

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi massa pada hakikatnya adalah sebuah komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi media massa pada khalayak yang anonim (Imran, 2012), dan membutuhkan kesamaan pemikiran antara pengirim dan penerima pesan yang dikembangkan dalam hubungan saling berbagi (*sharing*) yang melibatkan 8 elemen diantaranya sumber, penerjemah, pesan, saluran, penerima, interpretasi, gangguan dan umpan balik (Hermawati, 2013).

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi dengan melibatkan khalayak luas yang biasanya menggunakan teknologi media massa seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi. Hadirnya media baru seperti internet memberikan perspektif pandangan yang baru terhadap komunikasi massa, dimana kenyataan menunjukkan bahwa penggunaan internet memberikan peluang untuk memberikan tanggapan atau umpan bali (*feedback*) secara segera (*immediately*) seperti email (Pawito, 2007).

Komunikasi massa identik dengan istilah publisistik yang dilatar belakangi dengan lahirnya alat-alat percetakan (*press printed*) yang mampu menghasilkan surat kabar, buku-buku, majalah, brosur dan meteri cetakan lain. Seiring berkembang jaman pada abad ke-20, film dan radio digunakan secara luas, kemudian disusul televisi pada dekade berikutnya, dan untuk saat ini kemajuan teknologi informasi sudah berada pada era telekomunikasi dengan

digunakannya sistem satelit ruang angkasa dan jaringan komputer (Wiryanto, 2000).

Kemajuan teknologi informasi yang pesat memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi bagi siapa saja dan dimana saja, baik dengan atau tanpa koneksi jaringan dan hal ini menjadi bukti dari kehidupan yang modern. Media berfungsi sebagai alat pengantar sebuah pengetahuan yang berkaitan dengan ilmu maupun informasi, jumlah media informasi yang semakin banyak disebabkan oleh usaha dari pengelola media informasi agar tetap diminati oleh masyarakat.

Media memiliki kegunaan bagi orang, dan orang dapat menempatkan media pada kegunaan tersebut, istilah ini disebut kegunaan (*utility*). Semua orang membutuhkan informasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan informasi ter-*update* disetiap harinya, mahasiswa adalah salah satu orang yang memiliki tuntutan untuk mencari dan mendapatkan informasi terbaru khususnya pada masing-masing fokus studi yang diambil pada suatu universitas, perbedaan fokus ilmu dan keinginan mendapatkan informasi disinilah terjadi proses selektif dalam pemanfaatan media massa untuk mendapatkan informasi, dimana proses selektif biasanya juga disebut sebagai proses seleksi yaitu menentukan informasi yang diinginkan dan didapatkan dari suatu media massa

Penelitian ini ditunjukkan kepada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana selektivitas mahasiswa, tujuan mahasiswa mengakses media massa dan berapa besar intensitas mahasiswa pertanian UMY dalam mengakses media massa, baik secara *online* maupun *offline* guna mendapatkan informasi pertanian, serta mengetahui sumber informasi pertanian yang sering diakses.

B. Tujuan

1. Mengetahui media massa yang banyak digunakan oleh mahasiswa pertanian UMY untuk mendapatkan informasi pertanian.
2. Mengetahui intensitas mahasiswa pertanian UMY dalam mengakses media massa untuk mendapatkan informasi pertanian secara *online* dan *offline*.
3. Mengetahui tujuan mahasiswa pertanian UMY dalam mengakses media massa untuk mendapatkan informasi pertanian secara *online* dan *offline*.
4. Mengetahui selektivitas mahasiswa pertanian UMY dalam mengakses media massa untuk mendapatkan informasi pertanian.

C. Kegunaan

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat guna menambah pengetahuan

2. Bagi pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat berguna untuk referensi penelitian sejenis.
3. Bagi instansi terkait, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam menerapkan sistem pengajaran di universitas.