

**PENGARUH KUALITAS BERITA ONLINE DAN CETAK TERHADAP
MINAT BACA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNITRI MALANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Oleh

Lusia Heniwa

2019230141

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG**

2023

PENGARUH KUALITAS BERITA ONLINE DAN BERITA CETAK TERHADAP MINAT BACA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNITRI MALANG

Lusia Heniwa

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas
Tribhuwana Tunggaladewi

Email: heniwayeni@gmail.com

ABSTRAK

Orang-orang saat ini hidup di zaman modern, dikelilingi oleh banyak informasi. Sangat penting untuk mempertimbangkan berapa banyak informasi yang dibutuhkan komunitas. Ketersediaan media massa dapat memenuhi kebutuhan akan pengetahuan ini. Publik menggunakan media cetak dan internet dengan memperhatikan kaliber berita yang disajikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kualitas berita dengan minat baca serta mengidentifikasi unsur-unsur yang mempengaruhi minat baca mahasiswa Ilmu Komunikasi Unitri Malang dalam membaca berita cetak dan internet. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Kuesioner digunakan dalam proses pengumpulan data. Di Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang, penelitian ini dilakukan. Mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, yang merupakan populasi keseluruhan dari 406 peserta studi ini, akan diperiksa dari tahun ajaran 2019–2022. Dengan menggunakan pendekatan sampling probabilitas, atau sampling acak sederhana, 80 siswa menjadi sampel penelitian, yang didasarkan pada rumus Slovin. Kuesioner atau pendekatan kuesioner digunakan dalam penelitian ini. Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana kualitas berita cetak dan online mempengaruhi minat baca siswa. Berdasarkan temuan uji hipotesis ketiga, minat baca mahasiswa studi komunikasi Unitri Malang secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas sumber berita baik cetak maupun online. Hasil analisis regresi linier berganda juga menghasilkan nilai R R Square (R²) sebesar 0,561 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas berita online (X1) dan berita cetak (X2) terhadap minat baca (Y) sebesar 56,1%, dan sisanya sebesar 0,439 (43,9%) yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti antara lain lingkungan, kurangnya bahan bacaan, dan lain-lain.

Kata Kunci; Kualitas Berita Online, Kualitas Berita Cetak, Minat Baca

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, masyarakat berada di era modern yang hidup di tengah ruang lingkup informasi. Bagaimana kebutuhan masyarakat akan informasi sangatlah penting. Kebutuhan akan informasi tersebut mampu dijawab oleh kehadiran media massa. Dalam perkembangan media massa melalui 3 (tiga) tahap yaitu periode sebelum komunikasi massa, periode komunikasi massa dan studi tentang media massa. Masing-masing periode perkembangan ini memiliki karakteristik tersendiri, seperti pada periode sebelum komunikasi massa disebut pers dimana media massa menjadi alat pemimpin/penguasa sehingga sangat berpengaruh dalam memperoleh dan menegakkan kekuasaan; dalam periode kedua atau periode komunikasi massa, media massa boleh dimiliki oleh siapa saja dan diberikan peluang seluas-luasnya kepada masyarakat (pemerintah maupun swasta) tanpa kecuali, asalkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat; kemudian dalam periode ketiga atau periode kajian media massa, lebih berfokus pada media politik ekonomi, monopoli media atau penguasaan pasar media, *rating* acara dan sebagainya (Bambang, 2014).

Perkembangan media massa menjadi semakin kompleks dan bertransformasi secara dramatis. Perkembangan ini berjalan begitu cepat seperti berpacu mengikuti waktu dan mempengaruhi masyarakat sebagai *audience*. Media massa menyediakan informasi yang tersebar di seluruh bentuknya baik itu media cetak, elektronik maupun media online. Media massa menjadi alat untuk berbagi segala sesuatu dalam menyebarkan informasi; memberikan hiburan bagi masyarakat sampai pada menyebarkan berita yang berkaitan dengan sosial, ekonomi, politik; mendidik dalam bentuk penyajian informasi yang menyangkut pengetahuan; meyakinkan dengan mempengaruhi untuk melakukan suatu tindakan.

Media cetak, yang diproduksi di atas kertas berupa surat kabar, tabloid, majalah, buku, buletin, dan buletin; media elektronik, yaitu bentuk media massa yang menginformasikan sesuatu melalui suara, atau gambar dan suara melalui media elektronik seperti radio, televisi, dan film; dan media online, atau media yang dapat diakses melalui internet, merupakan tiga kategori media massa menurut bentuknya (Mila, 2022). Ketiga bentuk media massa ini memiliki yakni karakteristik publisitas atau disebarluaskan melalui keterbukaan akses masyarakat yang dipublikasikan secara konsisten atau berkala, sesuai dengan jadwalnya; aktual atau merupakan informasi terkini; dan universalitas atau bersifat menyangkut kepentingan umum pada setiap aspek kehidupan (Mila, 2022).

Media massa dengan bentuk cetak digunakan sejak ditemukan oleh Johannes Gutenberg tahun 1446 melalui mesin cetak yang menghasilkan buku, Koran dan majalah (Dr. Irene Silvia et al., 2021). Sedangkan di Indonesia, perkembangan media cetak dimulai dari terbitnya Surat Kabar pertama pada tahun 1744 yang berjudul “*Bataviasche Noivelles*”. Kemudian berlanjut dengan terbitnya “*Javasche Courant*” pada tahun 1828. Media cetak atau surat kabar adalah media yang menyampaikan informasi kepada khalayak dalam bentuk tulisan dan gambar. Jika dibandingkan dengan media massa lainnya, surat kabar merupakan yang paling kuno.

Perusahaan media cetak kini hadir di internet, dimana pesan digital berbasis internet mendominasi. Karena masyarakat sekarang hidup di era digital dan menginginkan akses informasi yang cepat dan mudah, maka dikhawatirkan sebuah perusahaan media akan mengalami kemunduran atau bahkan gulung tikar jika tidak menggunakan jaringan internet. Kehadiran internet telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Jika sebelumnya pengetahuan hanya tersedia melalui media cetak, kini tersedia informasi dan komunikasi tanpa batas berkat internet. Berkat internet, peristiwa di wilayah atau negara tertentu dapat menyebar dengan cepat dan tanpa penundaan ke belahan dunia lain. Orang yang memiliki akses ke internet dapat mengakses sumber berita. Berita dan informasi online dapat diakses kapan saja dan dari lokasi mana saja.

Pada 1990-an, koneksi internet memungkinkan media cetak menyatu menjadi media online dengan melahirkan situs berita. Surat kabar semakin menjual ruang iklan online untuk iklan yang mungkin muncul di media cetak. Masih belum jelas apakah situs web ini pada akhirnya akan berkontribusi banyak pada keuntungan perusahaan surat kabar, terutama mengingat betapa mudahnya membuat situs web dan berapa banyak bisnis yang sekarang memiliki situs web sendiri.

Untuk mempertahankan eksistensinya, media cetak pun beralih ke media online, atau yang sekarang dikenal dengan portal berita, karena masyarakat umum ingin menggunakan media massa yang aksesnya cepat. Media online dengan cepat menjadi ancaman bagi surat kabar dan media cetak lainnya sebagai akibat dari kemajuan teknis. Akses ke media online juga didorong oleh pesatnya perkembangan internet. Menurut Vivian (2008:262-264), media online merupakan komunikasi berbasis web yang menggunakan control komunikasi melalui media massa kepada pengguna melalui jaringan dengan perpindahan yang cepat.

Media online memiliki kekuatan lebih mulai dari akurasi isi berita/konten; daya navigasi yang mudah berpindah dari satu halaman ke halaman lain; interkoneksi dengan link eksternal atau situs luar lainnya; penjelajahan yang lancar dan efisien; serta waktu

loading atau waktu tunggu yang singkat atau sangat cepat. Hal-hal tersebut diatas menjadikan media online sebagai bentuk media massa yang interaktif sehingga memungkinkan untuk *multilateral communication* atau komunikasi dengan banyak pihak karena kelebihanannya dalam proses penyebaran informasi dan dapat diakses atau digunakan kapan dan dimana saja, praktis dan fleksibel (Dr. Irene Silvia et al, 2021). Media online semakin banyak tersedia karena dapat diakses tidak hanya melalui komputer tetapi juga melalui telepon seluler atau perangkat lainnya (Margianto & Syaefullah, 2012).

Perkembangan media massa yang begitu pesat diharapkan agar memberikan manfaat baik bagi penggunaannya yakni memiliki efek afektif yang berkaitan dengan perubahan pada bidang yang diminati; efek behavioral yang berkaitan dengan pengamatan terhadap perilaku mulai dari perilaku, pola dan kebiasaan; efek kehadiran media massa yang berkaitan dengan keberadaan media massa secara fisik; efek kognitif yakni merujuk pada penyesuaian-penyesuaian yang muncul dari apa yang dipahami dan diinterpretasikan secara akurat dalam media massa.

Karena surat kabar merupakan salah satu media yang dapat diakses dan digunakan oleh masyarakat untuk merekam peristiwa, maka menjadi salah satu media massa yang digemari oleh masyarakat. Hampir di setiap provinsi di Indonesia, koran-koran lingkungan bermunculan, antara lain Radar Bogor, Radar Depok, Radar Sukabumi (Grup Jawa Pos), Jurnal Bekasi, Jurnal Karawang, Tribun Makasar, Tribun Sumatera, dll. Media online (digital) juga berkontribusi terhadap dukungannya. Oleh karena itu, keberlangsungan keberadaan media massa cetak dan online sangat menentukan aktivitas kehidupan manusia (Khumaedi, 2020: 45).

Ada berbagai rubrik utama di surat kabar dan media online yang dapat memikat pembaca, termasuk berita dan kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2009), produk atau layanan yang telah memenuhi atau melampaui harapan klien dianggap memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas suatu produk ditentukan oleh kemampuan kinerjanya, fitur tambahan, konten, rasa, dan kehandalan dalam hal standar kualitas yang dapat mengakomodasi perluasan pelanggan. Dalam situasi ini, kualitas cetak, desain, dan konten berita memainkan peran penting dalam menarik minat dan perhatian pembaca, membuat mereka lebih nyaman saat membaca koran atau berita online.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menilai kualitas berita cetak atau surat kabar, antara lain berita yang disampaikan lebih teliti dan menyeluruh, akurat dan akuntabel, permanen dan mudah dibaca dan dipahami, dan bahwa informasi yang disajikan oleh media cetak lebih beragam dan berwarna. Selain itu, berita yang disajikan secara online

harus terkini, akurat, real-time, dan bermanfaat. Dalam hal ini, media tidak hanya menyajikan berita secara sigap tetapi juga menjaga kepentingan publik dengan memperhatikan kualitas konten yang disampaikan.

Sementara itu, ketika membahas minat, dijelaskan bahwa itu mengacu pada sesuatu yang menguntungkan dan berpotensi memuaskan baginya. Sementara minat bersifat tahan lama dan mencakup unsur kebutuhan yang memuaskan, kesenangan adalah emosi sementara. Semakin kuat minat akan semakin sering dinyatakan. Definisi lain dari minat adalah sebagai gejala mental yang berhubungan dengan sesuatu atau sesuatu yang menurut Anda menarik atau menyenangkan. Jelas dari pengertian di atas bahwa minat adalah suatu keinginan yang berkembang dari hal-hal yang menyebabkan orang merasa tertarik pada hasil keuntungannya.

Awalnya, individu menggunakan media cetak untuk mendapatkan informasi, namun seiring kemajuan teknologi dan konvergensi media cetak dan online, kebiasaan konsumsi berita masyarakat juga berubah termasuk media internet. Ini adalah hasil dari standar tinggi berita, yang dianggap membaca dan informatif. Akibatnya timbul keinginan untuk melakukan kajian tentang seberapa besar pengaruh kualitas terhadap seberapa baik berita disajikan di media cetak dan online, yang dapat mempengaruhi minat baca masyarakat **“Pengaruh Kualitas Berita Online Dan Cetak Terhadap Minat Baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unitri Malang”**

1.2. Rumusan masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas berita online dan berita cetak terhadap minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unitri Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah ada pengaruh kualitas berita online dan berita cetak terhadap minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unitri Malang.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini, bisa mengetahui pengaruh kualitas berita cetak dan online terhadap minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unitri Malang. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperluas perspektif peneliti dengan menggunakan keterampilan yang telah mereka pelajari di jurusan jurnalistik.

b. Manfaat praktis

1. Dapat membantu masyarakat umum dan mahasiswa memahami mengapa orang bisa tertarik membaca berita di media massa.
2. Dapat memberikan wawasan ilmiah kepada siswa tentang minat membaca berita di media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Azman. 2018. *Penggunaan Media Massa Dan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Komunikasi*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Bambang, A. (2014). PERIODE PERKEMBANGAN MEDIA MASSA PERIOD OF MASS MEDIA DEVELOPMENT (An Overview). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 1–132.
- BPS Indonesia. (2021). *Statistik Komunikasi Indonesia 2021*. 1–372. <https://www.bps.go.id/publication/download.html>. Diakses pada tanggal 20 November 2022
- Cangara, H. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- DataIndonesia.id. 2022. *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>. Diakses 17 November 2022.
- DataIndonesia.id. 2022. *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>. Diakses 27 November 2022.
- Daulay, Hamdan. 2016. *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Digital. 2017. *Nielsen: Pembaca Media Digital Sudah Lampau Media Cetak*.
- Effendy, U. 2013. *Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi 4. BP-UNDIP. Semarang
- Hardianto, D. 2011. *Studi Tentang Minat Baca Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan UNY*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hikmat, M, M. 2018. *Jurnalistik Literary Journalism*. PrenadaMedia Group. <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a5623eb608/nielsen-pembaca-media-digital-sudah-lampau-media-cetak>. Diakses 17 November 2022
- Jani, Y. 2009. *To be a Journalist*. Penerbit Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Kusumaningrat, dkk. 2017: *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Rosdakarya
- Liliweri, A. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Bandung: Kencana
- Mila. (2022). *Pengertian Media Massa serta Jenis & Karateristiknya*. Akudigital.Com. <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-massa-serta-jenis-karateristiknya/>
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana

- Muhammad, M. 2009. *Etika Dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Nurrsalina, A.I. 2014. *Hubungan Motivasi berprestasi dengan minat membaca pada anak*. Jurnal psikologi pendidikan vol. 3 no, 1 hal. 1-7.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*: Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Ode, M. 2021. *Minat Baca Mahasiswa Jurnalistik IAIN Terhadap Pemberitaan Media Online Pemberitaan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Lintas*. Institut Agama Islam Negeri Ambon.
- Prastiyo. 2009. *Minat Baca Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Bandung: Alfabeta
- Setiyadi, B. Sarinah. 2019. *Pengaruh Smartphone Dan Minat Baca Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa*. Universitas Jambi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, T. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress
- Yasir. 2020. *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komperhensif*. Sleman. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Yovanda, L. 2018. *Pengaruh Penyebaran Berita Di Media Online Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran*. Universitas Negeri Raden Fatah Palembang 1440H/
- Zam Zam, N. 2020. *Minat Baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Dalam Membaca Berita Kriminal Di Media Online Goriau.Com*. Universitas Riau