

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN BLOG DALAM
RANGKA MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI
MENGENAI DUNIA KECANTIKAN
(STUDI TERHADAP MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2015-2016 UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PENGUNJUNG FEMALE DAILY)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata-1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat**



Oleh :

Rizky Laily Nurbaiti

07031181419023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

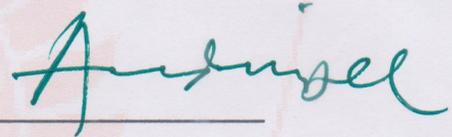
**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN BLOG DALAM RANGKA
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI DUNIA
KECANTIKAN
(STUDI TERHADAP MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2015-2016 UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PENGUNJUNG FEMALE DAILY)**

SKRIPSI

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 19 Desember 2019**

Pembimbing I

**Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001**



Pembimbing II

**Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010**



Mengetahui,

Dekan FISIP

**Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005**

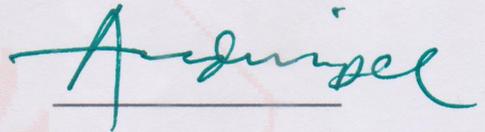
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “EFEKTIVITAS PENGGUNAAN BLOG DALAM RANGKA MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI DUNIA KECANTIKAN (STUDI TERHADAP MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2015-2016 UNIVERSITAS SRIWIJAYA PENGUNJUNG FEMALE DAILY)” telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal:

Palembang, 19 Desember 2019

Pembimbing:

1. Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

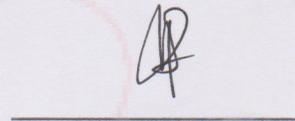


2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

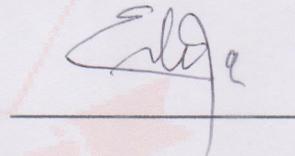


Penguji:

1. Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 198802112019032011



2. Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc
NIP. 199209132019032015



Mengetahui, 15/12/2019

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIZKY LAILY NURBAITI
NIM : 07031181419023
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Konsentrasi : HUBUNGAN MASYARAKAT
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS PENGGUNAAN BLOG DALAM RANGKA
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI DUNIA
KECANTIKAN (STUDI TERHADAP MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI ANGKATAN 2015-2016 UNIVERSITAS
SRIWIJAYA PENGUNJUNG FEMALE DAILY)
Alamat : Jalan Ikan Mas Desa Pagelaran II RT 02 RW 02 No. Rumah 71
Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu, Lampung 35375
No. Hp : 085840858996

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat pernyataan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Inderalaya, Desember 2019

Yang buat pernyataan



RIZKY LAILY NURBAITI

NIM. 07031181419023

MOTTO

JANGAN BANGGA!

Seseorang itu berhasil bukan karena dia hebat, tetapi karena Allah yang memudahkan urusannya dan mudah bagi Allah untuk menariknya kembali.

“ Jadilah orang baik meskipun kau tak diperlakukan baik oleh orang lain.”

Skripsi ini aku persembahkan untuk:

- ❖ *Allah SWT*
- ❖ *Mami (Suratmi), Ayah (Ahyak Marga Faksi), Adikku (Novia Nur Rahmawati)*
- ❖ *Dosen FISIP UNSRI Program Studi Ilmu Komunikasi. Terima Kasih atas semua bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama masa pendidikanku*
- ❖ *Dosen Pembimbing Skripsiku*
- ❖ *Keluarga besarku*
- ❖ *Sahabat-sahabatku*
- ❖ *Almamater*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan nikmat hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan serta suri tauladan Nabi Muhammad SAW. yang telah membawa zaman kegelapan kepada zaman yang diridhoi dan penuh berkah ini.

Penggarapan skripsi ini bukan semata-mata selesai atas hasil jerih payah satu dua orang, tetapi banyak sekali pihak-pihak yang memberikan dukungan dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada:

- ❖ Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
- ❖ Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
- ❖ Bapak Dr. Andries Leonardo, S.I.P., M.Si., selaku ketua jurusan dan bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si. selaku sekretaris jurusan, yang mana jurusan ini sudah menjadi rumah kedua bagi saya, di sinilah saya belajar ilmu pengetahuan, mengenal dosen, staf administrasi, teman, dan juga sahabat.
- ❖ Ibu Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si selaku Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbingku selama di bangku kuliah.
- ❖ Teruntuk dua dosen pembimbing skripsi, bapak Dr. Andy Alfatih, MPA., dan bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA., yang telah mengarahkan dan membimbing saya dalam menggarap skripsi ini, mulai dari pemilihan judul, permasalahan, operasionalisasi teori, analisis, sampai penelitian ini selesai. Terima kasih sudah bersedia diganggu waktunya disela kesibukan mengajarnya.
- ❖ Ibu Rindang Senja Andarini, M.I.Kom dan Ibu Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan inspirasi, kritik, dan saran yang membangun.
- ❖ Dosen-dosen yang sudah membagikan ilmu dan pengetahuan kepada saya, baik itu melalui kegiatan terjadwal belajar-mengajar ataupun di luar dari itu.

- ❖ Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik umumnya, dan karyawan Ilmu Komunikasi khususnya, yang sudah menjadi keluarga sendiri bagi saya.
- ❖ Mba Elvira Humairah selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar melayani penulis dalam hal mengurus administrasi.
- ❖ Keluargaku tersayang, Ayah (Ahyak Marga Faksi) dan Mami (Suratmi), Saudariku (Novia Nur Rahmawati), yang sangat mencintaiku dengan setulus hati dan senantiasa mendoakan aku supaya menjadi pribadi yang baik dan berguna bagi orang lain.
- ❖ Adik-adik saya (Endahdw, Frastikamau, Emak Misi, Fidi, Meidila, Lastri, Piliya, Yunitadi, Niak, Shinta, Witak, Jamila), teman curhat dan seperjuangan (Despus, Cemong, Kaba, Ceklin, Witak, Cc, Manda) terima kasih banyak sudah peduli dengan keberadaanku dan menerima kekuranganku.
- ❖ Semua Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014, sahabat Volunteer Hamada Foundation Sumatera Selatan, Volunteer Asian Games 2018 Jakarta-Palembang, Volunteer UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya 2019, dan Keluarga Mahasiswa Lampung, Badan Mahasiswa Pringsewu Seluruh Indonesia.
- ❖ Teman-teman KKN Angkatan ke-87 Desa Rimba Jaya Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan (Kak Hari, Ridho Andwi, Tendy, Baby Ardi, Jhoni, Winda, Dinda, Artha).
- ❖ Dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga kalian semua senantiasa dirahmati oleh Allah SWT, dengan segala kerendahan hati saya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Indralaya

Rizky Laily Nurbaiti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Banyaknya Kategori Dalam Blog Female Daily yang Dapat Menunjang Kebutuhan Informasi Pengunjung	9
1.1.2 Adanya Alternatif Selain Blog Female Daily Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Dunia Kecantikan.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.2 Efektivitas Penggunaan Blog.....	14
2.3 Kebutuhan Informasi	18
2.4 Beberapa Teori Efektivitas Media Sosial	21
2.5 Teori yang Digunakan Dalam Penelitian Ini	22

2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Hipotesis Deskriptif.....	25
2.8 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Definisi Konsep	28
3.2.1 Efektivitas.....	28
3.2.2 Penggunaan Blog.....	28
3.2.3 Kebutuhan Informasi	29
3.2.4 <i>Context</i>	29
3.2.5 <i>Communication</i>	29
3.2.6 <i>Collaboration</i>	29
3.2.7 <i>Connection</i>	29
3.3 Definisi Operasional	30
3.4 Unit Analisis	31
3.5 Data dan Sumber Data	31
3.5.1 Data.....	31
3.5.2 Sumber Data	32
3.6 Populasi dan Sampel.....	33
3.6.1 Populasi	33
3.6.2 Sampel	33
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8 Teknik Pengumpulan Data	36
3.9 Teknik Analisis Data	37
3.9.1 Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	38
4.1 Female Daily.....	38
4.2 Deskripsi Responden	39
BAB V HASIL PENELITIAN	41

5.1 Pembahasan Data dengan Teknik Deskriptif Kuantitatif	41
5.1.1 <i>Context</i>	43
5.1.1.1 Informasi yang Disampaikan Mudah Dipahami.....	43
5.1.1.2 Gaya dan Ejaan Bahasa Mudah Dimengerti.....	45
5.1.1.3 <i>Layout</i> dan Tampilan Blog female Daily Terlihat Rapi dan Proporsional.....	47
5.1.1.4 Blog Mudah Diakses	49
5.1.1.5 Informasi yang Disampaikan Mendukung Pemenuhan Kebutuhan Informasi	50
5.1.2 <i>Communication</i>	52
5.1.2.1 Memberikan Respon.....	52
5.1.2.2 Tanggapan Disampaikan dengan Jelas	54
5.1.2.3 Memberikan Pengetahuan dan Pemahaman	56
5.1.2.4 Informasi Memuat Foto untuk Memperkaya Tulisan.....	57
5.1.2.5 Informasi Memuat Video Agar Pesan Tersampaikan dengan Jelas	59
5.1.3 <i>Collaboration</i>	61
5.1.3.1 Menyediakan Fasilitas <i>Review</i>	61
5.1.3.2 Membuat Forum Untuk Pengunjung	63
5.1.4 <i>Connection</i>	65
5.1.4.1 Adanya Komunitas Untuk Berbagai Pengalaman	65
5.1.4.2 Mengadakan Kegiatan-Kegiatan <i>Offline</i>	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori Blog Female Daily	10
Tabel 1.2 Blog Kecantikan.....	11
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian yang Dilakukan terhadap Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional	30
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-Rata Skor (Analisis Deskriptif).	37
Tabel 4.1 Usia Responden.....	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 5.1 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-Rata Skor (Analisis Deskriptif).	43
Tabel 5.2 Informasi yang Disampaikan Blog Female Daily Kepada Pembaca Mudah Dipahami	44
Tabel 5.3 Gaya Penulisan dan Ejaan Bahasa Pada Blog Female Daily Mudah Dimengerti	46
Tabel 5.4 <i>Layout</i> dan Tampilan Blog Female Daily Terlihat Rapi dan Proporsional	48
Tabel 5.5 Untuk Mengakses Blog Female Daily Tidak Diperlukan Proses yang Rumit	49
Tabel 5.6 Informasi yang Disampaikan Blog Female Daily Mendukung Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Dunia Kecantikan	51
Tabel 5.7 Pengunjung Blog Female Daily Saling Memberikan Respon	53
Tabel 5.8 Tanggapan Pada Blog Female Daily Atas Setiap Pertanyaan Pengunjung Disampaikan dengan Jelas.....	54

Tabel 5.9 Informasi yang Disampaikan Blog Female Daily Dapat Memberikan Pengetahuan dan Pemahaman Bagi Pengunjung.....	56
Tabel 5.10 Blog Female Daily Menampilkan Foto Untuk Memperkaya Tulisannya	58
Tabel 5.11 Blog Female Daily Menampilkan Video Agar Pesan Tersampaikan dengan Jelas	60
Tabel 5.12 Saya Mengikuti Ulasan Harian Perempuan/ <i>Review</i> Penggunaan Produk Untuk Mendapatkan Informasi	62
Tabel 5.13 Saya Mengikuti Forum Harian Perempuan Blog Female Daily Agar Dapat Saling Berbagi Informasi Mengenai Dunia Kecantikan	63
Tabel 5.14 Saya Mengikuti Komunitas Blog Female Daily Untuk Saling Berbagi Pengalaman.....	66
Tabel 5.15 Blog Female Daily Mengadakan Kegiatan-Kegiatan <i>Offline</i> Untuk Bertukar Informasi dan Mempererat Hubungan.....	67
Tabel 5.16 Kategori Penilaian.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 1998-2017.....	2
Gambar 2.1 Efektivitas Penggunaan Blog Dalam Rangka Memenuhi Kebutuhan Informasi	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Tabel *r product moment*

Lampiran 4: Dokumentasi Blog Female Daily

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas penggunaan blog dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015-2016 Universitas Sriwijaya. Teori yang digunakan adalah Teori Efektivitas Media Sosial yang dikemukakan oleh Chris Heuer yang menilai efektivitas media sosial melalui 4C, yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Metode yang diterapkan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 45 responden Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya dengan teknik sensus.

Hasil temuan dari analisis data dalam penelitian ini diperoleh skor dimensi *context* sebesar 186 dengan kategori baik, dimensi *communication* sebesar 185 dengan kategori baik, dimensi *collaboration* sebesar 190 dengan kategori baik, dan dimensi *connection* sebesar 186 dengan kategori baik.

Kata kunci: efektivitas penggunaan blog, kebutuhan informasi, female daily

Pembimbing 1

Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

Pembimbing II

Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Palembang, 15 Januari 2020

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

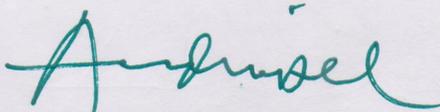
ABSTRAK

The purpose of this study is to determine the effectiveness of the use of blogs in order to meet the information needs of the beauty world of Communication Sciences students from 2015-2016 Sriwijaya University. The theory used is the Social Media Effectiveness Theory put forward by Chris Heuer who assesses the effectiveness of social media through 4C, namely context, communication, collaboration, and connection. The method applied is a quantitative method with descriptive analysis techniques. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires to 68 respondents of Communication Studies Students of FISIP Sriwijaya University with a census technique.

The findings of data analysis in this study obtained the context dimension score of 186 with good category, communication dimension of 185 with good category, collaboration dimension of 190 with good category, and connection dimension of 186 with good category.

Keywords: effective use of blogs, information needs, female daily

Pembimbing I



Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

Pembimbing II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Palembang, 3 Januari 2020

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

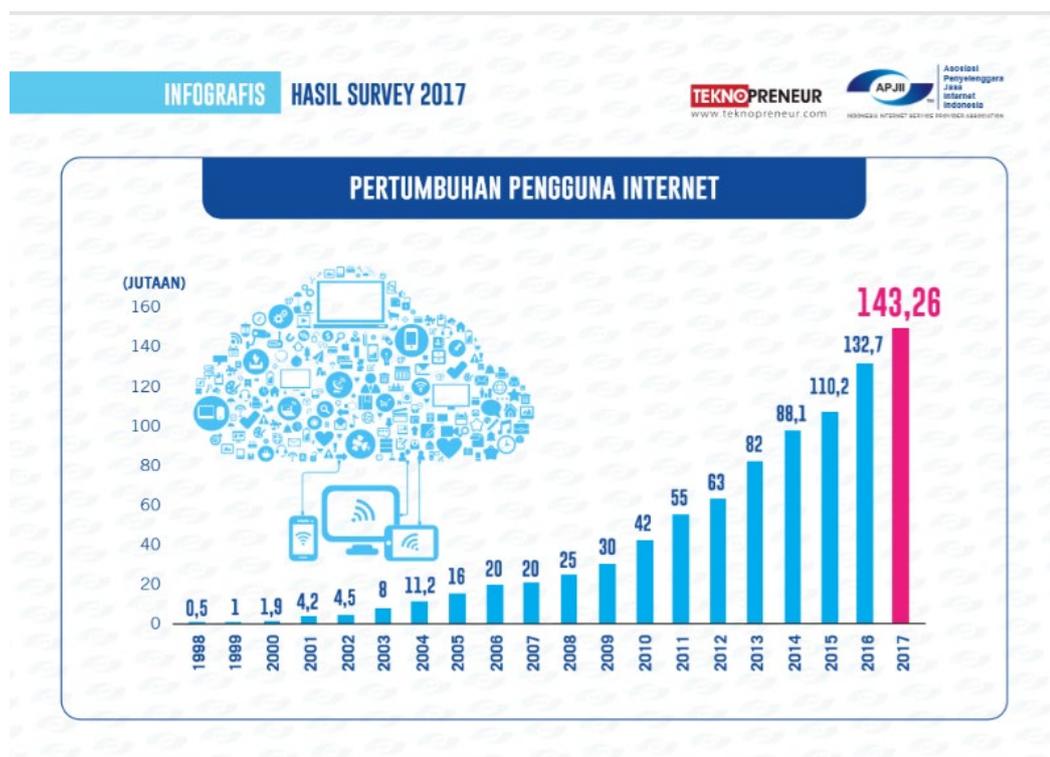
Kini teknologi menjadi salah satu bagian dari kehidupan manusia yang tak terpisahkan. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi yang kini banyak digunakan oleh pencari informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi adalah internet. Internet sebagai salah satu bentuk media komunikasi dan informasi interaktif yang merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan jaringan komputer satu dengan jaringan komputer yang lainnya, sehingga dapat mengirim informasi atau berkomunikasi. Di era informasi seperti saat ini, berbagai informasi yang dibutuhkan bisa didapatkan secara cepat dan mudah dengan menggunakan internet. Sehingga, melalui internet kita bisa mengakses dan bertukar informasi secara cepat. Mengakses internet berarti mengakses informasi. Alat untuk mengakses internet bisa menggunakan komputer, *handphone*, dan berbagai *smartphone/gadget*.

Jumlah pengguna internet terus meningkat setiap tahunnya mencapai 10% seiring dengan perluasan jangkauan internet di setiap daerah. Populasi masyarakat yang terus meningkat juga turut serta menambah jumlah pengguna internet setiap saat. Pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa. Jika dibandingkan penggunaan internet Indonesia pada tahun 2016 sebesar 132,7 juta user, maka terjadi kenaikan

sebesar 10,56 juta dalam waktu 1 tahun (2016-2017). Data tersebut merupakan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1

Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 1998-2017



Sumber: <http://www.apjii.or.id>

Menurut Lani Sidharta (dalam Vivian, 2008: 266) internet adalah suatu interkoneksi sebuah jaringan komputer yang dapat memberikan layanan informasi secara lengkap. Internet bisa membantu masyarakat dalam kegiatan sehari-hari, masyarakat pun menjadi bergantung dengan keberadaan teknologi ini. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan tingkat pengguna internet yang cukup tinggi di dunia.

Internet begitu banyak digemari dikarenakan beberapa alasan antara lain yaitu kecepatan informasi, membantu diberbagai bidang kehidupan, dan fleksibilitas. Internet menawarkan kecepatan informasi yang tidak terbayangkan sebelumnya. Dalam hitungan detik, kita bisa saling bertukar informasi dengan seseorang di belahan dunia yang lain, tidak mengherankan jika saat ini informasi kejadian-kejadian penting dari penjuru dunia bisa menyebar begitu cepat. Selain itu, kita juga bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan berbagai masalah. Internet banyak digemari karena memberikan sejuta manfaat diberbagai bidang kehidupan. Mulai dari kesehatan, kecantikan, fashion, pendidikan, bisnis, komunikasi, hiburan, dan lain sebagainya. Kemudian alasan terakhir adalah internet memberikan fleksibilitas. Baik fleksibilitas dalam hal waktu maupun lokasi. Selama terhubung dengan internet, kita bisa mendapat informasi kapan pun dan di mana pun. Dengan internet, kita tidak perlu pergi ke mana-mana jika hanya ingin mendapatkan informasi.

Media sosial ikut tumbuh dengan pesat seiring dengan majunya teknologi internet. Dengan cepatnya orang dengan mudah mengakses media sosial yang dapat mengakibatkan terjadinya fenomena terhadap arus informasi di negara Indonesia. Oleh karena kecepatannya tersebut, media sosial pun mulai menggantikan peran media konvensional dalam menyebarkan informasi. Saat ini, hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone* kita dengan mudah bisa mengakses blog yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

Jika dalam kehidupan sehari-hari kita tidak bisa menyampaikan pendapat secara terbuka karena satu dan lain hal, lain halnya apabila kita menggunakan media

sosial. Kita bisa menulis apa saja yang kita mau atau kita bebas mengomentari apa pun yang ditulis atau disajikan orang lain. Ini berarti komunikasi terjalin dua arah. Komunikasi ini kemudian menciptakan komunitas dengan cepat karena ada ketertarikan yang sama akan suatu hal.

Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar teknologi *Web 2.0* dan mendukung penciptaan serta pertukaran *user-generated content*, juga memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi dalam komunikasi dan dikemas dalam bentuk yang beragam, baik blog, jejaring sosial, forum, *wiki*, dan lain-lain (Achmad Hidayatullah, 2018: 91). Jika media tradisional menggunakan media cetak, media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Semakin berkembangnya internet, banyak fasilitas yang bisa digunakan untuk mencurahkan pemikiran, ide, dan unek-unek. Sejak tahun 1999 telah berkembang sebuah layanan *online* dan *free* yang dikembangkan oleh Laboratorium Pyra yang meluncurkan *blogger.com*. Layanan ini sekarang lebih dikenal sebagai *weblog* atau blog, yang akhirnya meledak hebat pada 2004 (Sutomo, 2006: ix-x).

Blogger.com yang pertama kali mempopulerkan media blog. yang dimiliki oleh PyraLab. Pada akhir tahun 2002 PyraLab diakuisi oleh google.com. Semenjak saat itu, banyak aplikasi yang bersifat sumber terbuka bagi perkembangan penulis blog. Fungsi blog sangat beragam, mulai dari sebuah catatan harian, berbagai topik

materi keilmuan, media publikasi sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan.

Menurut Solomon dan Schrum (2001: 15), blog adalah singkatan dari weblog. Blog adalah jenis situs web yang dikembangkan dan dikelola oleh individu dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) online atau platform *host* yang sangat mudah bagi pengguna, dengan ruang untuk menulis. Blog menampilkan publikasi online instan dan mengajak publik untuk membaca dan memberikan umpan balik sebagai komentar.

Seiring dengan perkembangan dan perubahan zaman, informasi menjadi sesuatu yang sangat penting dan dibutuhkan bagi semua orang. Setiap orang membutuhkan informasi di dalam kehidupannya, baik dalam membantu aktivitas yang dilakukan dan juga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Informasi ialah pengetahuan bersama yang telah dikomunikasikan oleh orang-orang lain atau didapatkan melalui penyelidikan/penelusuran, dengan demikian bisa dikatakan bahwa informasi merupakan kebutuhan sehari-hari setiap orang. Kebutuhan informasi tiap orang berbeda-beda baik menurut subjek yang dianggap menarik atau menurut jenis kebutuhan dari pekerjaannya. Banyaknya pengetahuan yang dimiliki juga mempengaruhi tingkat kebutuhan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikannya maka akan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki, semakin besar juga tingkat kebutuhannya.

Semua bidang seperti kecantikan, kuliner, fotografi, gawai, desain interior, adibusana membutuhkan informasi. Menurut Line (dalam Nicholas, 2000: 20) bahwa kebutuhan informasi tampak ketika disadari terdapat informasi yang

dibutuhkan oleh seseorang. Wersig dalam Pendit (2003: 75) menyatakan bahwa kebutuhan informasi didorong oleh situasi problematis yang terjadi dalam diri manusia yang dirasakan tidak memadai untuk mencapai tujuan tertentu dalam hidupnya dan menyebabkan dia harus memperoleh masukan dari sumber-sumber di luar dirinya.

Dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi seseorang memerlukan sumber informasi. Sumber perolehan informasi merupakan tempat tersimpannya informasi, adapun sumber-sumber perolehan informasi diantaranya adalah manusia (guru, teman, keluarga, dan orang lain), media (buku, televisi, radio, internet), dan lembaga informasi (perpustakaan atau pusat dokumentasi dan lembaga lain). Dalam pemilihan sumber informasi, beberapa hal sering dijadikan pertimbangan, antara lain: ketersediaan sumber informasi, kemudahan sumber informasi diperoleh, kemudahan sumber informasi digunakan, dan biaya pemanfaatan sumber informasi. Persoalan-persoalan yang berhubungan dengan kebutuhan informasi pengguna merupakan kajian yang sangat diperlukan guna memperbaiki layanan yang akan diberikan oleh para lembaga informasi.

Seperti persoalan pada perempuan yang membutuhkan informasi terkini seputar dunia kecantikan. Kecantikan atau keindahan merupakan hal yang identik dengan perempuan. Semua perempuan berhak memiliki predikat cantik. Kecantikan pun dianggap sesuatu hal yang penting bagi perempuan. Dalam buku *Getar Gender* karya A. Nunuk Murniati (2004: 186), dikatakan bahwa kecantikan merupakan sesuatu hal yang diutamakan untuk bisa diterima dalam pekerjaan, maka dari itu perempuan akan selalu berusaha untuk bisa dianggap cantik dengan

berbagai cara. Cantik tidak mengenal warna kulit, jenis rambut, atau bentuk badan. Cantik adalah menerima diri sendiri, tidak tunduk pada standar kecantikan orang lain. Sebagai seorang perempuan, ada beberapa persoalan kecantikan yang sering kita rasakan. Meski sebagian orang menganggapnya sebagai masalah sepele, namun bagi perempuan masalah tersebut sangatlah penting karena menyangkut penampilan. Permasalahan yang biasa ditemui perempuan usia remaja atau dewasa adalah jerawat dan bekas jerawat. Selain itu ada juga permasalahan seperti rambut bermasalah, bau badan, alis yang tidak presisi, dan kulit bermasalah.

Dalam dunia kecantikan, blog kecantikan mendapat perannya sendiri dalam industri kecantikan. Pengunjung kerap mencari pendapat dari blog kecantikan karena dianggap lebih asli, lebih apa adanya, dan lebih berani menunjukkan sisi positif dan negatif dari suatu produk atau merek. Seperti munculnya blog-blog yang memberikan informasi terkini seputar dunia kecantikan, salah satunya adalah media sosial blog bernama Female Daily dengan alamat blog femaledaily.com. Female Daily merupakan blog yang memberikan informasi terkini dan terlengkap seputar dunia kecantikan mulai dari *skin care*, *makeup*, *review* produk dan brand kecantikan.

Blog tersebut pertama kali muncul pada tahun 2005 dan hingga 2019 ini masih aktif di media blog dengan 2 juta pengunjung unik per bulan. Situs ini menyedot sekitar 7,5 juta *pageviews* per bulan. Dari jumlah tersebut, sekitar 99.99% merupakan wanita yang melek teknologi dan suka berbagi pengalaman dengan anggota lainnya dalam komunitas (www.femaledaily.com). Persepsi khalayak terhadap kecantikan pada media blog Female Daily dapat dilihat dari umpan balik

para pengunjungnya yang memberikan komentar di beberapa posting. Komentar-komentar tersebut biasanya merupakan review terhadap produk yang diunggah.

Penyebaran informasi yang terjadi dalam kalangan anak muda terbilang sangat cepat akibat media sosial. Anak-anak pada usia remaja di Indonesia sangat cepat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi yang ada saat ini. Mahasiswa sebagai pengguna internet yang termasuk ke dalam kategori milenial dengan rentang usia 18-25 tahun, di mana generasi pada usia ini menjadi pengguna aktif internet di Indonesia sebanyak 79.23% (<http://www.apjii.or.id>). Mahasiswa dalam tahap perkembangannya digolongkan sebagai remaja akhir dan dewasa awal, yaitu usia 18-21 dan 22-24.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis memilih mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2015-2016 Universitas Sriwijaya sebagai objek penelitian. Hal tersebut karena menimbang bahwa pada angkatan tersebut masih dalam proses perkuliahan yang aktif. Selain itu, masa remaja dimulai dari umur 12-21 tahun (Dariyo, 2004:14). Monks memberi batasan usia remaja adalah 12-21 tahun. Masa remaja dibagi menjadi tiga kategori, yaitu remaja awal dengan kisaran umur 12-15 tahun, dan remaja akhir dengan kisaran umur 18-21 tahun (Monks, 2006: 262). Remaja adalah sekelompok kaum muda dalam suatu kurun waktu tertentu. Gambaran mereka tentang dunia masih belum terbentuk secara kuat, oleh karena itu mereka sangat peka terhadap propaganda dan mudah dipengaruhi dan memiliki kaitan dengan pemenuhan informasi gaya hidup mereka (Widyastuti, Rachmawati dan Kurniasih, 2014: 85). Oleh karena itu, penulis merasa bahwa jenis kebutuhan

informasi dan bagaimana mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya, merupakan hal yang menarik untuk diteliti.

Sehubungan dengan hal di atas terdapat beberapa alasan pemilihan judul dan permasalahan ini, diantaranya:

1. Banyaknya Kategori Dalam Blog Female Daily yang Dapat Menunjang Kebutuhan Informasi Pengunjung
2. Adanya Alternatif Selain Blog Female Daily Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Dunia Kecantikan

1.1.1 Banyaknya Kategori Dalam Blog Female Daily yang Dapat Menunjang Kebutuhan Informasi Pengunjung

Sebagai salah satu blog kecantikan yang membahas persoalan perempuan, blog Female Daily memberikan informasi mengenai dunia kecantikan mulai dari *skin care, make up, review* produk dan brand kecantikan. Blog ini dituntut memberikan informasi terkini dan terlengkap terkait dunia kecantikan. Salah satunya dengan memberikan informasi beberapa kategori yang dapat menunjang kebutuhan informasi pengunjung. Hal itulah yang dilakukan blog Female Daily, selalu memberikan informasi terbaru mengenai beberapa kategori agar membuat pengunjung merasa terpenuhi kebutuhannya saat mengunjungi blog tersebut. Berikut beberapa kategori yang terdapat dalam blog Female Daily:

Tabel 1.1
Kategori Blog Female Daily

No.	Kategori	Subkategori
1.	<i>Skincare</i>	<i>Moisturizer, Treatment, Mask, Cleanser</i>
2.	<i>Make Up</i>	<i>Cheek, Lips, Face, Eyes</i>
3.	<i>Body</i>	<i>Bath & Shower, Masturizer, Personal Care, Hand & Foot</i>
4.	<i>Hair</i>	<i>Treatment, Styling & Colour, Shampoo & Conditioner</i>
5.	<i>Fragrance</i>	<i>Perfume Oil, Perfume Solid, EDP, EDT, Body Mist & Spray</i>
6.	<i>Nails</i>	<i>Nail Polish Remover, Nail Sets, Top & Base Coat, Polish, Vitamin & Treatment</i>
7.	<i>Tools</i>	<i>Nail, Hair, Make Up, Skin Care, Body</i>
8.	<i>Brand</i>	<i>Wardah, Maybelline, Emina, The Body Shop, Pixy, Garnier, Laneige, Innisfree, Viva Cosmetics, Nature Republic, Nivea, Pond's</i>

Sumber: <http://femaledaily.com>

Dari tabel di atas dilihat bahwa blog Female Daily memuat beragam informasi yang dapat diakses dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015-2016 Universitas Sriwijaya.

1.1.2 Adanya Alternatif Selain Blog Female Daily Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Dunia Kecantikan

Blog Female Daily bukan hanya satu-satunya blog kecantikan yang ada di Indonesia. Berikut daftar beberapa blog kecantikan yang ada di Indonesia:

Tabel 1.2

Blog Kecantikan

No.	Blog Kecantikan
1.	femaledaily.com
2.	m.beautynesia.id
3.	hellosasyachi.com
4.	alodita.com
5.	sweetlikeapeach.com

Sumber: www://bitebrands.co

Dari tabel 1.2 membuktikan bahwa blog Female Daily menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan, dan hal ini juga membuktikan bahwa blog Female Daily bukan hanya satu-satunya sumber informasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan. Melalui penggunaan blog, informasi dapat diakses oleh mahasiswa dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan informasi secara efektif.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Efektivitas Penggunaan Blog Dalam Rangka Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Dunia Kecantikan (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu**

Komunikasi Angkatan 2015-2016 Universitas Sriwijaya Pengunjung Female Daily).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana efektivitas penggunaan blog Female Daily dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015-2016 Universitas Sriwijaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang di atas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan blog Female Daily dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015-2016 Universitas Sriwijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini berguna sebagai pengembangan ilmu, sesuai dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dalam wacana ilmu komunikasi yang berfokus pada kajian penggunaan media.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi bagi mahasiswa untuk selektif memilih media sebagai sumber informasi agar lebih efektif dalam hal penggunaan media sosial, khususnya blog.
2. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat dan juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta

Bungin, Burhan. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta: Prenada Media

Dariyo, Agoes. 2004. *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor: Ghalia Indonesia

Fatanti, Suyadna. 2015. *Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Bali: 2nd Global Conference on Business and Social Science

Hakim, Rachman. 2010. *Cara Cerdas Mengelola Blog*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo

Hidayatullah, Achmad. 2018. *Digital Learning*. Surabaya: UM Surabaya Publishing

Herutomo, Agung. 2010. *Conquering Web 2.0*. Jakarta: PT Elex media Komputindo

Kriyantono. 2006. *Teknis Praktis Riset. Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kusrini, Andri Koniyo. 2007. *Tuntunan Praktis: Membangun Sistem Informasi Akuntansi dengan Visual Basic & Microsoft SQL Server*. Yogyakarta: Andi Offset

Kuswanto, Dedy. 2012. *Statistik Untuk Pemula dan Orang Awam*. Jakarta Timur: Laskar Aksara

Monks., Knoers, dan Siti Rahayu Haditomo. 2006. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Muhadjir, Noeng. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Raka Bansir

Murniati, A Nunuk. 2004. *Getar Gender: Perempuan Indonesia dalam perspektif sosial, politik, ekonomi, hukum, dan ham*. Magelang: Indonesia Tera

Moriansyah, L. 2015. *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik

- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nicholas, David. 2000. *Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concepts for the Internet age, 2nd edn*. London: Aslib
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera
- Pendit, Putu Laxman. 2003. *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Suatu Pengantar Diskusi Epistemologi dan Metodologi*. Jakarta: JIP-FSUI
- Prasetyo, Kurniawan. 2007. *Membuat Blog Menggunakan Wordpress*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Ratminto, dkk. 2009. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete for Brands and Business to Build, Cultivate and Measure Success in The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons inc
- Solomon, Gween & lynne Schrum. 2011. *Web 2.0 Panduan bagi para pendidik*. Jakarta: PT. Index
- Solomon dan Scrum. 2011. *Web 2.0 Panduan Bagi Para Pendidik*. Jakarta: PT. Indeks
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Suryana, Oya. 2008. *Membangun Blg Wordpress*. Jakarta: PT. Elex Kmputindo
- Sutanta, Edhy. 2003. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Taprial, Varinder dan Kanwar, Priya. 2012. *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, edisi Kedelapan (The Media of Mass Communication, 8th edition)*. Terj. Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Widyastuti, I., Rachmawati, T., & Kurniasih, N. 2014. *Kebutuhan Informasi Gaya Hidup Remaja Tentang Fashion di Sekolah Menengah Pertama Negeri 21 Bekasi. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*

Wijana, I Dewa. 2004. *Kartun: Studi Tentang Permainan Bahasa*. Yogyakarta: Ombak Publishing

Yusup, Pawit M. 1995. *Pedoman Mencari Sumber Informasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Jurnal:

Kurniawati, Wenday Dwi Novi. 2017. *Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

Moriansyah, La. 2015. *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences*. Depok: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia

Novianto, Iik. 2012. *Perilaku Penggunaan Internet Di Kalangan Mahasiswa*. Surabaya: UNAIR

Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Mmarketing Communication..*Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana

Wulandari, Yunizar Sri. 2015. *Efektivitas Promosi Melalui Twitter Pada Perusahaan Pariwisata Bahari "Ibu Penyus"*. Bandung: Fakultas Ekologi Manusia

Sumber Lain:

Female Daily Network. 2015. *Female Daily*. Dipetik Oktober, 2019;

<https://femaledaily.com/>

<http://www.apjii.or.id>

Kamus Besar Bahasa Indonesia