

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Sub-bab ini menjelaskan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki korelasi dengan Pola Konsumsi Berita di Kalangan Mahasiswa. Berikut adalah penelitian-penelitian tersebut.

2.1.1 Referensi Pertama

Referensi pertama adalah penelitian dari Wulan Suciska & Eka Yuda Gunawibawa dengan judul penelitian bernama “Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung”. Penelitian tersebut merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan metode survei untuk menggambarkan objek yang diteliti.

Perkembangan teknologi menyebabkan perubahan pada kebiasaan membaca berita. Khalayak menjadi lebih aktif mencari berita untuk memuaskan rasa keingintahuan mereka akan sesuatu (teori *uses and gratifications*), dibandingkan dengan dulu di mana berita dikonsumsi untuk memberitahu informasi kepada khalayak pasif. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam pola konsumsi berita di antara orang-orang yang memiliki akses internet dan mereka yang tidak memilikinya. Hal ini mempengaruhi pilihan media oleh khalayak untuk konsumsi berita dan persepsi mereka terhadap kredibilitas sumber berita yang dibaca. Penelitian oleh Wulan Suciska & Eka Yuda Gunawibawa mempelajari pola konsumsi berita khalayak di Kota Bandar Lampung untuk memperoleh gambaran jenis media massa yang dipercaya oleh khalayak dari latar belakang akses *digital* yang berbeda-beda.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat perbedaan yang signifikan antara tiga kelompok khalayak yang diteliti, yakni *digital natives*, *digital immigrants*, dan *digital settlers*. *Digital natives* dicirikan sebagai kelompok pengguna yang akrab dengan dunia *digital* karena telah tumbuh dalam internet. Alhasil, penelitian menunjukkan bahwa mereka lebih mengandalkan internet untuk konsumsi berita. Selanjutnya, terdapat kelompok khalayak yang disebut *digital immigrants*, yaitu kelompok pengguna yang tumbuh besar bersama media cetak, televisi, dan radio, namun masih memiliki ketertarikan terhadap internet. Sebagian besar *digital immigrants* belajar menggunakan internet setelah bertumbuh dewasa. Sebagai hasil dari itu, sebagian besar *digital immigrants* terutama yang berusia muda lebih memilih internet sebagai media sumber berita ketimbang koran *online* maupun koran cetak.

Kelompok khalayak terakhir adalah *digital settlers*, yang sering dianggap sebagai generasi analog, yaitu kelompok yang tidak memiliki antusiasme yang besar pada konsumsi media karena merupakan kelompok yang terbiasa mengkonsumsi berita dari koran cetak dibandingkan media lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa mereka lebih minat terhadap media yang tidak membutuhkan usaha berlebih bagi mereka, seperti televisi, maka mereka dapat digolongkan sebagai khalayak pasif daripada khalayak aktif.

2.1.2 Referensi Kedua

Penelitian referensi kedua adalah penelitian dari Fathul Qorib dengan judul penelitian bernama “Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang”. Jenis penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan data yang didapatkan melalui *in-depth interview*. Penelitian tersebut didahului oleh fenomena digitalisasi media cetak yang mengakibatkan penurunan pembaca media cetak dan meningkat pesatnya penggunaan media *online*. Hal ini disebabkan ketidakmampuan media cetak untuk memenuhi kebutuhan generasi muda (generasi milenial) terhadap kecenderungan hidup mereka, maka media cetak harus membangun media *online*

sendiri agar dapat terus hidup. Hal ini berhubungan dengan teori *uses and gratifications*, teori yang mendorong media untuk terus berinovasi mengikuti kebutuhan khalayak untuk memberi mereka kepuasan. Dalam meneliti fenomena ini, Fathul Qorib memilih 20 informan berupa mahasiswa jurnalistik dari empat perguruan tinggi di Kota Malang karena mereka dianggap bisa mempertanggungjawabkan pilihan konsumsi media mereka.

Dalam hasil penelitian tersebut, ditemui bahwa minat membaca koran pada subyek penelitian sangat rendah dan justru sangat tinggi pada media *digital*. Hal ini dikarenakan kehidupan sehari-hari mereka yang diwarnai oleh akses terhadap smartphone, dimana sudah terdapat aplikasi portal berita seperti Detik, Kompas, Tirta, Liputan6, dan CNN. Dengan adanya aplikasi-aplikasi *online* tersebut, ketertarikan terhadap koran cetak pun menghilang. Hal ini juga disebabkan oleh keterbatasan waktu untuk mengonsumsi media cetak sehingga informan lebih memilih menggunakan media *online* yang lebih praktis. Media *online* pun juga dapat menyajikan suatu berita hanya beberapa menit setelah kejadian, sedangkan media cetak hanya bisa memberikan informasi lengkap paling cepat di hari berikutnya. Dalam kesimpulannya informan pada penelitian tersebut menggambarkan kebanyakan mahasiswa yang kepuasan yang dicari dalam suatu media selalu lebih bisa diperoleh melalui media *online* ketimbang media cetak.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Wulan Suciska & Eka Yuda Gunawibawa (2020)	Fathul Qorib (2020)
Judul Penelitian	"Pola Konsumsi Berita pada	"Pola Konsumsi Media pada

	Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung.”	Generasi Milenial Kota Malang.”
Hasil Penelitian	Terdapat kesenjangan antara tiga kelompok khalayak yang diteliti, yaitu <i>digital natives</i> , <i>digital immigrants</i> , dan <i>digital settlers</i>	Terdapat ketertarikan lebih terhadap media <i>online</i> dibandingkan media cetak dalam hal mengonsumsi berita di

	berhubung ketiga kelompok tersebut berasal dari kelompok umur dan generasi yang berbeda-beda. <i>Digital natives</i> ditemukan sangat mengandalkan media <i>online</i> dalam mengonsumsi berita dan <i>digital immigrants</i> ditemukan masih terbuka terhadap media berita <i>online</i> , sedangkan <i>digital settlers</i> tidak terlalu mengandalkan internet karena mereka lebih pasif dan menyukai media yang tidak membutuhkan usaha banyak.	kalangan mahasiswa perguruan tinggi. Hal ini didasarkan oleh banyak alasan, seperti kelengkapan informasi, kecepatan penyajian berita, dan waktu yang diperlukan untuk mengonsumsi media. Media <i>online</i> ditemukan untuk lebih unggul dalam semua hal tersebut dibandingkan dengan media cetak.
Relevansi	Sama-sama mengangkat topik pola konsumsi media yang mengangkat tema kesenjangan	Sama-sama mengangkat topik pola konsumsi media yang mengangkat tema preferensi media

	<p>antar jenis pengguna media.</p> <p>Jenis penelitian juga penelitian kuantitatif. Penelitian dipublikasi pada tahun 2020 sehingga relevan dengan penelitian utama. Perbedaan terletak di target informan karena penelitian ini hanya berfokus terhadap khalayak di Kota Bandar Lampung.</p>	<p>generasi milenial dan alasan dibaliknya. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif terhadap sejumlah informan sasaran yang merupakan mahasiswa perguruan tinggi, sehingga relevan dengan penelitian utama yang juga menargetkan informan dari mahasiswa perguruan tinggi. Penelitian dipublikasi pada tahun 2020 sehingga relevan dengan penelitian utama. Perbedaan terletak</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>di jenis penelitian, namun hal tersebut dapat memperluas alur penelitian karena memberikan referensi yang lebih <i>in-depth</i>.</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Berikut merupakan pemaparan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan untuk mendukung pondasi penelitian utama. Setiap penelitian memiliki relevansi terhadap penelitian utama. Penelitian terdahulu nomor 1 membantu peneliti menyusun teori, konsep, dan jalur penelitian agar tidak salah sasaran dan menjadi referensi utama penelitian kuantitatif berjudul “Pola Konsumsi Berita di Kalangan Mahasiswa”.

Penelitian terdahulu nomor 2 memiliki peran memperluas alur penelitian, tapi hanya sebagai referensi tambahan.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Penggunaan dan Kepuasan (Uses and Gratifications Theory)

Penelitian ini menggunakan Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*) untuk memahami motivasi dan alasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita. Teori ini menekankan bahwa individu secara aktif memilih media yang paling memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan interaksi sosial mereka. Dalam konteks penelitian ini, teori ini akan membantu mengidentifikasi bagaimana dan mengapa mahasiswa memilih berbagai *platform* berita *digital* dan bagaimana media tersebut memenuhi kebutuhan mereka dalam era *digital* saat ini.

Pendekatan *uses and gratifications* mulai diterapkan oleh peneliti media pada awal tahun 1940-an, meskipun istilah tersebut belum digunakan pada waktu itu. Herta Herzog (1944) memulai penelitiannya dengan mengklasifikasikan berbagai alasan mengapa audiens memilih media tertentu. Ia melakukan wawancara dengan penggemar opera sabun dan mengidentifikasi tiga jenis kepuasan yang diperoleh, yaitu emosi, pembelajaran, dan pemikiran yang diinginkan. Teori *Uses and Gratifications* menekankan bahwa fokus utamanya bukan pada bagaimana media mengubah sikap dan perilaku audiens, melainkan pada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial audiens (Ambar, 2017). Oleh karena itu, perhatian utama adalah pada audiens yang aktif, yang secara sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep penggunaan (use) menjadi elemen kunci dalam pemikiran ini. Memahami bagaimana dan mengapa media digunakan oleh audiens dapat memberikan wawasan dan memungkinkan perkiraan tentang hasil dari proses komunikasi massa. Pada tahun 1948, ilmuwan politik Amerika, Harold Lasswell, pertama kali memperkenalkan empat fungsi media dari sudut pandang

makro sosiologis (Riadi, 2021). Menurutnya, media melayani masyarakat dan individu dengan empat fungsi utama: pengawasan, pembentukan hubungan, hiburan, dan komunikasi budaya. Pada tahun 1970-an, fokus penelitian bergeser ke arah penggunaan media dan kebutuhan sosial serta psikologis yang dipenuhi oleh media. Akhirnya, pada tahun 1974, ilmuwan Jay Blumler dan sosiolog Elihu Katz bersama-sama menerbitkan makalah yang membangun kerangka teoritis awal dari teori *Uses and Gratifications* (Yulita, 2024).

Teori Jarum Hipodermik dan Teori *Uses and Gratifications* menampilkan perbedaan mendasar dalam pemahaman mereka tentang peran media dan audiens. Teori Jarum Hipodermik, juga dikenal sebagai teori peluru, menganggap media sebagai pihak yang aktif dan kuat yang dapat mempengaruhi khalayak pasif secara langsung dan signifikan. Sebaliknya, Teori *Uses and Gratifications*, yang diperkenalkan oleh Elihu Katz dan dikembangkan lebih lanjut oleh Herbert Blumer dan Katz, menempatkan audiens sebagai pihak yang aktif. Dalam teori ini, audiens secara sadar memilih media dan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, mencari informasi dan hiburan yang memuaskan. Dengan demikian, teori ini menekankan bahwa audiens memiliki kontrol dan peran aktif dalam interaksi mereka dengan media, berbeda dengan asumsi teori Jarum Hipodermik yang melihat audiens sebagai penerima pasif dari pengaruh media (Thabroni, 2022).

Pendekatan kegunaan dan kepuasan media menghadapi sejumlah kritik, termasuk kelemahan konseptual di mana peneliti cenderung mengutamakan data penelitian daripada teori. Kritikan mencakup fokus pendekatan ini yang terlalu rasional dan berpusat pada aktivitas audiens, mengabaikan karakteristik stimuli. Meskipun berhasil menggantikan pendekatan jarum hipodermik dengan fokus baru pada efek kesadaran dan pengetahuan daripada perubahan sikap, pendekatan ini sering dianggap *atheoretical* karena mengandalkan pengukuran signifikan. Kritik juga menyebutkan ketidakjelasan dalam definisi konsep utama dan terminologi, serta kebingungan

dalam menjelaskan penggunaan media berdasarkan fungsi psikologis atau struktural. Selain itu, pendekatan ini dianggap terlalu mikro, tidak menunjukkan efek dengan mudah, dan cenderung bias terhadap status quo. Meskipun demikian, popularitasnya di kalangan peneliti komunikasi menunjukkan bahwa masih banyak aspek yang perlu diuji, dan usaha perbaikan terus dilakukan untuk meningkatkan validitas hasil penelitian (Dr. Humaizi, 2018).

Lima asumsi dasar yang menjadi inti dari teori penggunaan dan kepuasan adalah sebagai berikut:(Dr. Humaizi, 2018)

1. Khalayak bersifat aktif dan menggunakan media dengan tujuan tertentu.
2. Inisiatif untuk menghubungkan kebutuhan dengan kepuasan yang diperoleh dari media tertentu bergantung pada individu dalam khalayak.
3. Media bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memenuhi kebutuhan.
4. Individu memiliki kesadaran diri yang cukup mengenai penggunaan media, minat, dan motif mereka, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat kepada peneliti.
5. Penilaian terhadap bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhan mereka dengan media atau isi tertentu sebaiknya dilakukan dengan hati-hati.

Penelitian ini menggunakan Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*) untuk memahami motivasi dan alasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita karena teori ini menekankan peran aktif individu dalam memilih media yang paling memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan interaksi sosial mereka. Dengan demikian, teori ini relevan untuk mengidentifikasi bagaimana dan mengapa mahasiswa memilih berbagai *platform* berita *digital* dan bagaimana media tersebut memenuhi kebutuhan mereka dalam era *digital* saat ini. Pendekatan ini, yang awalnya diterapkan oleh peneliti media pada tahun 1940-an, berfokus pada motivasi audiens yang secara sengaja menggunakan media untuk tujuan tertentu, bukan pada perubahan sikap dan perilaku audiens. Oleh karena itu, teori ini memungkinkan penelitian untuk menggali lebih dalam tentang preferensi media mahasiswa dan bagaimana media *digital* memenuhi kebutuhan informasi dan sosial mereka secara efektif.

2.1.2 Konsumsi Berita

Media *online* dan media sosial memainkan peran krusial dalam ekosistem informasi di Indonesia. Berdasarkan survei *Digital News Report 2022* yang dilakukan oleh *Reuters Institute* dan Universitas Oxford, yang melibatkan sekitar 93.000 responden di 46 negara, termasuk Indonesia, media *online* dan media sosial adalah sumber berita utama bagi masyarakat Indonesia (Rosy Dewi Arianti Saptoyo, 2022). Studi tentang preferensi dan kebiasaan pembaca media massa *online* menunjukkan perubahan signifikan dalam konsumsi berita di era *digital*. Pembaca kini lebih memilih *platform digital* dibandingkan media cetak, memanfaatkan aksesibilitas dan mobilitas tinggi yang ditawarkan perangkat elektronik seperti *smartphone* dan tablet untuk mengakses berita kapan saja dan di mana saja. Mereka cenderung mencari informasi yang diperbarui secara *real-time* dan mengonsumsi berita dari berbagai sumber *online* untuk mendapatkan perspektif yang beragam (Wibowo, 2023).

Studi tentang preferensi dan kebiasaan pembaca media massa *online* menunjukkan perubahan signifikan dalam konsumsi berita di era *digital*. Pembaca kini lebih memilih *platform digital* dibandingkan media cetak, memanfaatkan aksesibilitas dan mobilitas tinggi yang ditawarkan perangkat elektronik seperti *smartphone* dan tablet untuk mengakses berita kapan saja dan di mana saja. Mereka cenderung mencari informasi yang diperbarui secara *real-time* dan mengonsumsi berita dari berbagai sumber *online* untuk mendapatkan perspektif yang beragam (Wibowo, 2023).

Pola konsumsi merupakan bentuk (struktur) pengeluaran individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi guna memenuhi kebutuhan. Pola konsumsi menurut Samuelson dan Nordhaus (2004) sebagai keteraturan individu/kelompok dalam menggunakan produk berupa jasa/barang secara langsung sesuai kebutuhan. Maka, pola konsumsi berita lebih pada cara individu/kelompok saat menggunakan berita/informasi yang disesuaikan oleh kebutuhan mereka sendiri. Pola konsumsi berita memiliki kelebihan dan kekurangan sesuai minat baca pada masyarakat. Kelebihan pola konsumsi terletak pada efisiensi, praktis, dan mudah diakses dimana saja (Luntungan, Rio V dkk, 2022). Sedangkan kekurangan pada pola konsumsi berita terletak pada kurangnya akurasi berita dikarenakan tuntutan media *online* memilih kecepatan penyampaian berita yang di *deadline* (Putri, Vanya K. M. 2022).

Menurut McQuail dalam Rakhmat (2001:16), motif penggunaan media meliputi hiburan (pelarian dari rutinitas), integrasi sosial (media sebagai teman), identitas pribadi (memperkuat nilai-nilai pribadi), dan informasi (mendapatkan informasi). Dalam model *Uses and Gratification*, konsumsi media berdasarkan motif ini diperkirakan akan memberikan kepuasan bagi penggunanya. McQuail (2004:98) mengkategorikan motif penggunaan media sebagai: informasi (mencari berita, bimbingan, memuaskan rasa ingin tahu, dan pendidikan diri), identitas pribadi (menemukan nilai pribadi dan model perilaku, mengidentifikasi dengan nilai dalam

media, dan meningkatkan pemahaman diri), integrasi sosial (memahami keadaan orang lain, menemukan bahan percakapan, memperoleh teman, membantu menjalankan peran sosial, dan menghubungi keluarga), serta hiburan melepaskan diri dari masalah, bersantai, mendapatkan kenikmatan estetis, mengisi waktu, dan penyaluran emosi (*Teori Uses and Gratification Dalam Penggunaan Media*, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa media memainkan peran yang kompleks dan multifaset dalam kehidupan individu. Motif yang beragam ini mencerminkan kebutuhan psikologis dan sosial yang berbeda, yang dipenuhi melalui berbagai jenis konten media. Dengan memahami motif-motif ini, penyedia media dapat lebih efektif dalam merancang konten yang relevan dan memuaskan bagi audiens mereka, sementara pengguna dapat lebih sadar akan tujuan dan dampak konsumsi media mereka.

Setiap media memiliki kepentingan yang berbeda, yang dapat selaras atau berlawanan dengan kepentingan khalayak, sehingga masyarakat mengembangkan pola konsumsi media yang unik. Pola konsumsi berita ini penting bagi industri media untuk mengembangkan bisnisnya dan bagi lembaga non-komersial untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat. Dari sudut pandang masyarakat, pola konsumsi media juga terkait dengan kesenjangan *digital*, yaitu apakah seseorang mengenal perangkat *digital* sejak lahir atau setelah dewasa. Palfrey dan Gasser (2008) menyebut generasi yang lahir setelah tahun 1980 sebagai *digital native*, sementara mereka yang lahir sebelum era *digital* tetapi beradaptasi disebut *digital settler*. Generasi yang lambat beradaptasi dan masih menggunakan teknologi analog disebut *digital immigrant* (Rusadi, 2014).

Menurut Livingstone (dalam Mitchelstein dan Boczkowski, 2010), konsumsi berita diartikan sebagai kegiatan mengakses berita melalui internet. Internet memudahkan seseorang dalam mencari informasi, yang dapat diakses dengan cepat dan biaya yang rendah (Rusadi, 2014). Ketergantungan individu terhadap media (Ball-Rokeach et al., 1985, dalam Hadi, 2020) dapat diartikan sebagai hubungan untuk mencapai tujuan

tertentu. Hal ini bergantung pada kemampuan individu dalam menggunakan metode tertentu untuk mengakses informasi yang disediakan oleh media. Ketergantungan ini dapat dilihat melalui dua aspek. Pertama, individu yang terus-menerus menggunakan satu media tertentu karena media tersebut sangat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui fitur atau fasilitas yang lebih baik dibandingkan media lain. Kedua, ketergantungan individu terhadap media dipengaruhi oleh kondisi sosial di suatu negara, seperti saat terjadi bencana, individu akan memilih media yang dapat memberikan informasi terkini dan jelas tentang situasi yang sedang berlangsung (Ilahi & Syafuddin, 2021).

Saat ini, hampir semua media massa harus memperluas jangkauan dan memperkaya bentuknya untuk mempertahankan eksistensi. Media lama seperti TV, surat kabar, radio, majalah, dan tabloid telah bertransformasi menjadi media baru dengan mengadopsi format digital, menambah saluran, dan membuat akun resmi di berbagai media sosial. Perubahan ini mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, khususnya internet, sehingga media lama dapat tetap diterima oleh generasi masa kini tanpa kehilangan identitasnya. Platform yang merupakan kombinasi perangkat keras dan lunak yang mendasari aplikasi memungkinkan media tradisional seperti TV dan surat kabar untuk berkembang dalam bentuk digital dan media sosial, dengan internet sebagai faktor penting dalam transformasi ini (Ilahi & Syafuddin, 2021).

2.3 Alur Penelitian

Alur penelitian dimulai dari keingintahuan peneliti tentang pola konsumsi berita mahasiswa di masa *digital* sekarang ini. Dengan berkembang pesatnya media *digital*, tentu orang-orang memiliki akses yang lebih mudah untuk mencari informasi yang ingin diketahuinya. Namun, dengan banyaknya media berita yang terus berinovasi mulai dari jenis *platform* berita, aksesibilitas media berita, jenis konten berita yang diliput, dan elemen pendukung berita, pola konsumsi setiap orang tentu berbeda-beda sesuai dengan ketertarikan dan latar belakang mereka. Rasa keingintahuan ini juga timbul karena penulis membaca penelitian terhadap pola konsumsi kelompok tertentu, namun belum ada yang meneliti hal tersebut khusus dalam kalangan mahasiswa.

Kemudian, peneliti menjabarkan pertanyaan penelitian dalam survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke pada mahasiswa. Pertanyaan yang menjadi poin penelitian adalah mengenai frekuensi informan mengakses informasi berita, perangkat yang biasanya digunakan untuk mengakses berita, *platform* yang digunakan untuk mengakses berita, durasi membaca berita per hari, jenis berita yang paling sering dan paling jarang diakses, penggunaan *news aggregator* dan *news aggregator* apa yang pernah diakses, media *online* yang paling sering dan paling jarang diakses, elemen berita yang memicu ketertarikan informan, kerelaan informan untuk membayar konten berita, dan model akses berita berbayar yang ideal untuk informan.