalam melakukan kajian penelitian. Penelitian pertama dilakukan oleh Mohammad Nizar mahasiswa Institut Pertanian Bogor yang telah diselesaikan pada tahun 2009 dengan judul “Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *Search Engine* (Studi Kasus Mahasiswa Institut Pertanian Bogor)”. Penelitian ini salah satunya bertujuan untuk mengetahui besar tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna internet pada pemakaian *search engine* dengan metode studi kasus menggunakan kuesioner. Hasil dari analisis CSI menunjukkan bahwa kepuasan total responden yang telah terpenuhi oleh atribut-atribut *search engine* yang berada dalam penelitian ini adalah sebesar 78,83%. Sisanya belum terpuaskan dengan kinerja atribut-atribut *search engine* yang selama ini digunakan oleh pengguna *search engine* secara keseluruhan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa tingkat

kepuasan responden terhadap atribut-atribut *search engine* termasuk dalam kategori puas. Sedangkan untuk hasil perhitungan analisis *chi-square* diperoleh nilai 0,333 yang berarti tidak terdapat hubungan antara tingkat kepuasan keseluruhan dengan rencana pemakaian ke depan. Dari hasil analisis tabulasi silang, responden merasa puas dengan *search engine* yang biasa mereka gunakan dan bersedia untuk merekomendasikan kepada pihak lain dengan nilai *chi-square* 0,001 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat kepuasan keseluruhan dengan kesediaan memberikan rekomendasi.

Penelitian kedua dilakukan oleh Adinda Febrianti, mahasiswa UPN Veteran Yogyakarta yang telah diselesaikan pada tahun 2012 dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Web* Google Terhadap Tingkat Kepuasan Memperoleh Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan Google terhadap tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Komunikasi UPN 2009. Hasil penelitian diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,437 menunjukkan bahwa menurunnya variabel tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi dipengaruhi oleh meningkatnya variabel penggunaan Google sebesar 43,7% dan sisanya 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain, misalnya: penggunaan media lain, hubungan sosial dan peran orang tua. Berikut ini adalah gambaran penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

| Judul | Kontribusi | Perbedaan |
|---|--|---|
| Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna <i>Search Engine</i> (Studi Kasus Mahasiswa Institut Pertanian Bogor) oleh Mohammad Nizar, 2009 Institut Pertanian Bogor | Memberikan kontribusi pada tinjauan mengenai <i>search engine</i> (situs penelusur) | Penelitian baru tidak menganalisis kepuasan dan loyalitas pengguna <i>search engine</i> namun lebih pada penggunaan <i>Google search engine</i> dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa |
| Pengaruh Penggunaan <i>Web</i> Google Terhadap Tingkat Kepuasan Memperoleh Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa oleh Adinda Febrianti, 2012 UPN Veteran Yogyakarta | Memberikan kontribusi pada tinjauan mengenai <i>search engine</i> (situs penelusur) Google | Penelitian baru tidak memfokuskan pada tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi tetapi, hanya melihat pada pengaruh penggunaan Google dalam pemenuhan kebutuhan informasi |

B. Perkembangan Teknologi Informasi Masa Kini

Dalam memenuhi kebutuhan informasi, manusia memerlukan sebuah sarana yang dapat memudahkan mereka dalam melakukan proses penerimaan informasi dan penyampaian informasi dalam waktu yang lebih cepat, lebih luas sebarannya dan lebih lama penyimpanannya.

1. Internet Sebagai Teknologi *New Media*

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Definisi *new media* secara eksklusif merujuk pada teknologi komputer yang menekankan bentuk dan konteks budaya yang mana teknologi digunakan, seperti dalam seni, film, perdagangan, sains dan diatas itu semua internet. Perkembangan media baru sebenarnya merujuk kepada sebuah perubahan dalam proses produksi media, distribusi dan penggunaan (<http://www.it-jurnal.com/2015/04/definisi-dan-manfaat-new-media.html>, diakses 6 April 2016).

Kemunculan internet berawal dari percobaan yang dilakukan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat atau DARPA (*Defence Advance Research Project Agency*) untuk menciptakan sebuah jaringan komunikasi antar beberapa komputer yang dapat digunakan terus-menerus dalam keadaan perang sekalipun. Kemudian dibentuklah suatu organisasi yang terdiri dari para peneliti bidang *sains* dan pendidikan di Amerika Serikat dengan sebutan ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) guna mendukung keperluan militer untuk menghubungkan daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan gangguan keamanan lainnya. Pada tahun 1986, lembaga ilmu pengetahuan Amerika Serikat US NSF (*National Science Foundation*) mendukung pembuatan jaringan TCP/IP yang didanai oleh organisasi NSFNet. Jaringan ini dibuat untuk menghubungkan beberapa komputer di berbagai Universitas di Amerika Serikat. Jaringan inilah yang menjadi cikal bakal perkembangan internet sampai saat ini.

Kayo, Mori dan Takano menjelaskan keistimewaan yang terdapat dalam internet. Pertama, internet bersifat bebas dimana pengguna internet berkuasa untuk memberi dan menerima informasi dengan bebas. Kedua, internet lebih dinamis dengan mengikuti perkembangan waktu dimana kebanyakan informasinya sangat *up to date*. Ketiga, internet bersifat interaktif artinya pengguna internet dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya setiap saat (Sultoni, 2013:23).

Internet memberikan beragam fasilitas yang mempunyai fungsinya masing-masing, diantaranya:

- a. *World Wide Web (www)*, merupakan kumpulan koleksi besar tentang berbagai macam dokumentasi yang tersimpan dalam berbagai server di seluruh dunia.
- b. *E-mail* (surat elektronik), merupakan fasilitas yang memungkinkan dua orang atau lebih melakukan komunikasi yang tidak bersifat *real-time*.
- c. *Internet Relay Chat (IRC)*, aplikasi yang memungkinkan pengguna berkomunikasi secara *real-time* dengan pengguna lain di internet.
- d. *Mailing List (milis)*, merupakan perluasan penggunaan *e-mail*, dimana pengguna alamat *e-mail* bisa tergabung dalam suatu kelompok diskusi untuk memecahkan suatu permasalahan secara bersama-sama.
- e. *Newsgroup* (kelompok diskusi), adalah fasilitas untuk melakukan komunikasi antara dua orang atau lebih secara serempak dalam waktu yang sama (*real-time*).
- f. *File Transfer Protocol (FTP)*, adalah fasilitas internet yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mencari dan mengambil arsip *file* (*download file*) di suatu server yang terhubung ke internet (Purbo dalam Qomariyah, 2010:13-14).

Selain itu ada pula fasilitas internet lain yang mempunyai peran penting yang biasanya digunakan untuk mempermudah dan mempercepat pengguna internet dalam mendapatkan informasi melalui halaman internet. Fasilitas ini dikenal dengan istilah mesin pencari (*search engine*). Bagi pengguna internet, *search engine* merupakan sebuah situs yang membantu dalam mencari informasi,

penelusuran artikel, *file* maupun *database* yang diinginkan bila tidak mengetahui alamat situs informasi yang ingin dicari (Qomariyah, 2010:12).

2. Google Search Engine

Dalam konteks internet, *search engine* merujuk pada *www* atau *website*. *Search engine* adalah sebuah program komputer yang dirancang sebagai alat bantu untuk mencari informasi di internet dengan cara mengetikkan kata kunci (*keyword*) yang dimaksud sehingga akan ditampilkan pada hasil pencarian yang berupa *website* asli yang berisi berbagai bentuk informasi seperti tulisan, gambar dan video. *Search engine* memberikan pencarian *content* media dengan kriteria yang spesifik (berisi kata atau frasa yang ditentukan) dan memperoleh daftar *file* yang memenuhi kriteria tersebut (Wijaya, 2011:8).

Perkembangan *search engine* berawal dari diciptakannya perangkat lunak yang bernama Archie oleh Alan Emtage, seorang mahasiswa dari Universitas McGill, Montreal, Kanada pada tahun 1990. Perangkat ini merupakan aplikasi pertama yang digunakan untuk mencari informasi di internet yang mampu mengindeks *file* yang terdapat pada FTP *server* publik. *World Wide Web Wanderer* merupakan aplikasi *search engine* pertama yang menggunakan teknologi robot dalam melakukan proses indeks halaman *web* yang terdapat pada *web server*. Aplikasi ini dirintis oleh Matthew Gray di MIT pada tahun 1993, namun aplikasi ini menimbulkan kontroversi karena menghabiskan *bandwith* yang sangat besar.

Berikutnya pada tahun 1993, Martijin Koster membuat ALIWEB (*Archie-Like Indexing of the Web*). ALIWEB mengizinkan pengguna internet untuk *submit* halaman *web* untuk diindeks dengan teknologi kumpulan meta-data. Aplikasi-aplikasi di ataslah yang menginspirasi lahirnya teknologi-teknologi *search engine* yang baru diantaranya *WebCrawler*, *Hotbot*, *Excite*, *Ask*, *Infoseek*, *Inktomi*, *AltaVista*, *Lycos*, *Yahoo*, *Baidu*, *Bing*, *Google* dan masih banyak lainnya (Wijaya, 2011:8). Berbagai *search engine* yang tersedia di internet dan sering digunakan antara lain:

- a. Google, merupakan perusahaan besar di Amerika yang mempunyai misi awal untuk menyatukan semua informasi dari seluruh dunia dan membuatnya mudah diakses serta berguna dan menjadi “bintang” di dunia internet.
- b. Yahoo, portal *web* populer yang dioperasikan perusahaan bernama *Yahoo Inc.* Pada awalnya Yahoo hanyalah sebuah *bookmark* (petunjuk halaman buku).
- c. Bing, *search engine* yang bernaung dibawah bendera *Microsoft*. Bing secara resmi diluncurkan pada tanggal 3 Juni 2009 menggantikan *search engine* sebelumnya yaitu *Live Search*. Bing diciptakan dengan menggunakan teknologi *PowerSet* yang memungkinkan pengguna untuk memperoleh hasil pencarian yang lebih akurat.
- d. Ask, *search engine* yang ditemukan oleh Garrett Gruener dan David Warthen pada tahun 1996. Fitur yang ditawarkan kepada pengunjung, yaitu: pencarian gambar, berita, *map*, cuaca, blog dan *feeds*, *encyclopedia listings*. Pengunjung juga dapat menemukan opsi pencarian lainnya seperti

Advance search, bloglines, currency conversion, desktop search, mobile content dan movies (Wijaya, 2011:8-10).

Banyaknya *search engine* yang tersedia di internet memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber dengan mudah. Dari banyaknya *search engine* tersebut, Google menjadi situs penelusur yang paling populer dan banyak digunakan di seluruh dunia.



Gambar 2.1 Tampilan Awal Google

Kemunculan Google berawal dari proyek yang dikerjakan oleh Larry Page dan Sergey Brin pada tahun 1996. Pada saat itu, kedua mahasiswa pascasarjana di *Stanford University* ini berkolaborasi mengembangkan mesin pencari bernama BackRub yang dioperasikan menggunakan server di kampus mereka. Pada tahun 1997, Larry dan Sergey mengganti nama BackRub menjadi "Googol" yang merupakan istilah matematika untuk angka 1 yang diikuti oleh 100 angka nol. Nama ini diambil untuk menjelaskan misi Google sebagai gudang informasi tak terbatas di internet (<http://tekno.kompas.com/read/2013/06/07/2001406/asal.usul.nama.google.dan.fakta.unik.lainnya>, diakses 4 Januari 2016).

Google menyediakan beragam fitur yang memudahkan pencarian informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna internet diantaranya adalah:

- a. Pencarian Gambar (BETA), Google merupakan mesin pencari gambar yang paling luas di *web*, dengan lebih dari 250 juta gambar terindex dan tersedia untuk dilihat.
- b. Terjemahan Halaman *Web*, Google memecah halangan bahasa dengan fitur baru terjemahan (BETA). Dengan menggunakan teknologi mesin penerjemah, memungkinkan halaman yang berbahasa asing dapat diterjemahkan ke bahasa yang dimengerti.
- c. Mencari *file* PDF, hasil pencarian termasuk untuk *file* dengan format *Adobe Portable Document* (PDF).
- d. Link-link Tersimpan (*cache*), memungkinkan seseorang untuk mendapatkan pencarian dari *link* yang tersembunyi, Google mengambil *snapshot* dari tiap halaman yang diuji ketika menjaring *web* dan menyimpannya sebagai cadangan jika halaman aslinya tidak tersedia.
- e. Halaman Mirip, Google mencarikan halaman yang mirip dengan kata kunci yang diketik.
- f. Menemukan siapa yang terhubung dengan Anda, fitur yang digunakan apabila seseorang hanya menginginkan pencarian *link* yang terhubung dengan blog atau *website* yang dicari.
- g. Pembatasan *Domain*, membatasi seseorang dalam pencarian alamat situs berdasarkan nama *domain* atau *sub domain* yang akan dicari.

- h. Saya Merasa Beruntung (*I'm Feeling Lucky*), fitur yang secara otomatis membawa seseorang langsung ke halaman pertama hasil pencarian dan hanya membutuhkan waktu lebih sedikit untuk mencari halaman *web* (http://www.google.com/intl/id/help/features_list.html, diakses 4 Januari 2015).

C. Masyarakat Informasi (*Information Society*)

Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah dapat digolongkan sebagai masyarakat tergolong maju. Beragam informasi yang ada memungkinkan masyarakat memiliki kualitas hidup yang lebih baik, inilah yang dikenal sebagai masyarakat informasi dimana pada masyarakat pada taraf ini memiliki standar hidup, bentuk pekerjaan dan sistem pendidikan yang dipengaruhi oleh informasi. Masyarakat informasi adalah masyarakat yang menjadikan informasi sebagai komoditas ekonomi yang sangat berharga, berhubungan dengan masyarakat lain dalam sistem komunikasi global dan mengakses informasi *super highway* (Abrar 2003:12). Menurut Rogers dalam Wiryanto (2004:26) masyarakat informasi adalah “suatu bangsa yang mayoritas angkatan kerjanya sudah menjadi pekerja informasi”. Berbeda dengan Rogers, menurut Straubhaar dan LaRose menyebutkan bahwa masyarakat informasi adalah:

“In an Information society, the exchange of information is the predominant economic activity. Information workers produce, process or distribute information as their primary activity. Information workers include journalist, editors, computer programmers, desktop publishing specialists, television producers, secretaries, public relations officer, advertising account executives, accounts and file clerks.”

Artinya di dalam masyarakat informasi, pertukaran informasi merupakan aktivitas ekonomi yang utama. Pekerja informasi adalah orang-orang yang pekerjaan pokoknya memproduksi, memproses atau mendistribusikan informasi. Para pekerja informasi meliputi jurnalis, editor, redaktur, programer komputer, *desktop publishing specialists*, produser televisi, sekretaris, *public relations officer*, *advertising account executives*, akuntan dan klerk (Wiryanto, 2004:5). Lahirnya masyarakat informasi tidak terlepas dari masuknya komputer dalam lingkungan masyarakat. Satu hal yang mencirikan masyarakat informasi adalah adanya kesadaran mereka terhadap pentingnya suatu informasi dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari dan kemampuan untuk memperoleh, mengevaluasi dan menggunakannya untuk tujuan-tujuan tertentu yang lebih luas.

Webster melihat definisi masyarakat informasi dengan beberapa kriteria sebagai berikut: a) *technological*, masyarakat informasi akan bergantung pada inovasi teknologi yang semakin lama semakin berkembang, b) *economic*, masyarakat informasi mempunyai industri informasi yang terbagi dalam lima kategori, yaitu: pendidikan, media komunikasi, mesin informasi, pelayanan informasi dan kegiatan informasi lain seperti penelitian dan kegiatan sosial, c) *occupational*, perubahan yang terjadi dalam masyarakat informasi menyebabkan perubahan dalam ketersediaan dan kebutuhan tenaga kerja dalam bidang informasi, d) *spatial*, masyarakat informasi mempunyai jaringan informasi yang terhubung dengan lokasi dan mempunyai efek pada pengorganisasian waktu dan ruang, e) *cultural*, masyarakat informasi mengalami perubahan sirkulasi sosial budaya dalam kehidupan sehari-hari karena adanya informasi yang tersedia di berbagai saluran termasuk media (Kurnia, 2005:24).

Untuk memahami informasi, Aubrey Fisher mengemukakan tiga konsep informasi sebagai berikut:

1. Informasi menunjukkan fakta atau data yang diperoleh selama proses komunikasi. Informasi dikonseptualisasikan sebagai kuantitas fisik yang dapat dipindahkan dari satu titik ke titik yang lain, individu satu kepada individu lain atau medium yang satu ke medium lainnya. Semakin banyak memperoleh fakta atau data, secara kuantitas seseorang juga memiliki banyak informasi.
2. Informasi menunjukkan makna data. Informasi merupakan arti, maksud atau makna yang terkandung dalam data. Peranan seseorang sangat dominan di dalam memberikan makna data. Suatu data akan mempunyai nilai informasi bila bermakna bagi seseorang yang menafsirkannya. Kemampuan seseorang untuk memberikan makna pada data akan menentukan kepemilikan informasi.
3. Informasi sebagai jumlah ketidakpastian yang diukur dengan cara mereduksi sejumlah alternatif yang ada. Informasi berkaitan erat dengan situasi ketidakpastian. Keadaan yang semakin tidak menentu akan menimbulkan banyak alternatif informasi yang dapat digunakan untuk mereduksi ketidakpastian itu (Wiryanto, 2004:7).

Menurut Krikelas, kebutuhan seseorang akan informasi dapat mendorong adanya perilaku penemuan informasi (*information seeking behavior*). Proses pencarian informasi tersebut akan berakhir apabila kebutuhan yang dirasakan telah terpenuhi (Hayden, 2001:6). Menurut Wilson munculnya kebutuhan informasi dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi yang berkaitan dengan kebutuhan fisiologi, afektif

maupun kognitif, terkait dengan peran seseorang dalam pekerjaan atau kegiatan dan tingkat kompetensi seseorang yang sebagaimana diharapkan oleh lingkungannya (Yulianah, 2009:10). Kebutuhan informasi seseorang didorong oleh keadaan dalam diri seseorang dan perannya dalam lingkungan. Seseorang akan menyadari bahwa pengetahuan yang ia miliki masih kurang sehingga ada keinginan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menambah pengetahuan mengenai lingkungan masyarakat, tugas-tugas pribadi sesuai dengan pekerjaan, pendidikan, hiburan dan untuk pengambilan keputusan. Wilson mengemukakan bahwa kebutuhan informasi manusia terbagi kedalam tiga konteks yaitu:

1. Kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang (*person's environment*), kebutuhan untuk menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang lingkungannya, misalnya informasi tentang lingkungan tempat tinggal, lingkungan sekolah, peristiwa-peristiwa terkini dan kebijakan pemerintah.
2. Peran sosial yang disandang (*social roles*), kebutuhan terkait dengan peran sosial yaitu mengenai peran seseorang dalam lingkungan masyarakat, misalnya sebagai pelajar membutuhkan informasi tentang pelajaran atau tugas-tugas di sekolah dan kebutuhan pemahaman baru tentang materi pelajaran di sekolah.
3. Karakteristik personal (*individual characteristics*), kebutuhan terkait dengan karakteristik personal yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kesehatan, gaya hidup dan kebutuhan untuk mendapatkan hiburan (Harisanty, 2007:5).

D. Penggunaan Internet Sebagai Sumber Informasi oleh Mahasiswa

Media berbasis teknologi informasi seperti internet, *web* dan situs yang tak terbatas jumlahnya dapat dijadikan sebagai media belajar dan pemenuhan informasi di masyarakat tak terkecuali bagi mahasiswa. Pemanfaatan teknologi informasi dianggap sebagai sarana yang dapat menghemat biaya dibandingkan dengan metode konvensional. Penggunaan suatu media akan mempengaruhi dan memberikan dampak bagi para penggunanya. Menurut Lometti, Reeves & Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, sebagai berikut: jumlah waktu (frekuensi, intensitas dan durasi), isi media serta hubungan media dengan individu (Sari, 2011:15). Dimensi penggunaan media menurut Rosengren terbagi atas: jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media (intensitas penggunaan), jenis isi media yang dikonsumsi (isi pesan) dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Hubungan antar khalayak dengan isi media meliputi *attention* atau perhatian (Rakhmat, 2005:67).

Kenneth E. Andersen mendefinisikan perhatian sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Adapun sifat yang menonjol dari apa yang kita perhatikan dalam menggunakan media adalah tampilan media tersebut (Dwipuspita, 2012:9). Menurut Horrigan dalam Qomariyah (2010:11), terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi menggunakan internet dan lama waktu yang dibutuhkan tiap kali mengakses internet.

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori berdasarkan pada intensitas penggunaan internet yaitu:

- a. *Heavy users*, pengguna internet menghabiskan waktu >40 jam kerja per bulan. Jenis pengguna internet ini adalah salah satu ciri-ciri pengguna internet yang *addicted*.
- b. *Medium users*, pengguna internet yang menghabiskan waktu antara 10-40 jam per bulan.
- c. *Light users*, pengguna internet yang menghabiskan waktu <10 jam per bulan (Qomariyah, 2010:11).

E. Kajian Tentang Teori *New Media*

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru terdapat dua pandangan, pertama adalah pandangan mengenai interaksi sosial yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *world wide web (www)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Pendekatan kedua, yaitu pandangan integrasi sosial yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi atau penyebarannya tetapi menyatukan dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya

sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat. Media baru merupakan digitalisasi dimana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan jaman mengenai teknologi dan pengetahuan, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas (Putri, 2014:14).

F. Kerangka Pikir Penelitian

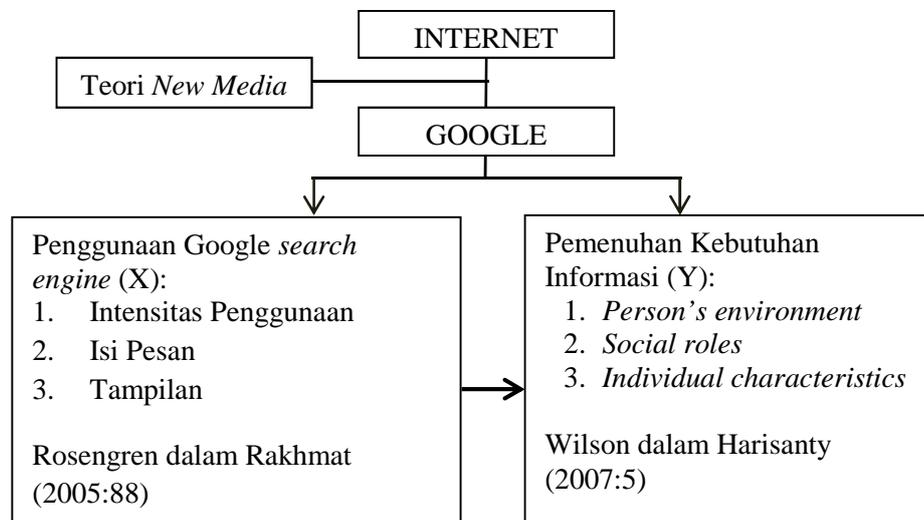
Informasi menjadi salah satu kebutuhan penting di era modernisasi saat ini. Teknologi yang semakin berkembang memungkinkan setiap orang mendapatkan informasi dari belahan dunia dengan sangat cepat. Informasi tidak hanya didapatkan dari media massa (seperti: koran, tv, radio, dan buku) melainkan pula dapat melalui media *online*. Kecanggihan teknologi yang didukung dengan kemunculan internet (*new media*) menjadikan segala kebutuhan manusia dapat terpenuhi hanya dalam waktu yang sekejap saja. Penggunaan internet sebagai sumber informasi tidak dapat diragukan lagi.

Ketersediaan beragam pilihan situs yang tersedia di internet memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi yang lebih banyak. Informasi yang tadinya sulit diperoleh saat ini sudah bukan sesuatu yang sulit lagi. Pencarian informasi yang dilakukan seseorang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang pada dasarnya digunakan untuk proses penyelesaian tugas. Mahasiswa menjadi individu yang aktif dalam melakukan pemenuhan kebutuhan informasi yang didorong oleh kebutuhan akademis yang mempertimbangkan relevansi, *up to date* serta kredibilitas.

Pemanfaatan internet dengan segala fasilitas di dalamnya sangatlah membantu dalam memenuhi segala kebutuhan informasi, salah satunya dengan menggunakan fasilitas *search engine*. Fasilitas ini diciptakan untuk mempermudah pengguna internet dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Internet menyediakan beragam situs penelusur yang dapat digunakan, diantaranya: Google, Yahoo!, Lycos, Altavista, Deja, Excite, Hotbot, MSN dan *Netscape Search*. Google adalah salah satu situs penelusur yang paling populer digunakan di seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia. Google menempati posisi pertama dengan penggunaan 95% mengalahkan Yahoo! yang hanya sebesar 2,44%. Penggunaan Google *search engine* menjadi aktivitas tertinggi yang sering dilakukan mahasiswa saat mengakses internet.

Dalam penelitian ini, penggunaan Google *search engine* dilihat dari dimensi penggunaan media menurut Rosengren dalam Rakhmat (2005:66) yaitu: intensitas penggunaan, isi pesan dan hubungan antar khalayak dengan isi media dalam hal ini perhatian pada tampilan media itu sendiri. Kebutuhan informasi individu didasari pada pendapat Wilson mengenai kebutuhan informasi, yaitu: kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang (*person's environment*), kebutuhan terkait dengan peran sosial yang disandang (*social roles*) dan kebutuhan terkait dengan karakteristik personal (*individual characteristics*) (Harisanty, 2007:5).

Kerangka pikir yang melandasi penelitian ini dapat dirumuskan dalam bagan berikut:



Bagan 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris. Maka, hipotesis dari penelitian ini adalah:

H0: Tidak ada pengaruh dari penggunaan *Google search engine* dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

H1: Ada pengaruh dari penggunaan *Google search engine* dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

H. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Jl. Sumantri Brojonegoro No. 01, Bandar Lampung, Lampung 35141.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian termasuk dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Emzir (2009:28), pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang secara primer menggunakan paradigma *post-positivist* dalam mengembangkan ilmu pengetahuan (seperti pemikiran tentang sebab akibat, reduksi kepada variabel, hipotesis dan pertanyaan spesifik, menggunakan pengukuran dan observasi serta pengujian teori) menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik. Tipe penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2011:29).

Metode penelitian menggunakan metode survei yang dilakukan untuk mencari keterangan yang faktual dan memperoleh fakta dari gejala yang ada dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Kriyantono, 2006:93).

B. Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat atau tergantung (*dependent variable*). Berdasarkan judul penelitian, “Pengaruh Penggunaan Google *Search Engine* Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)”, maka:

1. Variabel Bebas (x) : Pengaruh Penggunaan Google *Search Engine*.
2. Variabel Terikat (y) : Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa.

1. Definisi Konsep

Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena yang sama. Konsep dibangun dari teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian (Bungin, 2005:57-58). Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

- a. Penggunaan Google *Search Engine*, perbuatan atau tindakan seseorang dalam menggunakan Google sebagai sarana untuk mencari informasi.
- b. Pemenuhan Kebutuhan Informasi, cara memenuhi kebutuhan akan informasi melalui media internet khususnya dengan penggunaan Google *search engine* dalam mempermudah pencarian informasi.

2. Definisi Operasional

Untuk mengukur suatu variabel tertentu, maka variabel tersebut harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variabel, untuk itu variabel harus dijelaskan parameter atau indikator-indikatornya (Bungin, 2005:59-60). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan *Google Search Engine*, variabel ini diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Intensitas Penggunaan (frekuensi dan durasi)

Horigan dalam Rachdianti (2011:17) mengungkapkan bahwa ada dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan seseorang yaitu frekuensi seberapa sering dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet.

Tabel 3.1 Intensitas Penggunaan Internet

| Intensitas Penggunaan Internet | Minggu | Bulan | Keterangan |
|---------------------------------------|------------------|--------------|-------------------|
| Pengguna Berat | >10 jam | 40 jam | Tinggi |
| Pengguna Sedang | 2,5 jam – 10 jam | 10-40 jam | Sedang |
| Pengguna Ringan | <2,5 jam | <10 jam | Rendah |

*(SWA-Mark Plus & Co dalam Rachdianti 2011:17)

- a) Frekuensi adalah banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target (seringnya kegiatan itu dilaksanakan dalam periode waktu tertentu). Frekuensi mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media tertentu (dalam penelitian aktivitas akses internet), berapa kali dalam seminggu dan seterusnya (Ardianto, 2004:164).

b) Durasi adalah lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target; lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan internet (berapa jam sehari/berapa menit) (Ardianto, 2004:164).

2. Isi pesan

a) Kelengkapan informasi yang tersedia di *Google search engine* dikaitkan dengan ketersediaan informasi (data atau fakta), semakin banyak memperoleh fakta atau data, secara kuantitas seseorang juga memiliki banyak informasi.

b) Kejelasan informasi yang tersedia di *Google search engine* terkait dengan kredibilitas informasi yang di peroleh. Kredibilitas ini berupa sumber data, penulis informasinya jelas dan tidak bias atau dapat dipertanggungjawabkan.

c) Kebaruan informasi yang tersedia di *Google search engine*, informasi yang terbaru. Informasi terbaru ini berupa informasi yang berkaitan dengan isu-isu terbaru.

3. Tampilan, kemudahan akses Google, aktivitas yang sering dilakukan saat menggunakan *Google search engine* seperti: mencari informasi, mendownload (film, musik, video, gambar, *file* dan sebagainya), tata letak informasi yang tersedia pada *Google search engine* dan fitur-fitur yang tersedia di *Google search engine*.

b. Pemenuhan Kebutuhan Informasi, variabel ini diukur dengan indikator-indikator kebutuhan informasi menurut Wilson, sebagai berikut:

1. Kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang (*person environment*) adalah kebutuhan untuk menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang lingkungannya seperti:

- a) Informasi tentang lingkungan tempat tinggal seperti: menemukan alamat rumah, tempat hiburan, tempat bersantai bersama keluarga, sahabat serta untuk menemukan *public area* melalui *Google maps*.
- b) Lingkungan Universitas seperti: mencari informasi terbaru mengenai kegiatan-kegiatan yang ada di kampus, beasiswa dan mencari informasi umum yang terkait dengan universitas/sekolah (struktur organisasi kampus, sejarah, jumlah fakultas/jurusan dan *contact person*).
- c) Peristiwa-peristiwa terkini yang terjadi di sekitarnya seperti: mencari informasi mengenai pembangunan fasilitas umum (jembatan dan perbaikan jalan), kecelakaan dan kejahatan yang terjadi di sekitarnya.
- d) Kebijakan pemerintah di daerah tempat ia tinggal seperti: mencari informasi yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial, politik, hukum dan ekonomi.

2. Peran sosial yang disandang (*social roles*) adalah kebutuhan terkait dengan peran sosial yaitu mengenai peran seseorang dalam lingkungan masyarakat, misalnya sebagai mahasiswa membutuhkan informasi tentang pelajaran atau tugas-tugas dan kebutuhan pemahaman baru tentang materi. Dalam hal ini peran mahasiswa sendiri terdiri dari:
 - a) *Agent of Change* berarti mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut bersifat kritis dan diperlukan implementasi yang nyata.
 - b) *Control Social* berarti mahasiswa sebagai penengah antara mahasiswa dan masyarakat. Mahasiswa menyampaikan aspirasi masyarakat terhadap pemerintah.
 - c) *Iron Stock* berarti mahasiswa diharapkan menjadi manusia tangguh yang memiliki kemampuan dan akhlak mulia yang nantinya dapat menggantikan generasi-generasi sebelumnya.
3. Karakteristik Personal (*individual characteristics*) adalah kebutuhan terkait dengan karakteristik personal yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kesehatan, gaya hidup dan kebutuhan untuk mendapatkan hiburan seperti:
 - a) Kebutuhan berhubungan dengan kesehatan seperti informasi tentang berbagai penyakit, obat-obatan dan tips kesehatan.
 - b) Kebutuhan yang berhubungan dengan gaya hidup (*lifestyle*) seperti kebutuhan akan informasi mengenai teknologi dan telekomunikasi, kebutuhan akan *trend fashion* dan transportasi.
 - c) Kebutuhan akan hiburan meliputi informasi yang berkaitan dengan hobi seseorang, musik, film dan idola.

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

| No. | Variabel | Indikator | Ukuran | Skala Pengukuran | |
|-----|-------------------------------------|-----------|--|------------------|--------------|
| 1. | Penggunaan Google Search Engine (X) | a. | Intensitas Penggunaan 1) Frekuensi penggunaan internet dalam seminggu terakhir 2) Durasi menggunakan internet dalam sekali mengakses | Interval | Skala Likert |
| | | b. | Isi Pesan 1) Kelengkapan informasi yang tersedia di Google search engine 2) Kejelasan informasi yang tersedia di Google search engine 3) Kebaruan informasi yang tersedia di Google search engine | Interval | Skala Likert |
| | | c. | Tampilan 1) Kemudahan Akses 2) Aktivitas yang sering dilakukan 3) Tata Letak informasi yang tersedia pada Google search engine 4) Fitur-fitur yang tersedia di Google search engine | Interval | Skala Likert |
| 2. | Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) | a. | <i>Person Environment</i> 1) Informasi tentang lingkungan tempat tinggal. 2) Lingkungan Universitas 3) Peristiwa-peristiwa terkini yang terjadi di sekitarnya 4) Kebijakan pemerintah di daerah tempat ia tinggal. | Interval | Skala Likert |

*Tabel Lanjutan

| No. | Variabel | Indikator | | Ukuran | Skala Pengukuran |
|-----|-----------------------------------|-----------|---|----------|------------------|
| 2. | Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) | b. | <i>Social Roles</i> 1) <i>Agent of change</i> 2) <i>control social</i> 3) <i>Iron stock</i> | Interval | Skala Likert |
| | | c. | <i>Individual Characteristics</i> 1) Kebutuhan informasi kesehatan 2) Kebutuhan informasi gaya hidup (<i>lifestyle</i>) 3) Kebutuhan informasi hiburan | Interval | Skala Likert |

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau obyek yang diteliti itu (Sugiyono, 2011:117-118). Penelitian ini dilakukan di Universitas Lampung dengan objek yang diteliti adalah mahasiswa/i program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Berdasarkan data Direktorat Administrasi dan Jaminan Mutu Pendidikan Unila menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi yang aktif sampai dengan bulan September 2015 sebanyak 4281 mahasiswa mencakup segala program studi dari S1, S2, S3 dan D3.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (Sugiyono, 2011:81). Jumlah responden yang diperlukan untuk mewakili jumlah populasi ditentukan dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel responden yang diteliti akan ditentukan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4281}{1 + 4281(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4281}{43,81}$$

$n = 97,7$ dibulatkan menjadi 98 orang

Jumlah responden yang diambil berdasarkan rumus tersebut adalah 98 orang responden. Karakteristik responden diambil dari mahasiswa program studi S1 pada 3 jurusan yang terdapat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yaitu jurusan S1 Manajemen, S1 Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan serta S1 Akutansi. Jumlah sebaran kuesioner ditentukan

berdasarkan pada masing-masing jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Teknik sampling yang digunakan adalah *quota sampling*. Menurut Sugiyono (2011:67) sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Untuk menentukan jumlah responden pada ketiga jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N} n$$

Keterangan

n_i : jumlah anggota sampel menurut stratum

n : jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i : jumlah anggota populasi menurut stratum

N : jumlah anggota populasi seluruhnya

Tabel 3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Program Studi (S1)

| Fakultas Ekonomi dan Bisnis | Jumlah Mahasiswa (Jiwa) | Perhitungan Responden |
|---------------------------------------|-------------------------|--|
| S1 Manajemen | 1035 | $n_i = \frac{1035}{2524} \times 98 = 40$ |
| S1 Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan | 662 | $n_i = \frac{662}{2524} \times 98 = 26$ |
| S1 Akutansi | 827 | $n_i = \frac{827}{2524} \times 98 = 32$ |

Sumber Data: Direktorat Administrasi dan Kemahasiswaan Unila 2015

Berdasarkan perhitungan rumus sebelumnya, didapatkan daftar sebaran kuesioner yang akan dibagikan pada jumlah responden mahasiswa program studi S1 pada masing-masing jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan rincian seperti tabel berikut:

Tabel 3.4 Daftar sebaran kuesioner di Tiap Jurusan

| Nama Fakultas | Jumlah Mahasiswa (jiwa) | Jumlah Responden |
|---------------------------------------|----------------------------|---------------------|
| S1 Manajemen | 1035 | 40 |
| S1 Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan | 662 | 26 |
| S1 Akutansi | 827 | 32 |
| Jumlah: | 2524 (*) | 98 |

*Keseluruhan jumlah mahasiswa Program Studi S1

D. Jenis Data

Data yang perlu digunakan dan akan diproses peneliti selanjutnya di dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, data yang diperoleh peneliti langsung dari responden melalui hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada para reponden penelitian.
- b. Data sekunder, data yang diperoleh peneliti dari sumber lain seperti buku-buku, kepustakaan, catatan lain dan penelitian terdahulu yang digunakan untuk melengkapi data primer.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk memudahkan peneliti melakukan penelitian adalah:

- a. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
- b. Studi pustaka atau *library research* untuk melengkapi data primer melalui literatur yang ada. Mengumpulkan data dari berbagai sumber termasuk dari internet yang berguna untuk melengkapi data yang ada.

F. Teknik Pengolahan Data

Hal yang dilakukan peneliti dalam menganalisis serta mengolah data adalah dengan cara mengumpulkan data kemudian mengolah data-data tersebut agar dapat memberikan makna yang mudah dipahami. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah:

- a. *Editing*, yaitu suatu kegiatan yang dilaksanakan peneliti setelah selesai menghimpun data di lapangan. Tujuannya adalah untuk menghilangkan kesalahan yang terdapat pada pencatatan di lapangan.
- b. *Coding*, yaitu proses klasifikasi data dengan memberi identitas sehingga memberi makna tertentu pada saat analisis.
- c. *Scoring*, yaitu kegiatan memberi nilai berupa angka pada jawaban pernyataan dari setiap kuesioner.
- d. *Tabulating*, yaitu proses penyajian data dalam bentuk tabel, diagram dan lain sebagainya.

G. Teknik Pemberian Skor

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*, dimana teknik ini biasa digunakan dalam mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial tertentu. Setiap pernyataan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata (Kriyantono, 2006:138). Maka untuk tiap pernyataan yang diajukan, jawaban-jawaban tersebut akan diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

H. Teknik Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas suatu instrumen adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang diinginkan (Mustafa, 2009:42). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel. Uji validitas menggunakan uji Korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

- r : Koefisien korelasi *product moment*
 X : Jumlah skor untuk indikator x
 Y : Jumlah skor untuk indikator y
 XY : Jumlah hasil kali antar x dan y
 N : jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006:154), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian, artinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali-kali hasilnya akan tetap. Rumus untuk menghitung reliabilitas instrumen dengan menggunakan *Cronbach Alpha* () dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan

- r_{11} : reliabilitas instrumen
 k : banyaknya butir pertanyaan/soal
 $\sum \sigma_b^2$: jumlah varian skor tiap item
 σ_t^2 : varian total

I. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis tabel tunggal. Analisis tabel tunggal merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang terdiri dari kolom, sejumlah frekuensi dan presentase untuk setiap kategori yang dihitung dengan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan

P : Presentase

F : Frekuensi pada kategori variasi

N : Jumlah frekuensi seluruh kategori variasi

Kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis tabulasi silang. Tabulasi silang merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi di antaranya. Teknik *crosstab* digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara sub faktor independen terhadap faktor dependen berdasarkan perbandingan distribusi frekuensi dan persentase (Mujib, 2013:50). Prosedur tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai-nilai yang berbeda dari dua variabel dan menghitung harga-harga statistik beserta ujinya.

Metode tabulasi silang (*crosstab* atau *cross classified*) memiliki beberapa metode pendekatan yang berbeda dan menggunakan uji statistik yang berbeda pula, bergantung pada banyaknya variabel yang akan diidentifikasi hubungannya satu sama lain. Jika hanya menggunakan dua variabel maka dapat menggunakan metode tabel kontingensi. Metode ini merupakan metode yang paling umum digunakan dalam analisis tabulasi silang. Analisis tabulasi silang bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan diantara grup-grup dan dibuat perbandingannya. Hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk tabulasi silang akan membantu mengklarifikasi penemuan-penemuan yang ada dalam suatu penelitian di suatu industri, pasar atau segmen organisasi (Mujib, 2013:49).

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Fakultas Ekonomi bersama dengan Fakultas Hukum didirikan pada tahun 1960. Kedua fakultas ini menjadi fakultas dalam Universitas Sriwijaya cabang Lampung yang dipimpin oleh koordinator dengan Ketua Zainal Abidin Pagar Alam yang waktu itu menjabat Walikota Kotapraja Tanjungkarang Telukbetung. Pada awal tahun 1961, Fakultas Ekonomi Unsri Cabang Lampung dipimpin Drs. Moersalin sebagai Ketua Fakultas dan Nadirsyah Zaini, M.A. sebagai Sekretaris.

Tanggal 23 September 1965 dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan Nomor 195 berdirilah Universitas Lampung yang terdiri dari Fakultas Ekonomi bersama dengan Fakultas Hukum dan disahkan dengan Surat Keputusan Presiden RI No.73, tanggal 6 April tahun 1966. Berdasarkan Keputusan Rektor Unila No.03/UN26/DT/2011, tanggal 30 Desember 2011 nama Fakultas Ekonomi berganti nama menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung (FEB Unila), keputusan ini disahkan dalam Peraturan Mendikbud Nomor: 072 tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Lampung.

FEB Unila sebagai fakultas tertua saat ini mempunyai 3 jurusan yang semua jurusannya terakreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT) dan fakultas yang pertama kali di lingkungan Universitas Lampung mendapatkan sertifikasi ISO 9001-2008 dari UKAS yaitu Jurusan Ekonomi Pembangunan, Jurusan Manajemen dan Jurusan Akuntansi.

Pada tahun 2000 terbentuklah Program Pascasarjana Magister Manajemen yang merupakan satu-satunya program S2 di luar pulau Jawa yang terakreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT) dan mendapatkan sertifikasi ISO 9001-2008 dari UKAS. Di tahun 2012 terbentuknya program Magister Ilmu Akuntansi dan program Magister Ilmu Ekonomi yang memiliki akreditasi B.

Selain program S1 dan S2, FEB Unila juga memiliki 1 (satu) Program Profesi Akuntansi dan 4 (empat) program vokasi yaitu D3 Akuntansi, D3 Perpajakan, D3 Keuangan Perbankan dan D3 Pemasaran. Melalui Surat Dirjen Dikti Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan No 76/E.E2/DT/2014, tanggal 28 Januari 2014 memberikan mandat kepada Universitas Lampung untuk menyelenggarakan Program Studi Ilmu Ekonomi Jenjang Doktor (S3).

Saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis sejak bulan Agustus 2013 telah menjadi anggota Abest 21, yaitu sebuah Badan Akreditasi Internasional untuk sekolah bisnis yang berpusat di Tokyo dan sedang dalam proses akreditasi. Sebagai langkah awal, upaya ini telah dilakukan dengan membuka Internasional Program Kelas Bilingual dan membentuk *Soft Skill Development Center*. Internasional Program dilakukan bekerjasama dengan *Daikin University* Australia

dalam bentuk kerjasama *one plus one*, *studi abroad*, serta *student and staff exchange*.

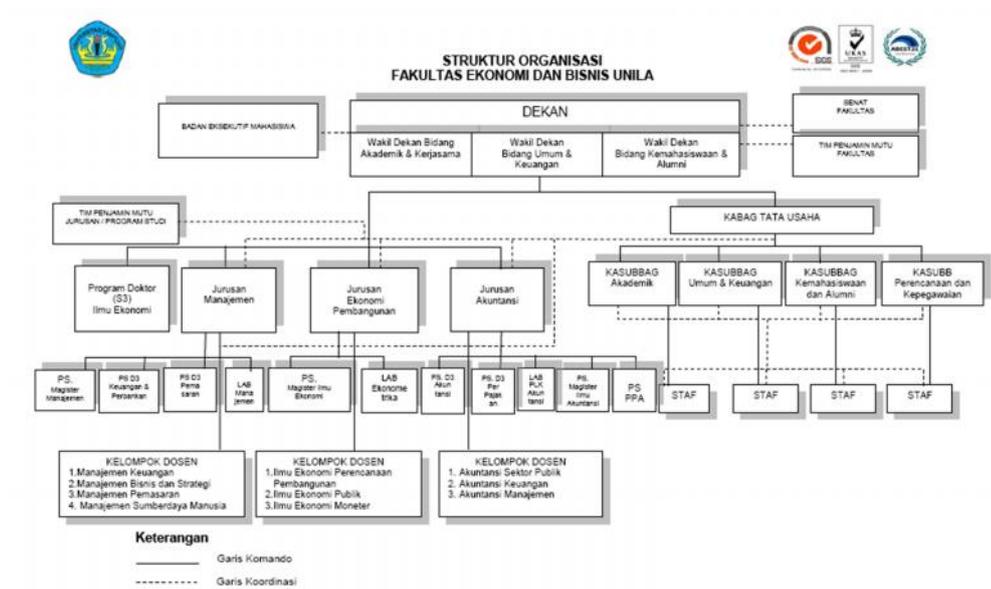
Sepanjang sejarah perjalanan FEB Unila tentu tidak lepas dari peran pimpinan fakultas yang semula disebut Ketua dan setelah berdiri menjadi fakultas disebut Dekan. Nama-nama Ketua dan Dekan Fakultas Ekonomi Unila sejak tahun 1961 sampai sekarang:

Tabel 4.1 Daftar Nama Jabatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila

| JABATAN | NAMA | TAHUN |
|---------|---------------------------------------|-------------|
| KETUA | Drs. Moersalin | 1961 – 1963 |
| | Drs. Paul Sitohang | 1963 – 1965 |
| DEKAN | Drs. Paul Sitohang | 1965 – 1975 |
| | Drs. Aris Panuju | 1975 – 1978 |
| | Ahmad Ismail, S.E | 1978 – 1982 |
| | Ibnu Hajar, S.E | 1982 – 1985 |
| | Alhusni Duki Hamim, S.E, M.Sc | 1985 – 1988 |
| | Syamsudin T.A, S.E., M.Sc | 1988 – 1993 |
| | Dr.S.S.P.Pandjaitan, S.E,M.Sc | 1993 – 1996 |
| | Dr. M. Faddel Djauhar, S.E | 1996 – 2003 |
| | Toto Gunarto, S.E., M.Si | 2003 – 2010 |
| | Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E.,M.Si | 2010 – 2015 |

Sumber: <http://feb.unila.ac.id/>, diakses 4 Januari 2016

B. Struktur Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Bagan 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila

Sumber: <http://feb.unila.ac.id/>, diakses 4 Januari 2016

C. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Visi :

“Menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sepuluh Terbaik di Indonesia”

Misi :

Untuk mencapai visi FEB Unila, maka misi yang disusun adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila

| | |
|--------|--|
| Misi 1 | Membangun citra FEB Unila sebagai sepuluh Fakultas Ekonomi terbaik di Indonesia |
| Misi 2 | Menghasilkan lulusan dalam bidang ekonomi yang berkualitas sepuluh terbaik di Indonesia |
| Misi 3 | Meningkatkan kualitas dan daya saing sumber daya manusia (SDM) baik dosen, karyawan maupun mahasiswa |
| Misi 4 | Mendorong kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang bermanfaat bagi masyarakat |
| Misi 5 | Meningkatkan peran FEB Unila sebagai agen perubahan di bidang pembangunan ekonomi |

Sumber: <http://feb.unila.ac.id/>, diakses 4 Januari 2016

Tujuan :

Tujuan strategik ini disusun berdasarkan Visi, Misi, Nilai dan Tantangan masa depan dengan pertimbangan sumberdaya dan infrastruktur yang dimiliki FEB Unila. Tujuan strategik FEB Unila pada Renstra 2011-2015 adalah:

“Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dua Puluh Terbaik di Indonesia”

Dalam kurun waktu 2011-2015 diharapkan FEB Unila akan dapat mencapai tujuan strategik dengan arah kebijakan berikut:

Tabel 4.3 Arah Kebijakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila

| | |
|------------------|---|
| Arah kebijakan 1 | Kepemimpinan strategik, pengembangan SDM, infrastruktur dan fasilitas yang mendukung daya saing FEB Unila |
| Arah kebijakan 2 | Penguatan kapasitas manajemen (pengelolaan) akademik dan non akademik yang berstandar internasional |
| Arah kebijakan 3 | Mengorientasikan seluruh elemen organisasi FEB Unila untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan |
| Arah kebijakan 4 | Mengembangkan basis keuangan yang kuat untuk menjamin kecukupan pembiayaan untuk pelaksanaan misi dan pencapaian visi |

Sumber: <http://feb.unila.ac.id/>, diakses 4 Januari 2016

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi penelitian atau Asymp. Sig. sebesar 0,00. Nilai ini lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai signifikansi dalam penelitian ini yaitu 10% (0,1), hal ini berarti bahwa penggunaan Google *search engine* memiliki pengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Pengaruh dalam hasil perhitungan tabulasi silang (*crosstab*) diketahui bahwa nilai dominan berada pada kategori rendah. Hal ini berarti bahwa aktivitas dalam penggunaan Google *search engine* tidak dapat sepenuhnya memenuhi kebutuhan responden dalam hal ini mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi.

Berdasarkan pada hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa penggunaan Google di kalangan responden penelitian dalam hal ini mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung menunjukkan bahwa pemanfaatan Google *search engine* untuk mencari informasi terkait dengan penyakit (80,61%), pencarian informasi mengenai obat-obatan (79,59%), informasi tips kesehatan (76,53%), informasi *gadget* (76,53%), sarana transportasi

umum (74,49%), penggunaan Google Scholar sebagai referensi tugas akhir (73,47%) serta pencarian informasi lowongan pekerjaan (72,45%).

Kebutuhan informasi dari ketiga dimensi yang peneliti teliti, yaitu: kebutuhan informasi terkait lingkungan seseorang (*person environment*), peran sosial yang disandang (*social roles*) dan karakteristik personal (*individual characteristics*), dapat disimpulkan bahwa banyaknya pemanfaatan Google *search engine* oleh responden penelitian untuk memenuhi kebutuhan informasi yang terkait dengan kebutuhan informasi karakteristik personal untuk mencari informasi hiburan, kesehatan dan penggunaan Google untuk mengisi waktu luang. Selain itu, pemanfaatan Google *search engine* juga digunakan untuk mencari informasi terkait peran sosial sebagai mahasiswa (mencari referensi tugas, materi, dsb).

B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti ajukan sehubungan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Kepada pihak Google sebagai penyedia informasi diharapkan bisa lebih memaksimalkan ketersediaan informasi di Google. Khususnya untuk Google Indonesia, banyaknya penggunaan Google oleh masyarakat Indonesia haruslah diikuti dengan ketersediaan informasi yang cangkupannya lebih luas dan lengkap.
2. Bagi mahasiswa diharapkan cermat dalam menggunakan Google sebagai sumber informasi, selain itu ketersediaan buku juga dapat digunakan sebagai referensi informasi materi maupun tugas yang berkaitan dengan perkuliahan.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai Google ataupun penggunaan *search engine* diharapkan dapat membahas lebih banyak dan mendetail. Penggunaan Google tidak hanya sebagai sumber informasi melainkan pula bisa sebagai media bisnis, pendidikan, dsb.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Emzir. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Laksamana Media. 2009. *Youtube & Google Video: Membuat, Mengedit dan Upload Video*. Yogyakarta: Penerbit MediaKom.
- Liliweri, Alo MS, Drs. 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Masyhuri, M. Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Mustafa, EQ. Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Solution, WInpec. 2007. *Student Excercises Series : Aplikasi Internet Google*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Jurnal

Dwipuspita, Stefanie. 2012. *Pengaruh Penggunaan Website www.korz.co.id Terhadap Keputusan Pembelian Member KORZ Online*

Harisanty, Dessy. 2007. *Kebutuhan Informasi Siswa SMA dan Ketersediaan Sumber Informasi pada Perpustakaan SMA di Surabaya*.

Hayden, K. Alix. 2001. *Information Seeking Models*. Tersedia pada <http://informationr.net> (diakses pada 18 Mei 2015, pukul 16:06)

Novianto, Iik. 2013. *Perilaku Penggunaan Internet di Kalangan Mahasiswa (Studi Deskriptif tentang Perilaku Penggunaan Internet di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri (FISIP Unair) dengan Perguruan Tinggi Swasta (FISIP UPN) untuk Memenuhi Kebutuhan Informasinya)*, Jurnal Libri-Net Vol. 2 – No. 1 / 2013-01.

Nizar, Mohammad. 2009. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Search Engine (Studi Kasus Mahasiswa Institut Pertanian Bogor)*

Putri, Fanny Aulia. 2014. *Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa SMA Negeri 1 Medan Terhadap Tindakan Cyberbully di Media Sosial)*

Pramesti, Niken. 2011. *Hubungan Antara Penggunaan Search Engine Google Dan Kreativitas Mahasiswa (Survei terhadap Mahasiswa Komunikasi Reguler FISIP Untirta TA 2008/2009)*

Qomariyah, Astutik Nur. 2010. *Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan*

Sari, Kartika. 2011. *Pengaruh Tayangan Animasi "Sponge Bob Square Pants" Di Global TV Terhadap Loyalitas Penonton*

Sultoni, Ahmad. 2013. *Pengaruh Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Sejarah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas XI IPS SMA N 1 Wiradesa Kabupaten Pekalongan Tahun Pelajaran 2011/2012*

Wijaya, Testiyan. 2011. *Perancangan Alat Ukur Indeks Usabilitas Pada Mesin Pencari (Search Engine)*

Yulianah. 2009. *Kebutuhan Informasi Pemustaka: Studi Kasus Di Perpustakaan Keliling Kota Administrasi.*

Skripsi

Kurnia Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi.*

Rachdianti, Yuniar. 2011. *Hubungan Antara Self-Control Dengan Intensitas Penggunaan Internet Remaja Akhir.*

Febrianti, Adinda. 2012. *Pengaruh Penggunaan Web Google Terhadap Tingkat Kepuasan Memperoleh Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa.*

Mujib, Muhammad. 2013. *Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.*

Sumber Internet

<http://www.apjii.or.id/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html> (diakses pada 24 Agustus 2015, pukul 18.35)

<https://www.statsmonkey.com/table/18405-indonesia-search-engine-market-share-usage-statistics-2014.php> (diakses pada 31 Agustus 2015, pukul 18.23)

<http://www.alexa.com/topsites/countries/ID> (diakses pada 13 Maret 2016, pukul 09.29)

(http://www.similarweb.com/country_category/indonesia/internet_and_telecom/search_engine) (diakses pada 13 Maret 2016, pukul 09:32)

<http://www.marketing.co.id/perilaku-penggunaan-internet-generasi-muda-indonesia/> (diakses pada 1 September 2015, pukul 14:11)

<http://birohmah.unila.ac.id/unila-naik-peringkat-10-besar-kampus-terbaik-nasional-versi-webometrics> (diakses pada 24 Agustus 2015, pukul 18:35)

<http://www.duajurai.com/2015/08/unila-peringkat-10-universitas-terbaik-versi-webometrics/> (diakses pada 24 Agustus 2015, pukul 18:35)

<http://netmon.unila.ac.id/sensorlist.htm?show=g3&listid=235&timeout=60&showall=1> (diakses pada 30 November 2015, pukul 19:00)

<http://www.it-jurnal.com/2015/04/definisi-dan-manfaat-new-media.html> (diakses pada 6 April 2016, pukul 20:34)

<http://tekno.kompas.com/read/2013/06/07/2001406/asal.usul.nama.google.dan.fakta.unik.lainnya> (diakses pada 4 Januari 2016, pukul 13:11)

http://www.google.com/intl/id/help/features_list.html (diakses pada 4 Januari 2016, pukul 15:23)

<http://feb.unila.ac.id/> (diakses pada 4 Januari 2016, pukul 16:18)

<https://www.google.com/intl/id/about/company/> (diakses pada 15 Maret 2016, pukul 16:52)

<http://tekno.kompas.com/read/2015/03/13/17070027/kominfo.ungkap.demografi.pengguna.internet.indonesia> (diakses pada 4 Januari 2016, pukul 16:18)

<http://tekno.liputan6.com/read/2435997/3-fakta-mengejutkan-pengguna-internet-di-indonesia> (diakses pada 15 Januari 2016, pukul 14:06)

<http://www.komputerseo.com/2010/01/domain-google-di-seluruh-dunia.html?m=1> (diakses pada 27 Januari 2016, pukul 20:00)

<https://www.google.com/intl/id/chrome/browser/features.html> (diakses pada 15 Januari 2016, pukul 14:10)

<http://www.solopos.com/2015/11/12/hasil-survei-orang-indonesia-ternyata-suka-akses-internet-di-kamar-mandi-660736> (diakses pada 15 Januari 2016, pukul 14:12)

<http://www.edtechmagazine.com/higher/article/2012/07/how-college-students-can-get-most-out-google-infographic> (diakses pada 27 Januari 2016, pukul 20:03)

<https://www.google.co.id/bookmarks/> (diakses pada 15 Januari 2016, pukul 14:25)

www.google.co.id/doodles/ (diakses pada 15 Januari 2016, pukul 14:29)

<https://www.google.com/intl/id/drive/announcements/introduction/index.html> (diakses pada 27 Januari 2016, pukul 20:14)

<http://www.statista.com/statistics/432390/active-gmail-users/> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 18:22)

<http://autotekno.sindonews.com/read/1082032/133/pengguna-gmail-capai-1-miliar-1454378868> (diakses pada 31 Februari 2016, pukul 20:17)

<http://www.plimbi.com/article/9665/fitur-google-yang-paling-sering-digunakan> (diakses pada 28 Januari 2016, pukul 14:16)

<http://www.boc.web.id/pengertian-dan-manfaat-google-plus/> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 12:35)

http://sewa.sunda.us/en1/838-734/Google-Translate_109309_sewa-sunda.html (diakses pada 16 Januari 2016, pukul 18:22)

<https://www.google.com/intl/id/maps/about/> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 11:57)

<https://support.google.com/gmm/answer/3131595?hl=id> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 12:03)

<https://id.techinasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia/> (diakses pada 16 Januari 2016, pukul 09:12)

<http://tekno.kompas.com/read/2015/11/19/23084827/Mau.Tahu.Hasil.Riset.Google.soal.Penggunaan.Smartphone.di.Indonesia> (diakses pada 16 Januari 2016, pukul 09:17)

<http://firstmonday.org/article/view/3484/2857> (diakses pada 16 Januari 2016, pukul 10:04)

https://support.google.com/maps/answer/3093979?hl=id&ref_topic=3093585 (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 12:03)

<https://www.zopini.com/blog/review-google-maps-dan-berbagai-fitur-menarik-yang-dimilikinya/> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 12:06)

http://www.kompasiana.com/akbarisation/besarnya-manfaat-google-apps-for-education-bagi-pelajar_5518edbe8133112c729de0da (diakses pada 29 Januari 2016, pukul 18:22)

<https://support.google.com/websearch/answer/2364942?hl=en> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 11:54)

<https://googleblog.blogspot.co.id/2015/02/health-info-knowledge-graph.html?m=1> (diakses pada 17 Januari 2016, pukul 11:58)

<https://id.techinasia.com/kumpulan-startup-kesehatan-di-indonesia/> (diakses pada 29 Januari 2016, pukul 19:01)

https://www.google.com/trends/story/2015_ID (diakses pada 16 Januari 2016, pukul 19:03)

<http://www.tekno-pedia.com/gadget-dan-pengertiannya/> (diakses pada 29 Januari 2016, pukul 18:21)

<http://www.merdeka.com/teknologi/10-fitur-google-yang-mungkin-belum-anda-ketahui.html> (diakses pada 29 Januari 2016, pukul 14:23)

<http://fadhel04pssiunej.student.unej.ac.id/?p=158> (diakses pada 30 Januari 2016, pukul 20:11)

<http://www.merdeka.com/teknologi/ini-5-pencarian-tersembunyi-google-yang-bisa-usir-rasa-bosan.html> (diakses pada 30 Januari 2016, pukul 20:13)

<https://googleblog.blogspot.co.id/2011/02/google-hotpot-now-on-googlecom-and.html> (diakses pada 30 Januari 2016, pukul 20:17)

<http://searchengineland.com/google-hotpot-going-away-but-in-name-only-72306> (diakses pada diakses 30 Januari 2016, pukul 20:15)

Sumber lain:

UPT. Teknologi dan Informasi Universitas Lampung, diakses melalui
netmon.unila.ac.id

Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Rektorat Universitas Lampung