



UNIVERSITAS INDONESIA

**KECENDERUNGAN PEMBACA SURAT KABAR DI ERA
TEKNOLOGI INFORMASI : STUDI KASUS MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
INDONESIA ANGKATAN 2014**

SKRIPSI

**PUTERI SHAFIRA NASUTION
1206267854**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
DEPOK
JUNI 2016**



UNIVERSITAS INDONESIA

**KECENDERUNGAN PEMBACA SURAT KABAR DI ERA
TEKNOLOGI INFORMASI : STUDI KASUS MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
INDONESIA ANGKATAN 2014**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora**

**PUTERI SHAFIRA NASUTION
1206267854**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
DEPOK
JUNI 2016**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarisme, saya akan bertanggungjawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok, 16 Juni 2016



Puteri Shafira Nasution

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Puteri Shafira Nasution

NPM : 1206267854

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 Juni 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Puteri Shafira Nasution
NPM : 1206267854
Program Studi : Ilmu Perpustakaan
Judul Skripsi : Kecenderungan Pembaca Surat Kabar di Era Teknologi Informasi: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Angkatan 2014.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fuad Gani, M.A.

Penguji : Utami B.R. Hariyadi, M.Lib., M.Si.

Penguji : Arie Nugraha, M.T.I.

Panitera : Riva Delviatma, M.Hum.

Ditetapkan di : Depok

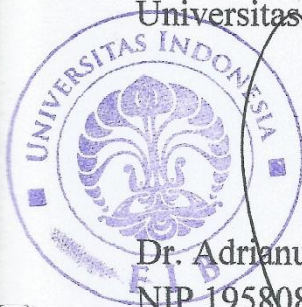
Tanggal : 16 Juni 2016

Oleh,

Dekan

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya

Universitas Indonesia



Dr. Adrianus Laurens Gerung Waworuntu

NIP 195808071987031003

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT., karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Jurusan Ilmu Perpustakaan pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya yang selalu bangga dengan anak-anaknya dan telah memberikan bantuan dukungan material, moral, bimbingan, serta semangat yang tidak pernah putus;
2. Bapak Fuad Gani, M.A selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
3. Ibu Utami Budi Rahayu Hariyadi, M.Lib., M.Si, dan Bapak Arie Nugraha, M.T.I. selaku dosen pembimbing akademik dan dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta bimbingannya terhadap skripsi saya;
4. Seluruh dosen dan staf pengajar jurusan Ilmu Perpustakaan. Terima kasih atas ilmu dan dedikasi yang telah diberikan;
5. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia angkatan 2014 yang telah berpartisipasi menjadi responden dan membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
6. Adik saya, M. Teguh Ariffaiz Nasution yang telah banyak memberikan inspirasi dan membantu saya dalam mengerjakan tugas kuliah hingga proses penyelesaian skripsi;
7. Sahabat selama perkuliahan (Hania, Isti, Fitria, Ita, dan Dita) yang telah berjuang bersama, tempat bermain, dan cerita. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik selama ini;
8. Teman-teman Ilmu Perpustakaan UI angkatan 2012 atas kebersamaannya selama empat tahun ini;

9. Teman baik saya, Giovanni Valerian yang telah memberikan semangat dan dukungan;
10. Semua pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang belum penulis sebutkan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu, terlepas dari kekurangan yang ada.

Depok, 16 Juni 2016

Penulis



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

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puteri Shafira Nasution
NPM : 1206267854
Program Studi : Ilmu Perpustakaan
Departemen : Ilmu Perpustakaan
Fakultas : Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Kecenderungan Pembaca Surat Kabar di Era Teknologi Informasi: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Angkatan 2014

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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 dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 16 Juni 2016

Yang menyatakan



(Puteri Shafira Nasution)

ABSTRAK

Nama : Puteri Shafira Nasution.
Program Studi : Ilmu Perpustakaan.
Judul : Kecenderungan Pembaca Surat Kabar di Era Teknologi Informasi: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Angkatan 2014.

Melesatnya peran teknologi informasi, terutama Internet sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat menyebabkan media cetak menghadapi tantangan berat, termasuk surat kabar. Salah satu indikasi tertekannya kehadiran media cetak di tengah gegap teknologi selama dua dekade terakhir adalah merosotnya penetrasi surat kabar. Sebaliknya, jumlah pengguna Internet yang mengakses laman berita terus melesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia (FISIP UI) angkatan 2014 sebagai pembaca media cetak, khususnya surat kabar, di era teknologi informasi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan metode studi kasus. Hasil penelitian mendapati bahwa media yang paling banyak diakses responden adalah media *online* berupa mesin pencari, yang diikuti dengan kedua terbanyak yang masih merupakan media *online* juga, yaitu situs situs berita *online*. Hasil olah data penelitian juga mendapati mayoritas responden (45%) setuju untuk mengkonsumsi media *online* dan koran. Sebesar 35,2% responden mungkin ingin media *online* hanya sebagai tambahan dan mayoritas responden (34,3%) tidak setuju jika harus beralih sepenuhnya ke media *online*.

Kata kunci: Media *Online*, *New Media*, Perilaku Pencarian Informasi

ABSTRACT

Name : Puteri Shafira Nasution.
Study Program : Library and Information Science.
Title : The Trend of Newspaper Readers in Information Technology Era: A Case Study on the University of Indonesia's 2014 Batch of Students of the Social and Political Sciences Faculty.

The fast growing role of information technology, especially the Internet as a means of fulfilling the people's needs of information, has made print media, including newspaper, undergo serious challenges. The pressure on print media amid this fast developing information technology is partly observed from the decreasing penetration of printed newspapers into its readership. On the contrary, the number of Internet users, who get accessed to online-media, tend to keep increasing significantly. This research project is aimed at examining the trend of newspaper readers among the University of Indonesia's 2014 Batch of students of the Social and Political Sciences Faculty (FISIP UI) in information technology era. It is a case study by applying a descriptive research with quantitative approach. The outcomes of this study reveal that search engines are the most widely accessed by respondents while news websites are the second Internet-based media that the respondents most frequently accessed. The results of this research project also show that majority of respondents (45%) agree to consume online-media and printed newspapers. A total of 35.2% of respondents tend to use online-media as their additional news sources, and 34.3% of respondents disagree to totally use online-media as their only news sources.

Key words: Online Media, New Media, Information-Seeking Behaviour

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Metodologi Penelitian	6
 BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN LITERATUR	 7
2.1 Kebiasaan dan Sikap Membaca di Era Digital	7
2.2 Kedudukan Surat Kabar	10
2.3 Karakteristik Berita <i>New Media</i>	12
2.4 Perilaku Pencarian Informasi	15
2.5 Perilaku Pencarian Informasi <i>Online</i>	17
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 19
3.1 Pendekatan Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5 Desain Kuesioner	21
3.5.1 Kerangka Kuesioner	21
3.5.2 Format Pertanyaan	22
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.6.1 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.7 Metode Penyebaran Kuesioner	23
3.8 Pengolahan dan Analisis Data	23
 BAB IV PEMBAHASAN	 25
4.1 Profil Responden	25

4.1.1 Media yang sering digunakan dalam mendapatkan informasi	25
4.1.2 Kategori <i>gadget</i> yang dimiliki untuk mengakses Internet	26
4.2 Rutinitas dalam membaca koran	28
4.2.1 Frekuensi membaca koran dalam satu minggu	28
4.2.2 Waktu membaca koran	28
4.2.3 Tempat membaca koran	30
4.2.4 Koran yang paling sering dibaca	30
4.2.5 Dana yang dialokasikan untuk membeli koran dalam sebulan	31
4.3 Rutinitas menggunakan Internet dan mengakses media <i>online</i>	32
4.3.1 Waktu mengakses media <i>online</i> berdasarkan prioritas	32
4.3.2 Tempat paling sering mengakses media <i>online</i>	33
4.3.3 Situs berita <i>online</i> yang sering dikunjungi	34
4.3.4 Rutinitas mengunjungi situs berita <i>online</i> pada April 2016	35
4.3.5 Alokasi dana untuk pulsa Internet <i>smartphone</i> dalam sebulan	36
4.4 Perbandingan frekuensi mengakses Internet melalui <i>smartphone</i> (2015 – April 2016)	37
4.5 Perbandingan lama membaca koran (2015 – April 2016)	38
4.6 Perbandingan lama membaca media <i>online</i> (2015 – April 2016)	39
4.7 Alasan membaca koran dan media <i>online</i> berdasarkan prioritas	40
4.8 Penilaian terhadap koran dan media <i>online</i>	41
4.9 Kemungkinan beralih ke media <i>online</i>	42
BAB V PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Media yang sering digunakan dalam mendapatkan informasi	26
Tabel 2. Kategori <i>gadget</i> yang dimiliki untuk mengakses Internet	27
Tabel 3. Frekuensi membaca koran dalam satu minggu	28
Tabel 4. Waktu membaca koran	29
Tabel 5. Tempat membaca koran	30
Tabel 6. Koran yang paling sering dibaca	31
Tabel 7. Dana yang dialokasikan untuk membeli koran dalam sebulan	32
Tabel 8. Waktu mengakses media <i>online</i> berdasarkan prioritas	33
Tabel 10. Tempat paling sering mengakses media <i>online</i>	33
Tabel 10. Situs berita <i>online</i> yang sering dikunjungi	34
Tabel 11. Rutinitas mengunjungi situs berita <i>online</i> pada April 2016	35
Tabel 12. Alokasi dana untuk pulsa Internet <i>smartphone</i> dalam sebulan	36
Tabel 13. Perbandingan frekuensi mengakses Internet melalui <i>smartphone</i> (2015 – April 2016)	38
Tabel 14. Perbandingan lama membaca koran (2015 – April 2016)	39
Tabel 15. Perbandingan lama membaca media <i>online</i> (2015 - April 2016)	40
Tabel 16. Alasan membaca koran dan media <i>online</i> berdasarkan prioritas	41
Tabel 17. Penilaian terhadap koran dan media <i>online</i>	42
Tabel 18. Kemungkinan beralih ke media <i>online</i>	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surat kabar atau yang biasanya disebut koran merupakan media cetak yang didistribusikan mingguan atau harian dalam bentuk kertas yang dilipat menyerupai buku. Konten publikasi pada koran biasanya disusun berdasarkan subyek maupun jenis publikasi. Berita yang paling penting atau menarik akan ditampilkan di halaman depan publikasi. Kontennya juga mencakup iklan, opini, hiburan dan berita kepentingan umum lainnya. Dengan membaca koran, masyarakat dapat terus mengikuti perkembangan aktual, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Koran berfungsi sebagai media informasi dan sarana edukasi untuk masyarakat, termasuk mahasiswa.

Namun dengan semakin melesatnya peran teknologi informasi, terutama Internet sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, media cetak ini menghadapi tantangan berat. Beberapa tantangan itu telah pun diilustrasikan secara apik oleh Bre Redana dan Sugihandari. Dalam tulisannya berjudul "Inikah Senjakala Kami ...," Bre Redana yang dikenal sebagai wartawan Kompas ini menganalogikan nasib para jurnalis media cetak bak "penumpang kapal yang kian dekat menuju akhir hayatnya" akibat perkembangan teknologi digital yang demikian pesat itu. Perkembangan teknologi tersebut membawa apa yang disebutnya "konsekuensi bisnis" karena "pengiklan memilih berinvestasi pada media yang lebih gemerlap seperti televisi."¹ Sugihandari dalam tulisannya berjudul "Tantangan Surat Kabar di Tengah Pusaran Teknologi" lebih lanjut menulis: "Salah satu indikasi tertekannya kehadiran media cetak di tengah gegap teknologi selama dua dekade terakhir adalah merosotnya penetrasi surat kabar. Sebaliknya, jumlah pengguna Internet yang mengakses laman berita terus melesat. Fakta ini antara lain tersimpulkan dari hasil survei Nielsen Indonesia 2014 yang menunjukkan penetrasi koran di Pulau Jawa berbanding terbalik

¹ Bre Redana, "Inikah Senjakala Kami...", *Kompas*, 27 Desember 2015, hal. 13

dengan media *online* dalam periode empat tahun terakhir. Penurunan penetrasi konsumsi koran dari 15 persen pada 2010 menjadi 11 persen pada 2014. Sebaliknya, penetrasi Internet naik dari 17 persen menjadi 34 persen. Meski kondisi ini tidak terjadi di luar Pulau Jawa, tren di Pulau Jawa perlu dicermati karena di sinilah pasar terbesar, baik bagi koran maupun media *online*.²

Tren kenaikan pengguna Internet di Indonesia itu juga ditunjukkan oleh data yang dirilis oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Menurut data APJII tersebut, jumlah pengguna Internet pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta. Angka tersebut naik dari 71,2 juta di tahun sebelumnya. Tidak hanya itu, pada 2014, jumlah pengguna Internet dari perangkat seluler juga naik menjadi 85 persen dibanding tahun sebelumnya yang baru sebesar 65 persen.³ Karena meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan Internet itu, sepanjang 2015, sejumlah surat kabar memutuskan tutup dan beralih ke digital. Dua yang paling besar adalah koran Sinar Harapan dan Jakarta Globe. Tidak hanya itu, Tempo juga menutup Koran Tempo edisi minggu dan kini edisi PDF koran ini lebih tebal dibandingkan edisi cetaknya.

Media cetak papan atas seperti Kompas, Tempo, dan Republika turut berkiprah di ranah digital dengan membuat versi *onlinenya*. Kompas misalnya, selain memiliki koran versi cetak, ia juga menyediakan koran versi *online* yang sama persis isinya dengan versi cetaknya. Selain itu, ia juga memiliki situs Kompas.com, media khusus *online*. Hal yang sama juga dilakukan oleh Tempo dan beberapa media yang lain. Fenomena ini sedikit banyaknya tentu memiliki dampak terhadap keberadaan media cetak, seperti surat kabar, dan majalah.

² Sugihandari, "Tantangan Surat Kabar di Tengah Pusaran Teknologi," *Kompas*, modifikasi terakhir 22 April 2015 http://print.kompas.com/baca/2015/04/22/Tantangan-Surat-Kabar-di-Tengah-Pusaran-Teknologi?utm_source=bacajuga (Diakses pada tanggal 25 Februari 2016)

³ Reska K. Nistanto, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 88 Juta," *Kompas*, modifikasi terakhir 26 Maret 2015, <http://tekno.kompas.com/read/2015/03/26/14053597/Pengguna.Internet.Indonesia.Tembus.88.Juta> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2016)

Dengan adanya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang berdampak terhadap perilaku pengguna informasi itu, tentunya lembaga informasi, seperti perpustakaan, juga harus selalu berkembang mengikuti perubahan dengan cara menyesuaikan diri terhadap kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman. Hal ini telah pun dinyatakan oleh S.R Ranganathan pada 1931 mengenai *Five Laws of Library Science* bahwa “*the library is growing organism*” (perpustakaan adalah organisasi yang selalu berkembang).

Apa yang disampaikan S.R Ranganathan itu berlaku bagi semua jenis perpustakaan, termasuk perpustakaan perguruan tinggi. Guna menyediakan pelayanan informasi yang prima kepada mahasiswa, perguruan tinggi sebagai lembaga yang bertujuan menyiapkan generasi terdidik yang kompeten baik di bidang akademis maupun profesional harus memfasilitasi mahasiswa dalam penyediaan informasi sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu penelitian guna mengetahui perubahan kebiasaan membaca mahasiswa terhadap media cetak di era teknologi informasi.

1.2. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia (FISIP UI) angkatan 2014 sebagai pembaca media cetak, khususnya surat kabar, di era teknologi informasi.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan berikut ini: Bagaimana kecenderungan pembaca surat kabar oleh mahasiswa FISIP UI angkatan 2014 di era teknologi informasi?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

- a) Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu Perpustakaan dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap kecenderungan mahasiswa dalam membaca surat kabar di era teknologi informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai kecenderungan mahasiswa FISIP UI angkatan 2014 dalam membaca surat kabar.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pengelola perpustakaan UI maupun perguruan tinggi di Tanah Air dalam upaya mereka menyediakan layanan yang lebih prima kepada seluruh akademika, termasuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa sesuai dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di era digital dewasa ini.
- c) Hasil penelitian ini dapat juga menjadi masukan bagi perusahaan yang bergerak di industri surat kabar terkait kecenderungan pembaca surat kabar di era teknologi informasi, seperti seberapa besar perubahan perilaku pembaca saat ini. Para industri surat kabar ini dapat mengantisipasi dengan mengambil langkah–langkah yang sebaiknya dilakukan untuk mempertahankan keberadaannya di tengah gempuran teknologi informasi.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa angkatan 2014 yang sedang menjalani perkuliahan program sarjana (Strata I) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Indonesia (FISIP UI). Dalam keseharian mereka, para mahasiswa UI yang menjadi populasi penelitian ini sudah akrab dengan pemakaian *gadget* maupun *laptop* dalam menunjang kegiatan perkuliahan maupun non-perkuliahan mereka. Mereka ini diasumsikan membutuhkan kesadaran informasi (*information awareness*) yang tinggi untuk menunjang kebutuhan perkuliahan dan non-perkuliahan mereka.

Sebagai contoh, mahasiswa Departemen Ilmu Hubungan Internasional FISIP UI tidak hanya dituntut untuk menguasai ilmu hubungan internasional kontemporer yang antara lain bersentuhan dengan studi perang dan damai, perdagangan internasional, ilmu lingkungan dan pembangunan, migrasi global, LSM dan masyarakat sipil, feminisme dan kajian jender, serta integrasi regional. Mereka pun didorong untuk memperkaya pengetahuan mereka melalui pengalaman berorganisasi dan keikutsertaan mereka dalam konferensi internasional dan ajang simulasi sidang PBB (*Model United Nations*) yang membuka peluang bagi mereka untuk melatih kemampuan berpikir kritis dan diplomasi mereka.⁴ Semua ini dapat dipenuhi melalui proses perkuliahan yang baik dan dukungan bacaan yang luas, termasuk sumber-sumber bacaan non-akademis yang bersumber dari media cetak, elektronika dan media *online*. Beberapa mata kuliah wajib fakultas yang diambil oleh mahasiswa FISIP UI, seperti Pengantar Antropologi, Pengantar Ilmu Politik, dan Pengantar Sosiologi, pun menuntut mereka untuk tidak mengabaikan pemberitaan media tentang isu-isu maupun peristiwa-peristiwa terkini yang bersentuhan dengan bidang sosial, budaya, politik, ekonomi dan pertahanan dan keamanan.

Selain itu, pemilihan mereka sebagai responden penelitian ini juga mempertimbangkan fakta bahwa universitas dimana mereka menuntut ilmu merupakan salah satu perguruan tinggi negeri terkemuka di Indonesia. Kalangan mahasiswa UI ini pun berasal dari berbagai provinsi di Indonesia dengan latar belakang ekonomi, sosial dan budaya yang beragam pula.

⁴ Lihat kata sambutan Ketua Departemen Hubungan Internasional FISIP UI, Evi Fitriani, PhD, di laman resmi Departemen Hubungan Internasional FISIP UI, "Sambutan Ketua Departemen." Diakses pada tanggal 29 Mei 2016 melalui <http://ir.fisip.ui.ac.id/sambutan-ketua-departemen.html?lang=id>

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, yaitu April 2016. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa strata satu (S1) FISIP UI angkatan 2014. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Dalam hal ini, penulis menentukan jumlah sampel berdasarkan metode Gay dan Diehl, yaitu mengambil minimal 10% dari jumlah populasi sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa FISIP UI angkatan 2014. Di samping itu, penulis juga melakukan penelitian kepustakaan dengan mengumpulkan sejumlah laporan hasil penelitian akademis serta artikel dan berita media yang isinya relevan dengan topik riset penulis.

Mengingat tujuan penelitian ini bertalian dengan kecenderungan mahasiswa FISIP Universitas Indonesia sebagai pembaca media cetak, khususnya surat kabar, di era teknologi informasi, landasan teori tentang kebiasaan membaca (*reading habits*) dan sikap membaca (*reading attitude*) serta jurnalisme multimedia yang mengenalkan pemakaian lebih dari satu teknik penyampaian satu berita (teks, audio, gambar tak bergerak, dan gambar bergerak) atau yang dikenal dengan istilah konvergensi⁵ relevan dengan tujuan penelitian penulis.

⁵ Ryan M. Thornburg, *Producing Online News: Digital Skills, Stronger Stories* (Washington DC: CQ Press, 2011), hal. 8-9.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN LITERATUR

Jakob Oetama, pendiri harian Kompas, pernah menekankan satu kenyataan yang menyertai perjalanan kehidupan media massa di Tanah Air dalam satu rapat Redaksi dan Litbang surat kabar harian terkemuka Indonesia itu pada 20 Juli 2011. Dalam rapat itu, dia menekankan kenyataan bahwa “perubahan merupakan jati diri media. Perubahan tidak saja demi ‘survival’ (bertahan hidup) tetapi juga demi pelayanan yang lebih baik, dipicu oleh kondisi sosial ekonomi budaya masyarakat, tetapi juga terutama oleh perkembangan pesat teknologi informasi.”⁶

Apa yang telah diingatkan Jakob Oetama itu relevan dengan tujuan penelitian penulis yang berhubungan dengan kecenderungan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia sebagai pembaca media cetak, khususnya surat kabar, di era teknologi informasi.

2.1. Kebiasaan dan Sikap Membaca di Era Digital

Menurut Karim dan Hasan,⁷ upaya mengkaji perubahan dalam pola membaca sebagai dampak dari meluasnya pemakaian Internet maupun sumber bacaan alternatif yang menggunakan hiperteks dan sumber multimedia itu telah dilakukan banyak peneliti. Satu di antaranya adalah hasil penelitian Z.Liu yang dipublikasi dalam *Journal of Documentation*, Vol.61 No.6 di bawah judul *Reading Behavior in the Digital Environment: Changes in Reading Behavior Over the Past 10 Years* pada 2005.

⁶ St. Sularto, *Syukur Tiada Akhir: Jejak Langkah Jakob Oetama*. Jakarta: Kompas, 2011, hal. 255.

⁷ Karim dan Hasan. “Reading Habits and Attitude in the Digital Age: Analysis of Gender and Academic Program Differences in Malaysia,” hal. 288.

Beberapa penelitian lain yang mengupas topik tentang kebiasaan dan perilaku membaca di era digital adalah Karim dan Hasan pada 2006, Puspaningrum pada 2010, Sarkhel dan Das pada 2010, Rainie et.al. pada 2012, Quadri dan Abomoge pada 2013.

Berdasarkan hasil penelitian mereka tentang kebiasaan dan sikap membaca 400 mahasiswa Universitas Islam Internasional Malaysia (IIUM) itu, Karim dan Hasan mendapati bahwa sikap membaca yang positif akan membawa seseorang pada pengalaman membaca yang positif pula. Hal ini akan berdampak positif pada kinerja akademis orang tersebut. Hasil kajian mereka yang mendapati semakin pentingnya situs sebagai satu sumber bacaan ini membawa implikasi pada manajemen IIUM, khususnya jurusan perpustakaan dan komputer, dalam menangani masalah layanan bacaan dan minat baca mahasiswa.⁸

Perubahan sikap membaca di era digital sebagaimana ditunjukkan oleh hasil penelitian Karim dan Hasan pada 2006 di Malaysia juga dikonfirmasi oleh studi Sarkhel dan Das pada 2010. Dari studi mereka tentang bagaimana kebiasaan membaca berubah akibat perkembangan jaringan layanan elektronis, Sarkhel dan Das antara lain menyimpulkan bahwa (1) para pembaca, khususnya yang berusia muda, secara bertahap cenderung mengembangkan perilaku membaca berbasis layar dan (2) meningkatkan pemakaian berbagai strategi pencarian informasi (seperti *browsing* dan penggunaan kata-kata kunci) di tengah banjir informasi.⁹ Sarkhel dan Das berkeyakinan bahwa pemakaian media cetak akan berkurang akibat pengaruh teknologi elektronik dan digital ini. Namun, baik buku maupun dokumen elektronis akan tetap eksis dan memainkan peranannya masing-masing.¹⁰ Di tengah perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang demikian pesat itu, peranan *Library Information Specialists (LIS/ spesialis informasi perpustakaan)* dalam

⁸ Karim dan Hasan. "Reading Habits and Attitude in the Digital Age: Analysis of Gender and Academic Program Differences in Malaysia," hal. 285.

⁹ Sarkhel dan Das, "Towards a new generation of reading habits in Internet Era," hal. 100.

¹⁰ Sarkhel dan Das, "Towards a new generation of reading habits in Internet Era," hal. 101.

mendukung pengembangan kebiasaan membaca justru sangat penting. Para profesional LIS tersebut, misalnya, dapat menyiapkan program-program melekat informasi di perpustakaan bagi para pengguna yang telah akrab dengan lingkungan digital.

Di Amerika Serikat, perkembangan TIK di era digital mendorong kehadiran buku elektronis (*e-book*). Hasil kajian Pew Research Center,¹¹ misalnya, mendapati 21 persen dari 2.986 orang Amerika berusia 16 tahun atau lebih yang menjadi responden survei yang dilakukan pada 16 November - 21 Desember 2011 membaca satu *e-book* dalam satu tahun terakhir. Hasil survei tersebut juga mendapati pertumbuhan pembaca *e-book* akibat peningkatan pesat kepemilikan perangkat pembaca buku elektronis dan komputer tablet di Amerika Serikat.¹²

Bagaimana dengan negara berkembang seperti Nigeria dan Indonesia? Hasil penelitian Quadri dan Abomoge pada tahun 2013, dan Puspaningrum di tahun 2010 dapat menjelaskan kondisi di kedua negara tersebut.

Hasil penelitian Quadri dan Abomoge tentang kebiasaan membaca dan menggunakan Internet di kalangan mahasiswa Universitas Ibadan dan Universitas Obafemi Awolowo, Nigeria, menunjukkan Internet sudah menjadi sumber informasi yang penting di antara berbagai sumber informasi yang ada. Hasil studi yang melibatkan 214 orang mahasiswa S1 dari kedua universitas itu juga mendapati

¹¹ Pew Research Center adalah institusi penelitian non-profit Amerika yang berbasis di Washington D.C. Institusi ini memberikan informasi tentang isu-isu sosial, opini publik, dan tren demografi yang membentuk Amerika Serikat dan dunia. Pew Research Center juga melakukan jajak pendapat publik, penelitian demografi, analisis isi media, dan penelitian ilmu sosial empiris lainnya.

¹² Lee Rainie, et al, "The rise of e-reading." *Pew Research Center's Internet & American Life Project*, (April 5, 2012), hal. 3.

penggunaan Internet yang signifikan, dan ketersediaan layanan email dan Internet sebagai sumber informasi di perpustakaan universitas.¹³

Adapun hasil riset Puspaningrum tentang perubahan *media habit* seseorang dalam mengonsumsi koran dan media *online* sebagai sarana untuk mencari informasi di era teknologi informasi mendapati adanya peningkatan penggunaan media *online* sebagai sarana untuk mencari informasi. Dua alasan yang mendasari peningkatan pemakaian media *online* tersebut adalah “informasi yang disajikan lebih cepat dan lebih mudah diakses di mana saja.” Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan desain deskriptif yang melibatkan 212 responden dan empat pimpinan media yang diwawancarai, Puspaningrum menyarankan penerbit koran agar “lebih kreatif dalam menyajikan konten beritanya, melakukan sinergi antara koran dan media *online*, aktif terlibat dalam komunitas situs jejaring sosial dan mengembangkan berbagai lini bisnis baru.”¹⁴

2.2. Kedudukan Surat Kabar

Apa itu koran atau surat kabar? Menurut The Australian Newspaper Plan,¹⁵ surat kabar merupakan publikasi serial yang berisi berita tentang peristiwa tertentu atau berita populer. Adapun Rubenstein dari York University memahami surat kabar sebagai publikasi yang ditujukan untuk khalayak luas yang terbit secara reguler, umumnya

¹³ Ganiyu Oluwaseyi Quadri dan Solomon Oluwatise Abomoge, “A Survey of Reading and Internet Use Habits among Undergraduate Students in Selected University Libraries in Nigeria,” *Information and Knowledge Management*. Vol. 3, No. 11, (2013), 44.

¹⁴ Barina Indah Puspaningrum. “Analisis perubahan media habit dalam mengonsumsi media di era teknologi informasi: studi kasus koran dan media *online*.” Tesis magister, Universitas Indonesia, 2010.

¹⁵ Program berkelanjutan yang dirancang untuk mengumpulkan dan melestarikan setiap surat kabar yang terbit di Australia. Program ini merupakan kerjasama inisiatif dari National and State Libraries Australasia.

setiap hari, dan berisi berita mengenai peristiwa terbaru.¹⁶ Biasanya surat kabar diterbitkan untuk membuat keuntungan. Sering kali informasi faktual dalam surat kabar disertai dengan iklan dan materi non-faktual yang dimaksudkan sebagai hiburan. Umumnya surat kabar dicetak pada kertas koran yang tidak disertai *cover*, dilipat dengan nama media terpampang jelas di halaman utama, dan berukuran lebih besar dari 297 mm x 420 mm. Tidak jarang pada edisi tertentu diselipkan majalah maupun koran sisipan berisi informasi atau ulasan tentang peristiwa tertentu, iklan, maupun brosur dalam surat kabar.

Dipandang dari kemanfaatan, membaca surat kabar setidaknya dapat memberikan pengetahuan umum kepada para pembacanya. Surat kabar menyajikan informasi tentang politik, ekonomi, hiburan, olahraga, bisnis, industri, dan perdagangan. Kebiasaan membaca surat kabar tidak hanya akan meningkatkan pengetahuan pembacanya tentang informasi umum tetapi juga akan meningkatkan kemampuan bahasa dan kosa kata. Menurut Chavez pada tahun 2015, berikut adalah beberapa manfaat yang bisa didapatkan dengan membaca surat kabar harian:¹⁷

- a) Koran menyajikan kabar dari dunia. Dengan membacanya, pembaca akan mengetahui informasi terbaru tentang kejadian saat ini yang tidak hanya terjadi di negara tempat pembaca tersebut tinggal, tetapi berita tentang negara-negara lain juga.
- b) Koran memberikan informasi dan pengetahuan umum. Membacanya setiap hari akan sangat berguna terutama bagi mahasiswa karena membantu memperluas cakupan pengetahuan pembaca yang merupakan bagian integral dari pendidikan. Koran dapat memberikan hal-hal yang menarik dan ide-ide

¹⁶ Rubenstein, Anne, "Newspapers," World History Sources, <https://chnm.gmu.edu/worldhistorysources/unpacking/newsmain.html> (Diakses pada tanggal 15 Maret 2016)

¹⁷ Mark Chavez, "What are the Benefits of Reading Newspapers?" *Knoji Consumer Knowledge*, 2015, <https://news-magazines.knoji.com/what-are-the-benefits-of-reading-newspapers/> (Diakses pada tanggal 16 Maret 2016).

yang dapat membantu mahasiswa dalam proses belajar mereka di perguruan tinggi. Tidak hanya berita itu sendiri yang bermanfaat bagi mahasiswa, tetapi juga dapat mengembangkan keterampilan bahasa mereka dan meningkatkan kosakata mereka.

- c) Membaca koran membuat pembacanya berpengetahuan luas. Walaupun ada televisi dan radio yang menyajikan informasi terkini, tetapi media tersebut tidak memberikan informasi serinci koran. Hal ini memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam setiap diskusi yang berkaitan dengan peristiwa di dunia saat ini. Dengan mengambil partisipasi aktif dalam diskusi kelompok, pembaca akan merasa bahwa mereka termasuk dalam masyarakat tercerahkan.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang antara lain ditandai dengan munculnya penerbitan digital, produksi surat kabar tercetak pun cenderung menurun. Sebaliknya, keberadaan koran digital semakin populer ditandai dengan beralihnya beberapa kalangan pembaca ke koran digital untuk mendapatkan informasi. Dilihat dari konten, informasi digital yang terdapat dalam jaringan memiliki isi yang cenderung sama dengan informasi yang terdapat dalam wujud tercetak maupun bentuk audionya.

2.3 Karakteristik Berita *New Media*

Dalam jurnalisme, dikenal setidaknya delapan nilai berita yang membedakan sebuah peristiwa/ kejadian atau pernyataan narasumber yang layak diberitakan dengan yang tidak layak diberitakan. Kedelapan nilai berita yang umum diterapkan dalam penulisan berita di media massa itu adalah kekinian, kedekatan, dampak, *magnitude*, terkenal, konflik, tidak biasa, dan tragedi. Thornburg berpendapat bahwa kedelapan nilai berita tersebut lazim digunakan para pekerja media konvensional maupun *online*. Namun, ada karakteristik media baru yang membedakannya dengan media konvensional.¹⁸

¹⁸ Thornburg, *Producing Online News: Digital Skills, Stronger Stories*. Washington DC: CQ Press, 2011, hal. 34-42.

Beberapa karakteristik berita media baru itu adalah:

1. *Timeless* (tidak terikat waktu)

Berita yang dipublikasikan di situs web dapat diterbitkan kapan saja dan bersifat *on demand delivery*. Hal ini berbeda dengan berita yang diterbitkan di surat kabar atau majalah, dimana berita yang tersaji merupakan liputan peristiwa sehari sebelumnya maupun tulisan mengenai beberapa insiden dalam waktu yang berbeda yang dirangkum dalam satu artikel. Berita yang diterbitkan dalam situs web dapat diperbarui setiap jam ataupun menit walaupun itu terjadi tengah malam, tergantung pada perkembangan peristiwa yang sedang terjadi karena situs web tidak pernah *off air*. Walaupun pembaca tidak berada di depan komputer, mereka tetap dapat mengetahui berita terbaru melalui notifikasi berita via *gadget* masing – masing.

Alasan lain yang membuat berita *online* menyalurkan informasi yang *up to date* ialah karena pembaca tidak hanya dapat membaca artikel yang terdapat pada situs web dan aplikasi – aplikasi lainnya, tetapi juga dapat menonton video yang disiarkan secara langsung (*live video*). Berdasarkan informasi yang diambil dari Pew Internet and American Project pada bulan Desember 2009, lebih dari 60 persen pengguna yang memakai Internet menonton video berita terkini secara *online*. Jika pengguna tidak dapat menonton video secara langsung, mereka tetap dapat mengetahui berita terkini dengan membaca *live text* berita. Hal ini dikarenakan lebih cepat untuk menulis berita secara ringkas sesuai dengan peristiwa yang sedang berlangsung dibandingkan dengan mengambil gambar dan menyunting video untuk dipublikasikan. Kebanyakan berita *online* membuat *single text headline* atau pun paragraf singkat.

2. *Impact* (dampak)

Berita-berita yang dipublikasikan dalam media *online* memiliki dampak yang berbeda dari yang terdapat di surat kabar tercetak. Pada media *online*, para pembaca berita dapat memilih berita seperti apa yang ingin dia baca tanpa harus

menelusur dan membaca informasi lain yang tidak menarik baginya. Hal ini dapat mereka lakukan dengan memberi *bookmark* pada situs-situs berita yang mempublikasikan informasi mengenai topik yang diminati atau mengunduh aplikasi berita tertentu. Misalnya jika dulu para pembaca mencari informasi mengenai jadwal tayang film di bioskop dari surat kabar tercetak, sekarang lebih memilih untuk mencari jadwal tayang film yang menunjukkan lokasi bioskop terdekat melalui *browser* maupun aplikasi telepon genggam. Pada peristiwa seperti perang atau bencana alam, jurnalis dapat berkontribusi pada upaya penyelamatan warga masyarakat di zona bahaya itu dengan memberi mereka informasi terkini melalui *live text* atau video yang disiarkan langsung sehingga mereka tahu ke mana harus pergi untuk menghindari bahaya pada waktu tertentu.

Situs web juga mendorong terjadinya interaktivitas dengan pengguna sehingga memungkinkan mereka untuk memberikan umpan balik seperti dengan memberikan komentar terhadap isu yang ditulis atau disiarkan dalam situs tersebut.

3. *Magnitude* (kekuatan)

Kepopuleran suatu berita muncul dengan berbagai cara. Berita mengenai gempa berkekuatan 8.2 skala Richter menyebabkan lebih banyak kerusakan dan membunuh lebih banyak orang dibanding gempa berukuran 2.8 skala Richter. Hal tersebut menyebabkan suatu berita menjadi lebih populer akibat dampak dari peristiwa yang dihasilkan lebih besar. Pada media *online*, kepopuleran suatu berita tidak hanya diukur dari seberapa besar dampak suatu peristiwa yang telah diliput. Peristiwa menjadi lebih penting ketika mereka berdampak lebih ke banyak orang. Berita mengenai gempa berukuran 7.0 skala Richter yang mengguncang Haiti pada 2010 silam lebih kecil dibandingkan dengan gempa yang mengguncang Meksiko dengan ukuran 7.2 skala Richter. Peristiwa tersebut terjadi dalam waktu yang berdekatan, namun berita mengenai peristiwa gempa Haiti lebih populer daripada gempa Meksiko. Hal

ini disebabkan karena gempa yang terjadi di Haiti membunuh lebih dari 200.000 orang sedangkan gempa di Meksiko hanya membunuh 2 orang.

Perlu juga dicatat bahwa ada tiga elemen yang membuat suatu berita pada media *online* berbeda dengan surat kabar tercetak. Ketiga elemen tersebut adalah foto dan video (elemen visual seperti foto dan video), audio (suara), dan teks.

2.4 Perilaku Pencarian Informasi

Informasi berperan penting dalam kehidupan sehari-hari dan kita secara terus-menerus ditantang guna mencari informasi yang dibutuhkan untuk menunjang pekerjaan, hiburan dan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan. Menurut Wilson pada tahun 1999 dalam penelitiannya berjudul *Models in Information Behaviour Research* memaparkan bahwa perilaku pencarian informasi merupakan "aktivitas ketika seseorang sedang mengidentifikasi kebutuhan informasi untuk diri mereka, mencari informasi tersebut dengan cara apapun, dan menggunakan atau mentransfer informasi tersebut."¹⁹ Ia menambahkan bahwa aktivitas mencari informasi mengakibatkan pengguna berinteraksi maupun menggunakan beberapa sumber informasi yang tersedia. Raza et al pada tahun 2010 berpendapat bahwa perilaku mencari informasi adalah kegiatan kompleks yang memerlukan akses ke beragam sumber informasi untuk kebutuhan pekerjaan, masalah pribadi dan informasi sosial.²⁰

Perilaku pencarian informasi berbeda antar kelompok pengguna. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain adalah latar belakang pengguna, seperti umur, jenis kelamin, etnisitas, pendidikan, dan pekerjaan. Model pencarian informasi yang diusung oleh Johnson pada tahun 1997 mengungkapkan bahwa terdapat empat faktor

¹⁹ T.D. Wilson, "Models in information behaviour research," *Journal of Documentation*, Vol. 55 No.3 (1999) [Diakses pada tanggal 3 Mei 2016 melalui <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1999JDoc.html>]

²⁰ M. Mazoom Raza et al, "Information Seeking Behaviour of Researchers in Central Drug Research Institute (CDRI) Lucknow," *Library Philosophy and Practice*, (2010)

yang mempengaruhi pengguna dalam melakukan pencarian informasi. Keempat faktor tersebut adalah latar belakang demografi, pengalaman langsung, ciri khas, dan kepercayaan.

Perilaku pencarian informasi yang berbeda ini dapat dilihat dari hasil penelitian Mahajan pada 2009, Nwobasi et al pada 2013, dan Padma et al pada 2013.

Penelitian Mahajan tentang perilaku pencarian informasi sivitas akademika Universitas Panjab dilakukan dengan menyebarkan 250 kuesioner yang terdiri dari 100 mahasiswa sarjana, 100 mahasiswa pascasarjana, dan 50 peneliti dari rumpun ilmu sosial dan humaniora. Hasil penelitiannya itu mendapati bahwa sebagian besar mahasiswa mencari informasi untuk mempersiapkan catatan bagi kepentingan ujian, sedangkan peneliti mencari informasi yang berkaitan dengan penelitian mereka. Mencari informasi untuk bahan diskusi dan pengetahuan umum lebih banyak dilakukan oleh peneliti dibanding responden lainnya.²¹

Penelitian serupa tentang kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi dilakukan oleh Padma et al pada tahun 2013 dengan judul *Information Needs and Information Seeking Behaviour of Post Graduate Students of School of Economics at Madurai Kamaraj University: A User Survey*. Hasil penelitian Padma et al ini menunjukkan bahwa 26 persen responden menggunakan Internet untuk mengakses situs web dan 24 persen responden lainnya memakai sumber informasi elektronis (*online e-resources*) untuk mendapatkan informasi. Temuan lainnya memperlihatkan 22 persen responden menggunakan Internet setiap hari di perpustakaan; 40 persen responden menggunakan *Google*, 22 persen menggunakan *Yahoo* dan *Alta vista*, serta 16 persen memakai mesin pencari lainnya.²²

Di Nigeria, hasil kajian Nwobasi et al yang difokuskan pada perilaku pencarian

²¹ Preeti Mahajan, "Information-Seeking Behaviour: A Study of Panjab Univeristy, India," *Library Philosophy and Practice* (2009), [Diakses pada tanggal 3 Mei 2016 melalui <http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/mahajan4.htm>]

²² Padma, et al, "Information Needs and Information Seeking Behaviour of Post Graduate Students of School of Economics at Madurai Kamaraj University: A User Survey," *International Journal of Educational Research and Technology*, Vol. 4 No. 2, (2013), 1.

informasi mahasiswa Federal University of Technology (FUTO) dan Imo State University (IMSU) memperlihatkan para mahasiswa FUTO mencari informasi yang berhubungan dengan kebutuhan akademik dan penelitian mereka. Sementara kalangan mahasiswa IMSU melakukan pencarian informasi yang tidak terbatas pada sumber informasi akademik dan penelitian saja tetapi juga informasi seputar bisnis dan informasi yang berkaitan dengan lowongan pekerjaan. Alasan utama mahasiswa FUTO dalam mencari informasi umumnya adalah untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kompetensi pribadi, sedangkan alasan utama pencarian informasi bagi mahasiswa IMSU umumnya dimaksudkan untuk menambah pengetahuan guna menunjang tugas dan penelitian. Adapun jenis sumber daya informasi yang diakses oleh mayoritas mahasiswa di FUTO adalah buku teks, sedangkan di IMSU adalah buku teks, jurnal berkala, buku referensi dan laporan penelitian.²³

2.5 Perilaku Pencarian Informasi Online

Kemajuan dalam teknologi informasi telah memudahkan para pencari informasi saat ini berkat tersedianya berbagai sumber daya informasi yang dapat diakses dalam berbagai format. Format tersebut diantaranya adalah CD-ROM, *database*, Katalog Online Perpustakaan/ *Online Public Access Catalogue* (OPAC), dan Internet. Dalam beberapa kasus, sumber elektronik ini menggantikan sumber informasi berbasis cetak sebagai media utama untuk penyimpanan informasi. Meningkatnya jumlah informasi yang tersedia di Web telah mempengaruhi perilaku pencarian informasi individu berkat tersedianya berbagai macam informasi dalam beragam format yang dapat diakses pada satu tempat.

Esew et al dalam penelitiannya yang berjudul *An Overview of Users Information Seeking Behaviour on Online Resources* yang dipublikasi pada *IOSR Journal of Humanities and Social Science* Vol. 29 pada tahun 2014 memaparkan bahwa perilaku pencarian informasi *online* merupakan proses aktif untuk memperoleh

²³ R. N. Nwobasi, et al, "Information Needs and Seeking Behaviour of Students in Two Universities in IMO State, Nigeria," *Library Philosophy and Practice*, (2013), [Diakses pada tanggal 3 Mei 2016 melalui <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/966/>]

data dari Internet. Definisi ini muncul dari persepsi bahwa setiap aktivitas individu melalui Internet merupakan bagian dari pencarian informasi.²⁴

Penelitian mengenai perilaku pencarian informasi *online* dapat dilihat dari hasil penelitian Kadli dan Kumbar pada tahun 2011 berjudul *Faculty Information Seeking Behaviour in the Changing ICT Environment: A Study of Commerce College in Mumbai*.²⁵ Penelitian yang mereka lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sivitas akademika Fakultas Informasi Sekolah Tinggi Bisnis di Mumbai itu menunjukkan bahwa mayoritas responden melakukan pencarian informasi untuk mempersiapkan materi pelajaran. Waktu yang dihabiskan untuk menelusur informasi di Internet seperti mencari jurnal elektronik, mencari informasi melalui situs Web, dan mengecek surat elektronik (*email*) lebih banyak dibandingkan mencari informasi melalui sumber tercetak. Hal ini menunjukkan tren penggunaan sumber informasi elektronik lebih banyak daripada yang tercetak. Permasalahan yang kerap dihadapi dalam melakukan pencarian informasi di Internet adalah banjir informasi di Internet dengan sebaran sumber yang sangat beragam.

Bab berikutnya membahas tentang metodologi penelitian dan penerapannya dalam proses pelaksanaan penelitian.

²⁴ Esew, et al, "An Overview of Users Information Seeking Behaviour on Online Resources," *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 19 No. 1, (2014), 1, [Diakses pada tanggal 20 Mei 2016 melalui <http://iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol19-issue1/Version-9/B019190917.pdf?id=8798>]

²⁵ Jayadev Kadli dan B.D. Kumbar, "Faculty Information Seeking Behaviour in the Changing ICT Environment: A Study of Commerce College in Mumbai," *Library Philosophy and Practice*, (2011), 11 [Diakses pada tanggal 20 Mei 2016 melalui <https://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/kadli-kumbar.pdf>]

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pembahasan tentang Bab ini dimulai dengan penegasan tentang tujuan penelitian sebelum menjelaskan berbagai hal yang terkait dengan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji perihal kecenderungan mahasiswa FISIP UI Angkatan 2014 dalam mengkonsumsi informasi pada surat kabar dan media *online* di era teknologi informasi. Hal lain yang ingin diketahui adalah apakah perkembangan teknologi yang pesat itu mempengaruhi pengguna dalam kecenderungan membaca tersebut. Berdasarkan tujuan itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan metode studi kasus guna menjawab pertanyaan penelitian, yaitu: bagaimana kecenderungan pembaca surat kabar oleh mahasiswa FISIP UI angkatan 2014 di era teknologi informasi?

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini merupakan gambaran tentang karakteristik yang dapat menjelaskan suatu kejadian. Karakteristik yang dilihat dari penelitian ini adalah sikap kelompok mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Angkatan 2014. Pada Bab Metodologi Penelitian ini dijelaskan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, desain kuesioner, responden penelitian, serta pengolahan dan analisis data.

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam pandangan Muijs, pendekatan penelitian kuantitatif menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis dengan menggunakan metode berbasis

matematis (dalam statistik tertentu).²⁶ Penelitian kuantitatif ini pada awalnya dikembangkan dalam ilmu-ilmu alam untuk mempelajari fenomena alam. Penelitian ini mencerminkan filosofi bahwa segala sesuatu dapat dijelaskan berdasarkan beberapa jenis sistem numerik.²⁷ Adapun tujuan studi penelitian kuantitatif adalah untuk menentukan hubungan antara satu variabel independen dan variabel dependen lain dalam suatu populasi.

3.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan penelitian deskriptif untuk melakukan eksplorasi dan klarifikasi mengenai kecenderungan pembaca surat kabar di era teknologi informasi. Dengan demikian, gambaran dan uraian tentang topik penelitian yang berpusat pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Angkatan 2014 ini tersampaikan.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Prastowo (2011) menyatakan bahwa:

*“studi kasus adalah metode penelitian yang dilakukan secara intensif dan mendetail terhadap suatu kasus, yang bisa berupa peristiwa, lingkungan, dan situasi tertentu yang memungkinkan untuk mengungkapkan atau memahami suatu hal.”*²⁸

²⁶ Daniel Muijs, *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. 2nd ed, (London: SAGE Publications Ltd., 2011), hal. 1.

²⁷ “Quantitative Research,” *University of Southampton e-Research Methods*, http://www.erm.ecs.soton.ac.uk/theme4/quantitative_research.html (Diakses pada tanggal 1 April 2016).

²⁸ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis & Praksis* (Yogyakarta: Arruz Media, 2011), hal. 129.

Penelitian ini mengambil studi kasus pada mahasiswa Universitas Indonesia, khususnya mahasiswa angkatan 2014 yang sedang menjalani perkuliahan program sarjana (Strata I) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah kuesioner. Dalam penelitian ini, bentuk kuesioner atau angket yang digunakan sebagai alat pengumpulan data adalah angket langsung tertutup²⁹ untuk melihat karakteristik jawaban responden.

3.5 Desain Kuesioner

Judul penelitian ini adalah *Kecenderungan Pembaca Surat Kabar di Era Teknologi Informasi: Studi Kasus Mahasiswa FISIP Universitas Indonesia Angkatan 2014*. Sebelumnya, Barina Indah Puspaningrum pada 2010 telah melakukan penelitian mengenai topik ini dengan judul *Analisis Perubahan Media Habit dalam Mengkonsumsi Media di Era Teknologi Informasi: Studi Kasus Koran dan Media Online*. Penelitian Puspaningrum tersebut dijadikan acuan oleh penulis dalam merumuskan kuesioner.

3.5.1 Kerangka Kuesioner

a) Profil responden

Merupakan pertanyaan yang bertujuan untuk melihat karakteristik dari responden yang berisi pertanyaan mengenai: nama, jenis kelamin, media yang sering digunakan untuk mendapatkan informasi, dan kategori *gadget* yang digunakan untuk mengakses internet.

b) Pertanyaan utama

²⁹ Angket langsung tertutup adalah angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.

Merupakan pertanyaan yang berisi hal-hal yang terkait dengan rutinitas mahasiswa dalam mendapatkan informasi melalui surat kabar dan media *online*.

3.5.2 Format Pertanyaan

a) *Closed ended question*

Pertanyaan yang tidak perlu dipertimbangkan apakah harus dijawab dengan jawaban yang panjang lebar atau yang singkat. Responden hanya perlu memilih jawaban dari pilihan jawaban yang tersedia di setiap soal.

b) *Scaled response question*

Pertanyaan yang memiliki daftar jawaban yang telah ditetapkan dengan pilihan dari rentang nilai dengan tujuan mengukur intensitas yang responden rasakan tentang sesuatu. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert, yaitu skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert berdasarkan distribusi respon subjek terhadap seperangkat pertanyaan. Pada kuesioner ini penulis menggunakan skala likert dengan empat tingkatan dan lima tingkatan yaitu:

Skala 1: Sangat tidak setuju

Skala 2: Tidak setuju

Skala 3: Setuju

Skala 4: Sangat setuju

Skala 1: Sangat buruk

Skala 2: Buruk

Skala 3: Cukup

Skala 4: Bagus

Skala 5: Sangat bagus

3.6 Populasi dan Sampel Penelitian

Untuk mengambil sampel penelitian dengan metodologi survei perlu ditetapkan

populasi dari penelitian ini. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia angkatan 2014. Untuk penelitian ini, responden tersebut dipilih dengan menentukan sampel sebesar 10% dari total jumlah mahasiswa, yaitu 760 orang. Adapun cara menghitung sampel yang diperlukan adalah sebagai berikut:

$$760 \times 10\% = 76$$

Dengan demikian, minimum responden yang menjadi sampel untuk penelitian ini adalah sebanyak 76 mahasiswa. Namun pada penelitian ini penulis mengambil sebanyak 105 responden.

3.6.1 Teknik Pengambilan Sampel

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling*³⁰ dalam pengambilan sampel penelitian. Pada penelitian ini, penulis menetapkan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia angkatan 2014 sebagai sampel penelitiannya.

3.7 Metode Penyebaran Kuesioner

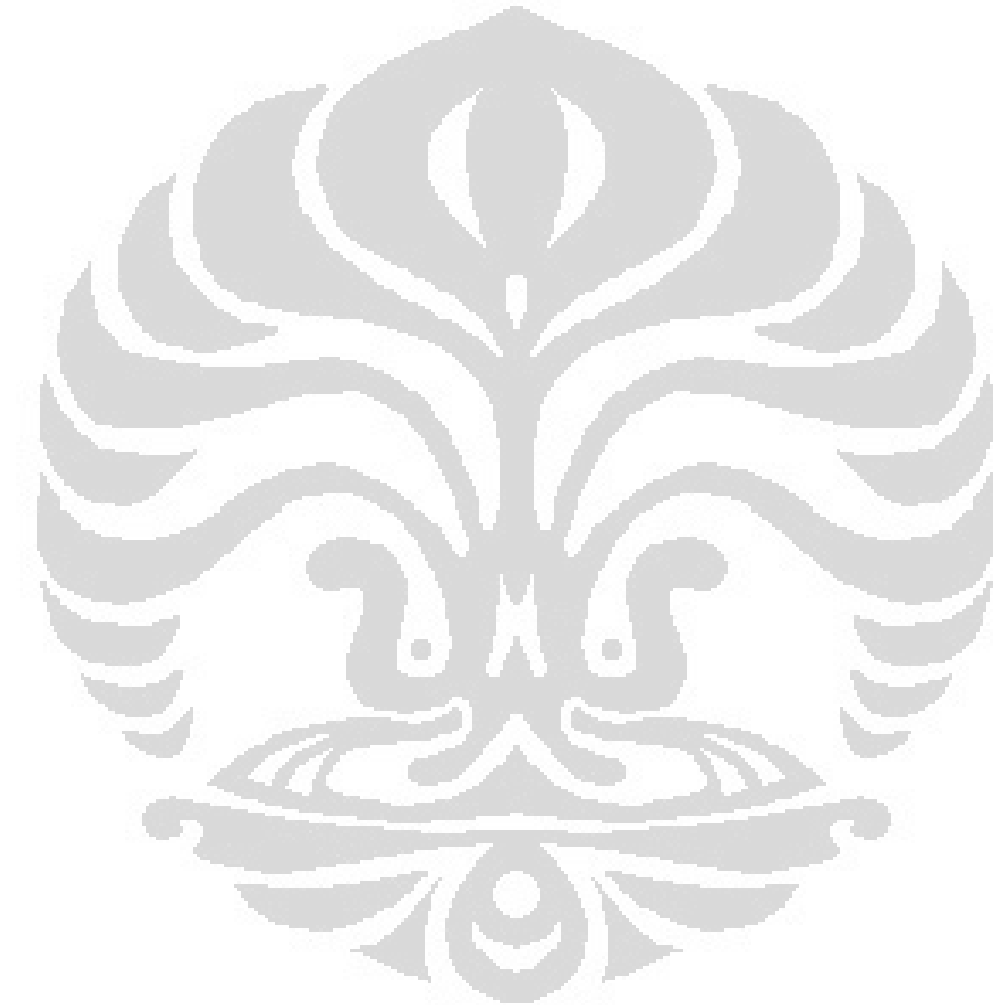
Penulis menyebarkan kuesioner tercetak secara *accidental*. Pada penelitian ini, penulis menyebarkan dua macam kuesioner, yaitu kuesioner tercetak dan kuesioner *online*. Kuesioner tercetak dibagikan kepada mahasiswa FISIP UI angkatan 2014 yang penulis temui di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Adapun kuesioner *online* dibuat dengan menggunakan *Google Form* dan disebarluaskan melalui media sosial (twitter, LINE, WhatsApp, dan Facebook).

3.8 Pengolahan dan Analisis Data

Setelah melakukan proses *coding* dan *entry data* dari kuesioner, pengolahan data kemudian dilakukan dengan menggunakan instrumen statistik, yaitu Microsoft Excel

³⁰ Sampel ditetapkan secara sengaja oleh peneliti dan didasarkan atas kriteria atau pertimbangan tertentu

2013 dan *Statistical Package for the Social Sciences* 16.0 (SPSS 16.0). Lalu, hasil *output* pengolahan data tersebut dianalisis berdasarkan statistik deskriptif³¹ dan statistik inferensial.³² Untuk analisis data pada beberapa pertanyaan tertentu, dilakukan uji Mann-Whitney.³³ Pada pengolahan data ini penulis ingin menguji alasan responden membaca koran dan media *online* berdasarkan prioritas serta penilaian responden terhadap koran dan media *online*.



³¹ Metode statistik yang menyajikan data dalam tabel, grafik, ukuran pemusatan data, dan penyebaran data yang bertujuan untuk memaparkan data.

³² Metode statistik yang menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, penyebaran data, serta penarikan kesimpulan di dalamnya.

³³ Pengujian untuk mengetahui apakah ada perbedaan nyata antara rata-rata dua populasi yang distribusinya sama, melalui dua sampel yang independen yang diambil dari kedua populasi.

BAB IV

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil data dari total 105 responden. Dari 27 kuesioner tercetak yang dibagikan kepada responden, hanya 20 responden yang mengembalikan kuesioner dengan jawaban lengkap. Sebanyak 2 kuesioner tidak kembali dan sebanyak 5 kuesioner tidak bisa dipakai karena calon responden tidak mengisi jawaban dengan baik dan benar, bahkan beberapa pertanyaan tidak diisi. Selain mengambil data dengan kuesioner tercetak, penulis juga mengambil data melalui kuesioner *online* via *Google Form*. Adapun jumlah responden yang menjawab pertanyaan dengan baik sebanyak 85 orang.

Dari pengolahan data ini diperoleh gambaran umum latar belakang responden dan tendensi jawaban dari masing-masing variabel. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan *pie chart*, *column chart*, dan *bar chart*. Berdasarkan analisis deskriptif tersebut, terlihat jelas gambaran profil responden, rutinitas membaca koran, dan rutinitas mengakses media *online*.

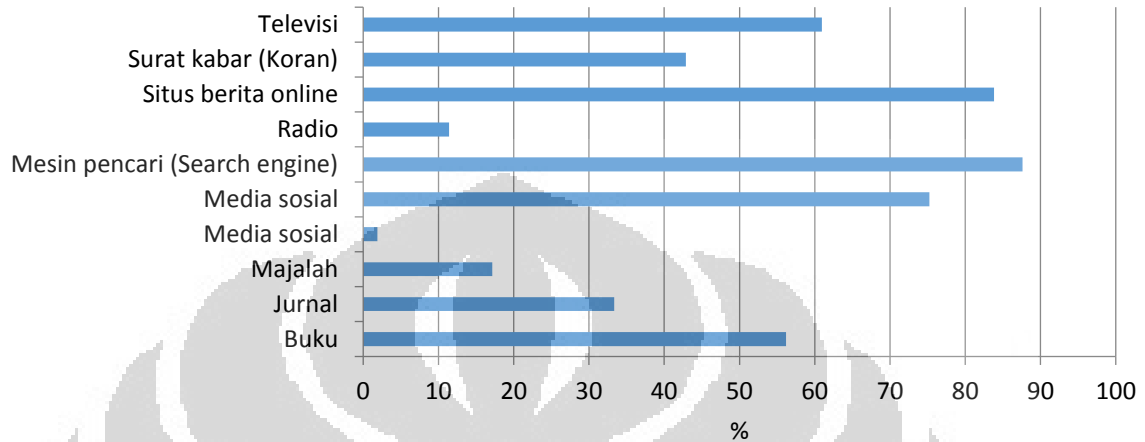
Analisis kuantitatif melalui uji Mann-Whitney digunakan untuk mengetahui prioritas responden dalam membaca koran dan media *online* serta penilaian mereka terhadap koran dan media *online*.

4.1 Profil Responden

4.1.1 Media yang Sering Digunakan dalam Mendapatkan Informasi

Media yang sering digunakan para responden untuk mendapatkan informasi adalah mesin pencari (88%), diikuti oleh situs berita *online* (84%), media sosial (75%), televisi (61%), buku (56%), surat kabar (43%), jurnal (33%), dan radio (11%). Berdasarkan data tersebut, sebagaimana tampak dalam grafik Tabel 1, media yang paling banyak

diakses responden adalah mesin pencari; diikuti dengan situs-situs berita *online* sebagai kedua terbanyak yang merupakan media *online*.



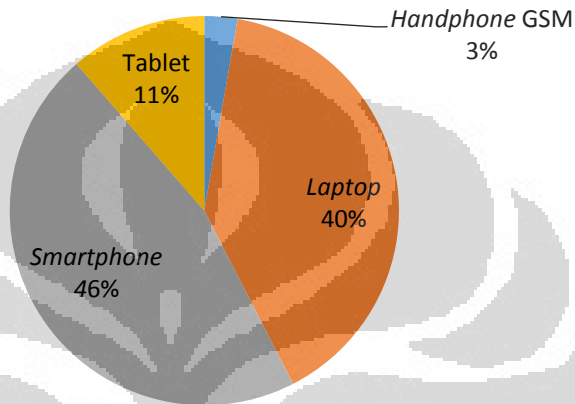
Tabel 1. Media yang sering digunakan dalam mendapatkan informasi

Kecenderungan ini masih sama dengan hasil penelitian Puspaningrum pada tahun 2010 mengenai *Analisis Perubahan Media Habit dalam Mengkonsumsi Media di Era Teknologi Informasi: Studi Kasus Koran dan Media Online*, dimana mayoritas responden memilih untuk mengakses media *online* untuk mendapatkan informasi. Hal ini juga menunjukkan bahwa waktu yang terpaut enam tahun antara penelitian Puspaningrum dan penulis cenderung tidak merubah *habit* mengakses media *online*. Ini menunjukkan bahwa media *online* semakin *established* sebagai sarana untuk mendapatkan informasi di era teknologi informasi yang kian berkembang sekarang ini.

4.1.2 Kategori *Gadget* yang Dimiliki untuk Mengakses Internet

Sebagaimana tampak pada grafik Tabel 2, kategori *gadget* yang dimiliki oleh responden didominasi oleh *smartphone* (46%), lalu diikuti *laptop* (40%), *tablet* (11%), dan *handphone* GSM (3%). Dari hasil ini bisa dilihat bahwa *gadget* seperti *smartphone* maupun *laptop* adalah sarana yang semakin mendukung mayoritas responden untuk dapat mengakses Internet dimana saja dan kapan saja. Temuan ini mengkonfirmasi

realitas Indonesia sebagai negara dengan kepemilikan telepon selular yang mencapai 84 persen dari total penduduk.³⁴ *Smartphone* yang merupakan telepon seluler menjadi kategori *gadget* yang paling banyak dimiliki responden mengingat Indonesia merupakan pasar *smartphone* terbesar di Asia Tenggara. Ada 14,9 juta *smartphone* terjual di paruh pertama 2015.³⁵



Tabel 2. Kategori *gadget* yang dimiliki untuk mengakses Internet

Penggunanya pun terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, khususnya pengguna Android. Head of VAS, Applications and Device Management Group Telkomsel, Gideon Edi Purnomo, mengatakan bahwa pada akhir 2011, jumlah pengguna Android baru mencapai sekitar 170 ribu. Pada 2012, jumlahnya meningkat menjadi 2,5 juta atau mengalami kenaikan hingga 15 kali lipat.³⁶ Pertumbuhan pengguna Android diperkirakan masih akan mengalami kenaikan tinggi. Ada sejumlah

³⁴ “Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet,” Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

³⁵ Siti Sarifah Alia, “Indonesia Pasar Smartphone Terbesar di Asia Tenggara,” *Viva News*, modifikasi terakhir 3 September 2015, <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/669512-indonesia-pasar-smartphone-terbesar-di-asia-tenggara> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016).

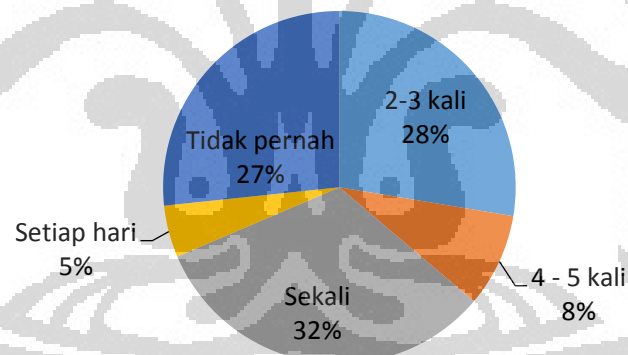
³⁶ Taufik Rachman, “Pengguna Android Tumbuh 1500 Persen,” *Republika* [Online], modifikasi terakhir 21 Juni 2012, <http://www.republika.co.id/berita/trendtek/gadget/12/06/21/m5ytj8-pengguna-android-tumbuh-1500-persen> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

faktor yang menopang meroketnya jumlah para pengguna Android di Indonesia. Misalnya banyaknya *device* Android dengan harga terjangkau.

4.2 Rutinitas dalam Membaca Koran

4.2.1 Frekuensi Membaca Koran dalam Satu Minggu

Mayoritas frekuensi membaca koran responden dalam satu minggu adalah sebanyak sekali seminggu (32%), diikuti dengan membaca sebanyak 2 – 3 kali seminggu (28%), tidak pernah membaca koran (27%), membaca koran sebanyak 4 – 5 kali (8%), dan membaca koran setiap hari (5%). Bila dianalisa dari grafik berikut, hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa FISIP UI angkatan 2014 tidak banyak meluangkan waktunya untuk membaca koran.

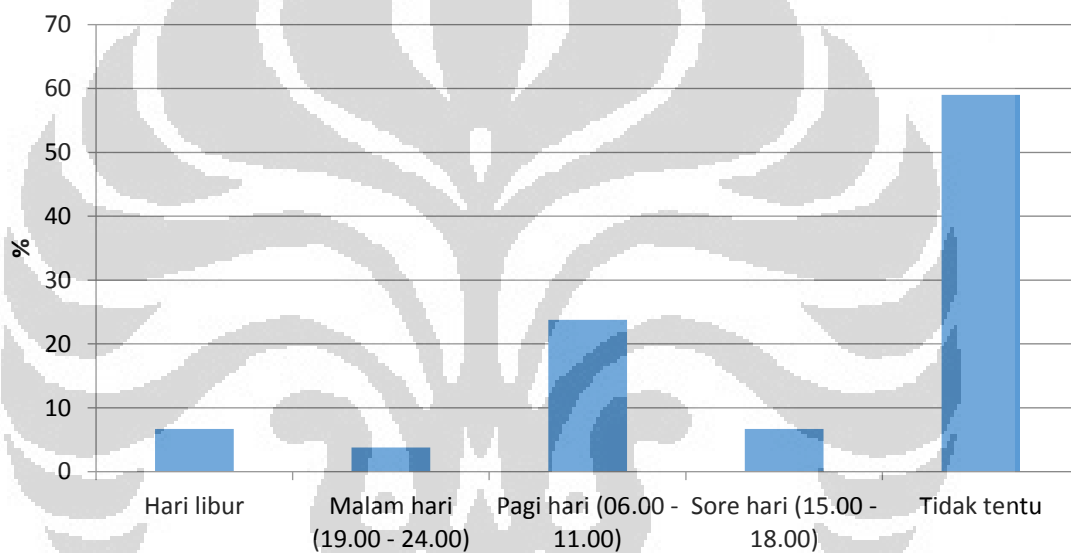


Tabel 3. Frekuensi membaca koran dalam satu minggu

4.2.2 Waktu Membaca Koran

Waktu yang digunakan untuk membaca koran oleh responden didominasi oleh pilihan jawaban tidak tentu (59%), diikuti dengan waktu pagi hari (23,8%), lalu pada waktu sore hari dan hari libur memiliki persentase yang sama (6,7%), dan yang terakhir adalah malam hari (3,8%).

Waktu membaca koran menjadi tidak tentu karena tidak ada urgensi untuk mencari informasi melalui koran ketika mayoritas mahasiswa memiliki *gadget* yang dapat menelusur informasi dengan cepat di mana saja dan kapan saja. Selain itu, jika hasil ini dihubungkan dengan grafik pada Tabel 7 mengenai dana yang dialokasikan untuk membeli koran dalam sebulan, maka penulis menemukan bahwa mayoritas mahasiswa belum pernah membeli koran, dan hanya 39% yang mengalokasikan dana kurang dari Rp10.000,00 dalam sebulan. Dengan demikian, bisa dimengerti alasan mengapa waktu membaca koran mayoritas responden itu tidak tentu.

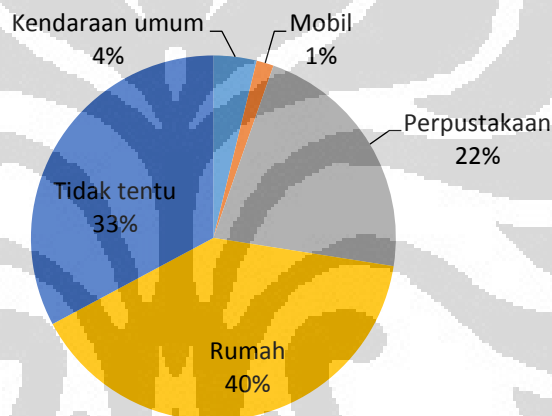


Tabel 4. Waktu membaca koran

Keberadaan koran tersebut, yang mayoritas diakses secara cuma-cuma, pun berkontribusi pada waktu untuk membaca responden yang tidak tentu ini. Bentuk fisik koran yang jauh lebih besar juga mempengaruhi kepraktisan dalam mengakses media tersebut dibandingkan dengan *gadget* yang lebih simpel dan mudah diakses.

4.2.3 Tempat Membaca Koran

Mayoritas responden memilih rumah sebagai tempat untuk membaca koran (40%), diikuti dengan pilihan tempat tidak tentu (33%). Rumah merupakan tempat yang nyaman dan tempat mengawali serta mengakhiri aktivitas keseharian. Selain itu bagi mereka yang melanggan koran, media tersebut umumnya dikirim pada pagi hari sehingga memudahkan mereka membaca koran di rumah sebelum melakukan aktivitas rutin. Walaupun begitu, masih banyak juga responden yang tidak memiliki tempat khusus untuk membaca koran karena frekuensi membaca koran juga umumnya hanya sekali dalam seminggu dengan waktu yang tidak tentu.

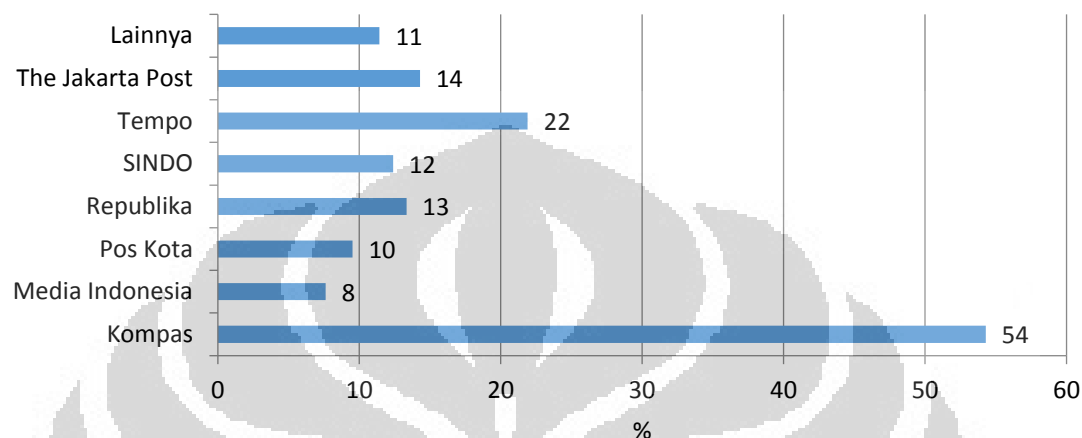


Tabel 5. Tempat membaca koran

4.2.4 Koran yang Paling Sering Dibaca

Mayoritas mahasiswa paling sering membaca koran Kompas (54%); diikuti Tempo (22%), The Jakarta Post (14%), Republika (13%), SINDO (12%), koran – koran lainnya (11%), Pos Kota (10%), dan Media Indonesia (8%). Mayoritas mahasiswa masih memilih Kompas, koran paling populer dan berpengaruh di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Soegeng Sarjadi School of Government (SSSG) pada tahun 2013, harian Kompas merupakan media cetak terpopuler berdasarkan hasil

survei di urutan pertama dengan nilai 44,4 %.³⁷ Tidak hanya itu, Kompas juga menawarkan harga khusus untuk mahasiswa sehingga fasilitas ini sepertinya cukup membantu mahasiswa berlangganan media tersebut dengan harga yang terjangkau.



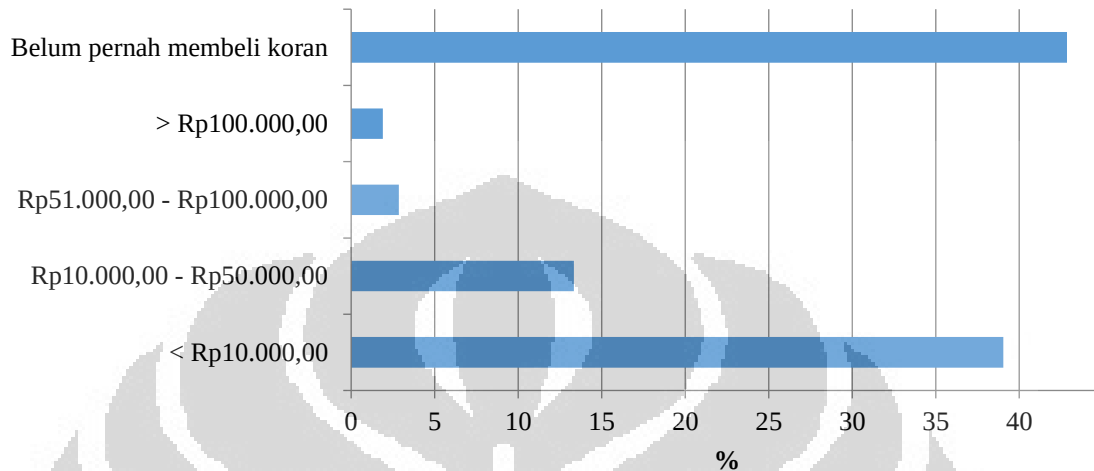
Tabel 6. Koran yang paling sering dibaca

4.2.5 Dana yang Dialokasikan untuk Membeli Koran dalam Sebulan

Mayoritas responden belum pernah membeli koran (43%); diikuti dengan mengalokasikan dana kurang dari Rp10.000,00 (39%). Bila dianalisa dari hasil tersebut, mayoritas responden belum pernah membeli koran. Adapun 39% responden hanya mengalokasikan dana sebesar Rp10.000,00. Hadirnya *gadget* mempermudah mahasiswa untuk mengakses media *online* jika ingin membaca berita terkini terkait suatu peristiwa. Hal ini juga dapat dilihat dari fenomena yang melanda para remaja di Riau. Berdasarkan hasil penelitian DR Nurdin Halim MA, dosen Fakultas Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim pada enam kabupaten/ kota di Riau tahun 2014, remaja di sana mulai meninggalkan media radio dan koran dan beralih ke media *online* dan sosial media (sosmed). Remaja di Riau mendapatkan informasi

³⁷ “Detik.com, Harian Kompas dan Majalah Tempo Media Terpopuler 2013,” *Detik News*, modifikasi terakhir 24 Juli 2013, <http://news.detik.com/berita/2313535/detikcom-harian-kompas-dan-majalah-tempo-media-terpopuler-2013-> (Diakses pada tanggal 28 April 2016).

dari media *online* dan sosmed. Sementara surat kabar cetak tidak baca. Kalau pun membaca surat kabar atau majalah itu juga dari *online*.³⁸



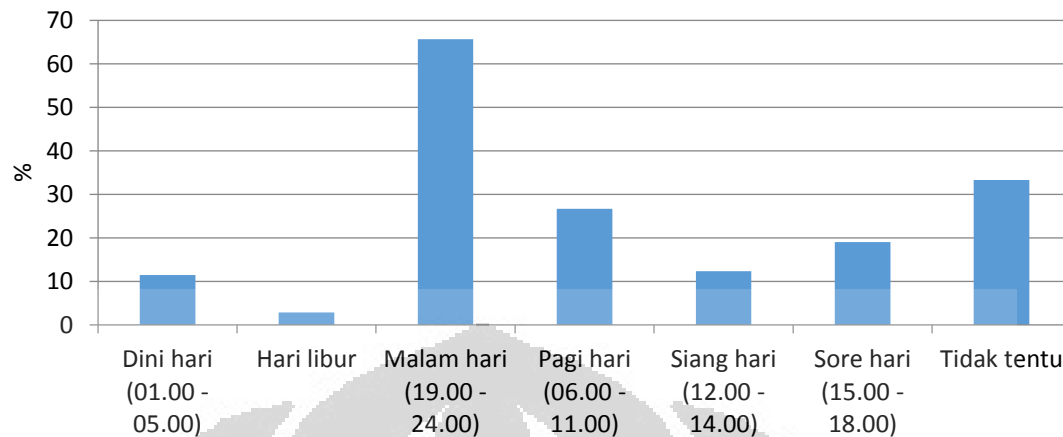
Tabel 7. Dana yang dialokasikan untuk membeli koran dalam sebulan

4.3 Rutinitas Menggunakan Internet dan Mengakses Media *Online*

4.3.1 Waktu Mengakses Media *Online* Berdasarkan Prioritas

Mayoritas responden mengakses media *online* pada malam hari (66%), diikuti dengan waktu tidak tentu (33%). Hal ini dapat dipahami mengingat mayoritas aktifitas perkuliahan mahasiswa umumnya selesai pada sore hari sehingga malam hari digunakan untuk mengakses media *online* untuk mencari hiburan maupun mendapatkan informasi guna menunjang tugas – tugas perkuliahan.

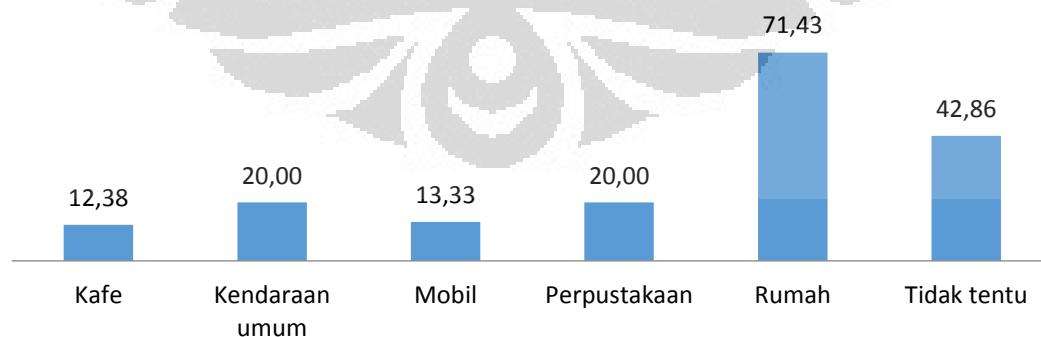
³⁸ Riki, “Kemajuan Zaman, Koran Mulai Ditinggalkan, Remaja Beralih ke Online,” *Data Riau*, modifikasi terakhir 30 Agustus 2014, <http://datariau.com/read-2-140-2014-08-30-kemajuan-zaman-koran-mulai-ditinggalkan-remaja-beralih-ke-online.html> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016).



Tabel 8. Waktu mengakses media *online* berdasarkan prioritas

4.3.2 Tempat Paling Sering Mengakses Media *Online*

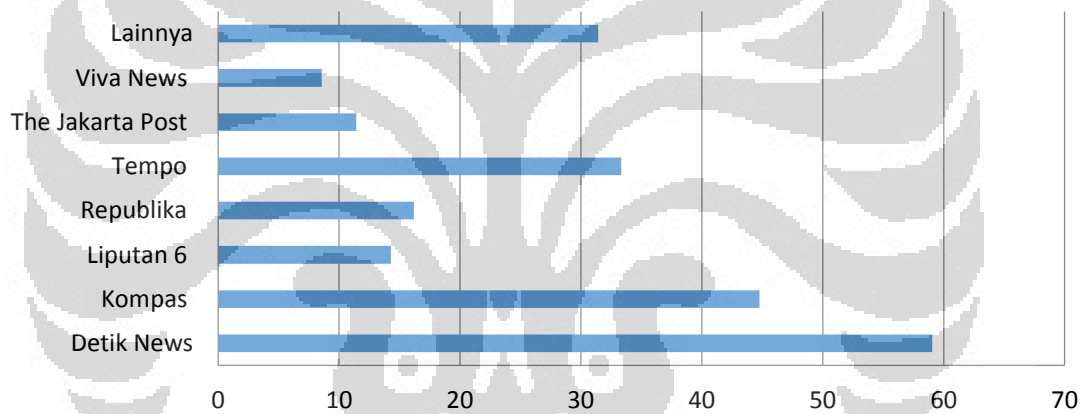
Mayoritas mahasiswa mengakses media *online* di rumah (71,43%), diikuti dengan tempat tidak tentu (42,86%). Rumah menduduki posisi teratas sebagai tempat mengakses media *online*. Realitas ini dapat dipahami mengingat rumah adalah tempat yang umumnya tenang dan nyaman. Selain itu, pelayanan jaringan Internet yang semakin luas dengan koneksi yang relatif cepat dan bagus, khususnya di kota-kota besar di Indonesia, juga mendorong banyak rumah tangga memiliki fasilitas Internet. Rumah juga merupakan tempat untuk beristirahat dan mengerjakan tugas sehingga pengaksesan media *online* yang cukup tinggi di lokasi ini sangat dimengerti. Adapun 42,86% responden mengakses media *online* di tempat – tempat yang tidak tentu.



Tabel 9. Tempat paling sering mengakses media *online*

4.3.3 Situs Berita *Online* yang Sering Dikunjungi

Adapun situs berita *online* yang paling banyak diakses oleh responden adalah Detik News (59%), disusul Kompas (45%), Tempo (33%), dan situs berita *online* lainnya (31%). Ketiga situs berita *online* tersebut cukup populer di masyarakat. Terlihat ada perbedaan media yang diakses antara situs *online* dengan media cetak. Jika media cetak yang paling banyak diakses mahasiswa adalah koran Kompas (54%), maka untuk media *online* yang menempati posisi teratas paling sering diakses adalah Detik News, media *online* yang kini dimiliki oleh pengusaha besar, Chairul Tanjung. Sementara, Kompas.com yang berasal dari kelompok bisnis milik Jakob Oetama yang juga dikenal sebagai pendiri harian Kompas hanya menempati urutan kedua.



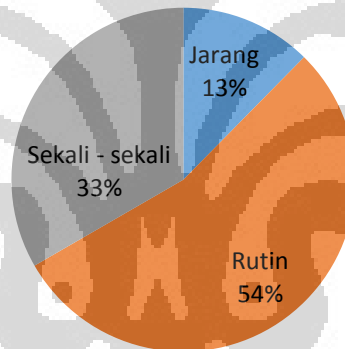
Tabel 10. Situs berita *online* yang sering dikunjungi

Hasil ini juga selaras dengan hasil telesurvei untuk kategori media terpopuler 2013 yang dilakukan oleh Soegeng Sarjadi School of Government (SSSG). Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 3 -- 22 Juni 2013 dengan mewawancarai responden sebanyak 2.450 orang, jumlah responden yang memilih Detik.com mencapai 20,8%, disusul Kompas.com di urutan kedua (17,7%), dan Tempo.co (5,1%). Hal ini membuat

media *online* Detik.com, Kompas dan Tempo masuk kategori media terpopuler pada tahun tersebut.³⁹

Situs – situs berita *online* lainnya yang sering dikunjungi oleh mahasiswa FISIP UI angkatan 2014 adalah Al Jazeera, CNN News, Russia Today, BBC News, Daily Telegraph, The Telegraph, The Guardian, ABC News, Wall Street Journal, The Economist, Bloomberg, dan Channel News Asia. Situs – situs berita tersebut merupakan media yang membantu mereka untuk mengetahui peristiwa yang terjadi di luar negeri.

4.3.4 Rutinitas Mengunjungi Situs Berita *Online* pada April 2016



Tabel 11. Rutinitas mengunjungi situs berita *online* pada April 2016

Dari grafik di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 54% responden mahasiswa rutin mengunjungi situs berita *online* dalam satu bulan terakhir. Ini tentu sangat beralasan mengingat mayoritas mahasiswa memiliki *gadget* yang bersifat *mobile* (46% memiliki *smartphone*, 40% memiliki *laptop*, 11% memiliki *tablet*) serta dapat terkoneksi dengan Internet dimana saja dan kapan saja. Hal itu dapat membantu mereka dalam berdiskusi

³⁹ “Detik.com, Harian Kompas dan Majalah Tempo Media Terpopuler 2013,” *Detik News*, modifikasi terakhir 24 Juli 2013, <http://news.detik.com/berita/2313535/detikcom-harian-kompas-dan-majalah-tempo-media-terpopuler-2013-> (Diakses pada tanggal 28 April 2016).

maupun mengerjakan tugas – tugas kuliah tanpa harus terikat tempat dan waktu tertentu.

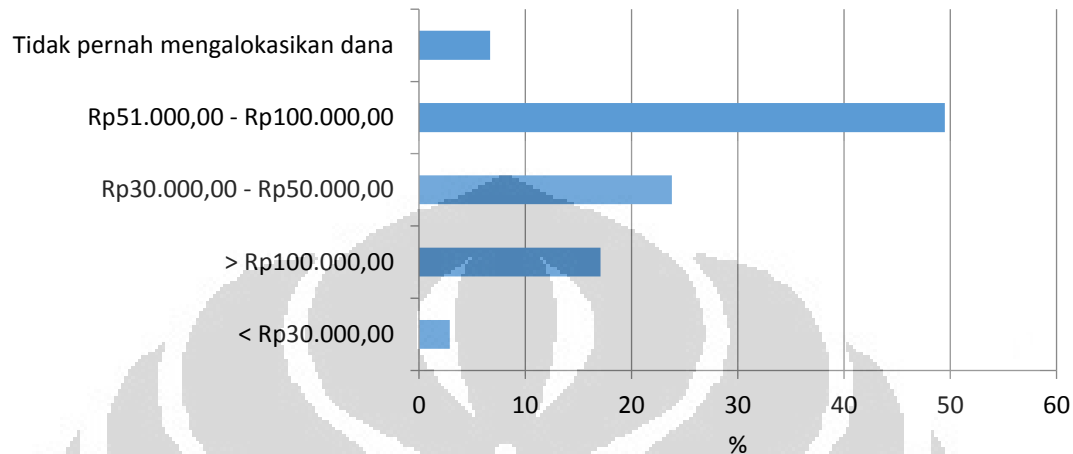
Perkembangan TIK itu sendiri tidak hanya dialami Indonesia tetapi juga banyak negara lain di dunia. Malaysia, misalnya, juga mengalami tren yang sama, dan hasil penelitian Nor Shahriza Abdul Karim dan Amelia Hasan (2006) tentang bagaimana kebiasaan membaca dan perilaku membaca mahasiswa Universitas Islam Internasional Malaysia (IIUM) di era digital menunjukkan bahwa situs (*web sites*), termasuk situs berita *online* telah dipandang sebagai satu sumber bacaan yang semakin penting. Penelitian yang menggunakan pendekatan survei dalam pengumpulan datanya dan melibatkan 400 mahasiswa dari Fakultas Informasi dan Teknologi Komunikasi (KICT) dan Sains Kemanusiaan dan Pengetahuan Islam (KIRKH) IIUM ini juga mendapati bahwa “para mahasiswa menghabiskan waktu yang sangat signifikan untuk membaca koran, buku akademik, dan situs.”⁴⁰

4.3.5 Alokasi dana untuk pulsa Internet *smartphone* dalam sebulan

Mayoritas responden mengalokasikan dana sebesar Rp51.000,00 – Rp100.000,00 (49,5%) untuk pulsa Internet *game* dalam sebulan, diikuti dengan Rp30.000,00 – Rp50.000,00 (23,8%), lalu lebih dari Rp100.000,00 (17,1 %), tidak pernah mengalokasikan dana (6,7%), dan yang terakhir kurang dari Rp30.000,00 (2,9%). Hal ini sangat berbeda dengan dana yang responden alokasikan untuk membeli koran dimana mayoritas responden (43%) justru tidak pernah mengalokasikan dana untuk membeli koran. Artinya, dana yang dialokasikan untuk membeli pulsa lebih besar dibandingkan dana untuk membeli koran terlebih lagi provider telepon umumnya menyediakan layanan Internet yang sudah inklusif dengan paket lain seperti menelepon dan short message service (sms) dengan harga paket yang lebih murah. Karenanya, membeli pulsa Internet tidak hanya dimaksudkan untuk digunakan untuk mencari

⁴⁰ Nor Shahriza Abdul Karim dan Amelia Hasan. “Reading Habits and Attitude in the Digital Age: Analysis of Gender and Academic Program Differences in Malaysia.” *Emerald Vol. 25 No. 3* (2006): 296.

informasi di situs berita *online*, tetapi juga untuk *chatting* via aplikasi, bermain *game online*, menonton video di Internet, bermain media sosial, dan kebutuhan lainnya.



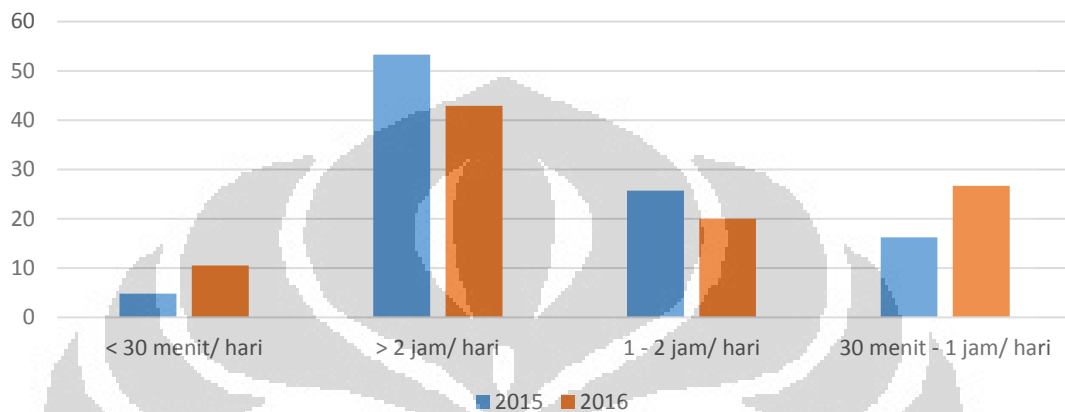
Tabel 12. Alokasi dana untuk pulsa Internet *smartphone* dalam sebulan

4.4 Perbandingan Frekuensi Mengakses Internet Melalui *Smartphone* (2015 – April 2016)

Dari hasil penelitian ini, terlihat ada perbedaan frekuensi mengakses Internet melalui *smartphone* antara 2015 dan kondisi April 2016. Terlihat peningkatan frekuensi mengakses Internet tertinggi di rentang waktu 2 jam/ hari yakni 35% untuk tahun 2016, serta rentang 30 menit – 1 jam/ hari sebanyak 28,5%. Tren kenaikan pengguna Internet di Indonesia itu juga ditunjukkan oleh data yang dirilis oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Menurut data APJII tersebut, jumlah pengguna Internet pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta. Angka tersebut naik dari 71,2 juta di tahun sebelumnya. Tidak hanya itu, pada 2014, jumlah pengguna Internet dari perangkat seluler juga naik menjadi 85 persen dibanding tahun sebelumnya yang baru sebesar 65 persen.⁴¹ Tren pengguna Internet via *gadget* di Indonesia juga mengalami pertumbuhan

⁴¹Reska K. Nistanto, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 88 Juta," *Kompas*, modifikasi terakhir 26 Maret 2015, <http://tekno.kompas.com/read/2015/03/26/14053597/Pengguna.Internet.Indonesia.Tembus.88.Juta> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2016)

pesat. Berdasarkan survei terbaru Baidu pada November 2014, 59,9 persen pengguna Internet di Indonesia mengakses dunia maya itu melalui *smartphone*. Angka itu mengalahkan persentase pengguna yang mengakses Internet melalui *laptop* atau *netbook*.⁴²



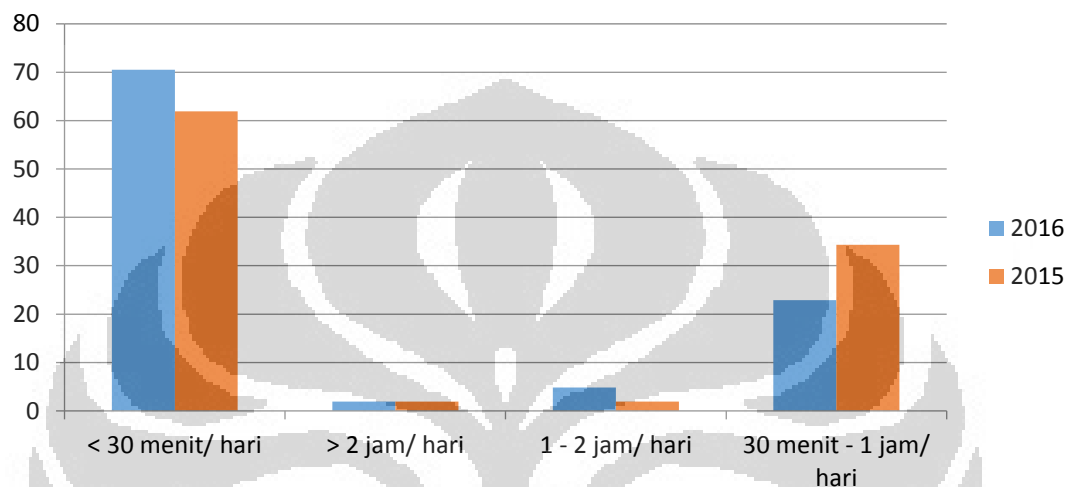
Tabel 13. Perbandingan frekuensi mengakses Internet melalui *smartphone* (2015-April 2016)

4.5 Perbandingan Lama Membaca Koran (2015 – April 2016)

Berbeda dengan frekuensi mengakses Internet melalui *smartphone* yang cenderung naik, tidak terlihat perubahan yang signifikan pada perubahan lamanya waktu membaca koran tahun lalu dengan kondisi April 2016. Peningkatan justru terlihat pada mereka yang membaca koran kurang dari 30 menit per hari yakni sebanyak 61,9% pada tahun 2015 dan 70,5% pada April 2016. Sementara responden yang tadinya membaca koran lebih lama, di rentang 30 menit – 1 jam per hari, mengalami penurunan. Tren penurunan konsumsi media cetak, yang terdiri dari koran, majalah dan tabloid, sesungguhnya telah terjadi dengan konsisten sejak tahun 2007. Hasil survei Nielsen Indonesia selama kuartal ketiga 2011 yang dilakukan di sembilan kota besar di Indonesia menunjukkan tren penurunan media cetak itu dengan populasi televisi

⁴² “59 Persen Pengguna Internet Akses Via Smartphone,” *Tempo* [Online], modifikasi terakhir 27 November 2014, <https://m.tempo.co/read/news/2014/11/27/072624959/59-persen-pengguna-internet-akses-via-smartphone> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

sejumlah 47.028,000 individu berusia 10 tahun ke atas. Pada kuartal yang sama pada 2007, sekitar 23% dari jumlah populasi yang disurvei masih membaca koran. Namun persentase pembaca koran itu terus menurun menjadi 22% pada 2008, 18% pada 2009, 15% pada 2010, dan 14% tahun 2011.⁴³

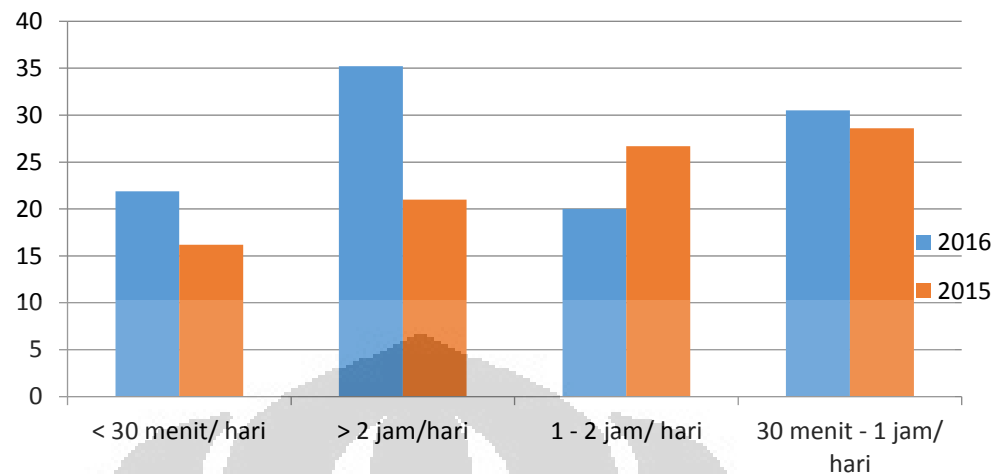


Tabel 14. Perbandingan lama membaca koran (2015 – April 2016)

4.6 Perbandingan Lama Membaca Media Online (2015 - April 2016)

Dilihat dari seberapa besar waktu yang dialokasikan responden untuk membaca media *online*, penelitian ini menunjukkan lama membaca media *online* pada rentang waktu kurang dari 30 menit per hari mengalami kenaikan yaitu sebanyak 21,9% pada April 2016 dan 16,2% pada tahun 2015. Responden yang membaca selama 30 menit – 1 jam per hari juga meningkat dari tahun 2015 yang hanya 28,6% menjadi 30,5% di tahun 2016. Penurunan hanya terlihat pada responden yang membaca media *online* selama 1 – 2 jam per hari, yakni di tahun 2015 sebanyak 26,7% dan menurun menjadi 20% pada April 2016. Kenaikan tertinggi terdapat pada responden yang mengakses lebih dari 2 jam per hari yaitu sebanyak 21% di tahun 2015 menjadi 35,2% pada April 2016.

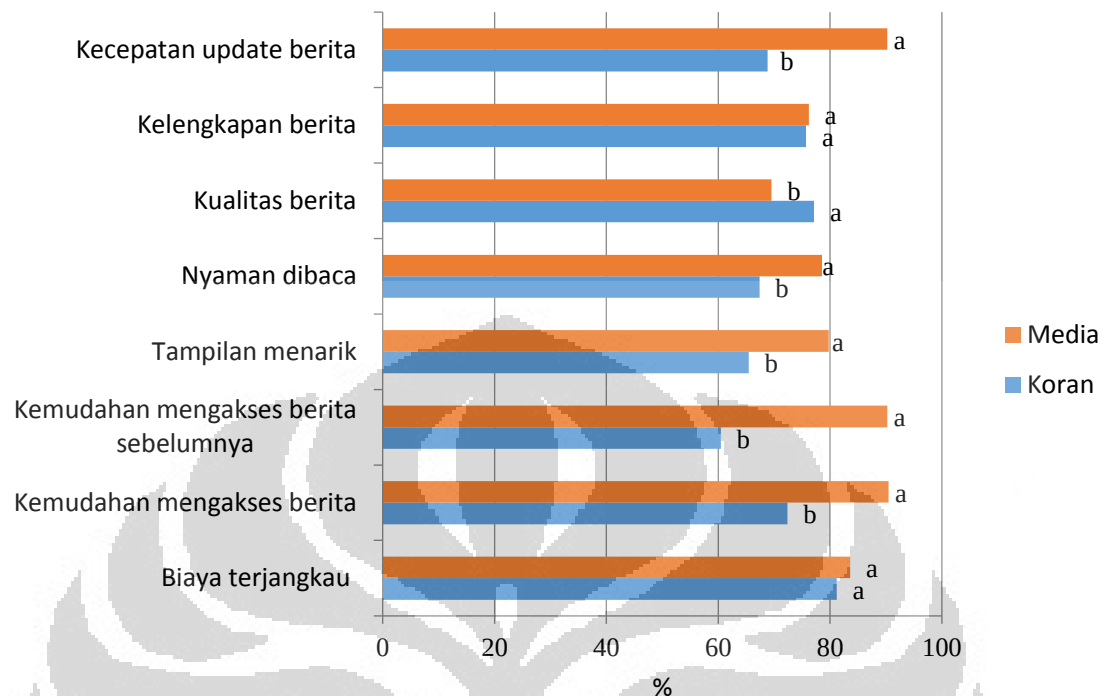
⁴³ “Tak Terhindarkan, Koran Harus Beralih ke e-Paper,” *Berita Satu*, modifikasi terakhir 2 Desember 2011, <http://www.beritasatu.com/hiburan/19639-tak-terhindarkan-koran-harus-beralih-ke-e-paper.html> (Diakses pada tanggal 28 April 2016).



Tabel 15. Perbandingan lama membaca media *online* (2015 - April 2016)

4.7 Alasan Membaca Koran dan Media *Online* Berdasarkan Prioritas

Berdasarkan hasil uji Mann-Whitney, dengan melihat grafik pada Tabel 15 dapat diketahui bahwa ada beberapa perbedaan karakteristik yang signifikan diantara koran dan media. Perbedaan yang terlihat adalah dari segi kecepatan *update* berita, kualitas berita, nyaman dibaca, tampilan menarik, kemudahan mengakses berita, dan kemudahan mengakses berita sebelumnya. Karakteristik - karakteristik tersebut diungguli oleh media *online*. Sementara perbedaan karakteristik yang signifikan dari segi kualitas berita diungguli oleh koran. Dari perbedaan karakteristik tersebut, dapat dilihat bahwa media *online* menjadi pilihan banyak mahasiswa. Secara media ini memiliki enam karakteristik signifikan dibanding koran. Karakteristik lain seperti kelengkapan berita dan biaya yang terjangkau dinilai tidak memiliki perbedaan karakteristik yang signifikan.



Tabel 16. Alasan membaca koran dan media *online* berdasarkan prioritas

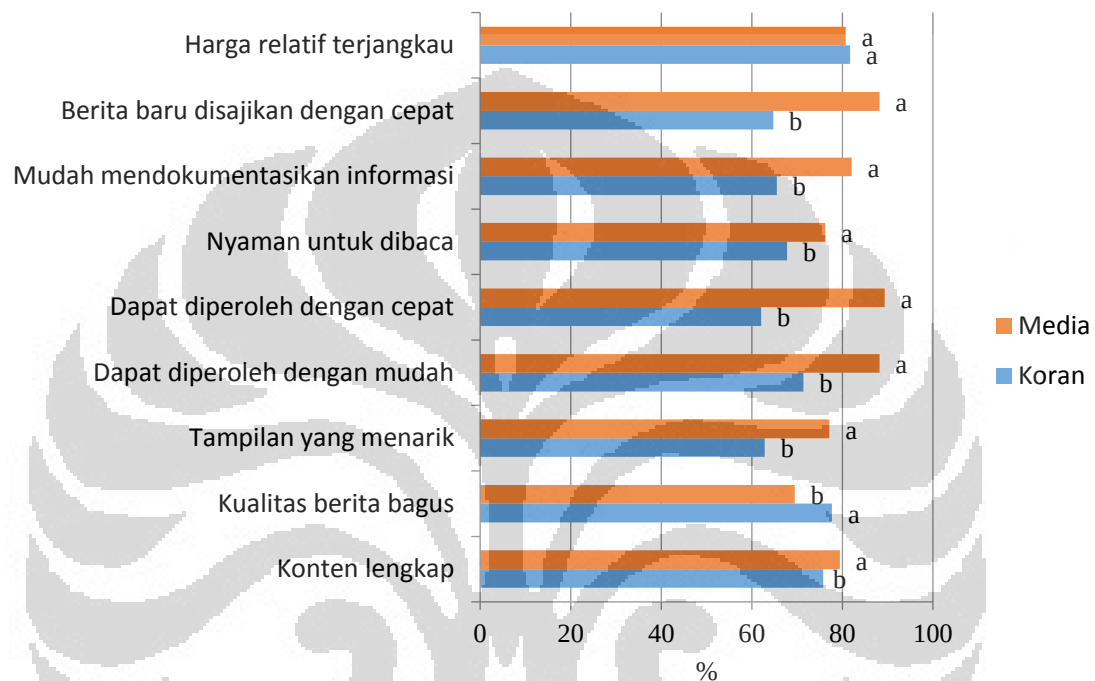
Jika industri koran tidak melakukan inovasi, penggunaannya akan cenderung terus berkurang. Peneliti senior Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP) Ignatius Haryanto menyebutkan perkembangan teknologi digital, pertumbuhan ekonomi melambat sehingga pemasukan dari iklan berkurang, kebiasaan membaca yang bergeser ke *gadget*, dan generasi muda belum terbentuk menjadi pembaca masa depan adalah beberapa faktor penyebab kemerosotan surat kabar.⁴⁴

4.8 Penilaian Terhadap Koran dan Media Online

Berdasarkan hasil uji Mann-Whitney, dengan melihat grafik pada Tabel 16, dapat diketahui bahwa ada beberapa perbedaan penilaian di antara koran dan media *online*.

⁴⁴ “Media Cetak Tak Perlu Takut dengan Inovasi,” *Suara Pembaruan* [Online], modifikasi terakhir 20 Januari 2016, <http://sp.beritasatu.com/home/media-cetak-tak-perlu-takut-dengan-inovasi/106492> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

Penilaian yang berbeda diantaranya berita baru yang disajikan dengan cepat, mudah mendokumentasikan informasi, nyaman dibaca, dapat diperoleh dengan cepat, dapat diperoleh dengan mudah, tampilan yang menarik, kualitas berita yang bagus, dan konten yang lengkap.



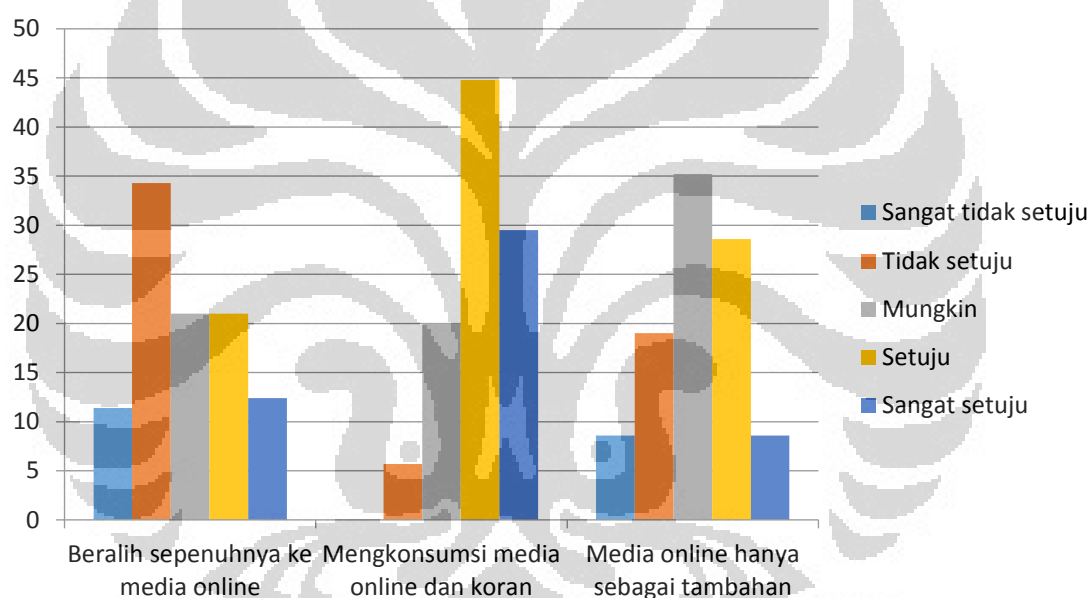
Tabel 17. Penilaian terhadap koran dan media online

Keunggulan koran dibanding media *online* berdasarkan penilaian responden adalah dari segi kualitas berita yang bagus, sedangkan keunggulan penilaian media *online* adalah berita baru disajikan dengan cepat, mudah mendokumentasikan informasi, nyaman untuk dibaca, dapat diperoleh dengan cepat, dapat diperoleh dengan mudah, tampilan menarik, dan konten yang lengkap.

4.9 Kemungkinan Beralih ke Media Online

Hasil olah data penelitian ini mendapati mayoritas responden (45%) setuju untuk mengkonsumsi media *online* dan koran. Hal ini dapat dipahami mengingat media

online sudah menjadi sarana utama untuk mendapatkan informasi secara cepat. Berdasarkan data yang diperoleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan Internet untuk mengakses jejaring sosial.⁴⁵ Pengaksesan informasi melalui media ini sangat cepat dalam menyampaikan beritanya. Tampilannya juga lebih menarik karena ada berita yang ditampilkan dengan audio visual, lebih interaktif, dan lebih mudah untuk dibagikan kepada teman-teman. Media ini juga praktis dan fleksibel, karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja yang kita mau.



Tabel 18. Kemungkinan beralih ke media online

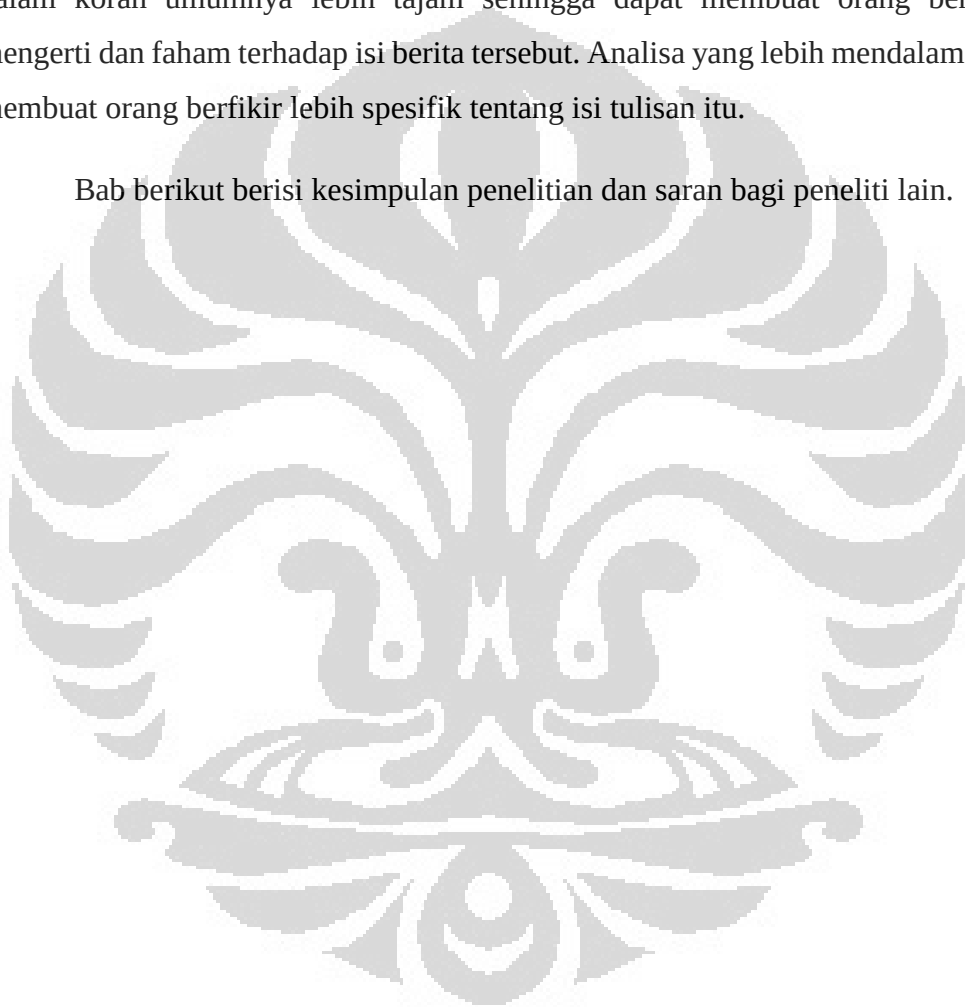
Sebesar 35,2% responden mungkin ingin menjadikan media *online* hanya sebagai tambahan. Dari data yang diperoleh ini terlihat bahwa responden masih terlihat ragu-ragu untuk memutuskan apakah media *online* hanya sebagai tambahan atau tidak. Namun sebanyak 28% responden memilih tidak setuju jika media *online* hanya sebagai

⁴⁵ “Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang,” Kementerian Komunikasi dan Informatika, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

sarana tambahan untuk mendapatkan informasi mengingat media ini sudah menjadi sarana utama untuk mendapatkan informasi dengan mudah.

Mayoritas responden (34,3%) tidak setuju jika harus beralih sepenuhnya ke media *online*. Hal ini dikarenakan koran juga memiliki keunggulan, yaitu kualitas berita yang dinilai lebih baik daripada media *online*. Analisa pada artikel yang terdapat dalam koran umumnya lebih tajam sehingga dapat membuat orang benar-benar mengerti dan faham terhadap isi berita tersebut. Analisa yang lebih mendalam itu dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan itu.

Bab berikut berisi kesimpulan penelitian dan saran bagi peneliti lain.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Seperti telah dipaparkan sebelumnya bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia angkatan 2014 sebagai pembaca media cetak, khususnya surat kabar, di era teknologi informasi.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

- a) Media yang paling banyak diakses responden adalah berupa mesin pencari; diikuti situs-situs berita *online* yang masih merupakan media *online* di tempat kedua terbanyak.
- b) Waktu yang dihabiskan responden untuk mengakses media *online* cenderung lebih besar dibanding membaca koran. Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan dalam lamanya mengakses media *online* dibandingkan dengan durasi waktu yang dialokasikan untuk membaca koran.
- c) Frekuensi mayoritas responden membaca koran dalam satu minggu hanya sekali seminggu sedangkan frekuensi responden dalam mengunjungi situs berita *online* pada satu bulan terakhir terlihat rutin.
- d) Mayoritas responden belum pernah membeli koran. Sebaliknya, pengalokasian dana untuk pulsa Internet cukup banyak, yaitu Rp51.000,00 – Rp100.000,00
- e) Sebanyak 34% mahasiswa FISIP UI Angkatan 2014 yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan tidak setuju ketika ditanya apakah mereka kemungkinan beralih sepenuhnya ke media *online*. Sementara responden yang setuju untuk mengakses media *online* dan juga koran memiliki persentase yang sangat tinggi yakni, sebesar 45%.

Dari hasil ini terlihat bahwa meskipun terjadi perubahan kecenderungan pembaca surat kabar ke media *online*, mereka masih tetap membutuhkan koran sebagai media untuk mendapatkan informasi.

5.2. Saran

Merujuk pada hasil penelitian ini, pihak berwenang Universitas Indonesia disarankan untuk dapat memperbanyak kuota Internet di lingkungan kampus guna memfasilitasi mahasiswa dalam mencari informasi melalui media *online*.

Pengelola Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia dan perpustakaan tingkat fakultas disarankan untuk memastikan seluruh area perpustakaan terkoneksi Internet yang cepat dan stabil, serta memiliki stop kontak listrik dalam jumlah yang memadai dengan sebaran yang memudahkan mahasiswa. Hal ini menjadi bagian dari upaya perpustakaan meningkatkan pelayanannya terhadap civitas akademika UI dalam mengakses sumber-sumber informasi *online*.

Di samping itu, hasil penelitian ini juga membuka peluang bagi peneliti untuk memberikan saran kepada pengelola media *online* di Tanah Air agar senantiasa mampu bersikap adaptif, fleksibel, dan inovatif, karena hanya media – media yang bisa melakukan evolusi terhadap perubahan zaman, teknologi, dan kebutuhan konsumen, yang tetap bisa bertahan di tengah ketatnya persaingan bisnis media.

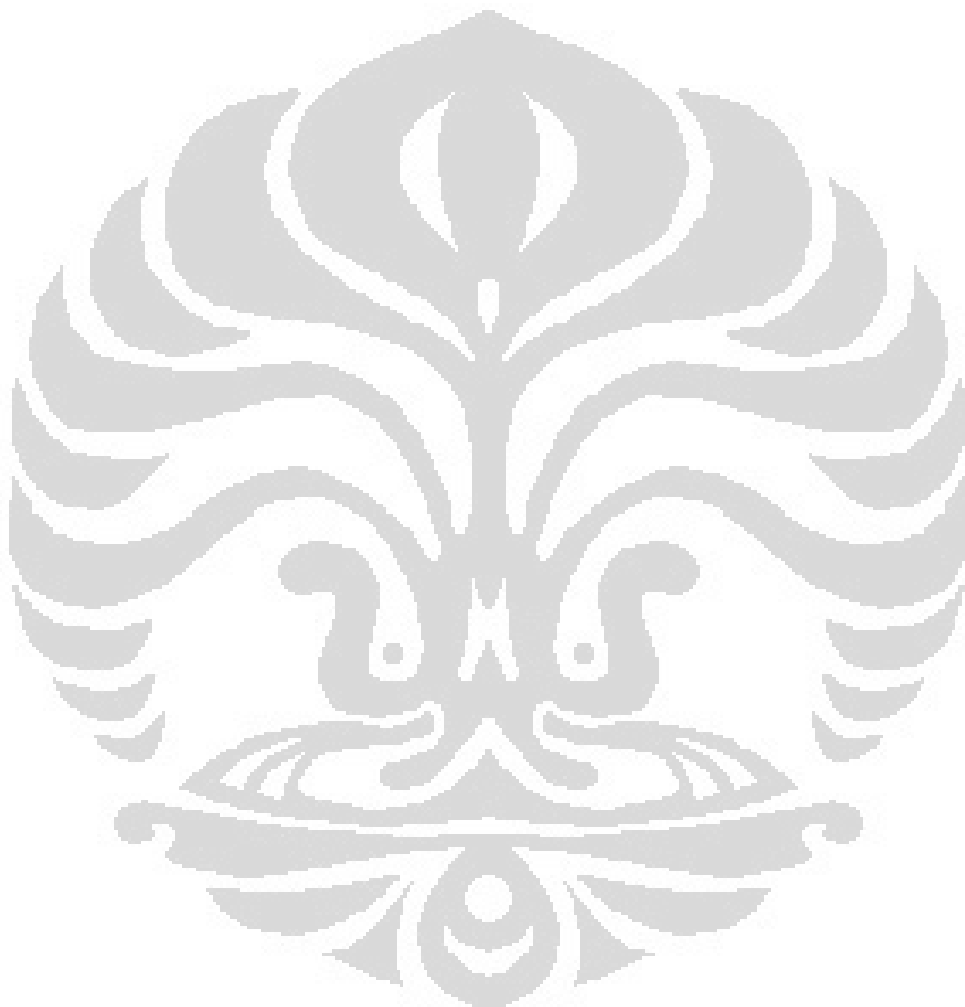
Bagi penerbit surat kabar, melakukan inovasi merupakan sebuah keniscayaan. Walaupun publik masih tidak ingin sepenuhnya meninggalkan media cetak, para penerbit surat kabar harus melakukan inovasi secara berkelanjutan untuk tetap dapat bertahan di tengah gempuran teknologi informasi. Beberapa inovasi yang dapat dilakukan kalangan industri surat kabar untuk membantu mereka tetap bertahan adalah:

- a) Pihak industri surat kabar dapat merevisi konten yang akan dipublikasi agar dapat menargetkan sasaran pembaca yang lebih spesifik dan umumnya lebih muda.
- b) Surat kabar seyogyanya memberikan konten yang dibutuhkan oleh pembaca sehingga pembaca menjadi loyal untuk tetap membaca surat kabar tersebut.
- c) Industri surat kabar dapat membuat dua versi terbitan, yaitu media cetak dan elektronik. Jika tidak bisa membuat dua-duanya, idealnya menerbitkan yang versi elektronik.
- d) Industri surat kabar harus memperbanyak kehadiran para penulis handal sebagai cara meningkatkan loyalitas pembaca. Penulis yang memiliki tulisan yang unik, bagus, dan menarik membuat pembaca menjadi suka pada karya-karya penulis tersebut. Guna mencapai hal ini, industri surat kabar pun selayaknya merangkul dunia maya. Dengan cara ini, pembaca juga akan menjadi loyal terhadap mereka. Industri surat kabar juga harus memahami bahwa ada kebutuhan yang memungkinkan pembaca untuk berlangganan ke satu penulis tertentu. Bila ini dilakukan, jumlah pelanggan di situs tersebut akan meningkat karena pelanggan merasa loyalitas ke penulis. Pada tahap ini, industri surat kabar dapat bekerja sama dengan penulis untuk menghasilkan keuntungan.

Inovasi yang layak dilakukan kalangan industri surat kabar ini juga berkaitan dengan upaya mengubah model penulisan jurnalisme tradisional, bisnis, teknologi, dan pemasaran sesuai dengan tuntutan zaman yang berubah. Dalam beberapa tahun mendatang, fleksibilitas dan kemauan untuk bereksperimen dengan metode baru kemungkinan akan menjadi faktor yang menentukan apakah surat kabar bisa tetap bertahan atau tutup.

Bagi peneliti lain, terbuka peluang bagi mereka untuk melanjutkan eksplorasi topik penelitian yang sama dengan memperbesar populasi riset maupun melakukan studi perbandingan antar perguruan tinggi untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana dampak perkembangan TIK terhadap kebiasaan dan

perilaku membaca mahasiswa Indonesia mengingat keterbatasan yang ada dalam penelitian penulis akibat dari limitasi waktu pelaksanaan dan cakupan populasi yang terlibat dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

“59 Persen Pengguna Internet Akses Via Smartphone,” *Tempo* [Online], modifikasi terakhir 27 November 2014, <https://m.tempo.co/read/news/2014/11/27/072624959/59-persen-pengguna-internet-akses-via-smartphone> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

Alia, Siti Sarifah, “Indonesia Pasar Smartphone Terbesar di Asia Tenggara,” *Viva News*, modifikasi terakhir 3 September 2015, <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/669512-indonesia-pasar-smartphone-terbesar-di-asia-tenggara> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016).

Bruce, Harry, “Personal, anticipated information need,” *Information Research*, Vol. 10 No. 3 (2005) (Diakses pada tanggal 3 Mei 2016 melalui <http://www.informationr.net/ir/10-3/paper232.html>)

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2005.

Chavez, Mark, “What are the Benefits of Reading Newspapers?” *Knoji Consumer Knowledge*, 2015, <https://news-magazines.knoji.com/what-are-the-benefits-of-reading-newspapers/> (Diakses pada tanggal 16 Maret 2016).

Departemen Hubungan Internasional FISIP UI. *Sambutan Ketua Departemen*. <http://ir.fisip.ui.ac.id/sambutan-ketua-departemen.html?lang=id> (Diakses pada tanggal 29 Mei 2016).

“Detik.com, Harian Kompas dan Majalah Tempo Media Terpopuler 2013,” *Detik News*, modifikasi terakhir 24 Juli 2013, <http://news.detik.com/berita/2313535/detikcom-harian-kompas-dan-majalah-tempo-media-terpopuler-2013-> (Diakses pada tanggal 28 April 2016).

Esew, et al. “An Overview of Users Information Seeking Behaviour on Online Resources.” *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 19 No. 1, (2014) [Diakses pada tanggal 20 Mei 2016 melalui <http://iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol19-issue1/Version-9/B019190917.pdf?id=8798>]

Flew, Terry. *New Media: An Introduction*, 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2004.

Kadli, Jayadev dan Kumbar, B.D. “Faculty Information Seeking Behaviour in the Changing ICT Environment: A Study of Commerce College in Mumbai.” *Library Philosophy and Practice*, (2011) (Diakses pada tanggal 20 Mei 2016 melalui <https://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/kadli-kumbar.pdf>)

Karim, Nor Shahriza Abdul dan Hasan, Amelia. "Reading Habits and Attitude in the Digital Age: Analysis of Gender and Academic Program Differences in Malaysia." *Emerald Vol. 25 No. 3*, (2006), [Diakses melalui <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02640470710754805?src=recsys&journalCode=el>]

"Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang," Kementerian Komunikasi dan Informatika, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

Mahajan, Preeti, "Information-Seeking Behaviour: A Study of Panjab Univeristy, India," *Library Philosophy and Practice* (2009), [Diakses pada tanggal 3 Mei 2016 melalui <http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/mahajan4.htm>]

"Media Cetak Tak Perlu Takut dengan Inovasi," *Suara Pembaruan* [Online], modifikasi terakhir 20 Januari 2016, <http://sp.beritasatu.com/home/media-cetak-tak-perlu-takut-dengan-inovasi/106492> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

Muijs, Daniel. *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*, 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd., 2011.

Nistanto, Reska K., "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 88 Juta," *Kompas*, modifikasi terakhir 26 Maret 2015, <http://tekno.kompas.com/read/2015/03/26/14053597/Pengguna.Internet.Indonesia.Tebus.88.Juta> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2016)

Nwobasi, R.N., et al, "Information Needs and Seeking Behaviour of Students in Two Universities in IMO State, Nigeria," *Library Philosophy and Practice*, (2013), [Diakses pada tanggal 3 Mei 2016 melalui <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/966/>]

Padma, et al, "Information Needs and Information Seeking Behaviour of Post Graduate Students of School of Economics at Madurai Kamaraj University: A User Survey," *International Journal of Educational Research and Technology*, Vol. 4 No. 2, (2013).

Prastowo, Andi. *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis & Praksis*. Yogyakarta: Arruz Media, 2011.

Puspaningrum, Barina Indah. "Analisis perubahan media habit dalam mengkonsumsi media di era teknologi informasi: studi kasus koran dan media *online*." Tesis magister, Universitas Indonesia, 2010.

Quadri, Ganiyu Oluwaseyi & Abomoge, Solomon Oluwatise. "A Survei of Reading and Internet Use Habits among Undergraduate Students in Selected University Libraries in Nigeria." *Information and Knowledge Management*. Vol. 3, No. 11, (2013).

Rachman, Taufik, "Pengguna Android Tumbuh 1500 Persen," *Republika* [Online], modifikasi terakhir 21 Juni 2012, <http://www.republika.co.id/berita/trendtek/gadget/12/06/21/m5ytj8-pengguna-android-tumbuh-1500-persen> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

Rainie, Lee, et al. "The rise of e-reading." *Pew Research Center's Internet & American Life Project*, (April 5, 2012).

Raza, M. Mazoom, et al, "Information Seeking Behaviour of Researchers in Central Drug Research Institute (CDRI) Lucknow," *Library Philosophy and Practice*, (2010)

Redana, Bre, "Inikah Senjakala Kami...", *Kompas*, 27 Desember 2015, hal. 13

Riki, "Kemajuan Zaman, Koran Mulai Ditinggalkan, Remaja Beralih ke Online," *Data Riau*, modifikasi terakhir 30 Agustus 2014, <http://datariau.com/read-2-140-2014-08-30-kemajuan-zaman-koran-mulai-ditinggalkan-remaja-beralih-ke-online.html> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016).

"Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet," *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+0/siaran_pers (Diakses pada tanggal 4 Mei 2016)

Robson, C. *Real World Research: Resource for Social and Practitioner-Researchers*. Cambridge, Massachussets: Blackwell, 1993.

Rubenstein, Anne, "Newspapers," *World History Sources*, <https://chnm.gmu.edu/worldhistorysources/unpacking/newsmain.html> (Diakses pada tanggal 15 Maret 2016)

Sarkhel, Juran Krishna & Das, Piyali. "Towards a new generation of reading habits in Internet Era." *24th National Seminar of IASLIC*. Special Pub. No. 50 (2010), [Diakses melalui https://www.researchgate.net/publication/259390563_Towards_a_new_generation_of_reading_habits_in_Internet_Era]

Sarwono, Jonathan. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI, 2006.

Sinaga, Royke, "Kemenristek Dikti Umumkan Peringkat Perguruan Tinggi 2015," *Antara News*, modifikasi terakhir 21 Agustus 2015, <http://www.antaranews.com/berita/513728/kemenristek-dikti-umumkan-peringkat-perguruan-tinggi-2015> (Diakses pada tanggal 25 Februari 2015)

Socha, Bailey & Eber-Schmid Barbara, "What is New Media? Defining New Media isn't Easy," *New Media Institute*, 2014, <http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2016)

Sugihandari, "Tantangan Surat Kabar di Tengah Pusaran Teknologi," *Kompas*, modifikasi terakhir 22 April 2015 http://print.kompas.com/baca/2015/04/22/Tantangan-Surat-Kabar-di-Tengah-Pusaran-Teknologi?utm_source=bacajuga (Diakses pada tanggal 25 Februari 2016)
Sularto, St. *Syukur Tiada Akhir: Jejak Langkah Jakob Oetama*. Jakarta: Kompas, 2011.

"Tak Terhindarkan, Koran Harus Beralih ke e-Paper," *Berita Satu*, modifikasi terakhir 2 Desember 2011, <http://www.beritasatu.com/hiburan/19639-tak-terhindarkan-koran-harus-beralih-ke-e-paper.html> (Diakses pada tanggal 28 April 2016).

Thornburg, Ryan M. *Producing Online News: Digital Skills, Stronger Stories*. Washington DC: CQ Press, 2011.

"What is a Newspaper?" *National Library of Australia*, <https://www.nla.gov.au/content/what-is-a-newspaper> (Diakses pada tanggal 15 Maret 2016)

Wilson, T.D. "Models in information behaviour research," *Journal of Documentation*, 55(3) (1999). [Diakses melalui <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1999JDoc.html>]

LAMPIRAN

Definisi Istilah

Untuk menghindari misinterpretasi tentang beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini seperti “media baru” (*new media*), “konvergensi” (*convergence*), “kebiasaan membaca” (*reading habits*) dan “sikap membaca” (*reading attitude*) definisi dari istilah-istilah dimaksud dirasa perlu untuk diberikan. Pengertian istilah “media baru” dalam studi ini merujuk pada definisi yang diberikan oleh Terry Flew (2005). Menurut Miles (1997); Rice (1999); Barr (2000) seperti dikutip Terry Flew dalam bukunya berjudul *New Media: An Introduction*, media baru dapat didefinisikan sebagai media yang menggabungkan “tiga C”, yaitu Komputasi dan Teknologi Informasi (*Computing/ Information Technology*), Jaringan Komunikasi (*Communication Networks*), dan Konten (*Content*). Media baru ini juga biasa disebut media digital yang bentuk kontennya menggabungkan dan mengintegrasikan data, teks, suara, dan semua jenis gambar; disimpan dalam format digital; dan didistribusikan melalui jaringan seperti broadband serat optik, satelit, dan sistem transmisi microwave.¹ Menurut Terry Flew, istilah media baru yang populer digunakan pada Abad XXI untuk mendefinisikan hal-hal yang berhubungan dengan internet dan interaksi antara teknologi, gambar dan suara ini bisa saja mengalami perubahan karena media baru itu sendiri terus berkembang dan berevolusi secara terus menerus. Karakteristik yang melekat dalam media baru ini antara lain “dapat diubah” (*manipulable*), “berjejaring” (*networkable*), “sangat besar” (*dense*), dan “dapat diperkecil” (*compressible*). Dengan kata lain, seperti dijelaskan Terry Flew dalam bukunya, informasi digital itu dapat diubah dengan mudah mulai dari tahap penciptaan informasi, penyimpanan, pengiriman, hingga penggunaan. Selain itu, informasi digital tersebut juga dapat dibagi dan dipertukarkan kepada banyak pengguna secara bersamaan tanpa dibatasi jarak. Jumlah informasi digital yang sangat besar pun dapat disimpan dalam tempat yang kecil seperti *flashdisk* dan *compact disc* (CD) atau pada server jaringan. Jumlah kapasitas informasi digital

¹ Terry Flew, *New Media: An Introduction*, 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2004, 2-3.

pada jaringan pun dapat dikurangi secara dramatis melalui kompresi dan dekompresi bila diperlukan.

Pengertian istilah “konvergensi” merujuk pada apa yang ditulis Ryan M. Thornburg dalam bukunya *Producing Online News Digital Skills, Stronger Stories*. Menurut Thornburg, konvergensi bermakna “tingkat integrasi multimedia.” Dalam praktik kerja wartawan, tingkat konvergensi media yang tinggi dicapai bilamana mereka tidak hanya menggunakan satu medium (teknik penyampaian) untuk menyampaikan satu aspek berita tetapi juga beberapa medium lain untuk menyampaikan aspek-aspek lain dari berita yang sama.²

Adapun definisi istilah “reading habits” (kebiasaan membaca) dan “reading attitude” (sikap membaca), penulis merujuk pada artikel ilmiah Sarkhel dan Das (2010) serta Karim dan Hasan (2006). Menurut Sarkhel dan Das dalam tulisan mereka berjudul *Towards a New Generation of Reading Habits in Internet Era* bahwa “membaca” dipahami sebagai “upaya aktif pembaca untuk memahami pesan penulis” dan “kemampuan untuk memahami kata-kata yang ada dalam dokumen dan menggunakan pengetahuan yang diperoleh untuk pengembangan diri.”³ Sedangkan “habits” (kebiasaan) merupakan “cara-cara bertindak yang rutin dilakukan” Sementara, “reading attitude” (sikap membaca) didefinisikan sebagai “perasaan seseorang tentang membaca” yang membuat dia mendekati atau menghindari situasi membaca.⁴

² Thornburg, *Producing Online News: Digital Skills, Stronger Stories*, 9.

³ Juran Krishna Sarkhel dan Piyali Das. “Towards a new generation of reading habits in Internet Era.” *24th National Seminar of IASLIC. Special Pub. No. 50* (2010), 95.

⁴ N Karim dan Hasan. “Reading Habits and Attitude in the Digital Age: Analysis of Gender and Academic Program Differences in Malaysia,” 288.

Penelitian Perubahan Orientasi Pembaca Surat Kabar di Era Teknologi Informasi

Halo semua, saya Puteri Shafira Nasution, mahasiswi angkatan 2012 jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saat ini saya sedang menyelesaikan studi untuk mendapatkan gelar Sarjana Humaniora dengan tugas akhir berupa skripsi. Tema penelitian yang saya lakukan adalah perubahan orientasi pembaca surat kabar (koran) di era teknologi informasi yang berfokus pada studi kasus mahasiswa Universitas Indonesia.

Pada penelitian ini, saya membutuhkan responden yaitu mahasiswa & mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Indonesia angkatan 2014. Untuk itu, saya meminta kesediaan Anda untuk menjadi salah satu responden saya dan mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Identitas Anda akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan digunakan diluar kepentingan penelitian. Tidak ada jawaban yang benar dan salah, untuk itu Anda bisa mengisinya sesuai dengan perasaan atau keadaan/ kondisi yang biasa Anda rasakan atas pernyataan yang diberikan.

Kuesioner ini terdiri atas delapan halaman. Mohon dibaca petunjuk pengisian di setiap bagian dan pastikan tidak ada soal yang terlewatkan. Kuesioner ini tidak dapat diolah bila jawaban Anda tidak lengkap. Atas ketersediaan dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

*30 responden yang beruntung akan mendapatkan pulsa masing-masing sebesar Rp10.000,00

Jika Anda memiliki pertanyaan bisa langsung menghubungi saya melalui:

- Nomor HP: 0877 8811 5616
- Email: puteri.shafira@ui.ac.id

Data Diri:

1. Nama (Inisial juga boleh)

2. Nomor Handphone (untuk penerimaan hadiah pulsa)

3. Jenis kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

4. Media yang sering digunakan dalam mendapatkan informasi (bisa memilih lebih dari satu)

- ☐ Buku
- ☐ Majalah
- ☐ Surat kabar
- ☐ Jurnal
- ☐ Mesin pencari (*Search engine*)
- ☐ Situs berita online
- ☐ Media sosial
- ☐ Televisi
- ☐ Radio
- ☐ Lainnya. Sebutkan:

5. Kategori *gadget* yang dimiliki untuk mengakses internet (bisa memilih lebih dari satu)

- ☐ *Smartphone*
- ☐ Tablet
- ☐ Handphone GSM
- ☐ Laptop

Kebiasaan dalam membaca koran

6. Frekuensi membaca koran dalam satu minggu

- a. Tidak pernah
- b. Sekali
- c. 2-3 kali
- d. 4-5 kali
- e. Setiap hari

7. Waktu membaca koran

- a. Pagi hari (06.00 – 11.00)
- b. Siang hari (12.00 – 14.00)
- c. Sore hari (15.00 – 18.00)
- d. Malam hari (19.00 – 24.00)
- e. Dini hari (01.00 – 05.00)
- f. Hari libur
- g. Tidak tentu

8. Tempat membaca koran (bisa memilih lebih dari satu)

- ☐ Rumah
- ☐ Mobil
- ☐ Kendaraan umum
- ☐ Perpustakaan
- ☐ Tidak tentu

9. Koran yang paling sering dibaca (maksimal bisa memilih tiga koran)

- ☐ Kompas
- ☐ Tempo
- ☐ Media Indonesia
- ☐ Pos Kota
- ☐ Republika
- ☐ SINDO
- ☐ The Jakarta Post
- ☐ Lainnya. Sebutkan:

10. Berapa banyak dana yang Anda alokasikan untuk membeli koran dalam sebulan?

- a. Belum pernah membeli koran
- b. < Rp10.000,00
- c. Rp10.000,00 – Rp50.000,00
- d. Rp51.000,00 – Rp100.000,00
- e. > Rp100.000,00

Kebiasaan menggunakan internet dan mengakses media online

11. Waktu mengakses media online berdasarkan prioritas (maksimal bisa memilih tiga pilihan jawaban)

- ☐ Pagi hari (06.00 – 11.00)
- ☐ Siang hari (12.00 – 14.00)
- ☐ Sore hari (15.00 – 18.00)
- ☐ Malam hari (19.00 – 24.00)
- ☐ Dini hari (01.00 – 05.00)
- ☐ Hari libur
- ☐ Tidak tentu

12. Tempat paling sering mengakses media online (maksimal bisa memilih tiga pilihan jawaban)

- ☐ Rumah
- ☐ Mobil
- ☐ Kendaraan umum
- ☐ Perpustakaan
- ☐ Kafe
- ☐ Tidak tentu

13. Situs berita online yang sering dikunjungi (maksimal bisa memilih empat pilihan jawaban)

- ☐ Kompas (<http://www.kompas.com>)
- ☐ Tempo (<http://www.m.tempo.co>)
- ☐ Republika (<http://m.republika.co.id>)
- ☐ The Jakarta Post (<http://www.thejakartapost.com>)
- ☐ Detik News (<http://www.detik.com>)
- ☐ Viva News (<http://www.viva.co.id>)
- ☐ Liputan 6 (<http://www.liputan6.com>)
- ☐ Lainnya. Sebutkan:

14. Kebiasaan mengunjungi situs berita online dalam satu bulan terakhir

- a. Rutin
- b. Sekali-sekali
- c. Jarang

15. Frekuensi mengunjungi situs berita online dalam satu hari

- a. Lebih dari sekali
- b. Sehari sekali
- c. Dua hari sekali
- d. Seminggu sekali
- e. Tidak tentu

16. Mengakses internet melalui *gadget*

- a. Ya
- b. Tidak

17. Berapa banyak dana yang Anda alokasikan untuk pulsa *internetsmartphone* atau tablet dalam sebulan?

- a. Tidak pernah mengalokasikan dana
- b. < Rp30.000,00
- c. Rp30.000,00 – Rp50.000,00
- d. Rp51.000,00 – Rp100.000,00
- e. > Rp100.000,00

18. Perbandingan frekuensi mengakses internet melalui *smartphone* atau tablet saat ini dan satu tahun yang lalu

Tahun	< 30 menit/ hari	30 menit – 1 jam/ hari	1 – 2 jam/ hari	>2 jam/ hari
2016				
2015				

19. Perbandingan lama membaca koran dan media online saat ini dengan satu tahun yang lalu

Koran

Tahun	< 30 menit/ hari	30 menit – 1 jam/ hari	1-2 jam/ hari	> 2 jam/ hari
2016				
2015				

Media Online

Tahun	< 30 menit/ hari	30 menit – 1 jam/ hari	1-2 jam/ hari	> 2 jam/ hari
2016				
2015				

20. Alasan Anda membaca koran dan media online berdasarkan prioritas

Koran

	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat setuju
Biaya terjangkau				
Kemudahan mengakses berita				
Kemudahan mengakses berita sebelumnya				
Tampilan menarik				

Nyaman dibaca				
Kualitas berita				
Kelengkapan berita				
Kecepatan <i>update</i> berita				

Media Online

	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat setuju
Biaya terjangkau				
Kemudahan mengakses berita				
Kemudahan mengakses <i>berita</i> sebelumnya				
Tampilan menarik				
Nyaman dibaca				
Kualitas berita				
Kelengkapan berita				
Kecepatan <i>update</i> berita				

21. Penilaian Anda terhadap koran dan media online

Penilaian dari skala 1 – 5

1 = Sangat buruk

2 = Buruk

3 = Cukup

4 = Bagus

5 = Sangat bagus

Koran

	1	2	3	4	5
Konten lengkap					
Kualitas berita bagus					

Tampilan yang menarik					
Dapat diperoleh dengan mudah					
Dapat diperoleh dengan cepat					
Nyaman untuk dibaca					
Mudah mendokumentasikan informasi					
Berita baru disajikan dengan cepat					
Harga relatif terjangkau					

Media Online

	1	2	3	4	5
Konten lengkap					
Kualitas berita bagus					
Tampilan yang menarik					
Dapat diperoleh dengan mudah					
Dapat diperoleh dengan cepat					
Nyaman untuk dibaca					
Mudah mendokumentasikan informasi					
Berita baru disajikan dengan cepat					
Harga relatif terjangkau					

22. Kemungkinan beralih ke media online

	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Mungkin	Setuju	Sangat setuju
Beralih sepenuhnya ke media online					
Mengonsumsi media online dan koran					
Media online hanya sebagai tambahan					

Tabulasi Data Kuesioner

Pertanyaan No. 3 (Jenis Kelamin)

	Frequency	Percent	Valid Percent
Laki - laki	46	43,8	43,8
Perempuan	59	56,2	56,2
Total	105	100	100

Pertanyaan No. 4 (Media yang sering digunakan dalam mendapatkan informasi)

Row Labels	n	%
Buku	59	56
Jurnal	35	33
Majalah	18	17
Media sosial	2	2
Media sosial	79	75
Mesin pencari (Search engine)	92	88
Radio	12	11
Situs berita online	88	84
Surat kabar (Koran)	45	43
Televisi	64	61
Grand Total	494	

Pertanyaan No. 5 (Kategori *gadget* yang dimiliki untuk mengakses internet)

Row Labels	n	%
Handphone GSM	6	5,71
Laptop	87	82,86
Smartphone	101	96,19
Tablet	25	23,81
Grand Total	219	

Pertanyaan No. 6 (Frekuensi membaca koran dalam satu minggu)

		Frequency	Percent
Valid	2 - 3 kali	29	27,6
	4 - 5 kali	9	8,6
	Sekali	34	32,4
	Setiap hari	5	4,8
	Tidak pernah	28	26,7
	Total	105	100

Pertanyaan No. 7 (Waktu membaca koran)

		Frequency	Percent
Valid	Hari libur	7	6,7
	Malam hari (19.00 - 24.00)	4	3,8
	Pagi hari (06.00 - 11.00)	25	23,8
	Sore hari (15.00 - 18.00)	7	6,7
	Tidak tentu	62	59
	Total	105	100

Pertanyaan No. 8 (Tempat membaca koran)

Tempat	n	%
Kendaraan umum	5	5
Mobil	2	2
Perpustakaan	29	28
Rumah	52	50
Tidak tentu	43	41

Pertanyaan No. 9 (Koran yang paling sering dibaca)

Row Labels	n	%
Kompas	57	54
Media Indonesia	8	8
Pos Kota	10	10
Republika	14	13
SINDO	13	12
Tempo	23	22
The Jakarta Post	15	14
Lainnya	12	11
Grand Total	152	

Pertanyaan No. 10 (Alokasi dana untuk membeli koran dalam sebulan)

		n	%
Valid	< Rp10.000,00	41	39
	Rp10.000,00 - Rp50.000,00	14	13
	Rp51.000,00 - Rp100.000,00	3	3
	> Rp100.000,00	2	2
	Belum pernah membeli koran	45	43
	Total	105	

Pertanyaan No. 11 (Waktu mengakses media online berdasarkan prioritas)

Row Labels	n	%
Dini hari (01.00 - 05.00)	12	11
Hari libur	3	3
Malam hari (19.00 - 24.00)	69	66
Pagi hari (06.00 - 11.00)	28	27
Siang hari (12.00 - 14.00)	13	12
Sore hari (15.00 - 18.00)	20	19
Tidak tentu	35	33
Grand Total	180	

Pertanyaan No. 12 (Tempat paling sering mengakses media online)

Row Labels	n	%
Kafe	13	12,38
Kendaraan umum	21	20,00
Mobil	14	13,33
Perpustakaan	21	20,00
Rumah	75	71,43
Tidak tentu	45	42,86
Grand Total	189	

Pertanyaan No. 13 (Situs berita online yang sering dikunjungi)

Row Labels	n	%
Detik News	62	59
Kompas	47	45
Liputan 6	15	14
Republika	17	16
Tempo	35	33
The Jakarta Post	12	11
Viva News	9	9
Lainnya	33	31
Grand Total	230	

Pertanyaan No. 14 (Kebiasaan mengunjungi situs berita online)

		Frequency	Percent
Valid	Jarang	13	12,4
	Rutin	57	54,3
	Sekali - sekali	35	33,3
	Total	105	100

Pertanyaan No. 17 (Alokasi dana untuk pulsa internet *smartphone* dalam sebulan)

		Frequency	Percent
Valid	< Rp30.000,00	3	2,9
	> Rp100.000,00	18	17,1
	Rp30.000,00 - Rp50.000,00	25	23,8
	Rp51.000,00 - Rp100.000,00	52	49,5
	Tidak pernah mengalokasikan dana	7	6,7
	Total	105	100

Pertanyaan No. 18 (Perbandingan frekuensi mengakses internet melalui *smartphone* saat ini dan satu tahun yang lalu)

Tahun 2015

		Frequency	Percent
Valid	< 30 menit/ hari	5	4,8
	> 2 jam/ hari	56	53,3
	1 - 2 jam/ hari	27	25,7
	30 menit - 1 jam/ hari	17	16,2
	Total	105	100

Tahun 2016

		Frequency	Percent
Valid	< 30 menit/ hari	11	10,5
	> 2 jam/ hari	45	42,9
	1 - 2 jam/ hari	21	20
	30 menit - 1 jam/ hari	28	26,7
	Total	105	100

Pertanyaan No. 19 (Perbandingan lama membaca koran dan media online saat ini dengan satu tahun yang lalu)

Koran – Tahun 2016

	Waktu	Frequency	Percent
Valid	< 30 menit/ hari	74	70,5
	> 2 jam/ hari	2	1,9
	1 - 2 jam/ hari	5	4,8
	30 menit - 1 jam/ hari	24	22,9
	Total	105	100

Koran – Tahun 2015

		Frequency	Percent
Valid	< 30 menit/ hari	65	61,9
	> 2 jam/ hari	2	1,9
	1 - 2 jam/ hari	2	1,9
	30 menit - 1 jam/ hari	36	34,3
	Total	105	100

Media Online – Tahun 2016 dan 2015

		Frequency	2016	2015
Valid	< 30 menit/ hari	17	21.9	16.2
	> 2 jam/hari	37	35.2	21
	1 - 2 jam/ hari	21	20	26.7
	30 menit - 1 jam/ hari	30	30.5	28.6
	Total	105	100	

Pertanyaan No. 20 (Alasan membaca koran dan media online berdasarkan prioritas)

Memakai Uji Mann-Whitney melalui SPSS 16.0

Ranks

	Jenis	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Biaya terjangkau	Koran	105	101.50	10657.00
	Media	105	109.50	11498.00
	Total	210		
Kemudahan mengakses berita	Koran	105	77.87	8176.50
	Media	105	133.13	13978.50
	Total	210		
Kemudahan mengakses berita sebelumnya	Koran	105	66.93	7028.00
	Media	105	144.07	15127.00
	Total	210		
Tampilan menarik	Koran	105	83.09	8724.00
	Media	105	127.91	13431.00
	Total	210		
Nyaman dibaca	Koran	105	89.29	9375.50
	Media	105	121.71	12779.50
	Total	210		
Kualitas berita	Koran	105	117.84	12373.00
	Media	105	93.16	9782.00
	Total	210		
Kelengkapan berita	Koran	105	104.63	10986.00
	Media	105	106.37	11169.00
	Total	210		
Kecepatan update berita	Koran	105	74.43	7815.00
	Media	105	136.57	14340.00
	Total	210		

Hipotesis

H0: tidak ada perbedaan diantara koran dan media

H1: ada perbedaan diantara koran dan media

Tolak H0 jika nilai p-value (Asymp. Sig. (2-tailed)) < 0.05 ($\alpha=5\%$) artinya ada perbedaan karakteristik yang signifikan diantara koran dan media

		Test Statistics ^a							
		Biaya terjangkau	Kemudahan mengakses berita	Kemudahan mengakses berita sebelumnya	Tampilan menarik	Nyaman dibaca	Kualitas berita	Kelengkapan berita	Kecepatan update berita
Mann-Whitney U		5092.000	2611.500	1463.000	3159.000	3810.500	4217.000	5421.000	2250.000
Wilcoxon W		10657.000	8176.500	7028.000	8724.000	9375.500	9782.000	10986.000	7815.000
Z		-1.084	-7.213	-9.710	-5.947	-4.261	-3.323	-.243	-7.990
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.278	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.808	0.000

a. Grouping Variable: Jenis

Pertanyaan No. 21 (Penilaian terhadap koran dan media online)

Memakai Uji Mann-Whitney melalui SPSS 16.0

Ranks

	Jenis	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Konten lengkap	Koran	105	98.30	10321.50
	Media	105	112.70	11833.50
	Total	210		
Kualitas berita bagus	Koran	105	119.52	12550.00
	Media	105	91.48	9605.00
	Total	210		
Tampilan yang menarik	Koran	105	81.95	8605.00
	Media	105	129.05	13550.00
	Total	210		
Dapat diperoleh dengan mudah	Koran	105	78.22	8213.00
	Media	105	132.78	13942.00
	Total	210		
Dapat diperoleh dengan cepat	Koran	105	64.93	6818.00
	Media	105	146.07	15337.00
	Total	210		
Nyaman untuk dibaca	Koran	105	91.36	9592.50
	Media	105	119.64	12562.50
	Total	210		
Mudah mendokumentasikan informasi	Koran	105	82.02	8612.50
	Media	105	128.98	13542.50
	Total	210		
Berita baru disajikan dengan cepat	Koran	105	70.98	7452.50
	Media	105	140.02	14702.50
	Total	210		
Harga relatif terjangkau	Koran	105	108.34	11376.00
	Media	105	102.66	10779.00
	Total	210		

Hipotesis

H0: tidak ada perbedaan diantara koran dan media

H1: ada perbedaan diantara koran dan media

Tolak H0 jika nilai p-value (Asymp. Sig. (2-tailed)) < 0.05 ($\alpha=5\%$) artinya ada perbedaan karakteristik yang signifikan diantara koran dan media

	Konten lengkap	Kualitas berita bagus	Tampilan yang menarik	Dapat diperoleh dengan mudah	Dapat diperoleh dengan cepat	Nyaman untuk dibaca	Mudah mendokumentasikan informasi	Berita baru disajikan dengan cepat	Harga relatif terjangkau
Mann-Whitney U	4756.500	4040.000	3040.000	2648.000	1253.000	4027.500	3047.500	1887.500	5214.000
Wilcoxon W	10321.500	9605.000	8605.000	8213.000	6818.000	9592.500	8612.500	7452.500	10779.000
Z	-1.966	-3.613	-5.982	-6.910	-10.103	-3.578	-5.823	-8.609	-.724
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.049	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.469

a. Grouping Variable: Jenis

Pertanyaan No. 22 (Kemungkinan beralih ke media online)

P221	Beralih sepenuhnya ke media online		
		n	%
Valid	1	12	11.4
	2	36	34.3
	3	22	21
	4	22	21
	5	13	12.4
	Total	105	100

P222	Mengonsumsi media online dan koran		
		n	%
	1	0	0
Valid	2	6	5.7
	3	21	20
	4	47	44.8
	5	31	29.5
	Total	105	100

P223	Media online hanya sebagai tambahan		
		n	%
Valid	1	9	8.6
	2	20	19
	3	37	35.2
	4	30	28.6
	5	9	8.6
	Total	105	100