**PENGARUH MINAT BACA MEDIA ONLINE DAN MINAT BACA KORAN PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN WANEA KECAMATAN WANEA KOTA MANADO**

Rio V. Luntungan, Debby. D. V. Kawengian, Stefi H. Harilama

Program Studi Ilmu Komunikaasi

Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: luntunganrio18@gmail.com

**Abstrak**

**Seiring dengan perkembangan zaman di era globalisasi ini membuat arus informasi berjalan begitu cepat. Media (Press) yang merupakan sumber penyebar luasan informasi bagi masyarakat merupakan pilar utama dalam berjalannya arus informasi tentang segala peristiwa yang terjadi. Media online adalah sebuah inovasi dalam dunia jurnalistik membuat begitu banyak perubahan besar bagi masyarakat. Efek yang ditimbulkan dengan hadir dan berkembangnya berita media online yang paling sangat terasa adalah dimana minat baca berita masyarakat kepada media online sangatlah banyak dari pada media cetak yaitu koran, karena lebih dianggap praktis dan lebih fleksibel dalam pengaksesannya. Menurut Ruggiero, Hal ini sejalan dengan pendekatan uses and gratifications yang memandang bahwa pemilihan media dapat memberikan kepuasan kepada khalayak dalam memenuhi kebutuhannya dan khalayak dapat memahami berbagai alasan dalam menggunakan media. Setelah dilakukan penelitian,Media cetak menjadi pilihan hanya untuk interaksi sosial (menemukan bahan percakapan) Media online menjadi pilihan untuk berbagai keperluan, yaitu untuk interaksi sosial, untuk mencari infomrasi baru dan mengembangakan potensi diri, Media online dirasa mampu menjawab keinginan dari masyarakat ketimbang media cetak**

**Kata kunci: media online, media cetak, keinginan dan kepuasan**

*Abstrac*

*information runs so fast. Media (Press) which is a source of widespread dissemination of information for the community is the main pillar in the flow of information about all events that occur. Online Media is an innovation in the world of journalism making so many big changes for the society. The effect caused by the presence and development of online media news that is most felt is where people's interest in reading news to online media is very much from the print media, namely newspapers, because it is more considered practical and more flexible in accessing it. According to Ruggiero, this is in line with the uses and gratifications approach which considers that the selection of media can provide satisfaction to the audience in meeting their needs and the audience can understand the various reasons for using the media. After the research, print media is the only choice for social interaction (finding conversation material), online media is the choice for various purposes, namely for social interaction, to find new information and develop self-potential, online media is felt to be able to answer the wishes of the community rather than print media*

*Keywords: online media, print media, uses and gratification*

**PENDAHULUAN**

M

edia online adalah sebuah inovasi dalam dunia jurnalistik membuat begitu banyak perubahan besar bagi masyarakat. Efek yang ditimbulkan dengan hadir dan berkembangnya berita media online yang paling sangat terasa adalah dimana minat baca berita masyarakat kepada media online sangatlah banyak dari pada media cetak, karena lebih dianggap praktis dan lebih fleksibel dalam pengaksesannya Berkembangnya media online ini juga dipengaruhi oleh faktor utama yaitu penggunaan internet yang luas dan sudah diakses oleh setiap lapisan masyarakat. Dalam lingkungan internet, pengguna dipandang lebih aktif dalam berpartisipasi dalam menggunakan media dibandingkan dengan media tradisional. Hal ini sejalan dengan pendekatan *uses and gratifications* yang memandang bahwa pemilihan media dapat memberikan kepuasan kepada khalayak dalam memenuhi kebutuhannya dan khalayak dapat memahami berbagai alasan dalam menggunakan media. Adapun minat baca koran terhadap berkembangnya media online juga mengikuti minat konsumsi orang terhadap pemilihan berita iu sendiri. Mereka mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan teknololgi yang telah ada serta membawa kemudahan bagi mereka, sehingga dari perkembangan tersebut menjadikan keinginan dan minat masyarakat dalam mendapatkan berita dari media itupun bisa sesuai dengan kebutuhan. Kepuasan yang diperoleh seorang dari media ditentukan dari sikap orang terhadap media, yaitu kepercayaan dan juga evaluasi yang akan diberikannya terhadap isi pesan mediaAdapun ini semua juga kembali kepada minat seorang. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat yang bersifat tetap yaitu ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut berdasarkan dari permasalahan dan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh perbedaan minat baca berita media online dan minat baca koran masyarakat.

**METODE PENELITIAN**

A

dapun metode penilitan yang dipakai adalah metodologi kuantitatif. Sugiyono (2012) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan Metode Penelitian yang berlandaskan pada aliran filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel data dilakukan secara random dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel X yang akan diuji ini adalah para pembaca berita yang biasa membaca berita melalui media online maupun koran. Sedangkan Variabel Y adalah minat baca koran yang dalam hal ini juga punya ketertarikan pada media online. Data yang dikumpul dicek kemudian diperiksa kelengkapan data dan jawaban kuesioner. Lalu dari jawaban tersebut diberi skor dan dijumlahkan sehingga diperoleh hasil skor GS dan GO dari minat baca media online dan minat baca koran. Kedua skor yang sudah diperoleh tersebut kemudian di lihat mean masing-masing diaplikasi SPSS Setelah diketahui, jika didapati bahwa ada perbedaan yang signifikan antara pasangan skor GS dan GO langkah selanjutnya adalah membandingkan kedua mean skor tersebut. Jika mean skor GS lebih besar dari GO dapat dikatakan kebutuhan yang ada tidak terpuaskan dan juga sebaliknya, jika GO lebih besar dari GS berarti kebutuhan terpenuhi

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

D

alam hasil penelitian, media cetak dirasa kurang mampu untuk menjadi pilihan pembaca lagi. Terlihat dari 4 motif media cetak dengan 13 pertanyaan, hanya ada 4 motif yang yang mendapat respon lebih dari 50% yaitu setuju untuk mengembangkan potensi yang ada dalam diri (54%), setuju ingin menemukan bahan percakapan dengan orang lain (63%), setuju menjalankan peran sosial sebagai masyarakat (57%), setuju mempunyai keinginan dekat dengan orang lain (60%). Dengan perhitungan mean yaitu 3.37. Ini menggambarkan betapa rendahnya keinginan masyarakat. Seperti apa yang dijelaskan Menurut Prastiyo (2009), “Ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhi rendahnya minat membaca, yaitu faktor internal dan faktor eksternal”. Secara singkat dijelaskan sebagai berikut: a. Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu tersebut. Faktor internal meliputi adanya kecendungan malas dalam membaca, kesibukan dalam beraktivitas, sehingga tidak sempat untuk membaca. Malas hampir menjadi masalah bagi kebanyakan orang untuk membaca. b. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar diri individu tersebut. Faktor eksternal meliputi belum memadainya sarana yang ada di pelayanan yang diberikan kurang baik, status sosial, pengaruh lingkungan, dan kecendrungan masyarakat sekarang yang lebih bergantung pada multimedia saat mencari informasi. Dalam kepuasan media cetak, ternyata banyak yang tidak puas dengan hasil bacaan dari media cetak. Dari 4 kepuasaan dengan 13 pertanyaan, setuju mampu mengembangkan potensi yang ada dalam diri (54%), setuju menemu bahan percakapan dengan orang lain dan disekitarnya (63%), setuju menjalankan peran sosial sebagai masyarakat (57%), setuju dekat dengan orang lain terpenuhi (61%). Hanya 4 yang menyatakan puas. Dengan perhitungan mean 3.76 Terlihat adanya kekurangpuasan masyarakat dalam penggunaan media cetak. Menurut Prawiradilaga (2012) Media cetak memiliki kekhususan berkaitan dengan kebiasaan pembaca dalam mencerna materi secara linear, mencerna visual menurut ruang, dan gerak pembacanya bersifat pasif. Terdapat ketergantungan terhadap aspek kebahasaan, biasanya pesan disusun kembali berdasarkan kepentingan pemakai. Maka dari itu, walaupun banyak yang membaca tetapi kurang terpuaskan. Dalam hasil jawaban motif media online terlihat banyak respon positif yang didapatkan atau lebih dari 50%. Dari 4 motif kepuasan dengan 13 pertanyaan, sangat setuju keinginan untuk mengetahui informasi keadaan dunia (57%), sangat seuju keinginan mengetahui peristiwa terbaru yang terjadi (57%), sangat setuju igin mengembangkan potensi dalam dii (78%), setuju ingin mencari ketertarikan akan hal yang baru (minat) yaitu (74%), setuju menemukan bahan percakapan dengan orang lain (70%), setuju ingin menjalankan peran sosial sebagai masyarakat (75%), setuju ingin mempunyai kedekatan dengan orang lain (74%), setuju keingian untuk dihargai orang lain (57%). Jika dikomparasikan dengan jawab responden, pembaca masih memilih media online untuk bisa menajadi bahan bacaan (57%). Dengan perhitungan mean 4,10. Berarti media online dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2006). Dalam kepuasan media online ini, masyarakat terpuaskan dengan bacaan yang disajikan,. Dari 4 kepuasan dengan 13 pertanyaan banyak mendapat respon positif lebih dari 50%. Setuju berkaitan dengan mengetahui informasi berkaitan dengan lingkungn sekitar (55%), sangat setuju mampu membantu untuk mengetahui berkaitan keadaan dunia (55%), set uju membantu untuk mengathui peristiwa yang terjadi setuju mampu mengembangkan potensi yang ada dalam diri (55%), setuju mencri ketertarikan akan hal baru (minat) untuk diri (55%), setuju menemukan baha percakapan dengan orang lain disekitar (57%). Dengan perhitungan mean yaitu 4,10. Hal ini bersifat positif dimana pilihan media online masih menjadi media yang mampu memuaskan dan lebih fleksibel. Menurut Salwen (2005) Salwen: Edisi online sedikit lebih dari versi elektronik dari surat kabar induk; Sebagai hibrida dari koran cetak dan konten asli: Beberapa situs berita online mengandung sejumlah besar konten asli yang dibuat oleh staf terpisah; Digunakan sebagai sumber berita dan informasi yang sedang melebar untuk memenuhi kebutuhan; Surat kabar online harus menganggap diri mereka sebagai situs web independen layanan lengkap; Berita online sebagai situs harus bekerja dengan tenggat waktu 24 jam dan memperbarui konten secara berkala dan teratur; Karena reseller, konten asli dapat berupa laporan investigasi eksklusif atau laporan lainnya yang tidak dipublikasikan dalam edisi cetak koran atau di mana pun; Sebagai reseller, konten asli juga dapat menjadi laporan pertama berita terkini yang dicetak di koran tradisional; Sebagai bahan pelengkap yang menambah cerita di koran cetak mungkin juga dianggap konten asli. Setelah dilakuakn perbandingan diantara masing-masing variable independen dan dependen, ditemukan bahwa kehadiran media online mampu menggerus keinginan dan kpuasan media cetak. Ini dibuktikan dengan tidak mencapainya 50% kepuasan yaitu 4 item pertanyaan dari 13 dan keinginan juga 4 dari 13 pertanyaan media cetak, selaras juga dengan hasil perhitungan mean yang kecil yaitu keinginan 3.,37 berbanding dengan kepuasan 3,78. Jika dilakukan perbandingan media cetak mean skor (rata-rata skor) GS lebih kecil dari mean skor GO (mean skor GS < mean skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tersebut memuaskan khalayaknya. Setelah dilakuakn perbandingan diantara masing-masing variable independen dan dependen, ditemukan bahwa kehadiran media online masih menjadi pilihan dengan keinginan dan kpuasan. Ini dibuktikan dengan mencapainya 50% yaitu 5 item pertanyaan dari 13 dan keinginan juga 5 item dari 13 pertanyaan kepuasan media onine, selaras juga dengan hasil perhitungan mean yang besar yaitu keinginan 4,10 sebanding dengan kepuasan 4,10. Yaitu jika mean skor (rata-rata skor) GS sama dengan mean skor GO (mean skor GS = mean skor GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanyaterpenuhi. Hubunan antara media cetak dan media online terjadi dimana pilihan masyarakat lebih cenderung memilih media online. Ketika melihat fenomena dan dibandingkan dengan jawaban media cetak masih mampu menjadi bahan perbincangan dimasyarakat. Berbeda dengan media cetak, media online yang tidak hanya sebagai bahan perbincangan dimasyarakat namun ingin mempunyai bahan pengetahuan terbaru, mengembangkan potensi diri.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

K

esimpulan dalam hasil analisis serta pembahsan, maka bisa disimpulkan: Terdapat hubugan antara media cetak dan media online; Untuk media cetak mean skor GS (3,37) lebih kecil dari mean skor GO (3,78) maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tersebut memuaskan khalayaknya; Untuk media online mean skor GS (4,10) sama dengan mean skor GO (4,10) maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi; Media cetak menjadi pilihan hanya untuk interaksi sosial (menemukan bahan percakapan); Media online menjadi pilihan untuk berbagai keperluan, yaitu untuk interaksi sosial, untuk mencari infomrasi baru dan mengembangakan potensi diri; Mediia online dirasa mampu menjawab keinginan dari masyarakat ketimbang media cetak. **Saran** yaitu media Cetak harus mampu berinovasi mengingat pesatnya digitalisasi media yang sedang menyebar seperti membuka media online atau e-newspaper; media ctak harus memperbanyak konten/isi guna menjawab kebutuhan khalayak untuk bisa memnuhi informasi, meningkatakan kapasitas diri dan juga memperbanyak pilihan literasinya

**DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta

Arsyad, Azhar. 2003. *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

Dinal R dan Lin Y. S. 2019. *Pengaruh Media Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Media Konvensional (Studi Komparatif Pelanggan Media Online Dan Media Konvensional Di Kota Palembang)*, Dinal R dan Lin Y. S, Siap Menghadapi Pasar Kerja dan Keuangan dalam Era Industri 4.0, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bina Dharma, Palembang

Hidayat R. 2017. *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Minat Baca Peserta Didik Kelas XI Di Perpustakaan SMA Teladan Way Japara Tahun Pelajaran 2016/2017*, Lampung

Husaini Ziad. 2015. *Penerapan Analisis Korelasi Kanonik Untuk Melihat Hubungan Antara Karakteristik Pasien Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien Dan Tindakan Words Of Mouth Pada Puskesmas Rawat Inap Sipori-Pori Kota Tanjungbalai Tahun 2015,* Fakultas Kesehatan Maysrakat, Tanjung Balai.Jakarta

Kasali, Rhenald, 1992*, Manajemen Periklanan, Pustaka Utama Grafiti,*Jakarta

Kriyanto, Rachmat. 2010. Riset Komunikas*: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana.

Morissan M. A. 2010 *Teori Komunikasi Massa, Media, Budaya, dan Mayarakat Cet. 2*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Prawiradilaga, Dewi Salma, dkk. 2010 *Mozaik Teknologi Pendidikan: ELearning.*

Salwen, Michael B, Bruce Garrison, Paul D Dricoll. 2005. *Online News and Public, the public. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates*.

Severin, Werner J dan Tankard J. W. 2010 *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Masssa,* Jakarta: Kencana.

Syamsul M. Romli, Asep. 2012. *Jurnalistik Online*, Bandung: Nuansa Cendikia.

*the public. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates*.

Yovanda L. 2017. *Pengaruh Penyebaran Berita Di Media Online Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Kasus Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 Uin Raden Fatah Palembang),* Palembang

<https://romeltea.com/pengertian-komunikasi-massa/>

<https://pakarkomunikasi.com/media-massa-menurut-para-ahli/>

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/12/090000669/kelebihan-dan-kekurangan-media-online?page=all>