



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**GAMBARAN POLA PERILAKU PENGUNJUNG DAN  
TAMPILAN STRUKTURAL MEDIA ONLINE  
KOMPAS HEALTH DAN DETIK HEALTH**

**SKRIPSI**

**RIDHO MARDATILAH**

**NPM: 080336886**

**PROGRAM SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT (S1-4)  
PEMINATAN MANAJEMEN RUMAH SAKIT  
DEPARTEMEN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS INDONESIA  
DEPOK 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**GAMBARAN POLA PERILAKU PENGUNJUNG DAN  
TAMPILAN STRUKTURAL MEDIA ONLINE  
KOMPAS HEALTH DAN DETIK HEALTH**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT**

**RIDHO MARDATILAH**

**NPM: 080336886**

**PROGRAM SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT (S1-4)  
PEMINATAN MANAJEMEN RUMAH SAKIT  
DEPARTEMEN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS INDONESIA  
DEPOK 2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri.  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : RIDHO MARDATILAH

NPM : 0806336886

TTD :



Tanggal : 19 Juni 2012

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

NAMA : RIDHO MARDATILAH

NPM : 0806336886


Program Studi : Kesehatan Masyarakat – S1 Reguler

Judul Skripsi : **Gambaran Pola Perilaku Pengunjung dan Tampilan Struktural Media *Online* Kompas *Health* dan Detik *Health*.**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat pada Program Studi Kesehatan Masyarakat – S1 Reguler, Peminatan Manajemen Rumah Sakit, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia.

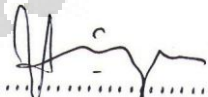
### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. drg. Yaslis Ilyas, MPH



(.....)

Penguji I : Vetty Julianty, S.Si. M.P.H



(.....)

Penguji II : Akhda Afif Rasyidi, S.Kom



(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 19 Juni 2012

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Ridho Mardatilah  
NPM : 0806336886  
Mahasiswa Program : S1 Reguler Sarjana Kesehatan Masyarakat  
Tahun Akademik : 2008

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

**Gambaran Pola Perilaku Pengunjung dan Tampilan Struktural Media Online Kompas Health dan Detik Health.**

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan plagiat, maka akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Depok, 19 Juni 2012



Ridho Mardatilah

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ridho Mardatilah  
Alamat : Jalan Raya Adiwerna, RT19/RW20, No.20, Kec.  
Adiwerna, Kab. Tegal, Jawa Tengah 52194  
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Maret 1990  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Laki – laki

### **Pendidikan**

- |   |                      |                 |
|---|----------------------|-----------------|
| 1 | SDN Jatimakmur II    | Tahun 1996-2002 |
| 2 | SMPN 1 Adiwerna      | Tahun 2002-2005 |
| 3 | SMAN 1 Slawi         | Tahun 2005-2008 |
| 4 | FKM UI Peminatan MRS | Tahun 2008-2012 |

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas segala rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu tidak lupa penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang akan memberikan syafaatnya kepada ummat yang begitu dicintainya dan yang telah membawa kita ke zaman yang terang benderang. Khusus kepada kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, baik moral maupun moril, penulis ucapkan terima kasih banyak atas semuanya.

Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Kesehatan Masyarakat di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Pada saat penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan berupa pengajaran, arahan, kritikan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu izinkanlah penulis menyebutkan satu per satu orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini :

- 1 Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa dan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.
- 2 Mama, Ayah, Rufal, dan Ersa yang telah memberikan semangat dan dukungan selama ini.
- 3 Bapak Yaslis Ilyas selaku pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang selalu memberikan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
- 4 Ibu Vetty Yulianty selaku penguji I. Terima kasih atas waktu dan kesediaannya sebagai penguji pada ujian skripsi penulis serta saran dan kritik yang diberikan.

- 5 Bapak Akhda Afif selaku penguji II. Terima kasih atas waktu dan kesediaannya sebagai penguji pada ujian skripsi penulis serta saran dan kritik yang diberikan.
- 6 Seluruh dosen Program Sarjana Kesehatan Masyarakat yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan mengajarkan banyak hal kepada penulis selama masa perkuliahan.
- 7 Kakak – kakak satu bimbingan, cindy dan nurul yang telah berjuang bersama – sama selama proses bimbingan dan penyelesaian skripsi.
- 8 Teman – temanku satu perjuangan yang kubanggakan, Risky, Surya, dan Agi, serta teman – teman FKM UI 2008 khususnya teman – teman MRS 2008 yang sudah bersedia untuk berjuang bersama dan menghabiskan waktu yang indah selama 4 tahun ini.
- 9 Teman – teman Sintesa UI, yang telah menjadi teman setia dan rumah kedua bagi penulis selama perkuliahan.
- 10 Teman – teman seperjuangan asrama UICCI, yang telah mengarungi waktu bersama dalam belajar dan bermain.
- 11 Pengajar asrama UICCI, yang telah mengajarkan berbagai hal bagi penulis.
- 12 Kepada semua pihak yang telah membantu pembuatan skripsi ini dalam hal memberikan semangat baik secara langsung dan tidak langsung. Terima kasih untuk semua usaha kalian.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis banyak melakukan kesalahan terhadap penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi penulis untuk perbaikan dalam penulisan yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Depok, 19 Juni 2012

Penulis



**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ridho Mardatilah  
NPM : 0806336886  
Program Studi : Kesehatan Masyarakat – S1 Reguler  
Departemen : Administrasi Kebijakan Kesehatan  
Fakultas : Kesehatan Masyarakat  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif ( *Non – exclusive Royalty – Free Right* )** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Gambaran Pola Perilaku Pengunjung dan Tampilan Struktural Media Online Kompas Health dan Detik Health.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data ( *database* ), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 19 Juni 2012

Yang menyatakan



(Ridho Mardatilah)

## ABSTRAK

Nama : Ridho Mardatilah

NPM : 0806336886

Judul : **Gambaran Pola Perilaku Pengunjung dan Tampilan  
Struktural Media *Online* Kompas *Health* dan Detik *Health***

Perkembangan teknologi komunikasi internet membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam mendapatkan informasi khususnya informasi kesehatan. Salah satu media yang digunakan adalah media *Online*, seperti Kompas dan Detik *health*. Media ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan interaksi bagi pengunjung untuk mendapatkan informasi kesehatan. Oleh karena itu, diharapkan tampilan struktural dari media *online* tersebut dapat mempermudah pengunjung dalam mengakses informasi kesehatan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan memberikan gambaran dan analisis mengenai perilaku pengunjung dalam berinteraksi dan tampilan struktural yang disajikan oleh Kompas dan Detik *health*. Penggambaran dan analisis dilakukan dengan mengamati Kompas dan detik *health* secara *online* dan membandingkan dengan menggunakan teori *uses and gratification* dan tampilan struktural media *online*.

Hasil analisis perbandingan yang dapat disimpulkan yaitu penggunaan media *online* sebagai media untuk mendapatkan informasi kesehatan. Dari hasil tersebut diketahui bahwa ada persamaan dan perbedaan dalam penyajian pada media *online* Kompas dan Detik *health*.

Kata kunci : Interaksi Pengunjung Media *Online*, Media *Online*, Tampilan Struktural Media *Online*, *Uses and Gratification*.

## ABSTRACT

Name : Ridho Mardatilah

NPM : 0806336886

Title : **Overview of Visitor Behavior and Structural Display at Online**

### **Media Kompas Health and Detik Health**

Development of internet communications technology make the public become easier to get information, especially health information. One of the media used is online media, such as Kompas and Detik Health. This media can be used as a source of information and interaction for visitors to get health information. Therefore, the expected structural view of online media can facilitate visitor to access health information.

Research type is a descriptive qualitative research with providing an overview and analysis of visitor behavior on interaction and structural display presented by Kompas and Detik Health. Overview and analysis done with observing the Kompas and Detik Health and compare with the uses and gratification theory and the structural display of online media.

The result of comparative analysis can be concluded that use of online media as a media to get health information. From the result, was found similarities and differences on the presentation online media Kompas and Detik Health.

Keyword : Online media, Structural display Online Media, Uses and Gratification, Visitor Interaction Online Media.

## DAFTAR ISI

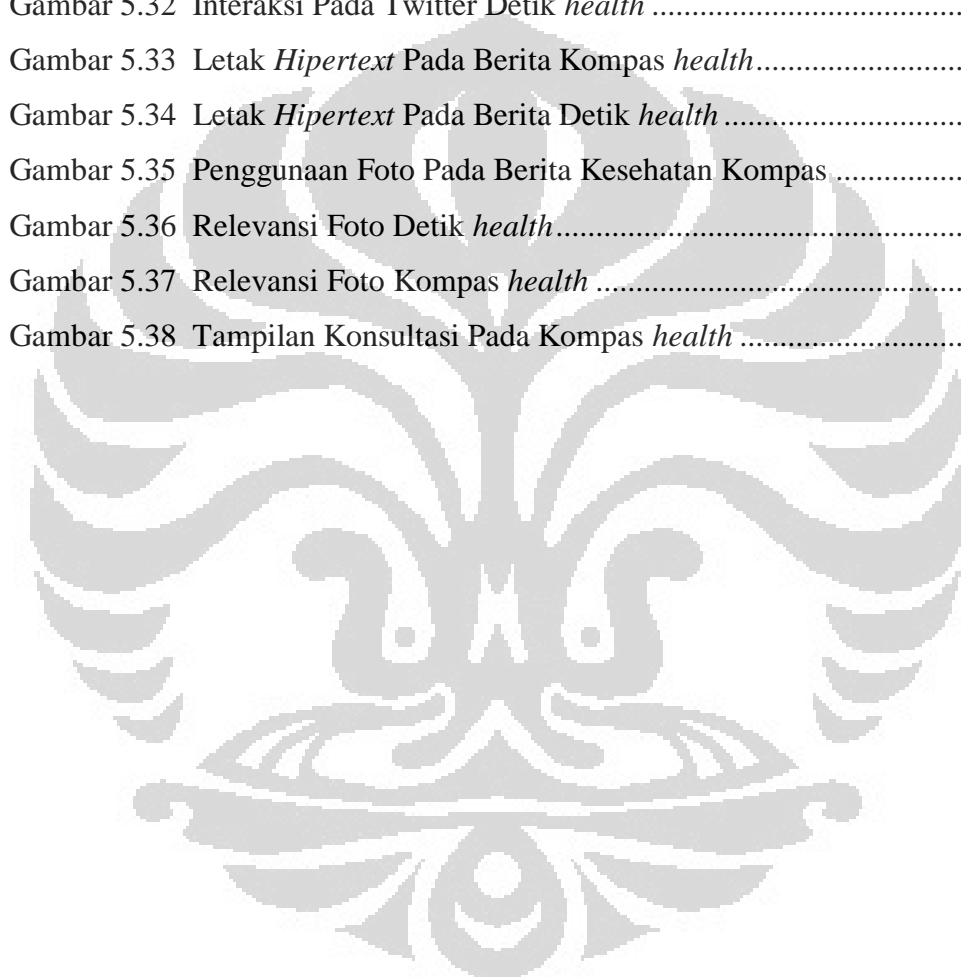
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Perkembangan Komunikasi.....	7
2.2 Komunikasi Kesehatan.....	8
2.4 Karakteristik Media Online .....	15
2.5 Teori Uses and Gratifications (Blumer & Katz) .....	18
2.7 Kerangka Teori.....	29
BAB III.....	30
KERANGKA PEMIKIRAN DAN DEFINISI ISTILAH .....	30
3.1 Kerangka Pemikiran .....	30
3.2 Definis Istilah .....	32
BAB IV .....	34
METODOLOGI PENELITIAN.....	34
4.1 Jenis Penelitian .....	34
4.2 Waktu Penyusunan .....	34
4.3 Metode Pengumpulan Data .....	34
4.4 Instrumen Penelitian.....	34
4.5 Rencana Analisis Data.....	35
BAB V.....	36
Hasil Temuan dan Analisis Data.....	36
5.1 Kompas Health .....	36

5.1.1	Deskripsi Tampilan Kompas <i>Health</i> .....	36
5.1.2	Rubrik Direktori.....	37
5.1.3	News & Features.....	38
5.1.4	Obat & Vitamin.....	39
5.1.5	Alternatif.....	40
5.1.6	Psikologi.....	40
5.1.7	Konsultasi.....	41
5.1.8	Kompasiana <i>Health</i> .....	41
5.2	Gambaran Teori Uses Gratification dan Tampilan Struktural pada Kompas health 42	
5.2.1	Personal Identify.....	42
5.2.2	Surveillance.....	44
5.2.3	Social Interaction.....	45
5.2.4	Hipertextualitas.....	45
5.2.5	Multimedialitas.....	47
5.2.6	Interaktivitas.....	48
5.3	Detik Health.....	49
5.3.1	Deskripsi Tampilan Detik <i>Health</i> .....	49
5.3.3	Obat & Penyakit.....	51
5.3.4	Ibu & Anak.....	52
5.3.5	Berita.....	52
5.3.6	Konsultasi.....	53
5.3.7	Bank Nama.....	54
5.3.8	Indeks.....	54
5.4	Gambaran Teori Uses Grafitication dan Deuze pada Detik health.....	55
5.4.1	Personal Identify.....	55
5.4.2	Surveillance.....	56
5.4.3	Social Interaction.....	57
5.4.4	Hipertextualitas.....	58
5.4.5	Multimedialitas.....	59
5.4.6	Interaktivitas.....	60
5.5	Analisis Penyajian Media Online.....	61
5.5.1	Personal Identify.....	61
5.5.2	Surveillance.....	62
5.5.3	Social Interaction.....	64
5.5.4	Hipertextualitas.....	65
5.5.5	Multimedialitas.....	67
5.5.6	Interaktivitas.....	69
5.6.1	Matriks Persamaan.....	71
5.6.2	Matriks Perbedaan.....	73
BAB VI.....		76
KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
6.1	Kesimpulan.....	76
6.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81

## DAFTAR GAMBAR

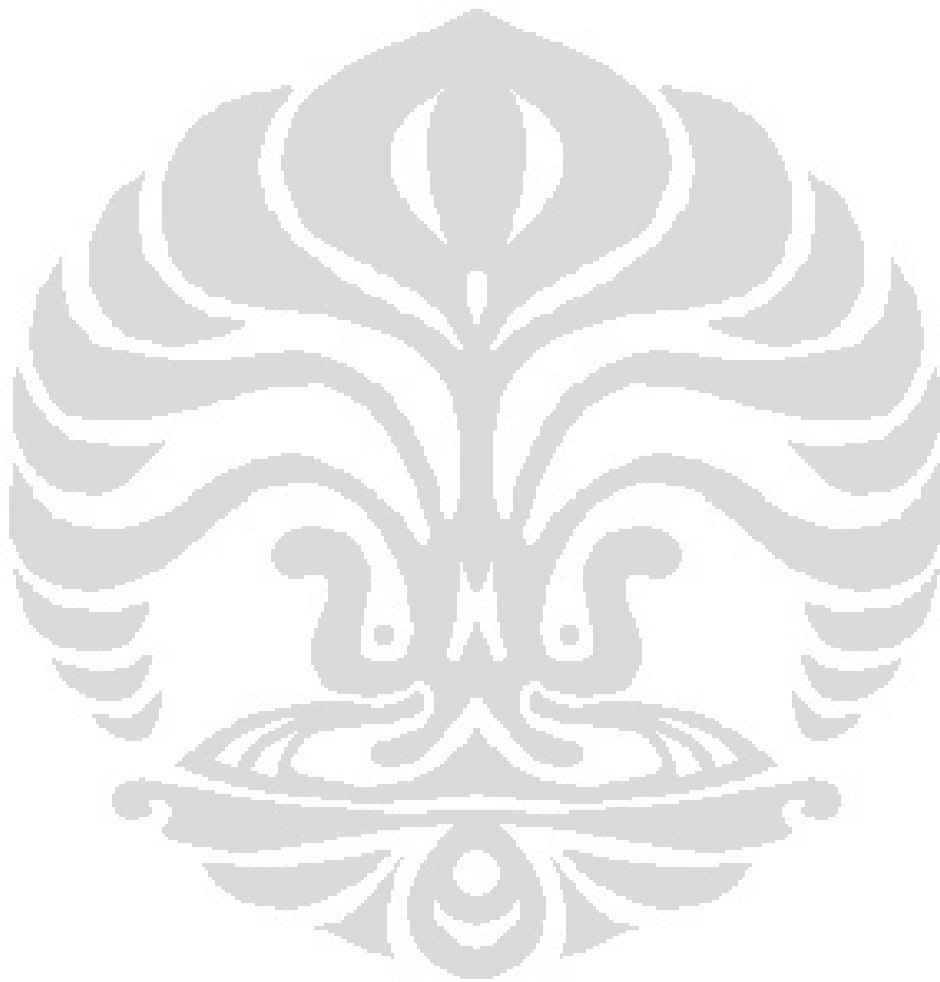
Gambar 2.1 Lima Tahapan Metodologi Kesehatan .....	12
Gambar 2.2 <i>Electronic Health Environment</i> .....	14
Gambar 2.3 Model Teori <i>Uses &amp; Gratification</i> .....	19
Gambar 2.4 Kerangka Teori.....	31
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 5.1 Tampilan <i>Home Kompas health</i> .....	37
Gambar 5.2 Tampilan Rubrik Direktori Kompas <i>health</i> .....	38
Gambar 5.3 Tampilan <i>News &amp; Features</i> Kompas <i>health</i> .....	39
Gambar 5.4 Tampilan Obat & Vitamin Kompas <i>health</i> .....	39
Gambar 5.5 Tampilan Alternatif Kompas <i>health</i> .....	40
Gambar 5.6 Tampilan Psikologi Kompas <i>health</i> .....	40
Gambar 5.7 Tampilan Konsultasi Kompas <i>health</i> .....	41
Gambar 5.8 Tampilan Rubrik Blog Kompas <i>health</i> .....	42
Gambar 5.9 Tampilan Tulisan pada forum Kompas <i>health</i> .....	43
Gambar 5.10 Tampilan Facebook Kompas <i>health</i> .....	44
Gambar 5.11 Tampilan Komentar Pada Artikel Kompas <i>health</i> .....	45
Gambar 5.12 Contoh Hipertext pada Kompas <i>health</i> .....	46
Gambar 5.13 Bentuk Aplikasi Pada Kompas <i>health</i> .....	47
Gambar 5.14 Daftar Pertanyaan Pada Konsultasi Psikoseksual Kompas <i>health</i> .....	50
Gambar 5.15 Tampilan <i>Home</i> pada Detik <i>health</i> .....	49
Gambar 5.16 Tampilan Rubrik Hidup Sehat Detik <i>health</i> .....	51
Gambar 5.17 Tampilan Obat & Penyakit Detik <i>health</i> .....	51
Gambar 5.18 Tampilan Ibu & Anak Detik <i>health</i> .....	52
Gambar 5.19 Tampilan Berita pada Detik <i>health</i> .....	52
Gambar 5.20 Tampilan Konsultasi Detik <i>health</i> .....	53
Gambar 5.21 Tampilan Bank Nama Detik <i>health</i> .....	54
Gambar 5.22 Tampilan Indeks Detik <i>health</i> .....	54
Gambar 5.23 Tampilan Forum Detik <i>health</i> .....	55
Gambar 5.24 Tampilan Facebook Detik <i>health</i> .....	56

Gambar 5.25 Tampilan Twitter pada Detik <i>health</i> .....	56
Gambar 5.26 Penggunaan Akun Untuk Memberikan Komentar Pada Detik <i>health</i> .....	57
Gambar 5.27 Bentuk <i>Hipertext</i> Pada Berita Detik <i>health</i> .....	58
Gambar 5.28 Bentuk Aplikasi Pada Detik <i>health</i> .....	59
Gambar 5.29 Daftar Pertanyaan Konsultasi Pada Detik <i>health</i> .....	60
Gambar 5.30 Judul – judul Berita Kesehatan Pada Forum Detik <i>health</i> .....	62
Gambar 5.31 Isi Berita Kesehatan Pada Forum Detik <i>health</i> .....	63
Gambar 5.32 Interaksi Pada Twitter Detik <i>health</i> .....	65
Gambar 5.33 Letak <i>Hipertext</i> Pada Berita Kompas <i>health</i> .....	66
Gambar 5.34 Letak <i>Hipertext</i> Pada Berita Detik <i>health</i> .....	66
Gambar 5.35 Penggunaan Foto Pada Berita Kesehatan Kompas .....	68
Gambar 5.36 Relevansi Foto Detik <i>health</i> .....	69
Gambar 5.37 Relevansi Foto Kompas <i>health</i> .....	69
Gambar 5.38 Tampilan Konsultasi Pada Kompas <i>health</i> .....	70



**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Definisi Istilah Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 5.1 Matriks Persamaan Pada Kompas dan Detik <i>health</i> .....	71
Tabel 5.2 Matriks Perbedaan Pada Kompas dan Detik <i>health</i> .....	73





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat pada abad ke-21 menyebabkan terjadi pergeseran pola konsumsi masyarakat terhadap informasi. Perkembangan teknologi komunikasi dipicu oleh kehadiran internet dan berbagai media pendukungnya, seperti *gadget*, *smartphone*, dan *tablet*. Dengan munculnya berbagai perangkat tersebut, membuat masyarakat lebih tertarik untuk mengakses informasi melalui media *online*. Media ini menjadi pusat bagi data pembaca agar mereka dapat mencari berita maupun hal lainnya disini.

Media *online* memiliki banyak kelebihan dari segi penggunaan dan komunikasi informasinya. Salah satu kelebihan media ini adalah tidak terbatas ruang dan waktu dalam mengaksesnya. Hal ini membuat pengguna media *online* dapat menerima berita dengan sangat cepat. Namun, dengan tantangan penyajian berita yang cepat dapat menimbulkan tindakan *copy paste* dan isu plagiarisme dari penulis berita.

Komunikasi dalam media *online* bisa terjadi dari berbagai arah, tidak hanya penulis berita saja yang menjadi sumber informasi tetapi pengguna juga bisa memberikan informasi yang mereka tahu. Kendala yang muncul dari komunikasi berbagai arah ini adalah ketika respon komunikasi ditanggapi dengan lamban karena menuntut pengguna berada dalam keadaan *online*. Selain itu, informasi sampah (*spam*) kerap terjadi pada pengguna media *online* dimana pengguna lebih sulit untuk mendapatkan keakuratan informasi yang mereka terima.

Di Indonesia sendiri, berdasarkan data dari google pengguna internet dalam bentuk persentase populasi sudah mencapai angka 9,1 % pada tahun 2010. Angka ini selalu naik dari tahun sebelumnya dan diperkirakan juga akan

meningkat pada tahun – tahun berikutnya. [Kompas.com](http://Kompas.com) dan [Detik.com](http://Detik.com) sebagai media cetak kini juga memanfaatkan media *online* dalam penyajian beritanya. Berdasarkan data [kompas.com](http://kompas.com) pada tanggal 16 februari 2012 jumlah pengunjung per bulan mencapai rata – rata 5.558.242 dengan rata – rata pengunjung membuka 16 – 17 halaman. Sedangkan peringkat di Indonesia, menurut [alexa.com](http://alexa.com) situs kompas.com menempati peringkat ke-14 dan detik.com menempati peringkat ke-15 dari situs yang paling sering dikunjungi oleh pengguna media *online*.

Kompas *health* dan Detik *Health* sebagai salah satu halaman dari situs kompas.com dan detik.com berisi tentang informasi – informasi yang berhubungan dengan kesehatan. Halaman ini merupakan salah satu halaman yang sering diakses oleh pengunjung kedua situs tersebut. Informasi kesehatan pada kompas dan detik *health* dikelompokkan menjadi beberapa kategori. Pengelompokan informasi kesehatan ini untuk mempermudah pembaca mencari informasi. Pada *subpage* kedua situs tersebut juga terdapat halaman untuk berkonsultasi dengan dokter. Para pengguna dapat bertanya tentang penyakit yang diderita atau sekedar mencari informasi kesehatan.

Dengan adanya media *online* seperti kompas dan detik *health* banyak pengguna mencari informasi tentang kesehatannya sebelum mereka melakukan tindakan medis ke dokter. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh [Pew Internet](http://Pew Internet) tentang *The Social Life of Health Information*, 2011 di Amerika Serikat (AS) didapatkan bahwa :

- 1 80 % pengguna internet atau 59% orang dewasa AS menggunakan media *online* untuk informasi kesehatan.
- 2 34 % dari pengguna internet atau 25 % orang dewasa AS telah membaca komentar orang lain atau pengalaman tentang masalah kesehatan atau medis pada kelompok berita *online*, *website*, atau *blog*.
- 3 24 % pengguna internet atau 18 % dari orang dewasa AS telah berkonsultasi melalui *online* tentang penyakit yang di deritanya.

- 4 18 % dari pengguna internet atau 13 % dari orang dewasa AS melakukan pencarian *online* terhadap orang lain yang memiliki masalah kesehatan yang sama dengan mereka.

Perilaku pengguna *mediaonline* terhadap pencarian informasi kesehatan diatas dapat mengubah tatanan dari sistem informasi kesehatan. Pencarian informasi kesehatan melalui media *online* akan menguntungkan pengguna dalam mengurangi *assymetric information* sebelum mereka melakukan tindakan medis dengan provider kesehatan.

Teori komunikasi antarpribadi akan memengaruhi pengguna media *online* dalam berinteraksi. Teori komunikasi tersebut seperti attraction theory, social penetration theory, interdependent theory, dan commitment theory. Dari kesemua teori tersebut memiliki berbagai variabel yang akan memengaruhi perilaku para pengguna media *online*.

Sebagai bentuk dari media massa, *kompas.com* dan *detik.com* memiliki cara penyajian tersendiri untuk memberikan informasinya kepada pembaca. Dengan memberikan penyajian berita melalui media *online* dan cetak, tentu memiliki karakteristik tersendiri dalam penyajiannya. Media *online* menuntut *kompas.com* dan *detik.com* untuk memberikan berita secara *uptodate* tiap detiknya. Sedangkan pada media cetak, penyajian berita hanya bisa dilakukan ketika koran *kompas* sudah naik cetak.

Menurut Richard Craig : 2005, media *online* harus menjunjung 10 etika berinternet, yaitu :

1. Menghormati sesama pengguna
2. Mematuhi standar perilaku dalam berinteraksi *online*
3. Memahami karakteristik dunia maya
4. Menghormati waktu orang lain dan jaringan *online*
5. Berperilaku baik dalam kegiatan *online*
6. Berbagi pengetahuan dan informasi
7. Tidak menjadi provokator dalam media *online*
8. Menghormati privasi orang lain

9. Tidak seenaknya terhadap kekuasaan yang diimiliki
10. Memaafkan bila terjadi kesalahan pada orang lain

Kompas dan Detik *health* bekerjasama dengan para pakar di bidang kesehatan untuk memberikan informasi kesehatan. Para pakar tersebut bertugas untuk menulis artikel, informasi atau menjawab pertanyaan dari pengguna. Hal ini dilakukan karena informasi kesehatan berbeda dengan berita umum lainnya yang dapat langsung ditulis oleh jurnalis.

Peneilitian ini mengenai tentang bagaimana komunikasi informasi kesehatan yang dilakukan oleh Kompas health dan perilaku pengguna terhadap informasi yang diberikan. Apakah dalam penyajian berita yang dilakukan Kompas dan Detik *health* telah mematuhi etika dan informasinya dapat diterima serta bagaimana interaksi antara pengguna dan *server*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan semakin berkembangnya media *online* dalam pencarian informasi, khususnya informasi kesehatan menjadikan setiap orang dapat mencari tahu hal – hal yang diperlukannya dengan mudah. Kebebasan berinternet berdampak pada pengawasan dalam media *online* menjadi rendah. Dalam media *online*, semua pengguna dapat membuat sebuah berita. Namun, keabsahan berita yang disajikan masih harus dipertanyakan.

Kompas dan Detik *health* diharapkan dapat memberikan informasi kesehatan yang dapat dipercaya oleh para pencari informasi kesehatan. Informasi kesehatan yang diberikan oleh Kompas dan Detik *health* harus dapat diterima dengan baik oleh para pengguna dan diharapkan tidak terjadinya kesenjangan informasi. Dengan jumlah pengunjung situs yang banyak, maka Kompas dan detik *health* akan dijadikan sebagai sumber penulisan skripsi pada peneilitian ini. Masalah yang akan diangkat pada penelitian ini adalah bagaimana gambaran interaksi pengunjung yang terjadi dan tampilan struktural pada Kompas dan Detik helath.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan sebelumnya maka pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut adalah :

Bagaimanakah gambaran pola perilaku pengunjung yang terjadi pada Kompas dan Detik *health* dan tampilan struktural serta media – media yang digunakan untuk memberikan informasi kesehatan?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah mengetahui tentang gambaran pola perilaku pengunjung dengan menggunakan *teori uses and gratification* (Blumer & Katz) dan tampilan struktural media *online* dengan menggunakan teori Mark Deuze pada Kompas dan Detik *health*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian mengenai gambaran komunikasi informasi kesehatan *online* dan pola perilaku dari para pengakses situs Kompas dan Detik *health* adalah :

#### 1.5.1 Bagi Pembaca

1. Hasil penulisan ini dapat dijadikan masukan bagi Kompas dan Detik *health* dalam menyajikan informasi terhadap pola perilaku para pengakses situs.
2. Penulisan ini dapat dijadikan bahan bacaan atau sumber informasi mengenai penyajian informasi kesehatan melalui media *online*.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan bacaan maupun perbandingan bagi penulis lain yang akan mengambil rujukan dari penelitian ini.

#### 1.5.2 Bagi Penulis

1. Penulisan ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana Kesehatan Masyarakat peminatan Manajemen Rumah Sakit
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan masukan bagi pengetahuan penulis.

### **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi penelitian media *online* dengan studi kasus pada Kompas dan Detik *health*. Agar penulisan ini tidak berkembang lebih luas maka penelitian ini hanya akan memberi gambaran mengenai interaksi yang terjadi terhadap informasi kesehatan yang diberikan oleh Kompas dan Detik *health* terhadap pola perilaku pengakses situs. Pengamatan situs Kompas dan Detik *health* dilaksanakan selama bulan April 2012. Penulis akan menganalisis menggunakan teori – teori komunikasi, pola perilaku informasi dan etika penyajian media *online* serta kepustakaan lain yang menunjang dalam penulisan penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Perkembangan Komunikasi

Komunikasi selalu mengalami perkembangan tiap tahunnya. Hal ini didukung dengan berkembangnya teknologi dan industri yang menunjang manusia untuk mempermudah berkomunikasi. Baik teknologi maupun industri komunikasi saling memiliki hubungan yang keduanya merupakan realitas sosial yang secara terus menerus berada dalam sebuah proses yang berkesinambungan dan akan terus mengalami transformasi sesuai dengan perkembangan zaman.

Menurut (Fidler : 1997) dalam bukunya *Mediamorphosis : understanding new media* dijelaskan bahwa perkembangan komunikasi akibat dari interaksi yang rumit antara kebutuhan – kebutuhan semua orang dalam menjalankan kehidupannya. Fidler juga mengungkapkan bahwa keberhasilan teknologi komunikasi yang digunakan tergantung pada seberapa nyamannya teknologi komunikasi tersebut digunakan. Faktor yang mempercepat terjadinya perkembangan teknologi salah satunya adalah dengan berkembangnya kebutuhan manusia. Kebutuhan ini bisa berasal dari kebutuhan sosial masyarakat, perusahaan dan peraturan – peraturan yang berlaku.

Menurut Fidler (1997) ada enam prinsip dasar mediamorfosis yaitu :

- a Koevolusi dan koeksistensi : sistem yang adaptif dan kompleks yang terus meluas dapat mempengaruhi perkembangan media komunikasi baru.
- b Metamorfosis : hadirnya media komunikasi baru merupakan perkembangan dari media lama yang beradaptasi dengan perkembangan zaman. Media baru ini muncul secara bertahap dari metamorfosis media sebelumnya.

- c Pewarisan : media komunikasi baru ini muncul dari warisan sifat – sifat domain dari bentuk – bentuk sebelumnya yang mengalami perkembangan.
- d Adaptasi : semua bentuk media komunikasi dituntut untuk beradaptasi dan berkembang agar tetap dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah. Jika media tersebut tidak dapat beradaptasi maka media tersebut akan punah.
- e Peluang dan kebutuhan : hadirnya media komunikasi baru dapat dipengaruhi oleh alasan – alasan sosial, politik dan ekonomi yang mendorong munculnya teknologi media baru untuk berkembang.
- f Pengadopsian : munculnya media komunikasi baru merupakan hasil dari proses adopsi terhadap media sebelumnya yang membutuhkan waktu lama dalam perkembangannya.

## 2.2 Komunikasi Kesehatan

Dalam menyampaikan informasi dan isi pesannya, kesehatan memiliki komunikasi tersendiri agar informasi yang diberikan tepat sasaran. Menurut terjemahan Elizabeth (1993) oleh Hasanbasri (1996), komunikasi kesehatan merupakan upaya sistematis yang secara positif mempengaruhi praktik – praktik kesehatan pada populasi besar. Sedangkan menurut Elder, komunikasi kesehatan didefinisikan sebagai modifikasi perilaku manusia serta faktor – faktor sosial yang berkaitan dengan perilaku, yang secara langsung maupun tidak langsung mempromosikan kesehatan, mencegah penyakit atau melindungi individu – individu terhadap bahaya. Jadi, komunikasi kesehatan merupakan suatu cara untuk mengintervensi terjadinya perubahan perilaku pada individu atau populasi.

Komunikasi kesehatan memiliki peranan nyata dalam upaya mengubah perilaku yang berkaitan dengan populasi besar. Perilaku masyarakat yang beraneka ragam menjadikan komunikasi pada kesehatan menggunakan suatu



cara pendekatan, alat, dan teknik yang berguna dalam mengefisienkan pemberian informasi. Dalam buku terjemahan Elizabeth (1993) oleh Hasanbasri (1996) disebutkan beberapa teori dan model perilaku kesehatan saat ini yang diungkapkan oleh beberapa pakar, yaitu :

1 Model Kepercayaan Kesehatan (*Health Belief Model*)

Becker (1979) menyebutkan bahwa pada model kepercayaan kesehatan, perilaku seseorang ditentukan oleh :

- a. Percaya bahwa mereka rentan terhadap masalah kesehatan tertentu
- b. Menganggap bahwa masalah penyakit yang diderita merupakan masalah serius
- c. Meyakini efektivitas tujuan pengobatan dan pencegahan terhadap penyakit yang diderita
- d. Perilaku masyarakat bergerak terhadap harga yang murah
- e. Menerima anjuran dari ahli untuk mengambil tindakan kesehatan yang disarankan.

2 Model Komunikasi /Persuasi (*Communication / Persuasion Model*)

Model ini dikemukakan oleh McGuire (1964) yang menjelaskan bahwa komunikasi dapat dipergunakan untuk mengubah sikap dan perilaku kesehatan yang secara langsung terkait dalam rantai kausal yang sama. Perubahan pengetahuan dan sikap merupakan prekondisi bagi perubahan perilaku kesehatan dan perilaku – perilaku yang lain. Pada model komunikasi terdapat variabel – variabel input dan output, seperti :

- a. Variabel input : sumber pesan, isi pesan, saluran penyampai dan karakteristik penerima dan tujuan pesan – pesan tersebut.

- b Variabel output : merujuk pada perubahan dalam faktor – faktor kognitif tertentu, seperti pengetahuan, sikap, pembuatan keputusan, dan perilaku – perilaku yang dapat diobservasi.

### 3 Teori Aksi Beralasan (*Theory of reasoned Action*)

Teori ini diungkapkan oleh Fishbein dan Ajzen (1980) yang menegaskan peran dari niat seseorang dalam menjalankan apakah sebuah perilaku akan terjadi. Teori ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku seseorang terjadi karena dipengaruhi oleh niat yang dipengaruhi oleh sikap – sikap terhadap perilaku.

### 4 Model Transteoritik (*Transtheoretical Model*)

Model ini diungkapkan oleh Prochaska (1979) yang menjelaskan bahwa pada model ini mencoba menerangkan dan mengukur perilaku kesehatan dengan tidak bergantung pada perangkat teoritis tertentu. Pada model ini dijelaskan tahapan perilaku seseorang terhadap kesehatannya yaitu :

- a Prekontemplasi : mengacu kepada tahap bila seseorang belum memikirkan sebuah perilaku sama sekali dan belum bermaksud untuk mengubah perilakunya.
- b Kontemplasi : seseorang sudah memikirkan suatu perilaku, namun masih belum siap untuk melakukannya.
- c Aksi : mengacu pada keadaan bila seseorang telah melakukan perubahan perilaku.
- d Pemeliharaan : pengentalan jangka panjang dari perubahan yang telah terjadi.

Dalam tahap aksi atau pemeliharaan seseorang dapat kembali pada perilaku sebelumnya.

### 5 *Proceed Model*

Model ini dikembangkan oleh Green (1991) dan mengarah kepada upaya – upaya pragmatik mengubah perilaku kesehatan dan menganalisis kebutuhan kesehatan komunitas dengan cara menetapkan diagnosis sosial, diagnosis epidemiologi, diagnosis perilaku, diagnosis pendidikan dan diagnosis kebijakan.

#### 6 Difusi Inovasi (*Diffusion Innovation*)

Model ini diungkapkan oleh Rogers (1973) yang menjelaskan peranan dari agen – agen perubahan dalam lingkungan sosial, oleh karena itu mengambil fokus yang agak terpisah dari individu sasaran utama. Agen – agen tersebut biasanya melakukan perubahan perilaku dengan cara, seperti :

- a Meningkatkan kebutuhan akan perubahan
- b Membangun hubungan interpersonal yang diperlukan
- c Mengidentifikasi masalah serta penyebab – penyebabnya
- d Menetapkan jalan keluar yang potensial
- e Memotivasi seseorang supaya menerima dan memelihara aksi
- f Memutuskan jalinan yang mengembalikan seseorang pada perilaku lama

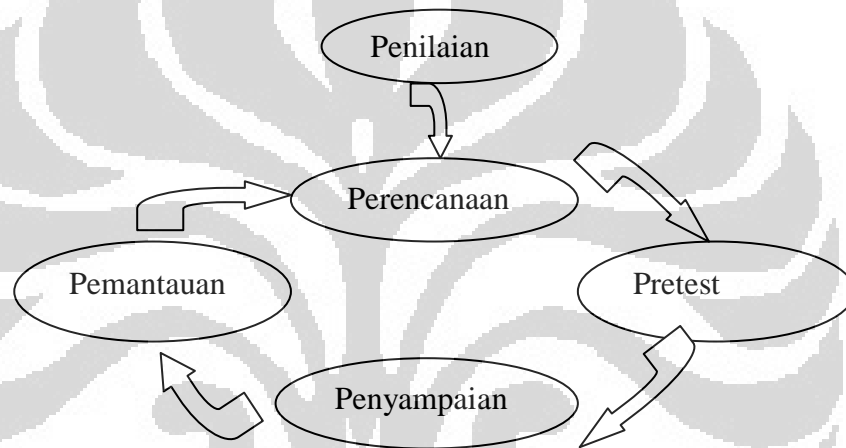
#### 7 Teori Pemahaman Sosial (*Social Learning Theory*)

Pada teori ini perilaku berfungsi sebagai *self efficacy* dan harapan hasil dari seseorang. Seseorang menjadi merasa yakin atas kemampuannya karena kehadiran pengalaman berkenaan dengan sebuah perilaku atau berdasarkan observasi yang dilakukannya kepada orang lain sehubungan perilaku tersebut di masa lalu. Tahap dalam pemahaman sosial ada 4 yaitu :

- a Memperhatikan model
- b Mengingat apa yang telah diobservasi

- c Meniru perilaku
- d Reinforcement perilaku

Pendekatan komunikasi kesehatan diturunkan dari berbagai disiplin ilmu, meliputi pemasaran sosial, antropologi, analisis perilaku, periklanan, komunikasi, pendidikan serta ilmu – ilmu sosial yang lain. Berbagai disiplin ilmu tersebut saling melengkapi, tukar menukar prinsip dan teknik umum satu sama lain, sehingga masing – masing memberikan sumbangan yang unik bagi metodologi komunikasi kesehatan. Berikut lima tahap metodologi komunikasi kesehatan oleh Elizabeth (1993) dalam Hasanbasri (1996) :



Gambar 2.1 Lima Tahapan Metodologi Komunikasi Kesehatan

### 2.3 Komunikasi Media Online Pada Kesehatan

Perkembangan komunikasi saat ini mengarah ke komunikasi digital dengan menggunakan jaringan. Komunikasi ini lebih dikenal dengan istilah internet. Internet mempermudah orang lain saling berkomunikasi dalam berbagai arah. Kehadiran internet ini akan berdampak pada perubahan komunikasi yang terjadi. Keuntungan hadirnya internet dapat dalam tiga bidang, pertama kecepatan melaju informasi jaringan akan meningkat. Kedua, jenis dan jumlah informasi yang dapat diperoleh melalui internet akan meningkat dan cara mengidentifikasi informasi akan semakin baik.

Penyajian pesan dalam komunikasi digital atau internet memiliki karakteristik dalam penyampaiannya, sebagaimana disebutkan oleh Feldman

(1997) dalam jurnal Teknologi Digital dan Dunia Penyiaran oleh Sri Hastjarjo (2008) yaitu :

- 1 *Manipulable* : informasi digital mudah diubah dan disesuaikan di semua tahap penciptaan, penyimpanan, penyebaran, dan penggunaannya.
- 2 *Networkable* : informasi digital bisa digunakan bersama oleh banyak pengguna secara simultan, tanpa dibatasi oleh jarak.
- 3 *Dense* : informasi digital dalam jumlah yang sangat besar bisa disimpan di dalam media yang sangat kecil secara fisik.
- 4 *Compressible* : informasi digital bisa dikompresi untuk menghemat tempat dan waktu, dan kemudian di dekompresi kembali ketika siap untuk digunakan.
- 5 *Impartial* : informasi digital yang disebarluaskan melalui suatu jaringan tidak dibedakan – bedakan berdasarkan bentuk yang diwakilinya, siapa pemilik atau penciptanya, dan bagaimana informasi itu digunakan di dalam dunia digital, semua informasi itu hanyalah merupakan kombinasi angka 0 dan 1.

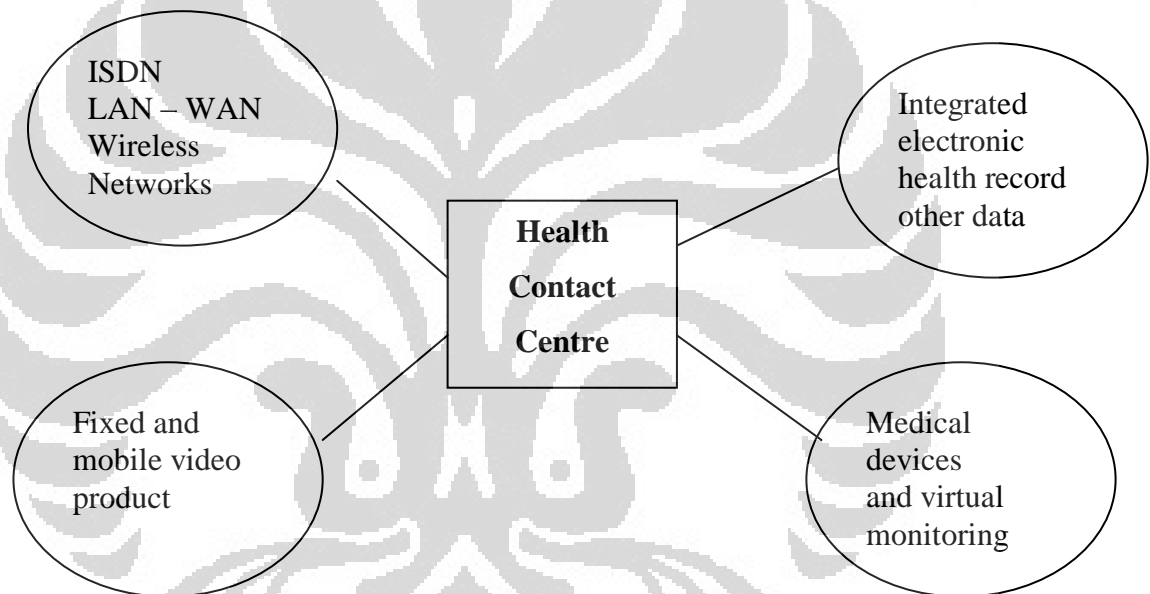
Bidang kesehatan juga terbantu dengan hadirnya internet dalam menyampaikan pesan komunikasinya kepada masyarakat. Komunikasi kesehatan melalui dunia digital diharapkan dapat mempengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, pengetahuan dan norma sosial terhadap perilaku para pengguna komunikasi digital tersebut. Hal ini juga didasari oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia untuk memanfaatkan jaringan internet sebagai media komunikasi kesehatan sebagaimana tercantum dalam Kepmenkes nomor 837 tahun 2007 :

- a *Web based networking*, yaitu pengembangan jaringan situs di internet di setiap organisasi kesehatan untuk mengelola situsnya sebagai media penyampaian komunikasi kesehatan.
- b *Digital Library Service*, yaitu pengembangan kerjasama antar unit perpustakaan dan dokumentasi di bidang kesehatan untuk

meningkatkan pelayanan informasi kesehatan kepada masyarakat, baik yang berupa literatur maupun media promosi kesehatan.

- c *Telemedicine*, yaitu pengembangan rujukan dan diagnosis serta terapi jarak jauh, dan aplikasi – aplikasi lain di bidang kesehatan.

Teknologi informasi juga berperan dalam penyampaian komunikasi kesehatan sebagaimana dijelaskan Menkominfo Sofyan Djalil pada simposium nasional tahun 2005 yang dijelaskan dalam bagan berikut :



Gambar 2.2 : Electronic Health Environment

Dari bagan tersebut dapat dijelaskan bahwa pusat kontak kesehatan electronic harus terhubung dan terintegrasi oleh jaringan internet, perangkat – perangkat *mobile* dan data kesehatan elektronik.

Pada bidang kesehatan, pengguna internet dapat memiliki kemampuan untuk memilih informasi yang diinginkan dengan lebih efisien. Komunikasi kesehatan dengan internet menjadi lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media – media yang sudah ada terlebih dahulu.

Melalui internet, pengguna bisa menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi kesehatan yang diinginkan, menjelajahi situs – situs kesehatan, dan menjalin interaksi sosial.

Sejak awal perkembangannya, internet kemudian secara cepat mengubah sistem komunikasi dunia dan media massa terutama bidang kesehatan. Internet bisa menjadi rujukan bagi orang yang menderita penyakit tertentu sebelum melakukan tindakan medis ke dokter. Pada saat sekarang, terdapat beberapa situs yang membahas tentang masalah – masalah kesehatan dalam bentuk forum. Dengan adanya forum tersebut membuat pengguna dengan mudah saling berinteraksi dan bertukar informasi yang mereka ketahui.

Salah satu bagian dari dunia internet yang paling berperan dalam komunikasi *online* adalah situs. Situs apa pun bentuknya, bisa dibilang adalah tujuan utama pengguna internet ketika memasuki media *online*. Di bidang kesehatan, masih sedikit situs familiar yang berisi tentang kesehatan. Situs – situs kesehatan yang sering di kunjungi oleh pengguna masih dalam bentuk media umum yang memiliki rubrik kesehatan, seperti kompas dan detik *health*.

Kompas dan detik *health* sering dikunjungi karena dianggap efisien dalam memberikan informasi kesehatan. Kedua situs ini selain memberikan informasi kesehatan, juga menyediakan forum yang membahas kesehatan, konsultasi dengan dokter berdasarkan spesifikasinya, dan *differensiasi* terhadap layanan yang mereka berikan.

#### **2.4 Karakteristik Media Online**

Berdasarkan hasil dari keputusan panitia RUSA (*Reference and User Service Association's*) dalam <http://www.ala.org/rusa/> mengenai kriteria yang harus dimiliki oleh media *online*, yang menjadi nilai dari kriteria tersebut adalah :

- 1 Isi media *online* yang berkualitas, berguna, serta membahas secara mendalam mengenai hal – hal yang disampaikan. Hal ini dapat dilihat dari :
  - a Pernyataan yang jelas untuk informasi yang ada, termasuk hal – hal yang dapat menimbulkan bias.
  - b Sesuai dengan target pembaca.
  - c Menyediakan *link* ke media *online* atau informasi yang berkaitan lainnya.
  - d Memberi perhatian terhadap isi secara detail dan menyeluruh, seperti menghindari adanya kesalahpahaman penulisan kata atau keambiguan dalam penulisan.
- 2 Ketersediaan informasi dan *server*, ketika pembaca membutuhkannya.
- 3 Mudah digunakan, hal ini dapat dilihat dari :
  - a *Design* yang sesuai dengan pengguna dan memiliki navigasi – navigasi yang mudah digunakan.
  - b Memiliki mesin pencari yang baik.
  - c Atraktif, memberikan kesan yang baik bagi pengguna
  - d Pengguna dapat dengan mudah mengunduh file atau informasi yang diberikan, baik dengan cara *download* atau mengeprintnya.
- 4 Terdapat kontak yang dapat dihubungi oleh pengguna seperti alamat email atau akun social media.
- 5 Keunikan dari isi dan tampilan secara keseluruhan.
- 6 Media *online* dapat digunakan sesuai dengan rata – rata web pada umumnya yang dilihat dari :
  - a Isi yang ada terintegrasi dengan baik, seperti adanya video, audio, ataupun teks yang mendukung.
  - b Adanya informasi yang bermanfaat bagi pengguna.



c Penggunaan Java yang efektif.

- 7 Memberikan referensi yang dapat membantu pengguna untuk mengetahui sesuatu yang spesifik dan memberikan gambaran yang luas terhadap hal tersebut.

Menurut Zimmerman (2001), media *online* terdiri dari beberapa unsur yaitu isi, tampilan, kemudahan penggunaan. Berikut adalah paparan mengenai elemen – elemen media *online* menurut Zimmerman, yaitu :

a Konten

Para pengguna media *online* biasanya jarang membaca ketika mengakses suatu media. Mereka cenderung hanya melihat sekilas untuk menghemat waktu. Orang cenderung membaca lebih hemat ketika membaca sebuah tulisan di layar komputer dibandingkan ketika membaca tulisan di kertas. Karena keterbatasan tempat dan waktu, tulisan harus diadaptasikan dengan keadaan di dunia maya.

b Tampilan

Tampilan media *Online* dapat mempengaruhi pengguna mengakses media tersebut. mulai dari pemilihan dan pembuatan gambar serta penyusunan seluruh konten. Tampilan adalah hal pertama yang akan dilihat oleh pengguna dan mempengaruhi keputusan pengguna apakah mereka akan terus menjelajahi media itu lebih dalam atau malah keluar dari media tersebut. Isi yang bagus tanpa didukung oleh tampilan yang nyaman dilihat akan membuat pengguna tidak nyaman juga. Tampilan tidak hanya harus cantik namun mudah dimengerti oleh pengguna baik yang awam sekalipun.

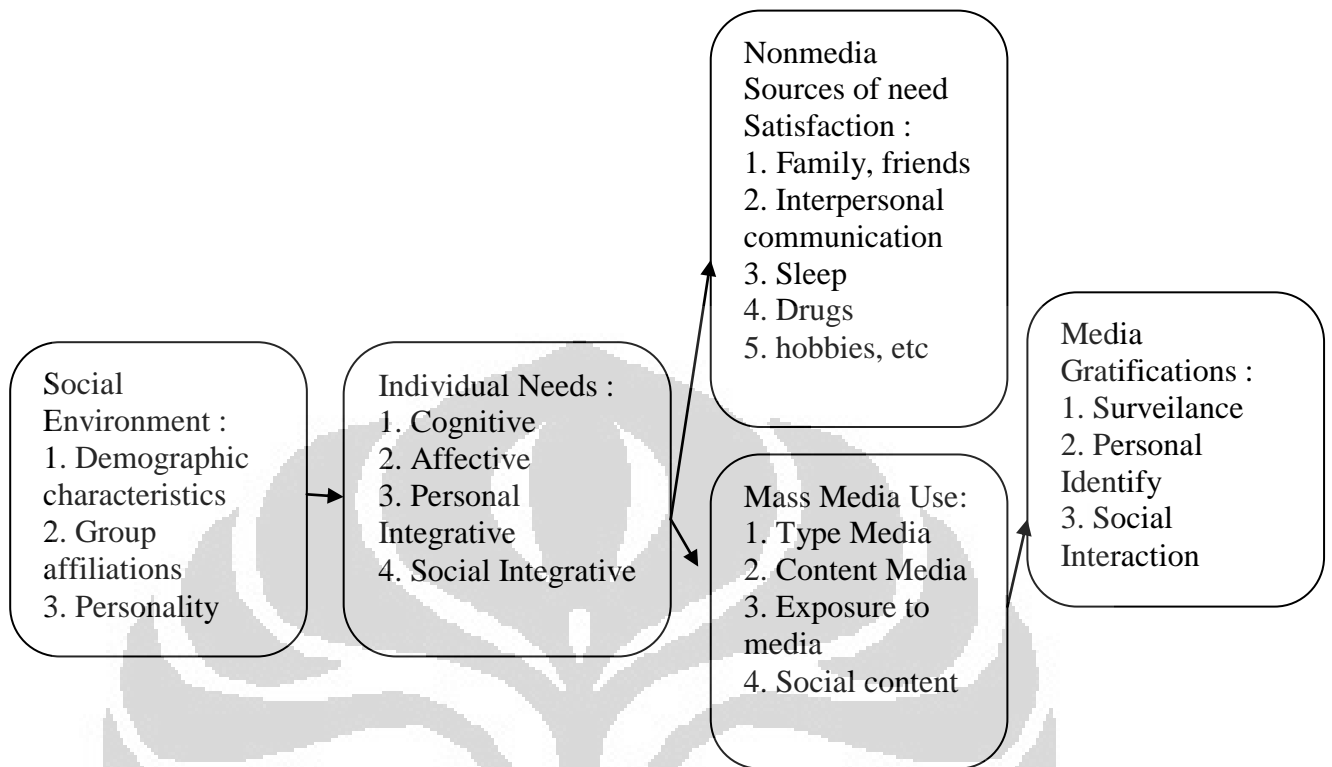
c Kemudahan Akses

Kemudahan akses terhadap media *online* juga mempengaruhi tingkat pengguna tersebut. Kemudahan pengaksesan situs sangat erat dengan navigasi. Prinsip navigasi menurut

zimmerman adalah pilihan menu utama selalu hadir secara konsisten di tiap halaman pada letak tampilan yang sama. Bagian bawah tiap halaman menyediakan link untuk melompat ke halaman utama, sehingga pengguna tidak perlu repot naik ke bagian atas halaman lagi apabila ingin berpindah halaman. Sebuah media *online* tanpa tampilan yang bagus tidak bisa menembus pikiran penggunanya. Sebuah media tanpa konten yang kuat tidak bisa membuat penggunanya berlama – lama dan menggali informasi lebih dalam dari media *online* tersebut.

## 2.5 Teori Uses and Gratifications (Blumer & Katz)

Teori ini mengemukakan bahwa, seorang pengguna media *online* memiliki kebutuhan kompleks yang perlu dipenuhi melalui penggunaan berbagai media. Teori ini dikemukakan oleh Blumer dan Katz dalam Efendy (2000) yang menjelaskan bahwa kebutuhan individu ditentukan berdasarkan struktur lingkungannya. Kebutuhan individu ini pun banyak menentukan beragam pilihan atas media yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhannya, yang dalam hal ini bisa berupa pemenuhan kebutuhan non media dan pemenuhan kebutuhan media. Pada aspek kebutuhan media inilah yang menghasilkan media *gratification*, yakni berupa pengawasan atau penjagaan terhadap hiburan identitas personal dan hubungan sosial. Berikut model dari teori *Uses and Gratifications* :



Gambar 2.3 Model Teori *Uses and Gratifications*

Pada model diatas, faktor lingkungan merupakan faktor pertama yang akan menentukan kebutuhan seseorang terhadap media. Kebutuhan individu muncul berdasarkan aspek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), pengidentifikasian diri dan interaksi dengan lingkungan sosial. Kebutuhan media ini dipengaruhi akan menimbulkan kepuasan terhadap non media dan penggunaan media. Faktor kepuasan non media dipengaruhi oleh keluarga, teman, pendekatan komunikasi, dan hobi. Penggunaan media oleh seseorang ditentukan oleh tipe media yang akan digunakan, isi informasi yang media berikan, konten yang disajikan media, dan ketertarikan seseorang terhadap media tersebut. Teori penggunaan media ini (*Uses Theory*) dapat menggambarkan penggunaan media *online* pada Kompas dan Detik *health* oleh pengunjung.

Dari aktivitas penggunaan oleh pengunjung akan menimbulkan kepuasan dalam penggunaannya. Pada model *uses and gratificatioan* oleh

Blumer dan Katz diatas kepuasan pengunjung ditentukan oleh faktor – faktor berikut :

### 1. *Personal Identify*

Identitas personal pengunjung dapat diketahui dari bagaimana media menyediakan fasilitas bagi pengunjung untuk mengidentifikasi dirinya. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Kompas dan Detik *health* mensegmentasikan beritanya dalam rubrik – rubrik yang disajikan. Apakah rubrik – rubrik yang disajikan sudah dapat mengidentifikasikan kemauan dari pengunjung. Dari rubrik – rubrik yang disediakan oleh Kompas dan Detik *health* akan menimbulkan kepuasan bagi pengunjung dalam mengakses Kompas an Detik *health*. Ketika pengunjung menemukan ada media yang pesannya cocok dan bertentangan dengan pandangan pribadinya, maka orang itu akan lebih memilih media yang sesuai dengan pandangan pribadinya. Hal – hal tersebut meliputi :

- a. Pencarian pengetahuan akan nilai – nilai pribadi
- b. Menemukan jenis – jenis kelakuan
- c. Mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai yang terkandung dalam media
- d. Menambah pemahaman tentang diri sendiri

### 2. *Surveillance*

*Surveillance* merupakan kegiatan pemantauan berita yang dilakukan oleh pengunjung terhadap berita yang disajikan oleh Kompas dan Detik *health*. Media apa saja yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk mengakses berita kesehatan yang disajikan Kompas dan Detik *health*. Semakin banyak media yang digunakan Kompas dan Detik *health* akan semakin memudahkan pengunjung dalam mengkases informasi. Kemudahan ini akan memunculkan kepuasan bagi pengunjung dalam mengakses Kompas dan Detik *health*.

Dalam masyarakat modern, pengawasan terhadap berita kesehatan disediakan oleh media *online*, yang dapat mengawasi dan memantau lingkungan global dan lokal untuk mendapatkan informasi yang membantu pengunjung membuat keputusan demi kehidupan yang lebih baik. Hal – hal ini meliputi :

- a. Mencari tahu informasi yang disediakan oleh media, yaitu Kompas dan Detik *health*
- b. Memuaskan keingintahuan dan ketertarikan secara umum
- c. Menambah tingkat keamanan melalui pengetahuan

### 3. *Social Interaction*

Pada media *online* akan terjadi interaksi sosial antar pengunjungnya. Semakin banyak interaksi yang terjadi antar pengunjung menunjukkan bahwa media tersebut memberikan kepuasan bagi pengunjung dalam mengaksesnya. Interaksi ini dapat terjadi melalui berita kesehatan yang disajikan atau fasilitas yang disediakan oleh Kompas dan Detik *health* bagi pengunjung dalam berinteraksi. Selain itu, semakin banyak pengunjung pada suatu media *online* seperti Kompas dan Detik *health* akan meningkatkan popularitas dari media *online* tersebut.

Pengunjung media *online* memiliki kecenderungan mencari informasi yang membantu mereka bisa diterima saat berinteraksi. Penggunaan media *online* seperti Kompas dan Detik *health* bisa menjadi aktivitas sosial yang menyatukan para pengunjung. Media juga membantu kebersamaan dengan menciptakan kesamaan. Dalam pengertian ini, Kompas dan Detik *health* memiliki peranan dalam menciptakan komunitas, komunikasi global dan rasa persaudaraan. Hal – hal tersebut meliputi :

- a. Menambah pengetahuan tentang keadaan sekitar dan meningkatkan empati sosial
- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki

- c. Menemukan topik pembicaraan dan interaksi sosial
- d. Memungkinkan untuk terhubung dengan keluarga, teman dan masyarakat

Inti dari teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama adalah bagaimana media *online* memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang menjadi pengguna media *online*. Teori ini menekankan pada pendekatan manusia dalam melihat media *online* dimana manusia itu mempunyai kehendak penuh dalam memilih media yang disukainya. Implementasi pada teori ini dapat dilihat dari akses pada media *online* Kompas dan Detik *health*.

Kepuasan yang diperoleh dari mengakses Kompas dan Detik *health* tentunya sangat berbeda dengan kepuasan yang didapat dari mengonsumsi barang atau jasa lainnya, contohnya makanan. Tidak demikian halnya dengan kepuasan yang diperoleh dari menggunakan jasa media *online*. Pada saat seseorang mengunjungi Kompas dan Detik *health* kepuasan akan datang dari informasi yang disajikan, tampilan, dan kemudahan aksesnya.

Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusia dalam melihat media *online* di mana pengguna mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media, artinya manusia mempunyai kehendak penuh dalam memilih media *online* yang disukainya.

Schrman dan Porter (1982) yang dikutip oleh nurudin (2007) memberikan formula untuk menjelaskan kerja dari teori *uses and gratifications*. Formula tersebut mengacu pada tiga unsur utama yaitu janji imbalan, upaya yang diperlukan dan probabilitas seleksi. Imbalan disini merupakan suatu yang diperoleh dari penggunaan media *online*, baik langsung maupun tidak langsung.

Orang akan membaca suatu rubrik pada media *online* karena media *online* tersebut menyediakan kebutuhan akan informasi atau hiburan. Upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sangat bergantung pada ketersediaan media *online* dan kemudahan memanfaatkannya. Asumsi –

asumsi dasar dari teori blutmer dan katz sebagaimana dikutip oleh Rakhmat (2005), antara lain :

1. Pengguna dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media *online* diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada wewenang pengguna.
3. Media *online* harus bersaing dengan sumber – sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku pengguna.
4. Banyak tujuan pemilih media *online* disimpulkan dari data yang diberikan pengguna, artinya orang yang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi – situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media *online* harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu berdasarkan orientasi pengguna.

## 2.6 Teori Penyajian Media Online (Mark Deuze)

Teori ini dikemukakan oleh Mark Deuze, yang menyatakan bahwa penyajian media *online* harus memperhatikan aspek hipertextualitas, interaktivitas, dan multimedialitas. Berikut inti penyajian pada media *online* yang diungkapkan Mark Deuze (2001):

### 1. *Hipertextualitas*

Berita adalah bentuk hiperteks. Model piramida terbalik (*inverted pyramid*) yang dikenal secara umum pada media berita konvensional tidak lagi cocok dengan model media *online*, karena masing-masing elemen berita dapat terhubung dengan beragam konteks makna yang lain, sehingga beritamedia *online* akan memberikan berbagai prespektif dari fakta dan peristiwa, menghubungkan dengan fakta dan peristiwa lain. Hipertekstualitas

juga berhubungan dengan bentuk cair (*fluids*) dari berita. Berita tidak lagi terikat dengan *deadline*, jam tayang atau batasan-batasan waktu dan tempat. Model yang dikembangkan harus mengarah kepada bentuk piramida terbalik yang padat, dengan berbagai hiperteks untuk kedalaman berita.

Pada sisi produksi, berita menjadi konstruksi yang terbuka, mudah diupdate dan dikembangkan. Pada sisi konsumsi, pengunjung tidak terikat lagi dengan jam siar, model terbitan (harian, mingguan, bulanan, koran pagi atau sore) karena keputusan untuk memperoleh berita terletak sepenuhnya di tangan mereka. Berita adalah fakta/realitas yang dilaporkan terus menerus, diubah dan direproduksi secara periodik, tanpa henti (*endless update*) dan konsumsi setiap saat setiap tempat.

Ada beberapa cara (format) untuk menampilkan hiperteks pada halaman media *online*. Sebuah hiperteks yang tersimpan merupakan salah satu dari beberapa gaya yang biasa digunakan, seperti pada Kompas dan Detik *health*. Hiperteks bukanlah referensi atau acuan, melainkan alat untuk mengkopi halaman web. Menghipertekskan anatar isi halaman pada media *online* harus mempertimbangkan fitur instrinsik di internet, dan tidak semua situs *website* menghubungkan hiperteks dengan seenaknya.

## 2. *Interaktivitas*

Interaktivitas merupakan kemampuan hubungan resiprokal antara audiens/users dengan jurnalis/produser pada Kompas dan Detik *health*. Kemampuan memberi respon langsung dan interkasi dengan audien adalah elemen kunci media *online* yang membawa perubahan pada budaya jurnalistik. Kemampuan interaktivitas media *online* dianggap mampu meruntuhkan aturan lama tradisi jurnalistik, bahwa kebenaran faktual terletak pada praktek media *online* karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi macam mana yang dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, objektivitas dan *imparsialitas* tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor namun dipertukarkan antara jurnalis dan khalayak.



Interaktivitas juga berhubungan dengan kompleksitas atau pilihan yang tersedia, besar usaha yang dilakukan pengguna untuk mendapatkan aktivitas media, responsive media terhadap pengguna, monitoring pengguna, kemudian pertukaran informasi antar pengguna.

Carrie Heeter (1983) memaparkan dimensi – dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklasifikasi media, yaitu :

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia : seberapa banyak pilihan yang dimiliki pengguna dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan : hal ini menunjukkan bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan pengguna dengan aktivitas yang dibuat oleh media *online*.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap pengguna : seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan oleh pengguna. Media *online* dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat menanggapi umpan balik yang diberikan oleh pengguna dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media *online* dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan pengguna seakan – akan sedang melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi penggunaan informasi oleh pengguna : media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku pengguna dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistem berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisa perilaku tersebut.
5. Dimensi kemudahan dalam menambahkan informasi baru : maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, media *online* memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.

6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internal : maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar pengguna dapat terjadi.

Aspek interaktivitas ini akan menunjukkan bagaimana intensitas dan keefektifan interaksi antar pengunjung dengan server media *online* Kompas dan Detik *health*.

### 3. *Multimedialitas*

Menurut Anshori (2010), pada sisi jurnalis, multimedialitas berarti kemampuan/keterampilan beragam (*multiskill*) dalam penggunaan berbagai *platform* media *online* untuk membuat sajian berita. Multimedialitas adalah bagaimana personalan presentasi berita, konvergensi dan perubahan organisasi, seperti konvergensi ruang redaksi, konvergensi budaya termasuk khalayak. Multimedialitas tidak hanya menyangkut kreativitas seorang media *online* mengemas berita, namun juga menyangkut tentang efisiensi komunikasi. Kecenderungan teknis ini oleh beberapa ahli komunikasi dikhawatirkan akan menyebabkan kecenderungan wartawan/jurnalis terhadap persoalan-persoalan teknis, seperti bagaimana menghubungkan teks berita dengan teks video, melakukan *interteks* namun melupakan jantung jurnalistik yakni melakukan interpretasi fakta. Dengan kata lain, idealisme bahasa jurnalistik *online* tersebut merupakan penerjemahan konsep hipermedia, sebuah kondisi persilangan antar berbagai elemen dalam media *online* termasuk jenis bentuk dan sifat media.

Ada beberapa macam bentuk multimedia yang digunakan pada media *online*. Berikut multimedia yang digunakan pada media *online* menurut [m-edukasi](#) (2011) :

#### a. Text

Dalam penggunaannya di komputer, text merupakan media yang paling awal dan juga paling sederhana. Dalam perkembangan komputer dan internet, text juga masih menjadi multimedia yang

paling dominan. Berikut kelebihan dan kelemahan dalam penggunaan text sebagai multimedia :

1. Kelebihan :

- Text dapat digunakan untuk menyampaikan informasi yang padat
- Text dapat digunakan untuk materi yang rumit dan kompleks seperti penjelasan suatu proses yang panjang
- Penggunaan text lebih murah dibanding dengan media lain
- Sangat cocok sebagai media input maupun umpan balik

2. Kekurangan :

- Kurang kuat bila digunakan sebagai media untuk memberikan motivasi
- Mata cepat lelah ketika harus menyerap materi melalui text yang panjang dan padat pada layar komputer

b. Audio

Suara merupakan media yang paling baik dalam menyampaikan informasi. Penggunaan suara pada komputer berlangsung setelah penggunaan media text. Berikut kelebihan dan kekurangan pada penggunaan multimedia audio :

1. Kelebihan :

- Sangat cocok bila digunakan sebagai media untuk memberikan motivasi, seperti penyuluhan kesehatan
- Penggunaan suara mendekati keadaan asli dari materi
- Memudahkan pengunjung media *online* dalam memahami materi yang disampaikan

2. Kekurangan :

- Memerlukan tempat penyimpanan yang besar di dalam komputer

- Memerlukan *software* dan *hardware* yang spesifik agar suara dapat disampaikan melalui komputer

#### c. Grafik

Penggunaan gambar memiliki tujuan untuk memperkuat isi dari berita yang disampaikan. Kelebihan – kelebihan dalam penggunaan multimedia grafik adalah :

- Lebih mudah dalam mengidentifikasi obyek – obyek
- Lebih mudah dalam mengaplikasikan obyek
- Mampu menunjukkan hubungan spatial dari obyek
- Membantu menjelaskan konsep abstrak menjadi konkret

#### d. Video

Video merupakan hasil dari rekaman suara dan gambar dari kejadian asli maupun tidak untuk mempermudah pengunjung memahami maksud dari isi berita. Berikut kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan multimedia video.

##### 1. Kelebihan :

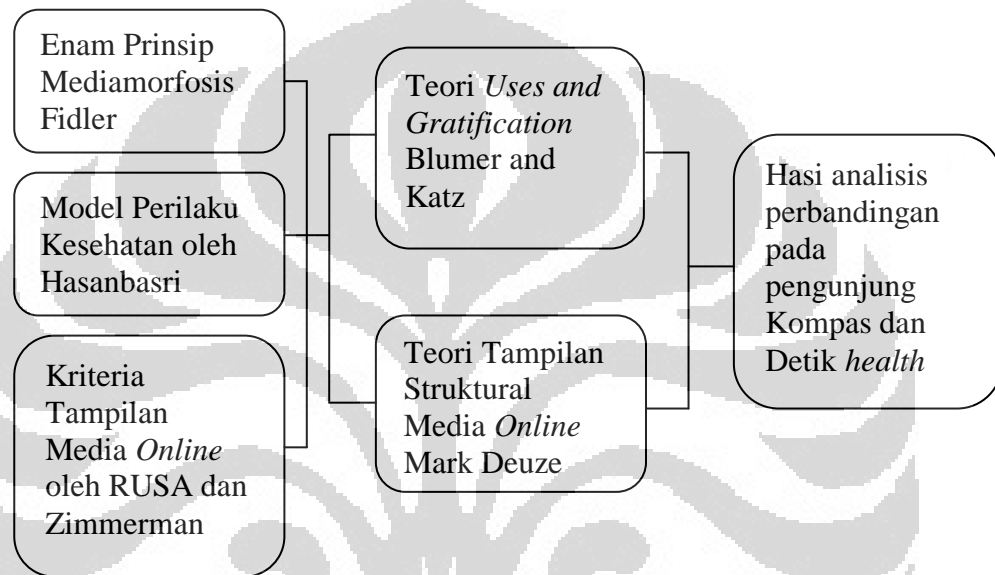
- Memaparkan keadaan asli dari suatu proses, fenomena atau kejadian
- Sebagai bahan terintegrasi dengan media lain seperti teks, gambar , dan suara
- Pengunjung dapat melakukan *reply* pada bagian – bagian tertentu untuk melihat gambaran yang lebih fokus
- Menunjukkan dengan jelas suatu langkah prosedural

##### 2. Kekurangan :

- Membutuhkan memori yang besar dalam penyimpanannya pada media *online*
- Membutuhkan jaringan internet yang kuat dalam mengakses video

## 2.7 Kerangka Teori

Dari semua teori diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai perilaku pengunjung dan tampilan struktural media *online* dalam memberi gambaran mengenai kepuasan pengunjung dalam mengakses media *online* Kompas dan Detik *health*. Berikut gambar dari kerangka teori penelitian :



Gambar 2.4 Kerangka Teori

## BAB III

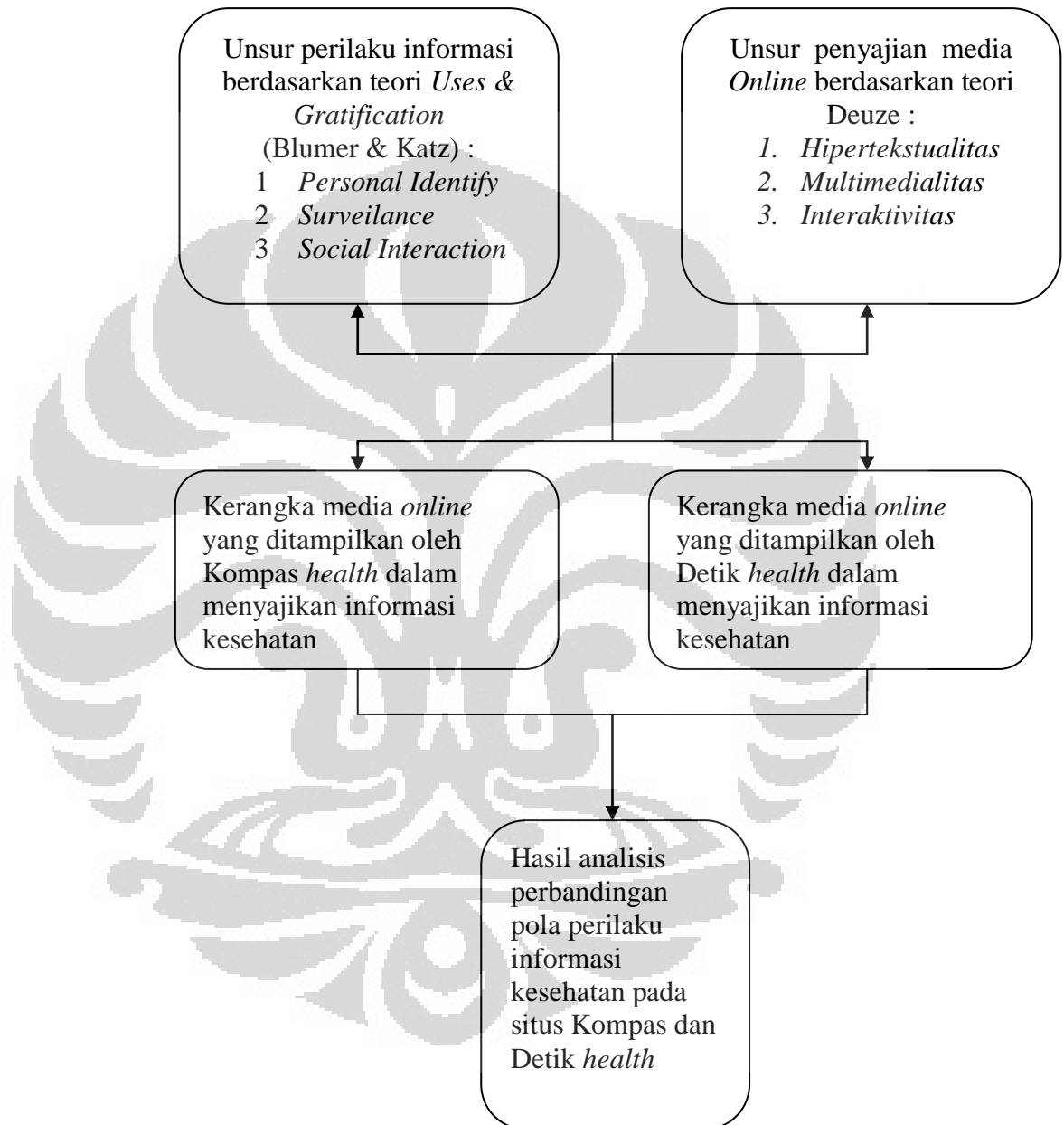
### KERANGKA PEMIKIRAN DAN DEFINISI ISTILAH

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif korelasi yaitu memberikan gambaran mengenai variabel – variabel yang memengaruhi penyajian berita kesehatan pada Kompas dan Detik *health* terhadap pola perilaku pengakses situs tersebut.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah penyajian berita kesehatan pada Kompas dan Detik *health*. Sementara itu unit observasinya adalah pola perilaku pengakses situs Kompas dan Detik *health*. Variabel Dependen dan Independen dilakukan dengan melihat dari sisi kerangka media *online* dan perilaku individu. Dari kedua unit tersebut akan diberikan gambaran bagaimana interaksi yang terjadi antara pengakses dengan server.

Berdasarkan hal tersebut dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran

### 3.2 Definisi Istilah

Tabel 3.1 Definisi Istilah Kerangka Pemikiran

No	Variabel	Definisi Istilah	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur
1	<i>Surveillance</i>	Keinginan untuk mencari tahu berita kesehatan oleh pengunjung yang diberikan Kompas dan Detik <i>health</i>	Menggambarkan pola <i>surveillance</i> pada pengunjung Kompas dan Detik <i>health</i> dan membandingkan dengan berbagai literatur mengenai kegiatan <i>surveillance</i>	Daftar Tilik	Berita mengenai gambaran hasil dari kegiatan <i>surveillance</i> dan perbandingannya dengan literatur
2	<i>Personal Identify</i>	Keinginan mengidentifikasi diri pengunjung dengan nilai – nilai yang terkandung dalam berita kesehatan pada Kompas dan Detik <i>health</i>	Menggambarkan pola <i>personal identify</i> pada pengunjung Kompas dan Detik <i>health</i> dan membandingkan dengan berbagai literatur mengenai kegiatan <i>personal identify</i>	Daftar Tilik	Berita mengenai gambaran hasil dari kegiatan <i>personal identify</i> dan perbandingannya dengan literatur
3	<i>Social Interaction</i>	Keinginan mencari kesamaan dan bahan berinteraksi pengunjung terhadap berita kesehatan Kompas dan Detik <i>health</i>	Menggambarkan <i>social interaction</i> pada pengunjung Kompas dan Detik <i>health</i> dan membandingkan dengan literatur mengenai kegiatan <i>social interaction</i>	Daftar Tilik	Berita tentang gambaran hasil dari kegiatan <i>social interaction</i> dan perbandingannya dengan literatur



No	Variabel	Definisi Istilah	Cara Ukur	Alar Ukur	Hasil Ukur
4	<i>Hipertextualitas</i>	Kesinambungan setiap berita – berita yang disajikan untuk mempermudah pengunjung dalam membaca berita kesehatan	Menggambarkan konteks <i>hipertextualitas</i> yang terjadi pada Kompas dan Detik <i>health</i>	Daftar Tilik	Berita mengenai gambaran konteks <i>hipertextualitas</i> pada Kompas dan Detik <i>health</i>
5	<i>Interaktivitas</i>	Kemampuan hubungan resiprokal antara audiens/users dengan konsultan pada rubrik konsultasi kesehatan	Menggambarkan pola <i>interaktivitas</i> yang terjadi antara pengunjung situs dengan konsultan rubrik konsultasi	Daftar Tilik	Berita mengenai gambaran hasil dari kegiatan <i>interaktivitas</i> antara pengunjung dengan konsultan
6	<i>Multimedialitas</i>	Ketrampilan beragam dalam penggunaan berbagai <i>platform</i> media untuk membuat sajian berita	Menggambarkan ketrampilan multimedia yang digunakan Kompas dan Detik <i>health</i> dalam menyajikan berita kesehatan	Daftar Tilik	Berita mengenai gambaran multimedia yang disajikan pada Kompas dan Detik <i>health</i>

## **BAB IV**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **4.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menyajikan gambaran yang terinci tentang suatu situasi khusus, setting sosial, atau gambaran yang terjadi pada pola perilaku pengakses berita kesehatan pada Kompas dan Detik *health*. Variabelnya adalah perilaku dari pengakses berita kesehatan dan sampelnya adalah tampilan struktural Kompas dan Detik *health*.

#### **4.2 Waktu Penyusunan**

Penyusunan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan bulan Juni 2012. Dimana pengamatan pada Kompas dan Detik *health* dilaksanakan selama bulan April - Mei 2012.

#### **4.3 Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian deskriptif, metode yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode survei observasi (Singarimbun : 2008). Dimana kegiatan survei ini bertujuan untuk mengamati dan memberikan gambaran pola perilaku dari pengakses berita kesehatan pada Kompas dan Detik *health*. Pengumpulan data pada penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang berasal dari pengamatan pada Kompas dan Detik *health* serta membandingkan dengan teori dan literatur.

#### **4.4 Instrumen Penelitian**

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan form *checklist*, *matriks*, dan pedoman telaah data sekunder.

#### 4.5 Rencana Analisis Data

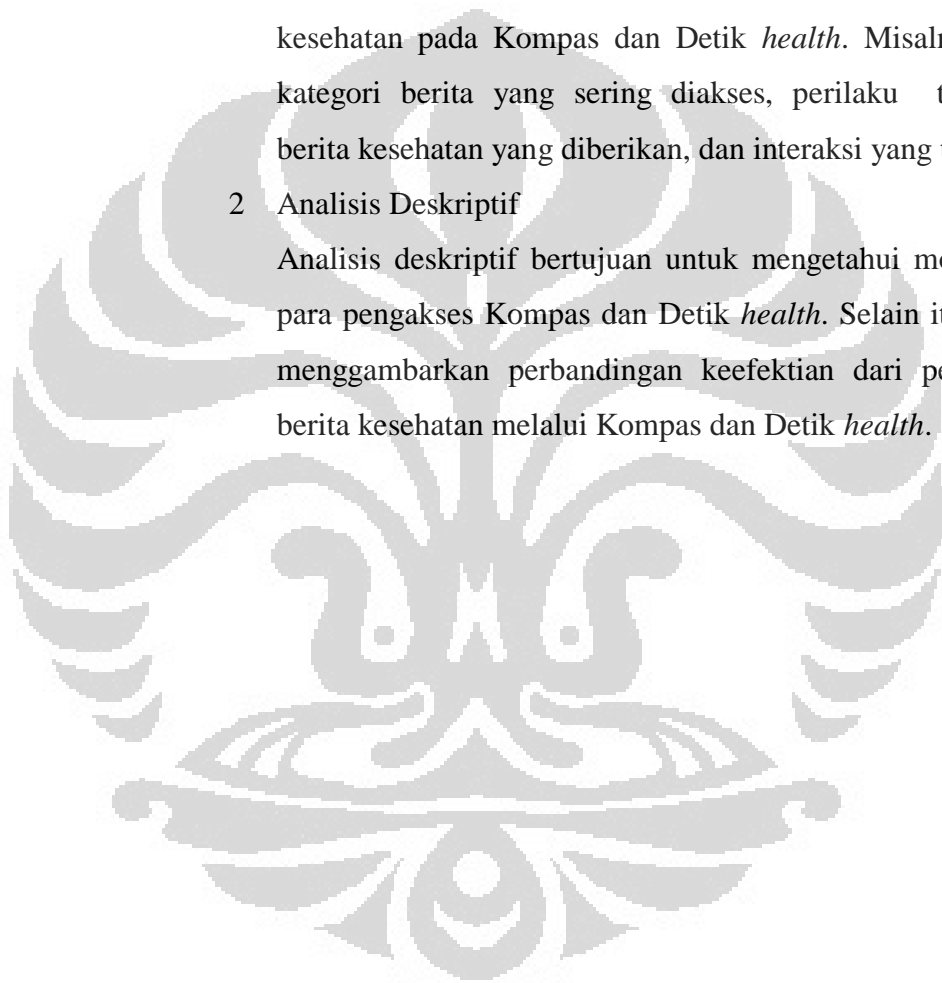
Teknik analisis data yang digunakan terbagi menjadi tiga bagian :

##### 1 Analisis Frekuensi

Analisis frekuensi bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai jumlah atau perilaku dari pengakses berita kesehatan pada Kompas dan Detik *health*. Misalnya dari kategori berita yang sering diakses, perilaku terhadap berita kesehatan yang diberikan, dan interaksi yang terjadi.

##### 2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui motif dari para pengakses Kompas dan Detik *health*. Selain itu untuk menggambarkan perbandingan keefektian dari penyajian berita kesehatan melalui Kompas dan Detik *health*.



## BAB V

### Hasil Temuan dan Analisis Data

#### 5.1 Kompas Health

##### 5.1.1 Deskripsi Tampilan Kompas *Health*

Pada sisi tampilan, Kompas *health* terbagi menjadi dua kolom. Kolom bagian kiri terdiri dari berita berupa slideshow headline berita, kolom berita yang merupakan interlink dari berita tersebut, artikel pilihan redaksi, artikel terakhir yang diupdate, blog Kompasiana tentang kesehatan, konsultasi dokter dan *lifestyle*. Kolom bagian kanan terdiri dari artikel terfavorit yang sering dikunjungi oleh pengguna, pencarian rumah sakit, pengukuran keidealannya massa tubuh, dan gambaran anatomi tubuh. Kolom bagian kanan ini selalu ada pada setiap tampilan rubrik Kompas *health*.

Kompas *health* juga memiliki rubrik – rubrik yang terdiri dari tampilan *direktori, news & features, obat & vitamin, lifestyle, alternatif, psikologi, konsultasi dan blog expert*. Setiap rubrik tersebut akan menampilkan informasi yang sesuai dengan nama rubrik tersebut. Rubrik – rubrik tersebut memiliki interlink ke tiap – tiap informasi lainnya yang sejenis. Berikut tampilan home pada Kompas *health* :



Gambar 5.1 Tampilan Home Kompas health

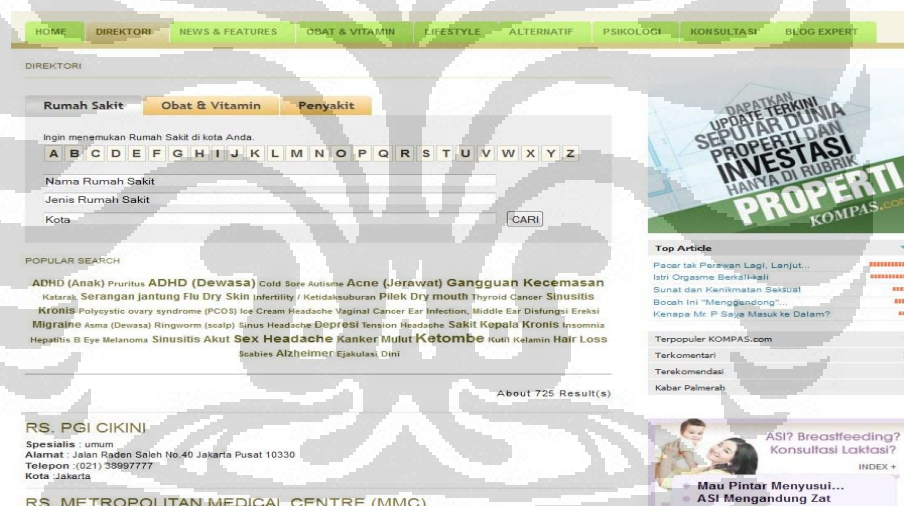
5.1.2 Rubrik Direktori

Rubrik direktori merupakan rubrik yang berisi pencarian tentang rumah sakit yang ada di Indonesia. Pencarian ini dapat dilakukan dengan menggunakan *keywords* nama, jenis rumah sakit dan kota rumah sakit tersebut. Setelah dilakukan pencarian, pengunjung akan mendapatkan profil rumah sakit secara singkat tentang spesialisasi, alamat, dan

kontakannya. Rubrik ini sangat membantu untuk pengguna yang ingin berkunjung ke rumah sakit.

Rubrik direktori juga mempunyai kolom obat & vitamin, dan penyakit. Fungsi kolom dari rubrik ini bertujuan untuk pencarian obat & vitamin yang sesuai dengan penyakit yang dideritanya. Pengguna akan mendapatkan gambaran informasi mengenai obat atau vitamin apa yang akan dikonsumsi untuk mengatasi penyakitnya atau sebelum berkunjung ke dokter.

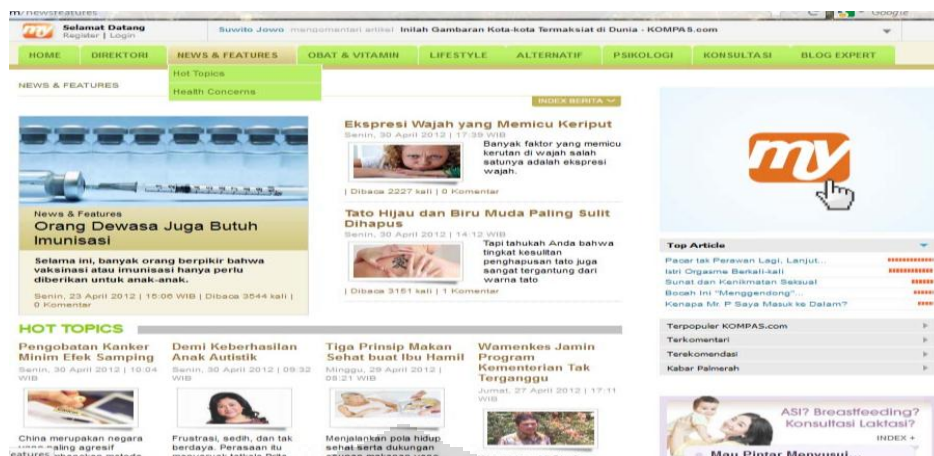
Penyediaan pencarian rumah sakit, obat & vitamin, serta penyakit dapat menggambarkan pola perilaku pengunjung terhadap obat & vitamin, dan penyakit apa yang sering mereka cari. Dari hasil pencarian tersebut, kita dapat mengetahui penyakit yang sering di derita pengunjung. berikut tampilan dari rubrik direktori pada Kompas *health* :



Gambar 5.2 Tampilan Rubrik Direktori Kompas *health*

### 5.1.3 News & Features

Kolom *news & feature* dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 5.3 Tampilan *News & Features* Kompas health

Pada tampilan diatas dapat dilihat bahwa, rubrik ini berisi tentang artikel – artikel kesehatan. Artikel ini disajikan berdasarkan urutan tanggal terbaru postingan dan artikel yang sering dibaca oleh pengguna. Artikel – artikel yang sering dibaca oleh pengunjung akan masuk menjadi *hot topics*. Dari setiap artikel yang dibaca oleh pengunjung terutama *hot topics* akan menggambarkan bagaimana pola perilaku pengunjung terhadap artikel tersebut.

#### 5.1.4 Obat & Vitamin

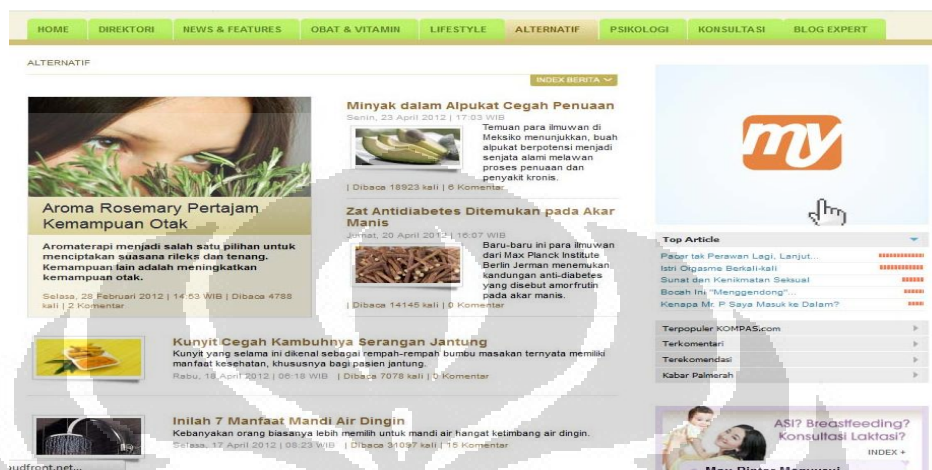


Gambar 5.4 Tampilan Rubrik Obat & Vitamin Kompas health

Pada tampilan obat & vitamin ini berupa artikel yang menjelaskan tentang manfaat obat. Artikel yang dibuat di *posting* secara random berdasarkan tanggal terbaru *pengupdatean* dan tidak dikelompokkan menurut klasifikasi penyakitnya. Kutipan artikel dari Kompas health cenderung mengedepankan bentuk kalimat aktif dengan penekanan kata

keterangan waktu. Penonjolan model ini dimaksudkan untuk mengesankan berita yang disajikan benar – benar memenuhi unsur kelangsungan, kecepatan, dan terbarukan.

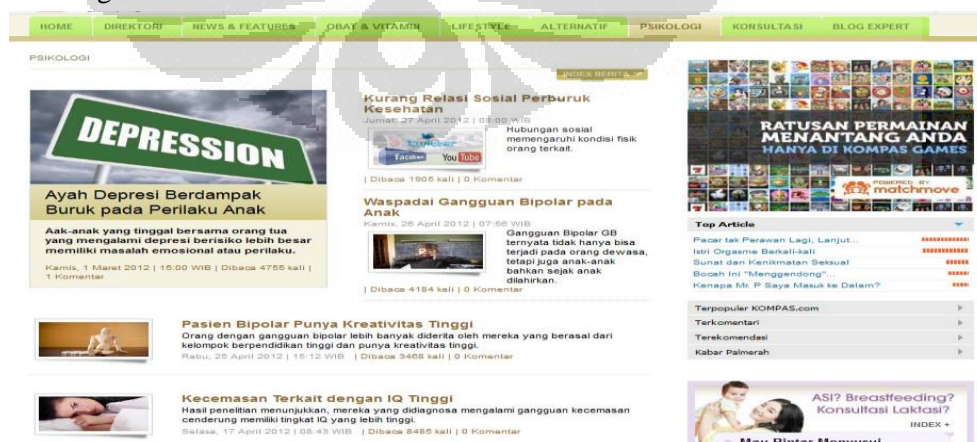
### 5.1.5 Alternatif



Gambar 5.5 Tampilan Rubrik Alternatif Kompas health

Artikel pada rubrik alternatif memberikan informasi tentang pengobatan alternatif yang dapat dilakukan oleh pengunjung untuk menyembuhkan penyakitnya. Selain itu, juga menjelaskan tentang bahan – bahan yang terkandung dalam pengobatan alternatif tersebut. Interaksi yang terjadi pada artikel yang ada pada rubrik alternatif ini akan menggambarkan pengobatan apa yang lebih disukai oleh pengunjung, secara ilmiah atau alternatif.

### 5.1.6 Psikologi



Gambar 5.6 Tampilan Rubrik Psikologi Kompas health



Artikel pada rubrik psikologi memberikan informasi tentang kesehatan jiwa pada seseorang. Kesehatan jiwa yang dialami oleh seseorang akan menentukan tindakan atau perilaku yang akan mereka kerjakan. Pada artikel ini juga dimuat tentang tips – tips untuk mengatur kesehatan jiwa atau psikologi seseorang. Pengunjung yang sedang mengalami gangguan pada psikologi dapat membuka rubrik ini untuk mendapatkan tips memecahkan masalah yang dihadapinya.

### 5.1.7 Konsultasi



Gambar 5.7 Tampilan Rubrik Konsultasi Kompas health

Tampilan konsultasi bertujuan untuk memudahkan pengunjung bertanya tentang penyakit yang diderita kepada pakar kesehatan di bidangnya. Selain pada rubrik konsultasi, tampilan konsultasi juga terdapat pada tampilan *home* di kolom paling bawah. Rubrik konsultasi juga digolongkan berdasarkan spesialisasinya. Spesialis yang terdapat pada rubrik konsultasi ini adalah konsultasi anak, kehamilan & kandungan, kesehatan jiwa, dan seks. Pertanyaan dari pengunjung akan dijawab oleh dokter yang sudah bekerjasama dengan Kompas Health. Selain itu, rubrik ini juga memberikan informasi berdasarkan spesialisinya.

### 5.1.8 Kompasiana Health

Rubrik blog kesehatan menampilkan tulisan dari pengunjung mengenai kesehatan. Pengunjung dapat menulis dan bertukar informasi tentang pengetahuan atau masalah kesehatan yang dialami. Selain itu, rubrik blog kesehatan juga menampilkan tulisan dari pakar di bidangnya

sebagai referensi bagi pengunjung. Rubrik ini merupakan masukan dari sublink kompas.com yaitu kompasiana.com yang mewadahi bagi para pengunjung untuk menulis. Tulisan dari kompasiana.com yang berisi tentang kesehatan kemudian dimasukkan kedalam blg kesehatan pada kompas *health*.



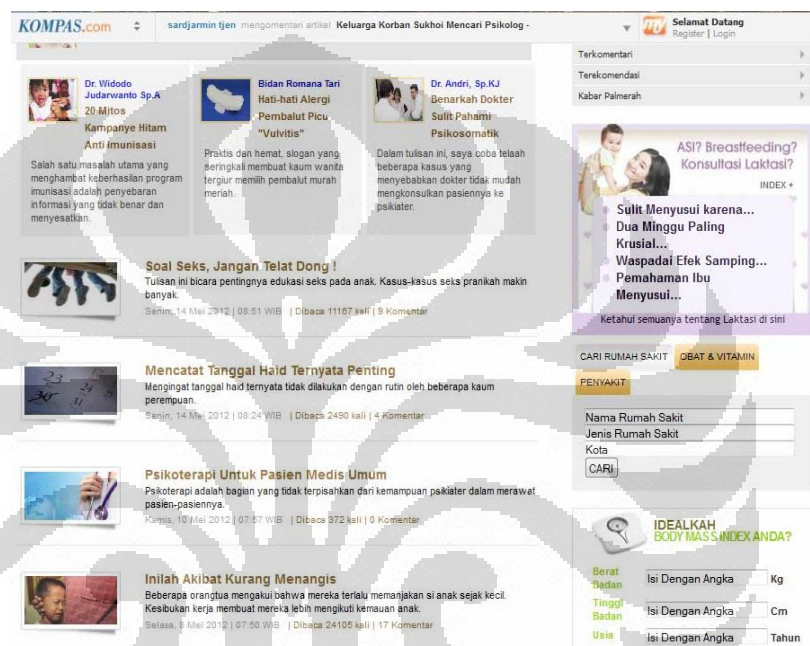
Gambar 5.8 Tampilan Rubrik Blog Kompas *health*

## 5.2 Gambaran Teori Uses Gratification dan Tampilan Struktural pada Kompas *health*

### 5.2.1 Personal Identify

Dalam pencarian informasi kesehatan, pengunjung media *online* akan mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai yang terkandung dalam informasi kesehatan. Pengidentifikasian diri oleh pengunjung dapat dilihat pada tampilan berikut :

- Kompas *health* memiliki suatu forum yang dinamakan kompasiana. Pada forum kompasiana pengunjung bebas menulis tentang berbagai hal. Jika tulisan dari pengunjung berhubungan dengan kesehatan, maka server akan memuatnya pada rubrik kompasiana *health*. Halaman kompasiana *health* disajikan Kompas agar pengunjung dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang kesehatan dengan pengunjung lain.



Gambar 5.9 Tulisan Pada Forum Kompas *Health*

Berita – berita yang disajikan pada kompasiana *health* menggambarkan bahwa pengunjung dapat mengidentifikasi dirinya melalui tulisan – tulisan yang dimuat dan berinteraksi dengan pengunjung lain.

- Pengidentifikasi diri pengunjung juga dapat diketahui melalui rubrik – rubrik berita yang disajikan. Pengelompokan berita oleh Kompas *health* dimaksudkan agar pengunjung mengetahui informasi kesehatan yang diinginkan. Selain itu, konsultasi kepada pakar pada rubrik konsultasi menggambarkan bahwa pengunjung dapat *mengexplore* informasi kesehatan yang diinginkan.

### 5.2.2 Surveillance

Ketertarikan pengunjung dalam mencari informasi kesehatan dapat dipengaruhi oleh tampilan pada setiap halaman *kompas health*. Tindakan *surveillance* informasi kesehatan yang dilakukan pengunjung dapat dilihat pada tampilan berikut :

- Gambar dan judul yang menarik akan membuat pengunjung mengetahui lebih lanjut informasi yang diberikan. Selain melalui rubrik, setiap judul berita kesehatan akan dimuat oleh *kompas* melalui media sosial twitter. Dari judul tersebut, bagi pengunjung yang tertarik dapat membuka *link* dari berita yang disediakan. Akun twitter yang digunakan *kompas* bersifat umum dan tidak dibagi berdasarkan pengelompokkan rubrik.
- Sosial media lain yang digunakan *kompas* untuk memposting berita kesehatan melalui facebook. Berikut tampilan facebook dari *kompas health*.



Gambar 5.10 Tampilan Facebook Kompas Health

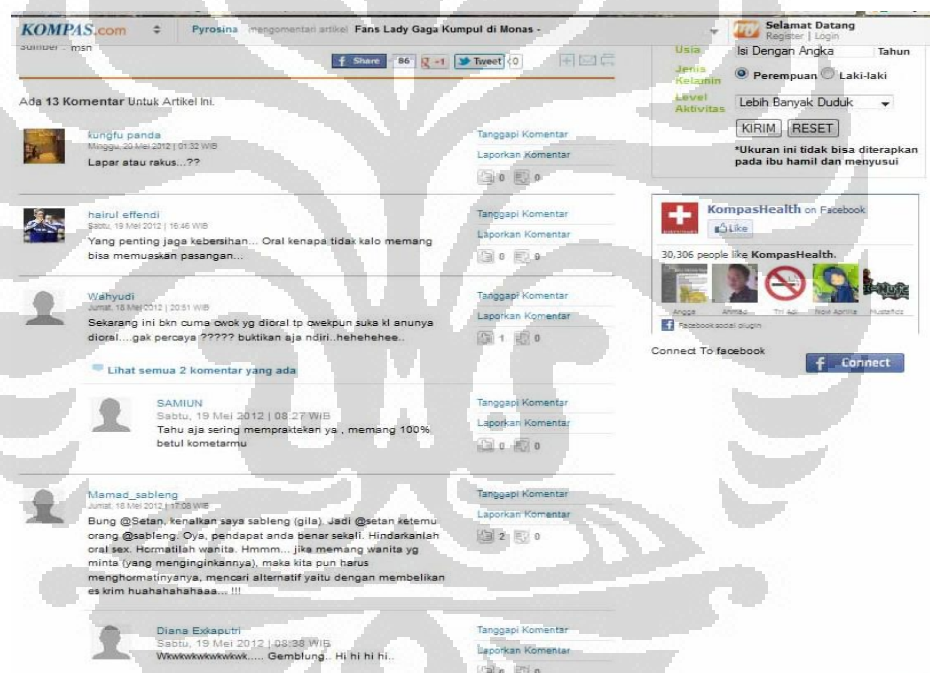
Serupa dengan twitter, setiap judul berita kesehatan yang diposting akan terlihat pada halaman facebook. Pada halaman diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung yang menyukai facebook *kompas health* mencapai 30.306 pengunjung. Melalui twitter dan facebook pengunjung dapat saling berinteraksi atau membagi informasi kepada yang lain dan

untuk mengetahui pola perilaku pengunjung dalam mencari informasi kesehatan.

### 5.2.3 Social Interaction

Interaksi yang terjadi pada media *online* disebabkan oleh adanya kepentingan atau kesamaan dalam mencari informasi kesehatan yang diinginkan. Interaksi ini bersifat horizontal dimana setiap pengunjung bebas memberi atau mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Berikut *social interaction* yang terjadi pada *kompas health* :

- Pemberian komentar pada setiap berita merupakan suatu bentuk *social interaction* yang terjadi. Hal ini dapat dilihat pada tampilan berikut :



Gambar 5.11 Komentar Pada Artikel Kompas *health*

Dari gambar diatas, pengunjung yang tertarik terhadap suatu berita akan berinteraksi melalui pemberian komentar. Gaya bahasa yang terjadi pada interaksi bersifat bebas.

### 5.2.4 Hipertextualitas

Media *online* mengenal istilah teknis yang disebut dengan teknik *hiperlink/hipertextualitas*, sebuah independen link yang berhubungan antara satu berita dengan berita lain seorang pengunjung yang ingin

mengetahui latar belakang satu peristiwa dari berita sebelumnya dapat mengklik judul berita tersebut. Hal ini memudahkan pembaca untuk memahami seluruh konteks peristiwa tanpa mengulangi apa yang mungkin telah dibaca sebelumnya. Dari hasil pengamatan peneliti *hipertextualitas* berita kesehatan pada Kompas dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5.12 Contoh *Hipertext* Pada Artikel Kompas *Health*

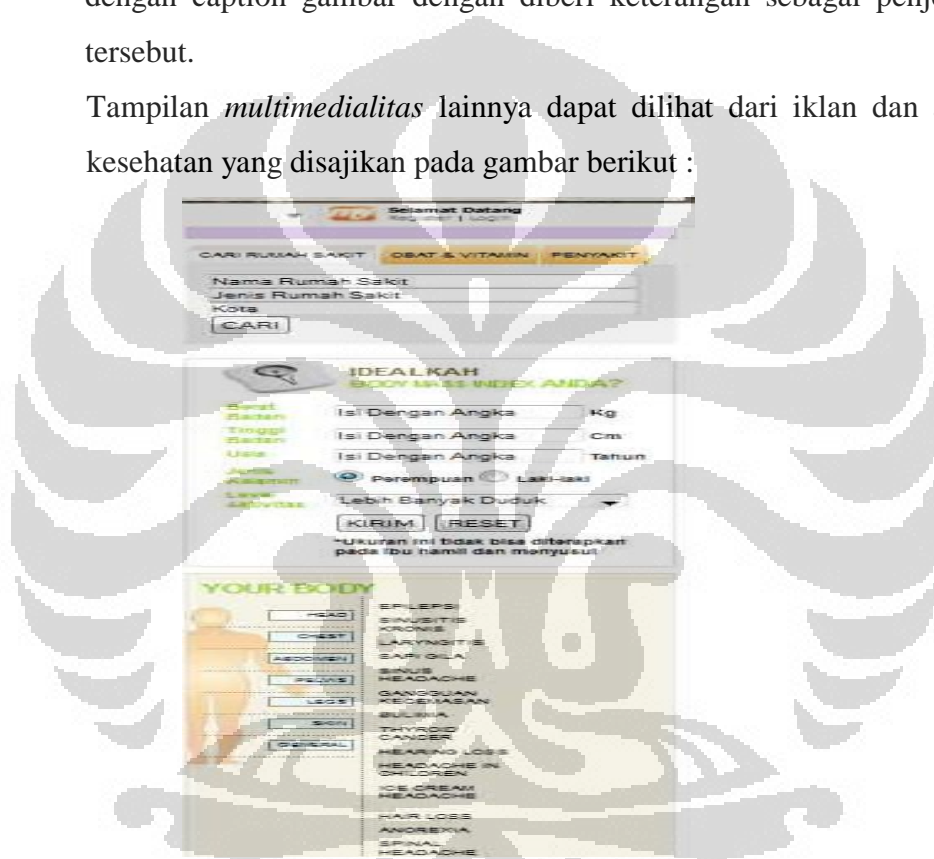
*Hipertextualitas* pada Kompas *health* diletakkan pada sisi berita. Pengunjung yang membaca berita dapat langsung terpusat pada *hipertext* dari berita kesehatan sebelumnya yang berkaitan. Pengunjung yang tertarik pada judul *hipertext* akan membaca lebih lanjut berita tersebut. Namun, dampak dari penyajian *hipertext* adalah pemberian berita secara berulang – ulang. Hal ini dapat menggambarkan keefektifan *hipertext* yang disajikan Kompas *health*.

- Selain pada berita kesehatan, *hipertext* juga disajikan pada rubrik konsultasi. Pertanyaan yang sering dilontarkan oleh pengunjung akan ditampilkan *hipertext*nya. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi pertanyaan berulang dari pengunjung, mengingat jumlah pertanyaan yang banyak dan ketersediaan waktu yang dimiliki oleh pakar dalam menjawab pertanyaan.

### 5.2.5 Multimedialitas

Bentuk tampilan dapat mempengaruhi pengunjung dalam membaca suatu berita. *Multimedialitas* pada kompas *health* terletak pada elemen – elemen grafis berupa gambar baik sebagai inset ataupun menjadi berita foto. Tampilan video kompas *health* disajikan terpisah melalui [www.kompas.tv.com](http://www.kompas.tv.com). Penyajian tampilan melalui gambar berfungsi untuk menjelaskan dan memperkuat narasi berita. Biasanya sebuah berita disertai dengan caption gambar dengan diberi keterangan sebagai penjelas foto tersebut.

Tampilan *multimedialitas* lainnya dapat dilihat dari iklan dan aplikasi kesehatan yang disajikan pada gambar berikut :

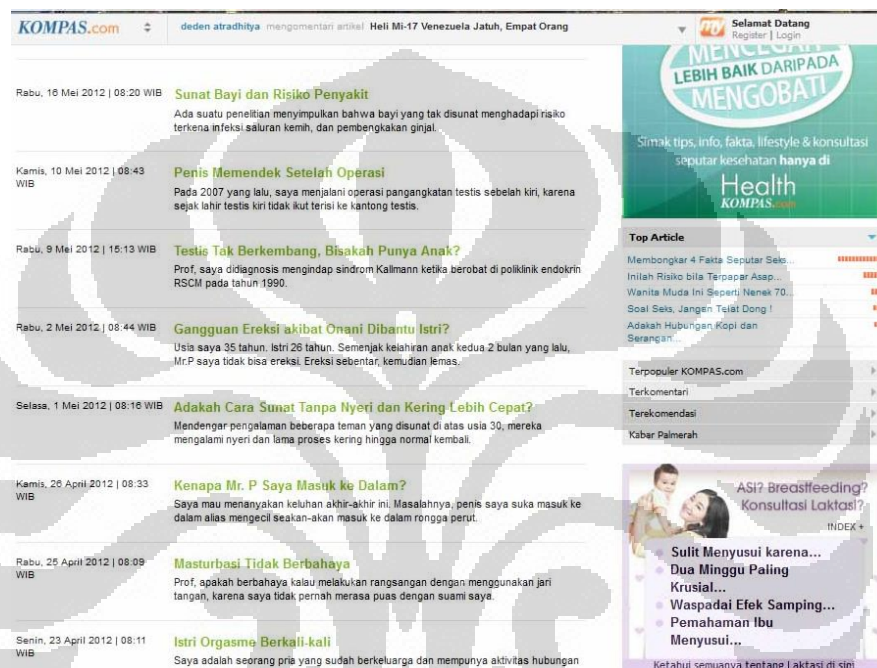


Gambar 5.13 Bentuk Aplikasi Pada Kompas *Health*

*Multimedialitas* diatas disajikan dalam bentuk aplikasi yang berisi tentang informasi kesehatan. Informasi yang disajikan tentang keidealan tubuh dan bentuk anatomi manusia. Aplikasi ini dapat menggambarkan tentang manfaat dari penyajian *multimedialitas* dalam menarik pengunjung.

### 5.2.6 Interaktivitas

Pembahasan interaksi yang terjadi lebih cenderung antara pengunjung dengan Konsultan. Konsultan yang dimaksud pada Kompas *health* adalah pada rubrik konsultasi yang diisi oleh pakar di bidangnya. Konsultasi ini terbuka bagi pengunjung Kompas *health* yang ingin mengajukan pertanyaan. Berikut tampilan konsultasi sebagai bentuk interaksi antara pengunjung dan server :



Gambar 5.14 Daftar Pertanyaan Pada Konsultasi Psikoseksual Kompas *health*

Gambar diatas merupakan daftar pertanyaan pada spesialis psikoseksual. Pada pertanyaan tersebut tercantum waktu lengkap bertanya dan respon dari pakar dan pengunjung lainnya. Semakin cepat konsultan menjawab pertanyaan dari pengunjung maka interaksi komunikasi yang terjadi berlangsung baik. Namun, kendala yang terjadi adalah pada banyaknya pertanyaan yang diajukan pengunjung yang tidak sebanding dengan jumlah pakar pada suatu spesialis. Hal ini dapat menghambat terjadinya pencarian informasi kesehatan oleh pengunjung.



### 5.3 Detik Health

#### 5.3.1 Deskripsi Tampilan Detik *Health*

Pada sisi tampilan, Detik *Health* terbagi menjadi dua. Kolom bagian kiri merupakan *slideshow* artikel terupdate berdasarkan tanggal terbaru postingannya. Pada bagian bawahnya terdapat konsultasi kesehatan dengan pakarnya. Konsultasi digolongkan berdasarkan spesialisasinya, seperti saraf, jantung, mata, anestesi, umum, kandungan, gigi, anak, genetika, THT, gizi, kulit dan kelamin, onkologi, bedah, psikiater, psikoseksual, dan seksologi. Selanjutnya terdapat liputan khusus, cerita kesehatan, agenda kesehatan, dan blog kesehatan. Pada kolom kiri terdapat pencarian obat & penyakit, pengecekan berat badan ideal, dan forum kesehatan.

Detik *health* juga memiliki rubrik – rubrik yang terdiri dari tampilan hidup sehat, obat & penyakit, ibu & anak, berita, konsultasi, bank nama, forum, dan indeks. Sama halnya pada *kompas health*, rubrik tersebut menampilkan informasi sesuai dengan namanya dan memiliki hubungan *hyperlink* dengan informasi yang saling berkaitan. Berikut tampilan home pada Detik *health* :



Gambar 5.15 Tampilan Home Detik health

### 5.3.2 Hidup Sehat



Gambar 5.16 Tampilan Rubrik Hidup Sehat Detik *health*

Rubrik hidup sehat berisi artikel tentang tips – tips bagi pengunjung untuk hidup sehat. Penulisan pada artikel ini lebih bersifat persuasif bagi pengunjung agar tertarik untuk melaksanakannya. Pengunjung dapat menerapkan tips yang sesuai dengan keadaan dirinya. Dari rubrik ini akan menggambarkan bagaimana pola perilaku pengunjung untuk mengupayakan agar hidup sehat.

### 5.3.3 Obat & Penyakit



Gambar 5.17 Tampilan Obat & Penyakit Detik *health*

Detik *health* juga menyediakan tampilan obat & penyakit. Pengunjung dapat melakukan pencarian mengenai obat yang diinginkan atau penyakit yang diderita. Pencarian obat akan menjelaskan tentang manfaat yang diberikan dari obat tersebut. Pada sublink penyakit dijelaskan penyebab, obat, dan pencegahan yang dapat dilakukan terhadap penyakit tersebut. Rubrik obat & penyakit juga menyediakan sublink obat

alternatif untuk menjelaskan manfaat dari suatu bahan untuk menyembuhkan penyakit yang di derita.

### 5.3.4 Ibu & Anak



Gambar 5.18 Tampilan Ibu & Anak Detik health

Artikel pada rubrik ibu & anak berisi tentang informasi kesehatan pada ibu dan anak. Artikel yang disajikan pada rubrik ini memiliki *hyperlink* terhadap artikel yang isinya berhubungan. Pada rubrik ini, pengunjung diberi tips bagaimana caranya agar kesehatan bayi, balita, anak, dan remaja dapat berkembang dengan baik, serta bagaimana memelihara kesehatan pada ibu hamil, ibu menyusui, dan kondisi ibu. Dari sini kita akan mengetahui gambaran tentang bagaimana pola perilaku ibu dalam memelihara kesehatannya dan mengatur perkembangan kesehatan anak.

### 5.3.5 Berita



Gambar 5.19 Tampilan Rubrik Berita

Artikel pada rubrik berita lebih bersifat umum untuk menambah pengetahuan bagi pengunjung. Informasi dan kejadian baru tentang kesehatan akan dikelompokkan dalam rubrik berita. Bagi pengunjung yang ingin mengetahui perkembangan terbaru dari kesehatan dapat membuka rubrik berita ini. Dari rubrik ini akan diketahui gambaran tentang perilaku pengunjung terhadap informasi baru tentang kesehatan.

### 5.3.6 Konsultasi



Gambar 5.20 Tampilan Konsultasi Detik *health*

Sama halnya dengan kompas *health*, detik juga menyediakan konsultasi bagi pengunjung untuk menanyakan masalah kesehatannya kepada pakar dibidangnya. Detik *health* bekerjasama dengan para dokter untuk menjawab pertanyaan dari para pengunjung. Pengelompokkan jenis konsultasi pada rubrik ini cenderung kompleks. Pengunjung dapat memilih konsultasi apa yang mereka inginkan dan langsung menanyakan masalah yang dihadapi. Disana juga ditampilkan pertanyaan pilihan dari pengunjung dengan maksud agar pengunjung mengetahui masalah apa yang sudah dijawab oleh pakar. Dari sini kita akan mengetahui gambaran tentang bagaimana interaksi yang terjadi antara dokter sebagai pakar dengan pengunjung.

### 5.3.7 Bank Nama

Gambar 5.21 Tampilan Bank Nama Detik health

Rubrik ini cenderung unik dan bersifat statis karena berisi tentang nama – nama yang direkomendasikan bagi seseorang yang ingin mempunyai anak. Nama – nama tersebut dikategorikan kedalam nama arab, kawi, hoki asmaul husna, dan lainnya. Nama ini juga dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan memiliki arti, sehingga pengunjung yang tertarik terhadap nama tersebut dapat mengetahui makna yang terkandung dalam nama tersebut.

### 5.3.8 Indeks

Gambar 5.22 Tampilan Indeks Detik health

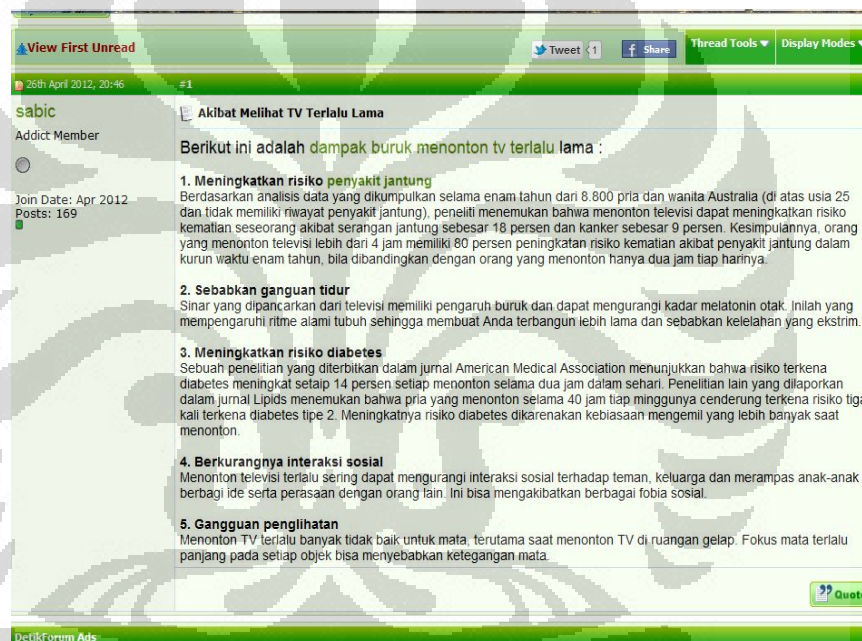
Indeks merupakan Rubrik yang menampilkan daftar isi berita yang ada pada detik health. Pengunjung juga dapat mencari artikel yang di posting berdasarkan tanggal pengupdateannya. Berita – berita yang ditampilkan berupa barisan judul yang akan mengantarkan pengunjung kepada isi dari berita tersebut. Kebenaran isi dari berita yang ditampilkan oleh

detik *health* dapat dikatakan akurat karena ditulis oleh para pakar yang ahli di bidangnya.

## 5.4 Gambaran Teori Uses Gratification dan Deuze pada Detik health

### 5.4.1 Personal Identify

Detik *health* menyediakan tampilan khusus pada forumnya. Layout tampilan yang disediakan berbeda dengan setiap halaman rubriknya. Tampilan forum yang digunakan bersifat umum dan mudah digunakan bagi pengunjung. Berikut tampilan forum kesehatan yang disediakan untuk pengunjung :



Gambar 5.23 Tampilan Forum Pada Detik *Health*

- Pengunjung akan diarahkan menulis berita tentang kesehatan pada forum kesehatan. Semua hasil tulisan dari pengunjung akan dimuat berdasarkan waktu mempublikasikan. Selain itu, data tentang pengunjung juga akan ditampilkan berupa waktu pengunjung sejak bergabung pada forum, jumlah tulisan atau komentar yang di *posting*, dan status pengunjung. Pengunjung yang tertarik terhadap suatu berita dapat memberikan komentar sehingga akan terjadi interaksi antar pengunjung. Forum kesehatan dapat menggambarkan bahwa

pengunjung dapat mengidentifikasi dirinya melalui tulisan – tulisan yang dimuat dan berinteraksi dengan pengunjung lain.

- Serupa dengan kompas, pengidentifikasian diri pengunjung dapat dilakukan melalui rubrik – rubrik yang disediakan detik *health*. *Hipertext* rubrik konsultasi hampir selalu dihadirkan pada setiap halaman dengan harapan pengunjung dapat menggali informasi kesehatannya lebih lanjut dengan pakar di bidangnya.

#### 5.4.2 Surveillance

Detik merupakan media *online* yang sangat aktif dalam sosial media. Setiap rubrik yang dimilikinya memiliki akun sosial media, baik twitter maupu facebook, dan blog. Hal ini dimaksudkan agar berita kesehatan yang disampaikan Detik *health* dapat terbaca oleh banyak pengunjung. Berikut tampilan facebook dan twitter yang dimiliki Detik *health* :



Gambar 5.24 Facebook Detik *Health*      Gambar 5.25 Twitter Detik *Health*

Dari gambar diatas menggambarkan bahwa jumlah penggemar Detik *health* facebook mencapai 43.309 pengunjung dan follower twitter mencapai 158.789 dengan tweet berita kesehatan yang dihasilkan mencapai 11.707 pada tanggal 20 Mei 2012. Dengan jumlah tweet dan



follower yang cenderung banyak menunjukkan bahwa Detik *health* sangat aktif dalam memberi informasi kesehatan dan banyak pengunjung yang mengamati berita kesehatan yang disajikan Detik health. Pada facebook dan twitter, pengunjung juga dapat berinteraksi dengan *menshare* berita kepada pengunjung lain.

#### 5.4.3 Social Interaction

Ketertarikan pengunjung pada berita kesehatan yang diberikan dan pertanyaan pada rubrik konsultasi pada pakar akan menimbulkan terjadinya sosial interaksi. Pada Detik *health*, sosial interaksi dilakukan dengan menggunakan akun, baik twitter, facebook, atau akun Detik. Kelebihan dari penggunaan akun ini dalam terjadinya interaksi adalah berita kesehatan yang disajikan dapat tersebar luas kepada pengunjung lain sehingga kemungkinan banyak pengunjung yang membaca semakin besar. Tampilan akun dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5.26 Penggunaan Akun untuk Memberikan Komentar Pada Detik

Dari gambar diatas setiap pengunjung yang memberikan komentar akan diketahui akun yang digunakan dalam pemberian komentar. Jadi setiap pengunjung dapat membaca dan memberikan komentar dari tiga media, yaitu twitter, facebook dan halaman Detik *health* langsung. Namun, kekurangan dari penggunaan akun ini adalah keterbatasan karakter dalam

memberikan komentar sehingga komunikasi interaksi yang terjadi dapat terhambat.

#### 5.4.4 Hipertextualitas

Setiap berita yang disajikan Detik *health* memiliki *hipertext*. Serupa dengan Kompas, *hipertext* ini dimaksudkan agar pengunjung dapat mengetahui berita – berita kesehatan yang berhubungan dengan berita tersebut. Detik *health* meletakkan *hipertext* pada akhir dari sebuah berita. Berikut tampilan *hipertext* yang disajikan Detik *health* :



Gambar 5.27 Bentuk *Hipertext* Pada Berita Detik *health*

Kekurangan dari peletakkan *hipertext* pada akhir berita adalah ketika pengunjung tidak tertarik dalam membaca isi berita dari awal, maka judul dari *hipertext* juga tidak akan terbaca oleh pengunjung. *Hipertext* yang disajikan Detik *health* masih berkaitan antar tiap berita sehingga akan memberikan pengetahuan lebih kepada para pengunjung. Tidak hanya pada berita kesehatan, Detik *health* juga menyajikan *hipertext* pada rubrik konsultasi untuk memudahkan pengunjung dalam melihat pertanyaan yang sudah diajukan.

#### 5.4.5 Multimedialitas

Terkait dengan elemen multimedialitas, *Detik health* cenderung mengeksplorasi berita dalam teks tulis dan teks foto. Judul teks tulis yang disajikan *Detik health* disusun menggunakan kata – kata berelemen tunggal, padat dan singkat. Setiap berita yang disajikan akan diberi gambar untuk memperkuat ilustrasi dari berita tersebut. Tampilan video pada *Detik* dibuat terpisah dengan membuat halaman sendiri pada [www.tv.detik.com](http://www.tv.detik.com). Semua *hipertext* berita yang terkait dengan video tertentu digunakan untuk membuka browser video sendiri. Tampilan multimedialitas lainnya juga disajikan dalam bentuk aplikasi seperti pada gambar berikut :



Gambar 5.28 Bentuk Aplikasi Pada *Detik health*

Aplikasi dari multimedialitas diatas berisi tentang bank nama bayi, pengukuran keidealan berat badan manusia, obat & vitamin, dan foto balita. Pembuatan aplikasi ini bertujuan agar pembaca lebih santai dalam mencari informasi kesehatan yang diinginkan dan agar menarik banyak pengunjung.

#### 5.4.6 Interaktivitas

Interaksi yang terjadi antara pengunjung dengan server pada Detik *health* dapat dilihat pada rubrik konsultasi. Detik *health* memiliki 16 spesialis pada rubrik konsultasinya. Setiap rubrik menampilkan profil singkat pakar dan pertanyaan terakhir yang dijawab. Sebelum bertanya, pengunjung diwajibkan untuk mengisi formulir konsultasi. Pengunjung juga dapat mencari *database* tentang semua pertanyaan yang pernah diajukan pada rubrik konsultasi. Berikut tampilan rubrik konsultasi pada Detik *health* :



Gambar 5.29 Daftar Pertanyaan Konsultasi Pada Detik *health*

Sama halnya dengan Kompas, rubrik konsultasi juga menampilkan pertanyaan – pertanyaan pilihan dari pengunjung yang diurutkan berdasarkan waktu mempublikasikannya. Disana juga *link* untuk mengomentari, sehingga interaksi yang terjadi tidak terbatas oleh pakar tetapi pengunjung lain juga dapat berinteraksi dengan pengunjung lain. Keterbatasan interaksi pada rubrik konsultasi ini terletak pada terbatasnya pertanyaan yang diajukan pengunjung sehingga tidak semua pertanyaan dari pengunjung ditampilkan pertanyaan. Hal itu dapat disebabkan oleh adanya pertanyaan yang berulang – ulang dari pengunjung lain sehingga menghambat penyampaian informasi yang diberikan oleh pakar.

## 5.5 Analisis Penyajian Media Online

### 5.5.1 Personal Identify

*Personal Identify* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama adalah bagaimana media memenuhi kebutuhan pengunjung. Inti kajiannya ialah pada pengunjung yang aktif dalam menggunakan media *online*, seperti Kompas dan Detik *health* untuk mencapai tujuannya yaitu pemuas kebutuhannya. Jika hal tersebut tercapai, maka keinginan mengidentifikasi diri pengunjung terhadap berita kesehatan yang terkandung pada Kompas dan Detik *health* berlangsung dengan baik.

Fasilitas pengidentifikasian diri terhadap pengunjung pada Kompas dan Detik *health* hampir sama yaitu dengan menggunakan forum kesehatan dan rubrik konsultasi dokter. Dari sisi tampilan, forum kesehatan Detik cenderung bersahabat dan mudah digunakan karena memakai aplikasi tampilan yang umum. Sedangkan pada Kompas *health*, menggunakan *template* tampilan yang berbeda dengan tampilan Kompas lainnya.

Dari isi berita pada forum kesehatan, Detik *health* lebih rinci dan teratur dalam pengelompokkannya. Forum kesehatan Detik terbagi menjadi tiga subforum, yaitu Hidup sehat, Seputar Penyakit, dan Ibu Anak. Sedangkan pada Kompas *health*, semua topik forum digabungkan menjadi satu pada rubrik Kompasiana. Namun, setiap berita yang berhubungan dengan kesehatan akan dimasukkan pada Kompas *health*. Berikut contoh tampilan forum kesehatan pada Detik :

Thread / Thread Starter	Rating	Last Post	Replies	Views
Sticky: Fitness (1 2 3 ... Last Page) stevewinata		Yesterday 16:19 by obat1234	678	137,112
Sticky: [PASAR-KESEHATAN]Lapak Jual Beli Masuk sini! (1 2 3 ... Last Page) ceb0ngs		Yesterday 16:18 by obat1234	252	42,926
Cara Ampuh Mengatasi Penyakit Katarak dedeluxor		Today 14:12 by dedeluxor	3	43
Waduh!!! Yang Punya Poni Lempar Bisa Picu Sindrom Mata Malas dan Cedera Leher (1 2) hernisu		Today 14:08 by irnasifana	10	4,002
Cara Sembuhkan Asam Urat dengan Jus Manggis Xamthone Plus dedeluxor		Today 14:02 by dedeluxor	0	1
Obat Tradisional Insomnia iren1		Today 12:00 by iren1	0	22
obat alami penyakit asma rahmantaupik		Today 09:30 by agenbandung	4	55
Pengobatan Alternatif Asma chaming_chien		Today 09:29 by agenbandung	3	48
Tips Ngemil Agar Tidak Cepat Gemuk fenomania		Yesterday 16:30 by obat1234	4	218
Makanan Sehat Kanker Prostat iam_mariam		Yesterday 16:28 by obat1234	1	54
obat tradisional diabetes melitus rihman		Yesterday 16:23 by obat1234	3	76
Makanan Paling Sehat Penderita Jantung Koroner iam_mariam		Yesterday 13:45 by iam_mariam	1	31

Gambar 5.30 Judul – judul Berita Kesehatan pada Forum Detik *health*

Pada gambar diatas, pengunjung dapat melihat berita kesehatan yang disajikan. Selain itu juga ditampilkan jumlah pengunjung yang membaca dan komentar terhadap berita tersebut. Bentuk penyampaian isi dan tampilan tulisan disajikan lebih informal dari standard penulisan media.

Pengidentifikasi diri pengunjung pada rubrik konsultasi cenderung cenderung sama. Pengunjung memilih spesialis pertanyaan dan diwajibkan mengisi formulir identitas sebelum melakukan pertanyaan. Rubrik konsultasi kesehatan Detik menampilkan pertanyaan terakhir yang diajukan oleh pengunjung dan profil dari para pakar agar pengunjung mengetahui latar belakang pendidikan dan aktivitas pakar. Sedangkan pada Kompas, menampilkan kajian terakhir yang dibahas oleh para pakar. Masalah yang terjadi pada rubrik ini adalah lamanya respon atau jawaban yang diberikan oleh pakar, sehingga pengunjung tidak langsung dapat mengetahui masalah kesehatan yang dicarinya.

### 5.5.2 Surveillance

Berita kesehatan yang disajikan Kompas dan Detik *health* harus memiliki etika dalam penyajiannya. Pengunjung harus bersikap tidak terlalu percaya dan memeriksa ulang setiap berita kesehatan yang

disajikan. Menurut *Knight Foundation* melalui lamannya di <http://www.kcnm.org> tindakan yang harus dilakukan pengunjung dalam mengakses berita pada media *online* adalah :

1. Periksa ulang fakta
2. Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas
3. Perhatikan kaidah hukum
4. Pertimbangkan setiap pendapat
5. Utarakan rahasia secara selektif
6. Hati – hati terhadap apa yang diutarakan
7. Pelajari batas daya ingat
8. Jangan lakukan pelecehan
9. Hindari konflik kepentingan
10. Peduli nasihat hukum

Berita kesehatan yang ditulis pada Kompas dan Detik *health* cenderung berasal dari berbagai sumber, seperti liputan wawancara, pengamatan langsung, dan pencarian pada media *online* dan literatur lainnya. Penyajian berita kesehatan harus disertai sumber agar tingkat kepercayaan pengunjung semakin tinggi. Namun, tidak semua artikel yang ditulis pada Kompas dan Detik memiliki sumber, seperti terlihat pada gambar berikut :



Gambar 5.31 Isi Berita Kesehatan Pada Forum Detik *health*

Pada gambar diatas, pada forum kesehatan Detik penulis berita tidak menuliskan sumber darimana ia mendapatkan berita tersebut. Hal ini dapat mengurangi tingkat kepercayaan pengunjung dalam tindakan *surveillance* nya kepada isi berita tersebut. Selain itu, berita kesehatan lebih bersifat ilmiah sehingga pengunjung harus mengetahui darimana sumber isi berita tersebut.

### 5.5.3 Social Interaction

Menurut Carrie Heeter (1998) pengkalsifikasian media *online* terhadap dimensi interaktivitasnya adalah :

- 1 Jarak waktu : komunikasi pada media *online* tidak mengenal terhadap jarak dan waktu, tetapi bergantung pada kondisi jaringan sinyal internet.
- 2 Interaktivitas : Masalah yang terjadi pada media *online* adalah seberapa besar pengaruh komunikator dan komunikan (antarpengunjung) untuk saling mengontrol waktu dan isi pesan.
- 3 Fasilitas : kompleksitas atau pilihan yang tersedia, besar usaha yang dilakukan pengunjung untuk melakukan interaksi terhadap fasilitas yang disediakan, kemudahan pengunjung dalam berinteraksi, pengawasan yang dilakukan server terhadap interaksi yang tidak sesuai, dan privasi antara pengunjung.

Fasilitas yang disediakan oleh Kompas dan Detik cenderung hampir serupa. Dimana terjadi pada setiap artikel berita kesehatan yang disajikan, baik dari server maupun interaksi antar pengunjung. Kompas *health* sangat memanfaatkan fasilitas interaksi pada setiap artikel. Pengunjung dapat memberikan komentar dengan memiliki akun. Kompas *health* masih kurang memanfaatkan sosial media, seperti facebook, twitter secara optimal. Berita – berita kesehatan tidak semua *dishare* melalui fasilitas sosial media tersebut. Hal ini berakibat pada, interaksi yang terjadi antar pengunjung kurang maksimal.

Detik merupakan media *online* yang sangat memanfaatkan sosial media dalam penyebaran beritanya. Berita yang tersebar luas dapat meningkatkan terjadinya interaksi antar pengunjung. Pengunjung dapat



memantau berita kesehatan melalui facebook, dan twitter. Adanya kesamaan dan kepentingan dalam mencari berita kesehatan yang diinginkan dapat menggambarkan tingkat interaksi yang terjadi pada Kompas dan Detik *health*.

Berdasarkan dimensi interaktivitas oleh Carrie Hetter, Detik *health* memiliki fasilitas yang lebih banyak dibandingkan Kompas *health* untuk memberikan ruang bagi pengunjung untuk melakukan interaksi. Berikut interaksi yang terjadi pada twitter Detik *health* dalam menanggapi berita :



Gambar 5.32 Interaksi Pada Twitter Detik *health*

Pada gambar diatas, interaksi dalam pemberian komentar dan menyebarkan berita kepada pengunjung lain terjadi sebanyak 100 komentar dalam waktu 2 jam. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi pada terhadap berita kesehatan Detik.

#### 5.5.4 Hipertextualitas

Menurut Gerard Genette (2009) dalam Anshori (2010), *hipertexts* merupakan suatu cara yang memungkinkan untuk mengakses isi media yang tersedia, mendukung interaktivitas dan mendukung kemampuan pembaca/users untuk mengkonstruksi realitas. Pengunjung tidak harus menghabiskan satu halaman penuh baru berganti ke halaman – halaman berikutnya, namun dengan ketersediaan *hiperteks* baik pada isi berita maupun letak *hiperteks* yang disajikan pada Kompas dan Detik *health* dapat memudahkan pengunjung untuk melihat keseluruhan berita secara ringkas.

Dari penelitian menunjukkan, Kompas dan Detik *health* menampilkan *hipertextnya* diluar isi berita. Namun, terdapat perbedaan letak *hipertext* di paragraf tubuh berita dan jumlah *hipertext* yang ditampilkan. Detik *health* meletakkan *hipertextnya* pada akhir dari setiap berita yang dibuatnya dan memiliki empat buah *hipertext* yang berhubungan. Sedangkan pada Kompas *health* meletakkan *hipertext* pada sisi berita kesehatan dan memiliki lima buah *hipertext* yang berhubungan dengan berita terkait.

Berdasarkan pengamatan tersebut, pengunjung akan lebih mudah memahami berita yang disajikan oleh Kompas *health* karena letak *hipertext* tidak berada pada akhir berita. Selain itu jumlah *hipertext* yang lebih banyak dapat membuat pengunjung mengetahui berita kesehatan yang saling berkaitan. Berikut perbandingan letak *hipertext* pada berita kesehatan Kompas dan Detik :



Gambar 5.33 Letak *Hiperteks* Kompas



Gambar 5.34 Letak *Hiperteks* Detik

Kelemahan dalam penyusunan *hipertext* yang terletak pada luar isi berita adalah terjadinya duplikasi latar informasi dalam sebuah konteks peristiwa yang berakibat pada tidak terbantunya pengunjung dalam mengkonstruksi masing – masing isi dalam berita kesehatan. Hal ini dapat

menggambarkan bahwa *hipertext* belum menjadi suatu sarana yang lentur dan terbuka dengan alternatif sumber informasi yang lebih beragam.

#### 5.5.5 Multimedialitas

Perkembangan penggunaan aplikasi multimedia sangat mempengaruhi percepatan diseminasi arus informasi pada media *online*, termasuk dalam proses interaksi, intensitas, dan cakupan global antar pengunjung. Menurut Erdal (2007) dalam Anshori (2010), perkembangan multimedia berpengaruh terhadap :

- 1 Perubahan praktik profesional, bagaimana jurnalis *online* menggunakan strategi – strategi lintas media dalam pekerjaan mencari berita.
- 2 Bagaimana produksi multplatform tersebut diatur, diterapkan dan dikonseptualisasikan dalam pemberitaan.
- 3 Bagaimana berita dibuat dan dipublikasikan pada platform yang berbeda – beda.

Pada Kompas dan Detik *health* penggunaan foto dalam penyampaian berita kesehatan memiliki maksud :

##### 1 Kejujuran

Pada Kompas *health* foto pada berita kesehatan berfungsi untuk menjelaskan dan memperkuat narasi berita. Foto yang ditampilkan dapat berupa peristiwa kejadian langsung atau ilustrasi gambar. Pada setiap foto berita biasanya disertai dengan caption foto sebagai kata atau kalimat penjelas dari foto tersebut. Umumnya caption foto memberi keterangan peristiwa apa yang terekam dalam gambar, siapa dan kapan peristiwa tersebut diambil. Berikut bentuk contoh penggunaan multimedia foto pada berita kesehatan Kompas :



Gambar 5.35 Penggunaan Foto Pada Berita Kesehatan Kompas

Judul pada berita kesehatan diatas membahas tentang pengukuran gula darah dengan menggunakan lensa kontak. Kompas *health* menggunakan multimedia foto yang menunjukkan gambar lensa kontak. Hal ini dimaksudkan agar pengunjung mudah untuk memahami isi berita. Tidak semua berita pada Kompas *health* menyebutkan waktu foto diambil dan orang pada foto tersebut, seperti terlihat pada gambar diatas. Serupa dengan Kompas, foto yang ditampilkan Detik *health* diupayakan menceritakan kejadian langsung atau ilustrasi peristiwa tersebut. Namun, pada Detik *health* berita kesehatan yang sedang menjadi *headline* dan dipublish lebih satu kali sering menggunakan foto yang sama.

## 2 Kecepatan

Kompas dan Detik merupakan media *online* yang terupdate dalam pemberian beritanya. Namun, hal tersebut tidak diiringi dengan pemberian gambar terbaru untuk mendukung berita. Jika tidak ada foto yang sesuai dengan kejadian aslinya, Kompas dan Detik *health* lebih sering menggunakan dokumentasi fotonya untuk dijadikan gambar pada beritanya. Namun dari segi kecepatan penggunaan foto terbaru terhadap

kejadian langsung, Kompas memiliki kecepatan foto lebih tinggi dibanding Detik.

### 3 Relevansi

Dari segi hubungan antara foto yang ditampilkan dengan isi berita, Kompas dan Detik *health* memiliki kesamaan yaitu berupaya untuk menampilkan foto yang sesuai dengan isi berita. Pada berita – berita kesehatan yang memiliki gambar yang melanggar peraturan, seperti pemerksaan, pengguguran, seks dan pornografi Kompas dan Detik tidak menampilkan foto sesungguhnya melainkan hanya sebatas ilustrasi, seperti terlihat pada gambar berikut :



Gambar 5.36 Relevansi Foto Detik *health* Gambar 5.37 Relevansi Foto Kompas *health*

#### 5.5.6 Interaktivitas

Pada media *online* yang memiliki jumlah pengunjung yang besar, sulit terjadi interaksi antara pengunjung dan konsultan. Konsultan tidak mampu menanggapi banyaknya interaksi dari pengunjung terhadap dirinya. Selain itu, menurut monica (1998) hambatan komunikasi juga terjadi karena faktor berikut :

- 1 Hambatan fisik : pada media *online* hambatan fisik berupa jaringan sinyal internet.

- 2 Hambatan semantik : kata – kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang – kadang mempunyai arti mendua yang berbeda, tidak jelas atau berberlit – belit antara pemberi pesan dan penerima.
- 3 Hambatan psikologis : kondisi psikologis pengunjung dapat mempengaruhi interaksi pada media *online*.
- 4 Hambatan dalam memberikan balikan : balikan yang diberikan tidak menggambarkan apa adanya, akan tetapi memberikan interpretatif, tidak tepat waktu atau tidak jelas.

Interaksi yang terjadi antara pengunjung dan konsultan pada Kompas dan Detik *health* terdapat pada rubrik konsultasi. Keterlambatan respon dari konsultan dalam menanggapi interaksi dari pengunjung termasuk kedalam hambatan dalam memberikan balikan, yaitu tidak tepat waktu. Hal ini dapat mengakibatkan penundaan pencapaian informasi oleh pengunjung. Berikut tampilan dari rubrik konsultasi Kompas *health*.

The screenshot shows a web page from Kompas.com with the following elements:

- Header:** Kompas.com logo, navigation links like 'Pendekar Mabok', and a search bar.
- Main Content:**
  - Section:** KONSULTASI ANAK
  - Author:** Bersama Dr.Rifan Fauzie, SpA, Dokter Spesialis Anak di Kelompok Kerja Respirologi Anak, Rumah Sakit Anak dan Bunda Harapan Kita Jakarta.
  - Article Title:** Bisakah Cadel Disembuhkan?
  - Text:**

**TANYA:** Saya seorang remaja putri yang mempunyai masalah serius pada lidah saya, yaitu tidak bisa mengucapkan huruf "R". Hal ini sangat membuat minder dan tidak percaya diri dalam setiap pembicaraan dengan orang lain. Dokter, apakah keadilan saya ini masih bisa di atasi baik secara medis atau alternatif lain? Mohon informasi dan tanggapannya. Terima Kasih dan saya tunggu jawaban secepatnya. (Novi, Tangerang)

**JAWAB :** Kesulitan mengucapkan huruf R, seringkali disebut sebagai cadel/pelo pada seorang anak dan remaja biasanya dapat disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya karena kelainan fisiologis dan faktor anatomi. Cadel yang disebabkan oleh kelainan fisiologis jumlahnya sangat sedikit. Sedangkan faktor anatomi penyebabnya dibedakan menjadi tiga, yakni gangguan pada bagian pendengaran; gangguan pada otak (pusat bicara di otak); dan gangguan di wilayah mulut (kelainan bentuk langit-langit, lidah dan lainnya). Tentunya penanganannya tergantung kepada penyebabnya sehingga lebih efektif. Seringkali pula hal ini disebabkan karena pola asuh/kebiasaan orangtua yang menyebutkan kata-kata dengan lalai pelo untuk berbicara kepada anak sehingga menjadi kebiasaan yang terus ia bawa sampai ia besar. Faktor psikososial seperti lingkungan kehidupan keluarga yang tidak harmonis dan depresif pun diduga dapat menyebabkan kondisi tersebut. Yang penting adalah mengidentifikasi kemungkinan penyebab kondisi putri ibu sehingga pendekatan terapinya menjadi lebih tepat dan terarah.
- Right Sidebar:**
  - Advertisement: 'Kini Anda Bisa Jualan di Iklan Baris Urban Sarpong'.
  - Top Article section.
  - Terpopuler KOMPAS.com section with a list of popular articles.
  - Advertisement: 'pasangiklan.com' with a search bar.
  - Advertisement: 'ASI? Breastfeeding? Konsultasi Laktasi?' with a list of related topics.

Gambar 5.38 Tampilan Konsultasi Pada Kompas *Health*

## 5.6 Matriks Pola Perilaku Pengunjung dan Tampilan Struktural Pada Kompas dan Detik health

### 5.6.1 Matriks Persamaan

Tabel 5.1. Matriks Persamaan Pada Kompas dan Detik *health*

No	Variabel	Penjelasan	Kompas <i>health</i>	Detik <i>health</i>
1	<b>Website</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Up to date</i></li> <li>- Memiliki komunitas <i>online</i></li> <li>- Memiliki media untuk bertanya kepada pakar kesehatan</li> <li>- Mengklasifikasikan pakar berdasarkan kompetensinya</li> <li>- Mengklasifikasikan berita ke dalam rubrik – rubrik menu</li> <li>- Jumlah rubrik</li> </ul>	<p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>8</b></p>	<p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p> <p><b>8</b></p>
2	<b>Personal Identify</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan forum sebagai bentuk <i>personal identify</i> oleh pengunjung</li> <li>- Menggunakan rubrik konsultasi sebagai media bagi pengunjung untuk mendapatkan informasi kesehatan</li> </ul>	<p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p>	<p><b>Ya</b></p> <p><b>Ya</b></p>
3	<b>Surveillance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan sosial media dalam penyebaran berita agar dapat dibaca oleh pengunjung</li> </ul>	<p><b>Ya,</b> kurang memanfa atkan</p>	<p><b>Ya</b></p>

No	Variabel	Penjelasan	Kompas <i>health</i>	Detik <i>health</i>
4	<b>Social Interaction</b>	- Terjadi banyak interaksi antar pengunjung dalam menanggapi berita yang dipublikasikan	<b>Ya</b>	<b>Ya</b>
5	<b>Hipertextualitas</b>	- Memiliki <i>hipertextualitas</i> dengan berita yang sejenis di luar isi berita	<b>Ya</b>	<b>Ya</b>
6	<b>Interaktivitas</b>	- Adanya interaksi antara pengunjung dengan konsultan dalam penukaran informasi melalui rubrik konsultasi	<b>Ya</b>	<b>Ya</b>
7	<b>Multimedialitas</b>	- Menggunakan multimedia foto sebagai pemanfaatan dalam memperkuat narasi berita	<b>Ya</b>	<b>Ya</b>
		- Tidak semua foto pada pemberitaan memiliki keterangan waktu dan penjelasan dari foto tersebut	<b>Ya</b>	<b>Ya</b>
		- Memisahkan penggunaan multimedia video pada berita kesehatan	<b>Ya</b>	<b>Ya</b>



## 5.6.2 Matriks Perbedaan

Tabel 5.2. Matriks Perbedaan Pada Kompas dan Detik *health*

No	Variabel	Penjelasan	Kompas <i>health</i>	Detik <i>health</i>
1	<b>Website</b>	Tampilan Keseluruhan	Hampir sama dengan situs induk kompas.com	Memiliki perbedaan warna dengan situs induk Detik.com
		Tampilan Berita <i>Headline</i>	Menggunakan slide gambar horizontal	Menggunakan slide gambar vertikal
		Pengklasifikasian rubrik berita	Segmentasi pengklasifikasian rubrik lebih jelas	Kurang jelas dalam pengklasifikasian segmen berita
		Penyampaian isi berita	Cenderung lebih jelas dan detail	Cenderung lebih singkat dan padat
2	<b>Personal Identify</b>	Rubrik Konsultasi	Tidak diwajibkan memiliki akun untuk bertanya	Harus memiliki akun untuk mengajukan pertanyaan
		Forum Kesehatan	Menggunakan tampilan forum (kompasiana) dengan bentuk <i>design</i> sendiri	Menggunakan aplikasi tampilan forum yang sering digunakan pengunjung

No	Variabel	Penjelasan	Kompas <i>health</i>	Detik <i>health</i>
3	<b>Surveillance</b>	Sosial Media	Hanya menggunakan facebook dalam penyebaran berita kesehatan	Menggunakan facebook, twitter, dan blog dalam melakukan penyebaran berita
		Jumlah pengunjung yang menjadi pengikut pada sosial media	Pada facebook sebanyak 30.306	Pada facebook sebanyak 43.369 dan twitter sebanyak 158.739
4	<b>Social Interaction</b>	Frekuensi terjadinya interaksi pada berita kesehatan	Interaksi lebih sering terjadi pada pemberian komentar di artikel berita	Interaksi antar pengunjung lebih banyak menggunakan sosial media
		Media untuk berinteraksi	Pada pemberian komentar berita di artikel berita, facebook, dan forum	Dengan menggunakan facebook, twitter, dan tampilan khusus pada forum
		Jumlah respon interaksi	Cenderung sedikit	Cenderung lebih banyak

No	Variabel	Penjelasan	Kompas <i>health</i>	Detik <i>health</i>
5	<b>Hipertextualitas</b>	Jumlah hipertext pada setiap berita	Lima (5) buah	Empat (4) buah
		Keterkaitan hipertext	Cenderung berhubungan	terjadi pengulangan
6	<b>Interaktivitas</b>	Jumlah spesialis pada rubrik konsultasi	7 spesialisasi	16 spesialisasi
7	<b>Multimedialitas</b>	Penggunaan multimedia foto	Ilustrasi penggunaan foto memperkuat isi berita	Kurang tepat dalam menggunakan foto sebagai ilustrasi
		Kecepatan penggunaan foto pada peristiwa langsung	Cenderung lebih cepat dalam menyajikan foto terbaru berita	Cenderung lebih lambat dalam menyajikan foto terbaru

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data sekunder mengenai gambaran perilaku pengunjung dan tampilan struktural pada media *online* Kompas dan Detik *health*. Data sekunder didapatkan melalui telaah data hasil pengamatan pada media *online* Kompas dan Detik *health*, teori *uses and gratifications* mengenai perilaku pengunjung, dan teori tampilan struktural media *online* melalui buku, jurnal, dan sumber – sumber penelitian lainnya.

Dari hasil pembahasan, perilaku yang terjadi pada pengunjung dan tampilan struktural Kompas dan Detik *health* sudah baik. Namun, masih kurang dalam pemberian kemudahan penggunaan dalam berinteraksi bagi pengunjung dan pada tampilan struktural. Apabila melihat hasil pengamatan dan perbandingan pada kedua media *online* Kompas dan Detik *health* pada kualitas penyampaian isi berita Kompas *health* lebih tersegmen dan jelas. Sedangkan pada tampilan struktural, interaksi yang terjadi, dan penyebaran informasi Detik *health* lebih baik. hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

##### 1. *Personal Identify*

- a Kompas *health* belum memaksimalkan pemanfaatan forum bagi pengunjung untuk mengidentifikasi dirinya. Forum pada Kompas masih tergabung dengan rubrik Kompasiana.
- b Detik *health* cenderung lebih baik dalam memanfaatkan forum yang berisi berita kesehatan. Detik *health* menggunakan aplikasi yang sudah umum digunakan sehingga memudahkan pengunjung untuk saling berinteraksi. Selain itu, Detik *health* sudah mengklasifikasikan berita kesehatan dalam subforum, seperti Hidup Sehat, Seputar Penyakit, dan Ibu Anak.

## 2. *Surveillance*

- a Media yang disediakan Kompas *health* bagi pengunjung untuk mendapatkan berita kesehatan hanya berasal dari *website* dan facebook. Kompas *health* juga masih kurang memanfaatkan facebook dalam penyebaran informasinya. Kompas *health* harus mengawasi penyampaian berita kesehatan pada rubrik kompasiana karena kebenaran berita tersebut bukan berasal dari sumber dan masih harus dikaji lagi kandungan beritanya.
- b Detik *health* cenderung lebih baik dalam menyediakan media bagi pengunjung untuk mendapatkan berita kesehatan. Detik *health* sangat mengoptimalkan penggunaan sosial media, seperti facebook, twitter, dan blog. Serupa dengan Kompas, berita – berita pada forum kesehatan cenderung tidak memiliki sumber. Hal ini dapat mengakibatkan kesalahan penerimaan informasi bagi pengunjung.

## 3. *Social Interaction*

- a Kompas *health* kurang memanfaatkan media bagi pengunjung untuk saling berinteraksi. Interaksi antar pengunjung hanya terjadi pada pemberian komentar di setiap berita kesehatan yang dimuat. Karena penggunaan sosial media, seperti facebook, twitter, dan blog yang kurang optimal, maka media untuk berinteraksi antar pengunjung menjadi kurang optimal.
- b Detik *health* sangat memanfaatkan penggunaan sosial media agar terjadinya interaksi antar pengunjung berjalan dengan baik. Interaksi antar pengunjung dapat terjadi melalui pemberiaan komentar di setiap berita kesehatan yang dimuat, rubrik konsultasi, dan sosial media, seperti facebook, twitter, dan blog.

#### 4. *Hipertextualitas*

- a Kompas *health* menampilkan *hipertextnya* di luar isi berita dan meletakkanya di sisi samping berita. Jumlah *hipertext* yang disajikan Kompas sebanyak lima buah. *Hipertext* Kompas lebih memiliki kesinambungan antar satu dengan yang lainnya.
- b Serupa dengan Kompas *health*, Detik *health* juga menampilkan *hipertextnya* diluar isi berita, namun meletakkannya di setiap akhir berita. Jumlah *hipertext* yang ditampilkan sebanyak empat buah. Kelemahan dari *hipertext* pada Detik adalah sering terjadinya pengulangan berita yang sejenis dan kesinambungan yang relatif kurang.

#### 5. *Multimedialitas*

- a Kompas lebih baik dalam menggunakan multimedialitas foto. Foto – foto yang disajikan Kompas lebih mengilustrasikan isi berita dan memiliki tingkat *up to date* lebih baik terhadap berita yang sedang terjadi. Namun, Kompas tidak memberikan keterangan terhadap semua foto yang ditampilkan.
- b Detik *health* cenderung menggunakan dokumentasi fotonya untuk memperkuat isi berita. Foto – foto yang disajikan Detik kurang mengilustrasikan isi berita dan kurang *up to date* terhadap peristiwa yang sedang terjadi.

#### 6. *Interaktivitas*

- a Interaksi yang terjadi antara pengunjung dan konsultan pada rubrik konsultasi lebih lambat. Hal ini dikarenakan spesialis pada rubrik konsultasi yang dimiliki Kompas

*health* hanya berjumlah lima buah, sedangkan jumlah pengunjung yang mengajukan pertanyaan relatif banyak. Hal ini dapat menghambat terjadinya pemberian balikan yang dilakukan konsultan ke pengunjung.

- b Detik *health* menyediakan 16 buah spesialisasi pada rubrik konsultasi sebagai media bagi pengunjung untuk berinteraksi dengan konsultan. Serupa dengan Kompas *health*, banyaknya jumlah pengunjung yang melakukan pertanyaan membuat server tidak dapat memberikan umpan balik yang maksimal. Namun, dengan ketersediaan spesialisasi rubrik konsultasi yang lebih banyak dapat mengurangi masalah tersebut.

## 6.2 Saran

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mendapatkan informasi, terutama informasi yang berhubungan dengan kesehatan. Perkembangan sifat penyebaran informasi lebih ke arah horizontal, dimana siapa saja dapat memberikan dan bertukar informasi yang diketahuinya. Oleh karena itu, informasi kesehatan yang lebih bersifat ilmiah harus dikaji ulang kebenarannya jika tidak memiliki sumber yang jelas. Media *online* seperti Kompas dan Detik *health* yang memiliki relatif banyak jumlah pengunjung, harus memanfaatkan peluang dengan memberikan informasi kesehatan yang akurat dan tampilan yang menarik. Hal ini bertujuan agar pengunjung memiliki kepuasan ketika mengakses *website*, sehingga akan timbul kesetiaan bagi pengunjung.

Beberapa saran yang dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi Kompas dan Detik *health* adalah sebagai berikut :

1. Kompas *health*
  - Mengoptimalkan penggunaan sosial media, seperti facebook, twitter, blog, dan lainnya untuk penyebaran informasi dan media berinteraksi antar pengunjung.

- Mengoptimalkan pemberian media bagi pengunjung untuk berinteraksi
2. Detik *health*
- Mengoptimalkan isi pemberitaan kesehatan dengan menyajikannya lebih jelas dan detail.
  - Memperhatikan interaksi yang terjadi antar pengunjung pada sosial media yang digunakannya.
  - Tidak melakukan pengulangan dalam menyajikan berita kesehatan yang sejenis.
3. Praktisi dan Akademisi

Bagi kalangan praktisi dan akademisi, isu dan topik media *online* merupakan kajian relatif yang baru di Indonesia sehingga memungkinkan penelitian ini menjadi referensi bagi penelitian lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Mahfud. 2010. *Kerangka Media Dalam Praktik Jurnalistik Online (Analisis Framing Empat Portal Berita Online di Indonesia)*. Surakarta : Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Basri, Hasan. 1996. *Komunikasi Untuk Kesehatan dan Perubahan Perilaku*. Yogyakarta : Gadjah Mada Univeristy Press.
- Budyatna, Muhammad. 2005. *Jurnalistik, Teori, dan Praktik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Carree, Heeter. 1998. *Communication and Information Science Series*. Alex Publishing, hal 25.
- Craig, Richard. 2005. *Online Journalisme*. Canada : Wadsworth .
- Deuze, M. (2001). *Educating "new journalist" chalange to curriculum*. *Journalism Educator* 56(1) , 4-17.
- Djalil, Sofyan. 2005. *Simposium Nasional tentang Membangun Era Informasi Melalui Sistem Rekam Elektronik dalam Manajemen Informasi Kesehatan di Indonesia*. Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Elaine.L.Monica. 1998. *Kepemimpinan dan Management Keperawatan ,pendekatan berdasarkan pengalaman*. Penerbit buku kedokteran EGC
- Ellis, D., D. Cox dan K. Hall 1992. "A Comparison of the information seeking patterns of researchers in the physical and social sciences" dalam *Journal of Documentation*, vol. 49 no. 4, hal. 356 – 369.
- Fidler, Roger. 1997. *Mediamorphosis : Understanding New Media*. California : Sage Publications.
- Hasanah, Uswatun. 2011. *Strategi Pemasaran Rumah Sakit Melalui Penggunaan Website Sebagai Bentuk Implementasi Konsep New wave Marketing Pada Tahun 2009 – 2011*. Depok : Program Sarjana Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.

- Hastjarjo, Sri. 2008. *Teknologi Digital dan Dunia Penyiaran (Jurnal Komunikasi Massa Vol. 1, No 1, juli 2008, 35-41)*.
- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan – Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta : Kompas.
- Katz, Elihu & Helbert Blumer. 1974. *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 837/Menkes/SK/VII/2007 tentang Pengembangan Jaringan Komputer Online Sistem Informasi Kesehatan Nasional (SIKNAS ONLINE)
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *International Communication Association* .
- Singaribum. 1989. *Metode Penulisan Survei*. Jakarta : LP3S
- Zimmerman, Jan. 2001. *Web Marketing for Dummies*. Indianapolis : Wiley Publishing Inc, hal.32
- <http://adiprakosa.blogspot.com/2007/11/uses-gratification.html> (diakses pada tanggal 1 Juni 2012)
- <http://bincangmedia.wordpress.com/2012/02/29/reserved-2nd-post-for-29-february/> (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)
- <http://blog.kotareyog.com/interaksi-sosial-secara-online/> (diakses pada tanggal 1 Juni 2012)
- <http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?submit.x=11&submit.y=16&page=3&qual=high&submitval=prev&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Fikom%2F2010%2Fjiunkpe-ns-s1-2010-51406013-15505-toddie-chapter2.pdf> (diakses pada tanggal 1 Juni 2012)
- <http://health.detik.com/>
- <http://health.kompas.com/>
- <http://infotoworlds.blogspot.com/2011/10/pengaruh-media-sosial-online-terhadap.html>
- <http://www.ala.org/rusa/> (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)
- <http://www.alex.com/siteinfo/detik.com> (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)
- <http://www.alex.com/siteinfo/kompas.com> (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)

<http://www.kcnm.org> (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)

<http://www.m-edukasi.web.id/2011/10/karakteristik-media-di-dalam-multimedia.html> (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)

<https://twitter.com/#!/detikhealth>

<https://www.facebook.com/detikHealth>

<https://www.facebook.com/kompasHealth>

[www.pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info.aspx](http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info.aspx) (diakses pada tanggal 15 Maret 2012)