

POLA KONSUMSI BERITA DI KALANGAN MAHASISWA



SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Timothy Arden

00000029718

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas segala berkat serta rahmat karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pola Konsumsi Berita di Kalangan Mahasiswa.” Skripsi ini diajukan untuk bisa meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Untuk itu penulis berkesempatan menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Samiaji Bintang Nusantara S.T., M.A., selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Rossalyn Ayu Asmarantika, S.Hum., M.A., sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan laporan skripsi hingga penulis bisa menjalankan sidang.
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan mulai dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak yang harus diperbaiki, maka dari itu penulis sangat menghargai kritik dan saran yang membangun yang diberikan untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 18 Desember 2024



Timothy Arden

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Timothy Arden

Nomor Induk Mahasiswa 00000029718

Program Studi : Jurnalistik

Skripsi dengan judul:

POLA KONSUMSI BERITA DI KALANGAN MAHASISWA

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Januari 2025



(Timothy Arden)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Pola Konsumsi Berita Di Kalangan Mahasiswa

Oleh

Nama : Timothy Arden

NIM : 00000029718

Program Studi : Jurnalistik

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 10 Januari 2025

Pukul 15.30 s.d 17.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ambang Priyonggo, S.S.,

M.A., PhD.

0309017603

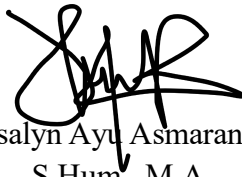
Penguji



Veronika, S.Sos, M.Si

0317028703

Pembimbing



Rossalyn Ayu Asmarantika,
S.Hum., M.A.

0320058905

Ketua Program Studi Jurnalistik



Samiaji Bintang Nusantara S.T., M.A.

0324037702

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Timothy Arden

NIM 00000029718

Program Studi : Jurnalistik

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pola Konsumsi Berita Di Kalangan Mahasiswa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

Tangerang, 18 Desember 2024



(Timothy Arden)

Abstrak

Kehadiran internet telah mengubah cara interaksi manusia dengan menggunakan alat seperti komputer dan ponsel pintar. Perkembangan teknologi komunikasi memengaruhi hubungan antara industri, media, produsen, dan konsumen. Penelitian ini menjelaskan karakteristik mahasiswa dalam mengakses berita melalui media online dan faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi konsumsi berita mereka. Teori Penggunaan dan Kepuasan digunakan untuk memahami motivasi mahasiswa dalam mengakses berita. Teori ini menunjukkan bahwa individu memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan validitas dan reliabilitas untuk menganalisis data. Hasil penelitian menemukan bahwa pola konsumsi berita mahasiswa dipengaruhi oleh faktor demografis. Mahasiswa *digital natives* lebih suka media *online*, dengan mayoritas menggunakan ponsel pintar dan sosial media untuk mengakses berita nasional.

Kata kunci: pola konsumsi berita, internet, media *online*, karakteristik, frekuensi.

Abstract

The advent of the internet has changed the way humans interact using tools such as computers and smartphones. The development of communication technology affects the relationship between industry, media, producers and consumers. This study explains the characteristics of university students in accessing news through online media and the factors that influence the frequency of their news consumption. The Usage and Satisfaction Theory is used to understand the motivation of students in accessing news. This theory suggests that individuals choose media to fulfill information and entertainment needs. The research used quantitative methods with validity and reliability to analyze the data. The results found that students' news consumption patterns are influenced by demographic factors. Digital natives students prefer online media, with the majority using smart phones and social media to access national news.

Keywords : *News Consumption Patterns, internet, online media, characteristic, frequency.*

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	
1.2 Rumusan Masalah	
1.3 Pertanyaan Penelitian	
1.4 Tujuan Penelitian	
1.5 Kegunaan Penelitian	
1.6 Keterbatasan Penelitian	
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	
2.2 Teori & Konsep	
2.3 Alur Penelitian	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	
3.2 Metode Penelitian	
3.3 Populasi dan Sampel	
3.4 Operasionalisasi Variabel	
3.5 Teknik Pengumpulan Data	
3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas	
3.7 Teknik Analisis Data	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Analisis Deskriptif Responden.....	
4.2 Hasil Penelitian.....	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	
5.1 Kesimpulan.....	
5.2 Saran.....	
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran internet mengubah cara manusia saling berinteraksi. Manusia mengenal internet melalui beberapa alat bantu seperti komputer, ponsel pintar, laptop, dan lainnya alat-alat tersebut merupakan teknologi yang dikembangkan untuk memudahkan manusia berkomunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi pun mendorong perubahan hubungan antara teknologi, industri, dan konsumsi media. Sementara itu, konvergensi media, selain terkait dengan persoalan pergeseran teknologi (*technological shift*), juga mengubah hubungan antara produsen dan konsumen media. Jenkins (dalam Datubara & Irwansyah, 2019, h. 253) mengungkapkan bahwa penyebaran saluran dan kemudahan akses teknologi komunikasi menjadi pintu masuk yang memungkinkan media dapat diakses dari mana pun oleh seluruh khalayak.

Kini, masyarakat pun menggunakan semua jenis media untuk dapat berhubungan dengan orang lain. Konvergensi media memberi peluang para pengelola media dalam jaringan (*daring*) untuk menyampaikan beragam informasi melalui satu perangkat. Konvergensi, menurut Tony Kern (dalam Baran, 2011, h. 65), didorong oleh tiga unsur yang datang hampir bersamaan. Pertama, digitalisasi hampir semua informasi yang menyediakan sarana umum untuk mewakili semua bentuk komunikasi. Kedua, konektivitas berkecepatan tinggi yang memungkinkan jaringan menjadi lebih cepat dan meresap melalui kabel dan nirkabel. Ketiga, kemajuan teknologi dengan kecepatan, memori, dan perbaikan daya yang memungkinkan perangkat untuk berbuat lebih banyak. Pembahasan konvergensi bermula dari konvergensi industri, konvergensi medium, hingga konvergensi teknologi media (Holmes, 2012, h. 135).

Konvergensi teknologi media hanya dimungkinkan oleh adanya konvergensi industri yang merupakan hasil dari kolaborasi antara perusahaan di bidang telekomunikasi, maupun akibat pengambilalihan atau penggabungan perusahaan. Konvergensi perusahaan menimbulkan kombinasi baru bagi media, inovasi teknologi, dan pengiriman konten. Sedangkan inovasi teknologi menciptakan keharusan bagi jenis baru konvergensi perusahaan. Di sisi lain, konvergensi medium merupakan revolusi komunikasi kedua, yakni pada saat medium-medium lebih tua digunakan kembali melalui bentuk digital dan mengutamakan interaktivitas (Van Dijk dalam Holmes, 2012, h. 136). Perkembangan teknologi baru ternyata berdampak pada kebiasaan membaca berita.

Tewksbury (dalam Lee & Carpini, 2010, h. 3) memberi penjelasan mengenai perubahan sifat membaca berita dan peluang baru untuk mempelajari perilaku membaca tersebut. Spekulasi tentang masa depan jurnalisme dan sifat internet penting untuk memeriksa institusi, yaitu produksi dan distribusi berita, serta individu, yaitu kebiasaan atau pola konsumsi berita dan perubahan yang terkait digitalisasi. Rosenstiel (2008) secara singkat mengartikan konsumsi berita saat ini telah bergeser dari perilaku pasif yang menggunakan konsep “tell me a story” menjadi perilaku proaktif dengan konsep “answer my question”.

Rosenstiel (2008) mengemukakan pula bahwa para konsumen berita yang jumlahnya sangat besar dapat memeriksa berita sepanjang hari, berburu tautan berita untuk menemukan informasi yang mereka inginkan, menyortir informasi dari banyak sumber, sambil juga mencari ikhtisar tentang informasi terbaru dan membagikan temuan mereka ke lingkaran pertemanannya. Kajian konsumsi media sekaligus konsumsi kontennya berkaitan dengan cara khalayak memilih untuk mengonsumsi berbagai jenis media dan/atau berbagai tipe konten media yang dianggap paling memuaskan kebutuhan-kebutuhan sosial maupun psikologis mereka (Katz dalam Yuan, 2011, h. 1001). Jika dikaitkan dengan kata berita dan penjelasan tentang khalayak aktif, maka yang dimaksud dengan pola konsumsi berita dalam artikel ini adalah gambaran yang mencerminkan kebiasaan individu menggunakan ragam jenis media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam bentuk berita.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai pola konsumsi berita oleh mahasiswa di era *digital*. Untuk itu, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa lama jumlah rata-rata durasi mahasiswa dalam mengakses media *online*?
2. Berapa jumlah rata-rata penggunaan mahasiswa dalam mengakses informasi berita di media *online*?

Berdasarkan uraian penelitian diatas, peneliti ingin menggali seberapa banyak mahasiswa di era *digital* sekarang ini yang mengakses berita, yang dimana zaman sekarang untuk mengakses berita sangat mudah dan fleksibel sehingga bisa mengaksesnya dimanapun kita berada.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Berapa jumlah media *online* yang paling banyak diakses oleh mahasiswa?
2. Berapa jumlah jenis berita yang paling populer di kalangan mahasiswa?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi jumlah rata-rata durasi mahasiswa dalam mengakses berita yang paling sering dikonsumsi oleh mahasiswa.
2. Mengukur tingkat minat membaca berita di kalangan mahasiswa.
3. Mengetahui jenis berita yang paling populer di kalangan mahasiswa.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian pola konsumsi berita dikalangan mahasiswa diharapkan bisa melengkapi dan melanjutkan penelitian sebelumnya terkait Pola Konsumsi Media dan memberikan referensi untuk penelitian terkait Pola Konsumsi Media selanjutnya. Peneliti berharap tulisan ini dapat dijadikan salah satu rujukan dalam jenis penelitian serupa dengan apa yang peneliti buat.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain untuk meningkatkan program literasi media di kalangan mahasiswa.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi masyarakat, terutama generasi Z dalam memilih media berita yang paling sesuai untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan. Dengan demikian, penelitian ini juga berperan dalam membantu generasi muda lebih selektif dan cerdas dalam mengonsumsi berita dari berbagai sumber.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penyebaran kuesioner, peneliti menghadapi tantangan dalam mengumpulkan jumlah responden yang cukup. Dalam setiap minggu, peneliti hanya berhasil mendapatkan sekitar 10 responden pada tahap awal saat kuesioner pertama kali dibagikan kepada mahasiswa. Jumlah ini dianggap masih cukup rendah dan memerlukan upaya tambahan untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan mahasiswa dalam penelitian ini.

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 memengaruhi 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 mengonsumsi 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*, di mana sudah terdapat aplikasi portal berita seperti *Detik*, *Kompas*, *Tirto*, *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 Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung.”	“Pola Konsumsi Media pada 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

	<p>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.</p>	<p>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.</p>
Relevansi	<p>Sama-sama mengangkat topik pola konsumsi media yang mengangkat tema kesenjangan antar jenis pengguna media. 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>Sama-sama mengangkat topik pola konsumsi media yang mengangkat tema preferensi media 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>

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

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 memengaruhi 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.

2.2.2 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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan menjabarkan penjelasan dari hasil rekapitulasi SPSS yang didapat dari 60 data responden yang diperoleh melalui kuesioner tentang jenis berita apa yang apa yang diakses mahasiswa, *platform* apa yang digunakan untuk mengakses berita, dan media apa sering atau jarang diakses.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian berjudul “Pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa”, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuesioner. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka atau ukuran yang dapat diukur. Maka dari itu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena membutuhkan sampel dari populasi yang sudah ditentukan.

Penelitian ini sendiri pada umumnya memfokuskan bagaimana perubahan pola konsumsi berita mahasiswa setelah kehadiran media daring. Dimana pada saat ini mayoritas masyarakat Indonesia sudah mulai meninggalkan media konvensional dan beralih ke media daring dalam mengonsumsi berita.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Nur Fadilah Amin dkk (2023:29) menjelaskan bahwa jumlah sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500. Menurut Ismiyanto (2003), populasi adalah seluruh subjek atau keseluruhan entitas dalam penelitian, yang dapat mencakup orang, benda, atau aspek tertentu yang dapat memberikan dan menjadi sumber informasi atau data untuk penelitian (Riadi, 2022). Berdasarkan pandangan beberapa ahli, populasi dapat disimpulkan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian yang mencakup objek dan subjek dengan karakteristik tertentu. Populasi mencakup lebih dari sekadar kelompok orang; bisa juga berupa organisasi, binatang, produk, atau benda-benda lainnya. Populasi tidak hanya dihitung dari jumlahnya, tetapi juga dari karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut. Misalnya, dalam penelitian di perusahaan X, populasi mencakup jumlah orang dan objek di perusahaan tersebut, serta karakteristik seperti motivasi kerja, disiplin, kepemimpinan, dan kebijakan yang ada. Bahkan, satu orang pun dapat menjadi populasi karena memiliki beragam karakteristik seperti gaya bicara, hobi, dan kepemimpinan. Dalam beberapa kasus, seperti penelitian medis, satu orang dapat mewakili populasi, di mana hanya sebagian dari elemen tersebut, seperti darah, diambil untuk diperiksa (Adnyana, 2021).

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Universitas Indonesia (UI) dengan rentang usia 18-25 tahun. Populasi ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa, khususnya dalam era *digital* yang semakin berkembang. Penelitian ini berfokus pada kelompok mahasiswa tersebut sebagai representasi dari populasi mahasiswa yang lebih luas, mengingat perubahan signifikan dalam cara mereka mengakses dan mengonsumsi berita melalui berbagai *platform digital*.

3.3.2 Sampel

Somantri (2006) menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dipilih berdasarkan prosedur tertentu untuk mewakili populasi tersebut. Furqon (1999) menyebut sampel sebagai sebagian anggota dari populasi. Pasaribu (1975) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari sekelompok objek yang digunakan sebagai dasar untuk memperoleh informasi atau menarik kesimpulan tentang keseluruhan kelompok tersebut (Adnyana, 2021).

Menurut Sugiyono (2013), sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu. Sampel harus representatif karena peneliti tidak mungkin mengumpulkan data dari seluruh populasi, terutama jika populasi tersebut sangat besar, serta adanya keterbatasan biaya dan waktu. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk menggunakan metode pengambilan sampel yang tepat agar sampel tersebut dapat mewakili populasi secara akurat. Proses pengambilan sampel meliputi tahapan mendefinisikan populasi yang akan diamati, menentukan kerangka sampel, memilih metode *sampling* yang sesuai, mengumpulkan sampel, dan melakukan pengecekan ulang pada proses *sampling* (Salmaa, 2023).

Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari 60 mahasiswa yang berusia antara 18 hingga 25 tahun. Sampel ini diambil untuk mewakili populasi mahasiswa yang berada di dua universitas tersebut, dengan tujuan mengukur dan menganalisis pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa dalam era *digital*. Sampel dipilih secara acak dengan metode survei kuesioner yang didistribusikan kepada para responden. Hasil dari sampel ini kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai preferensi media dan *platform* berita yang digunakan oleh mahasiswa.

3.4 Operasionalisasi Variabel

A. Variabel Pola Konsumsi

Variabel pada penelitian ini yaitu pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa, merujuk pada cara mahasiswa mengakses, memilih, dan merespons berita yang mereka terima. Ini mencakup berbagai aspek, seperti frekuensi membaca atau menonton berita, sumber berita yang dipilih, serta jenis topik yang lebih banyak diminati, seperti politik, teknologi, atau hiburan. Pola konsumsi berita ini tidak hanya mencerminkan preferensi individu, tetapi juga dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya yang ada di lingkungan mereka. Dengan demikian, pemahaman yang lebih mendalam tentang pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa dapat memberikan wawasan tentang bagaimana demografi mereka berperan dalam membentuk kebiasaan dan minat mereka terhadap informasi yang disajikan di media.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan metode survei dengan membagikan survei kuesioner tersebut kepada mahasiswa dengan rentang usia 18-25 tahun, dengan total 60 survei kuesioner untuk 60 mahasiswa, setelah data tersebut diperoleh peneliti akan langsung mengolah data tersebut dengan menggunakan SPSS untuk mempermudah proses analisis lebih lanjut.

3.6 Teknik Pengukuran Data Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017), "Uji validitas adalah tingkat kesesuaian antara data yang diperoleh dari objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti."

Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian yang akan disebarkan. Teknik yang digunakan dalam uji ini adalah teknik korelasi dengan menggunakan koefisien korelasi *product moment*. Skor *ordinal* dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya akan dikorelasikan dengan skor *ordinal* dari keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut bernilai positif, maka item tersebut dianggap valid; namun, jika bernilai negatif, *item* tersebut dianggap tidak valid dan akan diganti atau dihapus dari kuesioner (Nuriefandi, 2019).

Rumus yang dituliskan berikut ini merupakan rumus korelasi *product moment Pearson*. Rumus tersebut dapat dituliskan sebagai:(Agustian, 2024)

Keterangan:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

- r : koefisien korelasi Pearson
- N : banyak pasangan nilai X dan Y
- $\sum XY$: jumlah dari hasil kali nilai X dan nilai Y
- $\sum X$: jumlah nilai X
- $\sum Y$: jumlah nilai Y
- $\sum X^2$: jumlah dari kuadrat nilai X
- $\sum Y^2$: jumlah dari kuadrat nilai Y

Proses uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah sistematis untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, yaitu kuesioner, benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Pertama, kuesioner yang telah disusun dan dibagikan kepada responden kemudian diolah dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Dalam pengolahan ini, uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara setiap item dalam kuesioner dengan skor totalnya. Item-item yang memiliki nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel dan nilai signifikansi (sig) kurang dari 0,05 dianggap *valid* dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Sebaliknya, item yang tidak memenuhi kriteria ini mungkin perlu direvisi atau dihapus. Hasil uji validitas ini penting untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki keandalan dalam mengukur variabel yang diteliti.

Uji validitas kuesioner penting untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut efektif dalam mengukur apa yang ingin diteliti dan memberikan hasil yang konsisten. Uji validitas memastikan bahwa kuesioner benar-benar mengukur aspek yang diinginkan. Intinya, validitas menekankan ketepatan pengukuran, sedangkan reliabilitas menekankan konsistensinya. Uji ini biasanya dilakukan sebelum kuesioner didistribusikan kepada seluruh responden penelitian. Kuesioner yang tidak valid dan tidak reliabel akan menghasilkan data yang tidak akurat dan tidak bisa diandalkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Bahkan, jika data tersebut hanya reliabel namun tidak valid, hasilnya hanya akan mengulangi kesalahan yang sama, sementara data yang valid namun tidak reliabel juga tidak akan memberikan informasi yang berguna (Fitriani, 2022).

Berdasarkan tabel *output* di bawah, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (sig) untuk setiap item berada di bawah 0,05, dan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,2542. Hal ini menunjukkan bahwa item-item tersebut telah

Correlations																
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	ItemTotal
Item1	Pearson Correlation	1	.411**	.142	-.189	.309*	.423**	.533**	.252	.260*	.324*	.405**	.578**	.551**	.363**	.636**
	Sig. (2-tailed)		.001	.280	.148	.016	<.001	<.001	.052	.045	.012	.001	<.001	<.001	.004	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item2	Pearson Correlation	.411**	1	.746**	.300*	.192	.309*	.075	.605**	.586**	.583**	.355**	.269*	.260*	.396**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.001		<.001	.020	.141	.016	.571	<.001	<.001	<.001	.005	.038	.045	.002	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item3	Pearson Correlation	.142	.746**	1	.527**	.105	.245	.033	.607**	.610**	.530**	.325*	.212	.107	.297*	.571**
	Sig. (2-tailed)	.280	<.001		<.001	.424	.060	.801	<.001	<.001	<.001	.011	.103	.416	.021	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item4	Pearson Correlation	-.189	.300*	.527**	1	.118	.051	.006	.276*	.290*	.480**	.174	.236	.165	.191	.386**
	Sig. (2-tailed)	.148	.020	<.001		.369	.697	.963	.033	.025	<.001	.185	.070	.208	.143	.002
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item5	Pearson Correlation	.309*	.192	.105	.118	1	.074	.310*	.381**	.390**	.272*	.164	.391**	.337**	.159	.511**
	Sig. (2-tailed)	.016	.141	.424	.369		.577	.016	.003	.002	.036	.209	.002	.008	.225	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item6	Pearson Correlation	.423**	.309*	.245	.051	.074	1	.333**	.303*	.310*	.269*	.369*	.469**	.382*	.558*	.588**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.016	.060	.697	.577		.009	.018	.016	.038	.004	<.001	.003	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item7	Pearson Correlation	.533**	.075	.033	.006	.310*	.333**	1	.108	.128	.338**	.431**	.696**	.596**	.273*	.609**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.571	.801	.963	.016	.009		.412	.329	.008	<.001	<.001	<.001	.035	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item8	Pearson Correlation	.252	.605**	.607**	.276*	.381**	.303*	.108	1	.991**	.267*	.376**	.225	.171	.348**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.052	<.001	<.001	.033	.003	.018	.412		<.001	.039	.003	.084	.193	.006	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item9	Pearson Correlation	.260*	.586**	.610**	.290*	.390**	.310*	.128	.991**	1	.274*	.395**	.238	.182	.363**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.045	<.001	<.001	.025	.002	.016	.329	<.001		.034	.002	.068	.165	.004	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item10	Pearson Correlation	.324*	.583**	.530**	.480**	.272*	.269*	.338**	.267*	.274*	1	.377**	.521**	.347**	.367**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.012	<.001	<.001	<.001	.036	.038	.008	.039	.034		.003	<.001	.007	.004	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item11	Pearson Correlation	.405**	.355**	.325*	.174	.164	.369**	.431**	.376**	.395**	.377**	1	.503**	.491**	.471**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.011	.185	.209	.004	<.001	.003	.002	.003		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item12	Pearson Correlation	.578**	.269*	.212	.236	.391**	.469**	.696**	.225	.238	.521**	.503**	1	.781**	.419*	.783**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.038	.103	.070	.002	<.001	<.001	.084	.068	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item13	Pearson Correlation	.551**	.260*	.107	.165	.337**	.382**	.596**	.171	.182	.347**	.491**	.781**	1	.281*	.683**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.045	.416	.208	.008	.003	<.001	.193	.165	.007	<.001	<.001		.030	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Item14	Pearson Correlation	.363**	.396**	.297*	.191	.159	.558**	.273*	.348**	.363**	.367**	.471**	.419**	.281*	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.021	.143	.225	<.001	.035	.006	.004	.004	<.001	<.001	.030		<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
ItemTotal	Pearson Correlation	.636**	.644**	.571**	.386**	.511**	.588**	.609**	.638**	.652**	.663**	.688**	.783**	.683**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas

memenuhi syarat validitas, yang berarti bahwa instrumen ini dapat dipercaya untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan validitas yang telah terkonfirmasi, item-item tersebut dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk melanjutkan ke tahap analisis berikutnya dalam penelitian ini. Ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dari item-item tersebut akan akurat dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi alat ukur, yakni apakah alat tersebut dapat diandalkan dan tetap memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan berulang kali. Terdapat beberapa metode untuk menguji reliabilitas, seperti metode tes ulang, formula Flanagan, *Cronbach's Alpha*, metode Kuder-Richardson (KR) - 20, KR - 21, dan metode Anova Hoyt. Dari berbagai metode tersebut, *Cronbach's Alpha* adalah yang paling umum digunakan dalam penelitian. Metode ini sangat cocok diterapkan pada skor dikotomi (0 dan 1) dan akan memberikan hasil yang setara dengan metode KR-20 dan Anova Hoyt. Reliabilitas mengacu pada keandalan instrumen; artinya, instrumen tersebut mampu memberikan hasil yang akurat. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika hasil pengukurannya konsisten dan stabil, sehingga kebenaran dari alat ukur tersebut dapat dipertanggungjawabkan (Ayunita, 2018).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* untuk menilai konsistensi internal dari instrumen yang digunakan. Beberapa metode untuk menguji reliabilitas, seperti metode tes ulang, formula Flanagan, *Cronbach's Alpha*, metode KR-20, KR-21, dan Anova Hoyt, sering digunakan dalam penelitian. Metode yang paling umum adalah *Cronbach's Alpha*, yang mengukur tingkat konsistensi internal instrumen dengan nilai koefisien reliabilitas yang berkisar antara 0 hingga 1. Nilai *Cronbach's Alpha* diinterpretasikan sebagai berikut: $\alpha < 0,50$ menunjukkan reliabilitas rendah, $0,50 < \alpha < 0,70$ menunjukkan reliabilitas moderat, $\alpha > 0,70$ menunjukkan reliabilitas yang mencukupi, $\alpha > 0,80$ menunjukkan reliabilitas kuat, dan $\alpha > 0,90$ menunjukkan reliabilitas sempurna. Semakin kecil nilai α , semakin banyak item yang tidak reliabel. Sebuah instrumen dianggap dapat diandalkan jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Kriteria untuk pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah: jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, item pertanyaan dalam kuesioner dianggap reliabel, sedangkan jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, item pertanyaan tersebut tidak dianggap reliabel (Slamet & Wahyuningsih, 2022).

Rumus *Alpha Cronbach's* adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal atau reliabilitas dari sebuah instrumen atau kuesioner. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^N \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

α = Nilai Alpha Cronbach's

N = Jumlah item dalam skala atau kuesioner

σ_i^2 = Varians dari setiap item

σ_t^2 = Varians total dari skala atau kuesioner

Nilai *Alpha Cronbach's* biasanya berada di antara 0 dan 1. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan konsistensi internal yang lebih baik, dengan nilai di atas 0,7 sering dianggap sebagai indikasi bahwa instrumen tersebut reliabel.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	47.93	82.504	.556	.860
Item2	46.68	86.830	.596	.861
Item3	46.73	85.758	.498	.863
Item4	47.25	88.733	.287	.873
Item5	48.23	83.097	.386	.872
Item6	47.88	84.139	.506	.863
Item7	49.02	80.864	.505	.864
Item8	47.15	84.842	.575	.860
Item9	47.13	84.524	.591	.859
Item10	47.85	84.096	.602	.859
Item11	47.97	79.016	.602	.857
Item12	48.23	79.504	.731	.851
Item13	48.17	81.056	.608	.857
Item14	47.53	81.745	.547	.860

Berdasarkan *output* tabel yang ditampilkan, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,870 lebih besar dari ambang batas minimum 0,60, menunjukkan bahwa instrumen atau kuesioner ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan kata lain, item-item dalam variabel ini menunjukkan konsistensi internal yang baik, sehingga hasil dari kuesioner ini dapat dipercaya dan diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Selain itu, setiap item dalam kuesioner menunjukkan nilai yang tidak menurunkan reliabilitas secara signifikan jika dihapus, yang berarti semua item memberikan kontribusi yang cukup terhadap keseluruhan konsistensi instrumen. Dengan demikian, kuesioner ini dapat digunakan untuk mengevaluasi variabel yang diteliti dengan keyakinan bahwa data yang diperoleh akan konsisten dan valid.

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil survei mahasiswa akan diolah dengan cara sebagai berikut:

1. Survei mengenai pola konsumsi berita dilakukan pada mahasiswa. Kuesioner yang dibagikan berisi pertanyaan mengenai preferensi konsumsi berita, seperti *platform* yang sering digunakan, topik yang diminati, serta frekuensi dan durasi konsumsi berita. Setelah data dikumpulkan, hasil kuesioner dihitung untuk memperoleh persentase dan distribusi jawaban dari responden. Hal ini mencakup informasi terkait media yang paling

sering diakses, misalnya media *online*, televisi, atau media cetak, serta jenis berita yang paling diminati oleh mahasiswa.

2. Data yang sudah dihitung kemudian dianalisis untuk melihat pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa. Analisis dilakukan dengan membandingkan kesamaan dan perbedaan pola konsumsi berita berdasarkan preferensi *platform*, jenis berita yang diikuti, dan waktu yang dihabiskan. Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis *Crosstab* untuk mengetahui pola konsumsi berita berdasarkan demografi responden. Metode ini memungkinkan analisis hubungan antara variabel-variabel demografi, seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan, dengan pola konsumsi berita. Dengan menggunakan analisis *Crosstab*, penelitian ini dapat mengidentifikasi frekuensi konsumsi berita di berbagai kelompok demografi serta memahami bagaimana faktor-faktor demografis memengaruhi pilihan media dan topik berita. Hasil analisis ini akan memberikan gambaran yang lebih mendetail mengenai variasi pola konsumsi berita di kalangan responden dengan karakteristik demografi yang berbeda.
3. Kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa, terutama dalam pemilihan *platform* berita dan jenis topik yang diminati. Berdasarkan temuan tersebut, disusun beberapa saran, seperti rekomendasi bagi media massa untuk lebih memfokuskan konten pada *platform* yang populer di kalangan mahasiswa. Selain itu, disarankan agar institusi pendidikan lebih mendorong literasi berita di kalangan mahasiswa untuk membantu mereka menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih informasi yang dikonsumsi, serta menghindari penyebaran berita yang tidak valid atau hoaks. Dengan pemahaman ini, diharapkan strategi penyebaran informasi dapat dilakukan lebih efektif dan tepat sasaran.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Responden

Dalam penelitian ini, analisis demografis responden memberikan gambaran yang luas tentang karakteristik populasi mahasiswa yang terlibat.

Usia		
Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
18	5	8,3
19	9	15,0
20	19	31,7
21	14	23,3
22	7	11,7
23	2	3,3
24	4	6,7
Total	60	100,0

Pertama, dari aspek usia, terlihat bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang usia yang relatif muda, mencerminkan fase kehidupan mahasiswa yang biasanya produktif dan penuh semangat untuk mengeksplorasi informasi. Rentang usia ini mencakup mahasiswa baru yang baru memasuki dunia perkuliahan hingga mahasiswa yang lebih senior. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa saat ini lebih cenderung menggunakan teknologi dan media *digital* dalam mengakses berita.

Jenis Kelamin		
Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Laki-Laki	38	63,3
Perempuan	22	36,7
Total	60	100,0

Selanjutnya, analisis jenis kelamin menunjukkan adanya keseimbangan yang cukup baik antara laki-laki dan perempuan. Ini penting karena variasi *gender* dapat memengaruhi cara individu mengakses dan mengonsumsi berita. Mahasiswa perempuan, misalnya, mungkin lebih memilih *platform* media sosial untuk mendapatkan informasi, sementara mahasiswa laki-laki mungkin lebih cenderung mengakses berita melalui situs *web* berita tradisional. Keseimbangan ini menciptakan peluang untuk menganalisis perbedaan dalam pola konsumsi berita berdasarkan jenis kelamin, serta bagaimana faktor-faktor sosial memengaruhi aksesibilitas berita di kalangan kedua kelompok.

Program Studi

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Adiministrasi Negara	1	1,7
Akuntansi	2	3,3
Analisis Kebijakan Publik	1	1,7
Arkeologi	1	1,7
Arsitektur Interior	1	1,7
Bisnis Kreatif	1	1,7
DKV	4	6,7
Farmasi	1	1,7
Film	2	3,3
Geologi	1	1,7
Hukum	3	5,0
Ilkom	1	1,7
Ilmu Komputer	2	3,3
Informatika	9	15,0
Jurnalistik	1	1,7
Kedokteran	2	3,3
Kesehatan Masyarakat	1	1,7

Keselamatan dan Kesehatan Kerja	1	1,7
Management	4	6,7
Matematika	1	1,7
Penyiaran Multimedia	1	1,7
Psikologi	1	1,7
Sastra Jerman	1	1,7
Sekolah Kajian Strategik Global	1	1,7
Sistem Informasi	1	1,7
Statistika	1	1,7
Strategic Communication	2	3,3
Teknik Fisika	4	6,7
Teknik Informatika	4	6,7
Teknik Komputer	2	3,3
Teknik Metalurgi	2	3,3
Total	60	100,0

Dalam hal program studi, responden berasal dari berbagai disiplin ilmu, mulai dari administrasi hingga teknik dan ilmu sosial. Beberapa program studi memiliki proporsi responden yang lebih tinggi, menunjukkan bahwa mahasiswa dari bidang tertentu mungkin memiliki ketertarikan lebih besar terhadap isu-isu yang relevan dengan studi mereka. Sebagai contoh, mahasiswa ilmu komunikasi dan jurnalistik mungkin lebih aktif dalam mencari berita terkini, sementara mahasiswa dari program studi lain dapat memiliki pendekatan yang berbeda terhadap konsumsi berita berdasarkan ketertarikan akademis mereka. Keberagaman ini membuka

peluang untuk memahami bagaimana bidang studi dapat memengaruhi frekuensi dan jenis berita yang dikonsumsi oleh mahasiswa.

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
UI	30	50,0
UMN	30	50,0
Total	60	100,0

Mengenai universitas, data menunjukkan bahwa responden terbagi merata antara dua institusi, yaitu Universitas Indonesia (UI) dan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Keberagaman latar belakang akademis ini memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi apakah ada perbedaan signifikan dalam pola konsumsi berita antara mahasiswa dari kedua universitas tersebut. Misalnya, perbedaan dalam kurikulum atau metode pengajaran antara kedua universitas dapat berkontribusi pada cara mahasiswa mengakses dan menilai berita.

Domisili

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Bekasi	3	5,0
Bogor	5	8,3
BSD	1	1,7
Cilandak	1	1,7
Depok	7	11,7
Gading Serpong	2	3,3
Jakarta	13	21,7
Jakarta Barat	1	1,7
Jakarta Selatan	2	3,3
Jakarta Timur	4	6,7
Jambi	1	1,7
Jawa Tengah	1	1,7
Karawang	1	1,7

Kelapa Dua	1	1,7
Pamulang	1	1,7
Serpong	1	1,7
Tangerang	12	20,0
Tangerang Selatan	3	5,0
Total	60	100,0

Terakhir, data mengenai domisili responden menunjukkan bahwa mereka berasal dari berbagai daerah, dengan konsentrasi yang lebih tinggi di kawasan metropolitan seperti Jakarta dan sekitarnya. Keberagaman domisili ini sangat relevan dalam konteks akses informasi, karena mahasiswa dari daerah perkotaan mungkin memiliki akses yang lebih baik terhadap berbagai jenis media dan *platform digital* dibandingkan mereka yang berasal dari daerah terpencil. Selain itu, perbedaan dalam budaya lokal dan kebiasaan juga dapat memengaruhi cara mahasiswa mengonsumsi berita.

4.2 Hasil Penelitian

1. Pola Konsumsi Berdasarkan Usia

Pola konsumsi berita di antara kelompok usia yang berbeda memberikan wawasan penting tentang bagaimana preferensi media informasi dapat bervariasi di antara generasi. Setiap kelompok usia memiliki latar belakang, pengalaman, dan konteks sosial yang berbeda, yang dapat memengaruhi cara mereka mengonsumsi berita. Misalnya, generasi muda, khususnya mereka yang berada di usia remaja, sering kali lebih terpapar pada informasi melalui *platform digital* dan media sosial. Dalam hal ini, pola konsumsi berita mungkin lebih berfokus pada konten yang disajikan secara visual atau interaktif. Di sisi lain, kelompok usia yang lebih tua mungkin lebih menyukai format berita tradisional, seperti koran atau program berita televisi.

Hasil penelitian oleh Wulan Suciska dan Eka Yuda Gunawibawa (2020) menunjukkan adanya kesenjangan antara tiga kelompok pengguna media: *digital natives*, *digital immigrants*, dan *digital settlers*. *Digital natives* sangat bergantung pada media *online* untuk mengonsumsi berita, sedangkan *digital immigrants* masih terbuka terhadap media berita *online*. Di sisi lain, *digital settlers* cenderung lebih pasif dan tidak terlalu mengandalkan internet, lebih memilih media yang tidak memerlukan banyak usaha untuk diakses.

Fenomena ini relevan dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menjelaskan bahwa individu aktif memilih media yang paling memenuhi kebutuhan mereka. Generasi muda, sebagai *digital natives*, mencari berita yang cepat dan mudah diakses, sehingga mereka lebih condong kepada *platform* berita *digital*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Fathul Qorib (2020), yang menunjukkan bahwa mahasiswa perguruan tinggi di Kota Malang memiliki ketertarikan yang lebih tinggi terhadap media *online* dibandingkan media cetak. Dengan kata lain, seiring bertambahnya usia dan perubahan generasi, preferensi terhadap media juga beradaptasi, menggambarkan bagaimana pola konsumsi berita bergantung pada usia dan latar belakang generasi. Secara keseluruhan, analisis pola konsumsi berita berdasarkan usia memberikan gambaran yang kompleks tentang bagaimana generasi yang berbeda berinteraksi dengan informasi dan media. Ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih terarah dari penyedia berita untuk memenuhi kebutuhan informasi yang beragam di antara kelompok usia yang berbeda, serta untuk mengedukasi audiens tentang cara mengonsumsi berita dengan bijak dan kritis.

2. Pola Konsumsi Berdasarkan Jenis Kelamin

Pola konsumsi berita yang berbeda berdasarkan jenis kelamin mengungkapkan dinamika sosial yang menarik dan sering kali kompleks. Dalam banyak kasus, perbedaan ini mencerminkan berbagai norma sosial, harapan, dan pengalaman hidup yang memengaruhi cara pria dan wanita mengonsumsi informasi. Misalnya dalam masyarakat patriarkal ada kecenderungan bahwa pria mungkin lebih aktif dalam mencari informasi terkait politik dan ekonomi, sementara wanita mungkin lebih tertarik pada topik yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, kesehatan, dan kesejahteraan.

Persepsi tentang peran *gender* dalam masyarakat juga berkontribusi pada perbedaan pola konsumsi berita ini. Di banyak budaya, pria sering kali dianggap sebagai pengambil keputusan dan pembuat kebijakan, sehingga mereka lebih cenderung mencari berita yang berkaitan dengan isu-isu yang memengaruhi pengambilan keputusan. Di sisi lain, wanita mungkin lebih terhubung dengan berita yang mencerminkan pengalaman pribadi dan kehidupan sehari-hari, yang dapat menjelaskan kecenderungan mereka untuk mengonsumsi berita dengan cara yang lebih emosional.

Namun, perlu dicatat bahwa pola ini tidak mutlak dan dapat bervariasi tergantung pada konteks budaya dan sosial. Misalnya, di negara-negara yang lebih maju dengan kesetaraan *gender* yang lebih baik, perbedaan dalam pola konsumsi berita antara pria dan wanita mungkin tidak terlalu mencolok. Selain itu, dengan meningkatnya akses internet dan media sosial, batasan antara jenis kelamin dalam mengonsumsi berita semakin kabur. Banyak wanita kini terlibat aktif dalam diskusi tentang isu-isu politik dan ekonomi, sedangkan pria juga menunjukkan minat dalam topik yang berhubungan dengan kesehatan dan kesejahteraan.

Dalam konteks ini, teori *Uses and Gratifications* dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam. Teori ini menekankan bahwa individu memilih media berdasarkan kebutuhan informasi mereka. Misalnya, pria mungkin mencari berita politik untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu terkini, sedangkan wanita mungkin lebih memilih konten yang memberikan perspektif sosial yang lebih luas. Hasil penelitian oleh Wulan Suciska dan Eka Yuda Gunawibawa menunjukkan bahwa ada perbedaan minat yang signifikan dalam konsumsi media di antara kelompok yang berbeda. Pemahaman tentang preferensi *gender* dalam pola konsumsi media penting bagi penyedia berita untuk menyusun konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens yang beragam.

Analisis pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin juga membuka kesempatan untuk memahami bagaimana media dapat berperan dalam membentuk pandangan dan sikap masyarakat. Penyedia berita dan media harus menyadari perbedaan ini dan berupaya menyajikan konten yang relevan dan inklusif untuk semua *gender*. Dengan menyajikan berbagai sudut pandang dan informasi yang mencakup kepentingan semua kelompok, media dapat membantu menciptakan pemahaman yang lebih baik di antara masyarakat.

Selain itu, penting untuk mengedukasi audiens tentang cara mengonsumsi berita dengan kritis, terlepas dari jenis kelamin. Dengan banyaknya informasi yang beredar, baik pria maupun wanita perlu dilengkapi dengan keterampilan literasi media agar dapat memilah dan memilih informasi yang akurat. Secara keseluruhan, memahami pola konsumsi berita berdasarkan jenis kelamin tidak hanya penting untuk penyedia berita, tetapi juga untuk mendorong diskusi yang lebih luas tentang peran *gender* dalam masyarakat dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi pemahaman kita tentang dunia di sekitar kita.

3. Pola Konsumsi Berdasarkan Program Studi

Pola konsumsi berita yang bervariasi berdasarkan program studi menunjukkan bagaimana latar belakang akademis dapat memengaruhi ketertarikan dan preferensi seseorang terhadap informasi. Setiap program studi tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan yang spesifik, tetapi juga membentuk cara berpikir dan perspektif terhadap isu-isu yang lebih luas. Misalnya, mahasiswa yang mempelajari ilmu sosial mungkin lebih tertarik pada berita yang berkaitan dengan isu-isu masyarakat, kebijakan publik, dan dinamika sosial, sementara mahasiswa di bidang teknik mungkin lebih fokus pada berita yang berhubungan dengan teknologi dan inovasi.

Ketertarikan ini tidak hanya dipengaruhi oleh disiplin ilmu yang dipelajari, tetapi juga oleh pengalaman pribadi dan aspirasi karier. Mahasiswa yang bercita-cita menjadi peneliti atau akademisi mungkin lebih cenderung mengonsumsi berita yang mendalam dan analitis, sedangkan mahasiswa yang ingin berkarir di bidang pemasaran atau komunikasi mungkin lebih menyukai konten yang kreatif dan interaktif.

Selain itu, lingkungan sosial dan budaya di sekitar mereka juga memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi berita. Mahasiswa yang berasal dari latar belakang yang berbeda mungkin memiliki perspektif yang unik dan, sebagai hasilnya, berinteraksi dengan berita dengan cara yang berbeda. Misalnya, mahasiswa yang berasal dari daerah dengan akses terbatas ke sumber informasi mungkin lebih menghargai berita yang mencakup pengalaman dan isu-isu yang relevan bagi komunitas mereka.

Penting untuk dicatat bahwa keberagaman program studi juga menciptakan tantangan bagi penyedia berita. Dalam dunia informasi yang kompleks, penyedia

berita perlu mengembangkan strategi untuk menjangkau audiens yang beragam dengan cara yang sesuai dan menarik. Dengan memahami karakteristik masing-masing program studi dan kebutuhan informasi dari para mahasiswa, penyedia berita dapat menyajikan konten yang lebih relevan dan bermanfaat.

Lebih jauh lagi, penyedia berita dapat berkolaborasi dengan institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi media di kalangan mahasiswa. Dengan memberikan pelatihan dan sumber daya yang tepat, mahasiswa dapat dibekali dengan keterampilan yang diperlukan untuk mengidentifikasi informasi yang akurat dan bernilai. Pada akhirnya, pemahaman yang lebih baik tentang pola konsumsi berita berdasarkan program studi akan membantu membangun masyarakat yang lebih informatif dan kritis terhadap informasi yang mereka terima.

Teori *Uses and Gratifications* relevan dalam konteks ini, karena individu dengan pendidikan tinggi mungkin lebih aktif dalam mencari berita yang informatif dan analitis. Penelitian Fathul Qorib menunjukkan bahwa mahasiswa perguruan tinggi memiliki preferensi yang lebih besar terhadap media *online*, yang menawarkan akses cepat dan kelengkapan informasi. Ketersediaan informasi yang beragam di *platform digital* memungkinkan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan pendidikan dan pengetahuan mereka. Oleh karena itu, ada hubungan yang kuat antara pendidikan, pola konsumsi berita, dan preferensi terhadap media *online*.

4. Pola Konsumsi Berdasarkan Universitas

Pola konsumsi berita yang teridentifikasi antara universitas menunjukkan bagaimana institusi pendidikan dapat membentuk preferensi dan cara mahasiswa mengonsumsi informasi. Setiap universitas memiliki kultur dan nilai yang unik, yang dapat memengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dengan berita. Misalnya, universitas yang lebih terkemuka mungkin menarik mahasiswa yang lebih aktif dalam kegiatan sosial dan politik, yang dapat menyebabkan mereka lebih terlibat dalam diskusi berita dan isu-isu terkini.

Selain itu, variasi dalam program studi yang ditawarkan oleh masing-masing universitas dapat menghasilkan perbedaan pola konsumsi berita di antara mahasiswa. Mahasiswa di universitas yang fokus pada ilmu sosial mungkin lebih tertarik pada berita yang berhubungan dengan isu-isu masyarakat, sementara mahasiswa di universitas teknik mungkin lebih mengutamakan berita tentang teknologi dan inovasi. Lingkungan akademik yang mendukung diskusi terbuka dan pertukaran ide juga dapat mendorong mahasiswa untuk lebih kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi.

Namun, meskipun ada perbedaan antara universitas, penting untuk diingat bahwa mahasiswa dari latar belakang yang beragam akan membawa perspektif dan pengalaman yang berbeda ke dalam diskusi. Oleh karena itu, universitas perlu menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung di mana semua mahasiswa merasa didengarkan dan dihargai. Ini termasuk mendorong partisipasi aktif dalam diskusi mengenai berita dan isu-isu terkini serta memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berbagi pandangan mereka.

Penyedia berita juga memiliki peran penting dalam memahami konteks universitas dan bagaimana hal ini dapat memengaruhi pola konsumsi berita. Dengan menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi audiens mahasiswa, penyedia berita dapat membantu membangun kesadaran dan pemahaman tentang isu-isu penting di masyarakat.

Selain itu, kolaborasi antara universitas dan penyedia berita dapat berkontribusi pada peningkatan literasi media di kalangan mahasiswa. Dengan memberikan pelatihan dan sumber daya yang diperlukan, mahasiswa dapat dibekali dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi konsumen berita yang kritis dan bertanggung jawab. Ini akan membantu mereka tidak hanya dalam pendidikan mereka tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari sebagai warga negara yang terinformasi.

Keterkaitan ini mencerminkan prinsip *Uses and Gratifications*, di mana mahasiswa secara aktif memilih media yang paling memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang relevan dan cepat. Penelitian oleh Wulan Suciska dan Eka Yuda Gunawibawa menunjukkan bahwa mahasiswa di lingkungan akademis yang lebih mendukung konsumsi media *digital* memiliki pola konsumsi yang berbeda. Dalam konteks ini, kolaborasi antara universitas dan penyedia berita dapat membantu meningkatkan literasi media di kalangan mahasiswa, memberikan pelatihan tentang cara memilih dan mengevaluasi sumber berita yang berkualitas.

Secara keseluruhan, pola konsumsi berita berdasarkan universitas menggambarkan hubungan kompleks antara pendidikan, budaya, dan konsumsi informasi. Memahami dinamika ini dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia berita dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan inklusif.

5. Pola Konsumsi Berdasarkan Domisili

Pola konsumsi berita yang bervariasi berdasarkan domisili memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana lingkungan geografis dapat memengaruhi cara orang mengakses dan berinteraksi dengan berita. Faktor-faktor seperti infrastruktur, akses internet, dan kondisi sosial ekonomi di suatu daerah memainkan peran penting dalam menentukan pola konsumsi berita. Misalnya, di daerah perkotaan yang memiliki akses internet yang baik dan beragam sumber informasi, individu mungkin lebih cenderung mengonsumsi berita secara daring melalui berbagai *platform*, termasuk media sosial, situs *web* berita, dan aplikasi berita.

Sebaliknya, di daerah yang lebih terpencil atau dengan akses internet yang terbatas, orang mungkin lebih bergantung pada media tradisional seperti radio dan televisi untuk mendapatkan informasi. Hal ini dapat memengaruhi jenis berita yang mereka terima dan bagaimana mereka memandang isu-isu penting di masyarakat. Misalnya, individu di daerah pedesaan mungkin lebih fokus pada

berita lokal dan isu-isu yang langsung memengaruhi komunitas mereka, sementara mereka yang tinggal di kota besar mungkin lebih tertarik pada berita global dan isu-isu yang lebih luas.

Lebih lanjut, perbedaan dalam pola konsumsi berdasarkan domisili juga dapat dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial. Masyarakat di daerah yang lebih homogen mungkin memiliki pandangan yang lebih terfokus pada isu-isu yang relevan dengan budaya dan tradisi mereka, sedangkan masyarakat di daerah yang lebih beragam mungkin lebih terbuka terhadap berbagai perspektif dan isu yang lebih luas. Ini menciptakan tantangan bagi penyedia berita untuk menyajikan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens di berbagai lokasi.

Penyedia berita juga harus mempertimbangkan perbedaan domisili ini dalam merancang strategi distribusi konten mereka. Dengan mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan audiens berdasarkan lokasi, penyedia berita dapat menyajikan informasi yang lebih relevan dan menarik. Misalnya, berita yang berkaitan dengan isu-isu lokal atau komunitas dapat lebih menarik bagi audiens di daerah tertentu, sementara berita *global* mungkin lebih sesuai untuk audiens di kota besar.

Fenomena ini terkait dengan teori Kesenjangan *Digital* dan Ketergantungan Media. Penelitian Wulan Suciska dan Eka Yuda Gunawibawa menunjukkan bahwa akses terhadap media bervariasi tergantung pada lokasi geografis. Di daerah perkotaan, masyarakat lebih cenderung mengonsumsi berita secara *online*, sementara di daerah pedesaan, akses internet yang terbatas mungkin memaksa mereka untuk mengandalkan media tradisional. Dengan demikian, infrastruktur dan kondisi sosial ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi berita.

Secara keseluruhan, pola konsumsi berita berdasarkan domisili mencerminkan kompleksitas hubungan antara lingkungan, budaya, dan konsumsi informasi. Memahami dinamika ini akan membantu penyedia berita untuk mengembangkan

pendekatan yang lebih responsif dan inklusif dalam menyajikan konten yang memenuhi kebutuhan audiens yang beragam.

6. Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil penelitian responden sering mengakses berita dalam seminggu dengan jumlah 19 responden kemudian untuk perangkat mayoritas responden menggunakan ponsel pintar untuk mengakses berita dengan jumlah 51 responden lalu *platform* yang mayoritas responden gunakan untuk mengakses berita adalah sosial media dengan jumlah 53 responden. Sementara itu mayoritas responden rata-rata mengakses berita selama kurang dari 30 menit dengan jumlah 29 responden lalu jenis berita yang sering diakses responden adalah berita nasional dengan jumlah 19 responden dan berita yang jarang diakses oleh responden adalah berita otomotif. Dengan jumlah 24 responden. Sebagian besar responden tidak menggunakan *news aggregator* untuk mengakses berita dengan jumlah 39 responden *news aggregator* yang pernah diakses oleh responden sebagian besar merupakan *google news* dengan jumlah 31 responden selain itu mayoritas media *online* yang sering diakses oleh responden adalah Kompas.com dengan jumlah 32 responden dan media *online* yang jarang diakses oleh responden adalah Beritasatu.com dengan jumlah 23 responden kemudian mayoritas responden lebih memilih berita yang memiliki elemen gambar dengan jumlah dengan jumlah 21 responden dan mayoritas responden memilih netral untuk layanan berita yang berbayar dengan jumlah 31 responden. Sebagian besar responden memilih tidak setuju sebanyak untuk layanan berita yang berbayar dengan jumlah 22 responden sebagian besar responden memilih berlangganan langsung ke media massa sebanyak untuk model akses berita berbayar yang ideal dengan jumlah 25 responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola konsumsi berita di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor demografis, termasuk usia, jenis kelamin, pendidikan, universitas, dan domisili. Setiap faktor tersebut memiliki dampak signifikan terhadap preferensi media yang digunakan oleh mahasiswa dalam mengakses berita. Mahasiswa yang tergolong sebagai *digital natives* lebih cenderung mengandalkan media *online*, sedangkan perbedaan *gender* memengaruhi jenis berita yang diminati. Selain itu, tingkat pendidikan dan lingkungan akademis juga berperan penting dalam menentukan cara mahasiswa mengonsumsi berita. Sementara itu, akses terhadap teknologi dan internet yang bervariasi berdasarkan domisili menunjukkan bahwa kesenjangan *digital* tetap menjadi isu yang relevan dalam konteks pola konsumsi berita. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya memahami keragaman dalam pola konsumsi berita untuk membantu penyedia media dalam merancang konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens yang beragam. Oleh karena itu, memahami latar belakang demografis dan perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi berita dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan literasi media di kalangan mereka.

5.2 Saran

1. Penyedia berita perlu memahami perbedaan pola konsumsi berdasarkan faktor demografis. Mereka harus mengembangkan konten yang dapat menjangkau audiens yang berbeda, serta menyediakan berita yang relevan sesuai dengan minat dan kebutuhan masing-masing kelompok.
2. Institusi pendidikan sebaiknya meningkatkan program literasi media bagi mahasiswa. Pelatihan tentang cara mengakses, mengevaluasi, dan memahami berita dari berbagai sumber dapat membantu mahasiswa menjadi konsumen informasi yang lebih kritis dan terinformasi.
3. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh faktor lain seperti sosio-ekonomi, ketersediaan infrastruktur teknologi, dan tren media sosial terhadap pola konsumsi berita. Penelitian longitudinal juga

dapat memberikan wawasan tentang perubahan pola konsumsi seiring perkembangan teknologi dan perubahan sosial.

4. Masyarakat diharapkan lebih proaktif dalam mencari informasi dari berbagai sumber, baik media *digital* maupun tradisional. Kesadaran akan keberagaman sumber berita dapat membantu masyarakat menghindari berita yang tidak akurat atau menyesatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). *Populasi dan Sampel*. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/#Cara_Pengambilan_Sampel
- Agustian. (2024). *Korelasi Product Moment: Pengertian, Penerapan, Koefisien, Contoh Soal*. Rumus Pintar.
- Ambar. (2017). *Landasan Teori Uses and Gratifications Menurut Para Ahli – Asumsi dan Motifnya*. Pakar Komunikasi. <https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., & Evita, N. (2022). *Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia*. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34-44.
- Ayunita, D. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas*. *Statistika Terapan*, October, 2. https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas
- Baran, S. J. (2011). *Pengantar komunikasi massa: Literasi media dan budaya*, Jakarta, Indonesia : Salemba Humanika.
- Datubara, B. M., & Irwansyah. (2019). *Instagram TV: Konvergensi penyiaran digital dan media sosial*. *Jurnal Mediator*, 12(2), 251-263.
- Dr. Humaizi, M. . (2018). *Uses and Gratifications Theory*. *USU Press*, 128, 337–348. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Fitriani, F. (2022). *Uji Validitas dan Reliabilitas pada Data Kuesioner Penelitian*. Exsight. <https://exsight.id/blog/2022/04/18/uji-validitas-realibilitas-di-kuisisioner/#:~:text=UJI VALIDITAS Uji validitas didefinisikan sebagai>

sejauh mana,dihasilkan tinggi maka semakin valid butir pertanyaan tersebut.

Gunawibawa, W. S. (2020). *Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung

Holmes, D. (2012). *Teori komunikasi: Media, teknologi dan masyarakat*, Yogyakarta, Indonesia : Pustaka Pelajar.

Ilahi, F. K., & Syafuddin, K. (2021). *Konsumsi Pemberitaan Media Online di Masa Pandemi oleh Ikatan Pelajar Riau Yogyakarta (IPRY-KB) Komisariat Bengkalis Selama. 4*, 275–292.

Lee, A. M., & Carpini, M. X. D. (2010, April). *News consumption revisited: Examining the power of habits in the 21st Century*. Paper presented at 11th International Symposium on Online Journalism, University of Texas at Austin, Austin, TX.

Luntungan, R. V., Kawengian, D. D., & Harillama, S. H. (2022). *PENGARUH MINAT BACA MEDIA ONLINE DAN MINAT BACA KORAN PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN WANEA KECAMATAN WANEA KOTA MANADO. ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(3). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/43024>

Nuriefandi, A. (2019). *PENGARUH KARAKTERISTIK GENERASI Y TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Putri, Vanya K. M. (2022) *Kelebihan dan Kekurangan Media Online*. Diakses pada 15 Januari 2025, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/12/090000669/kelebihan-dan-kekurangan-media-online>

Qorib, F. (2020). *Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. Ultimacomm*, 20.

Riadi, M. (2021). *Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (Uses and Gratifications)*. KajianPustaka.Com.

Riadi, M. (2022). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. KajianPustaka.Com.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>

Rosenstiel, T. (2008). *The how vs where of news consumption*.
<<http://www.journalism.org/2008/08/20/the-how-vs-where-of-news-consumption/>>\

Rosy Dewi Arianti Saptoyo, B. G. (2022). *Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita dari Medsos*. Kompas.Com.
https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari#google_vignette

Rusadi, U. (2014). *KONSUMSI BERITA LINTAS MEDIA MASSA KONVENSIONAL DAN INTERNET NEWS CONSUMPTION ACROSS CONVENTIONAL MASS MEDIA AND THE*. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 4(3), 174.

Salmaa. (2023). *Teknik Pengambilan Sampel: 11 Macam dan Contoh Lengkap*. Penerbitdeepublish. https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/#Cara_Pengambilan_Sampel

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). *Ilmu Makroekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). *Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

Saputra, Harja. (2014). *Teori Uses and Gratification dalam Penggunaan Media*.

[https://www.harjasaputra.com/teori/teori-uses-and-gratification-dalam-penggunaan-media/#:~:text=Menurut McQuail %28Rakhmat%2C2001%3A16%29 motif penggunaan media%2C yaitu,bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi.](https://www.harjasaputra.com/teori/teori-uses-and-gratification-dalam-penggunaan-media/#:~:text=Menurut McQuail%28Rakhmat%2C2001%3A16%29 motif penggunaan media%2C yaitu,bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi.)

Thabroni, G. (2022). *Teori-Teori Komunikasi: Hypodermic, Uses & Gratifications, Disonansi, dll*. Serupa.Id. <https://serupa.id/teori-teori-komunikasi-hypodermic-uses-gratifications-disonansi-dll/>

Wibowo, M. (2023). *Perubahan Paradigma Konsumsi Berita Dalam Era Digital: Studi Tentang Preferensi dan Kebiasaan Pembaca*. Kompasiana.

Wulan Suciska, E. Y. (2020). *Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung Bandar Lampung. Universitas Lampung

Yuan, E. (2011). *News consumption across multiple media platforms Information, Communication & Society*

Yulita, L. (2024). *Teori Uses and Gratification: Definisi, Asumsi dasar, dan Contoh*. Hotelier.Id.

LAMPIRAN A


FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI

Semester 13
Nama Mahasiswa : Timothy Arden
NIM 00000029718
Nama Dosen Pembimbing : Rossalyn Ayu Asmarantika, S.Hum., M.A.

Tanggal Konsultasi	Agenda/Pokok Bahasan	Saran Perbaikan	Paraf Dosen Pembimbing
25/03/2024	Ganti judul skripsi		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
01/04/2024	Menyusun quesioner untuk dibagikan ke responden		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
22/04/2024	Revisi bab 1-2-3		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
29/04/2024	Membahas uji validitas dan reliabilitas		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
21/05/2024	Revisi uji validitas dan reliabilitas		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
04/10/2024	Cari presentase dan frekuensi setelah uji validitas dan reliabilitas lalu crosstab demografi indentitas dari responden		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
24/10/2024	Crosstab hasil quesioner		<i>Rossalyn Asmarantika</i>
31/10/2024	Revisi crosstab hasil quesioner		<i>Rossalyn Asmarantika</i>

	di spss		
--	---------	--	--

Tangerang, 10 Desember 2024



Dosen Pembimbing

LAMPIRAN B

Kuesioner :

1. Dalam waktu seminggu seberapa sering anda mengakses informasi berita?
A. Sangat Sering B. Sering C. Netral D. Jarang E. Sangat Jarang
2. Perangkat yang biasanya digunakan untuk mengakses berita?
A. Ponsel Pintar B. Laptop C. Komputer D. Televisi E. Radio
3. Platform yang digunakan untuk mengakses berita?
A. Sosial Media B. Portal Berita C. News Aggregator D. BaBe (Baca Berita) E. Website
4. Durasi dalam mengakses berita per hari?
A. <30 Menit B. 31 Menit-1 Jam C. 1 Jam-2 Jam D. 2 Jam-3 Jam E. 3 Jam>
5. Jenis berita yang paling sering di akses?
A. Berita Entertainment B. Berita Ekonomi C. Berita Nasional D. Berita Lifestyle E. Berita Olahraga
6. Jenis berita yang jarang diakses?
A. Berita Internasional B. Berita Otomotif C. Berita Disabilitas D. Berita Politik E. Berita Kawasan
7. Apakah kamu menggunakan News Aggregator untuk mengakses berita?
A. Ya B. Tidak
8. News Aggregator yang pernah kamu akses?
A. LINE Today B. Google News C. Yahoo News D. UC News D. Flipboard
9. Media online yang paling sering di akses?
A. Kompas.com B. Liputan6.com C. CNNIndonesia.com D. Kumparan.com E. Okezone.com F. Detik.com G. IDNTimes.com H. Viva.co.id I. Bola.net
10. Media online yang jarang di akses?
A. Kapanlagi.com B. CNBCIndonesia.com C. Tempo.co D. Beritasatu.com E. BBCIndonesia.com F. Brilio.net G. Kontan.co.id H. Detik.com I. Sindonews.com
11. Anda akan tertarik dengan berita yang memiliki elemen berikut
A. Teks B. Video Singkat C. Audio Visual D. Gambar E. Infografis
12. Saya rela membayar untuk sebuah konten berita
A. Sangat Setuju (SS) B. Setuju (SS) C. Netral (N) D. Tidak Setuju (TS) E. Sangat Tidak Setuju (STS)
13. Saya pernah membaca konten berita yang berbayar
A. Sangat Setuju (SS) B. Setuju (SS) C. Netral (N) D. Tidak Setuju (TS) E. Sangat Tidak Setuju (STS)
14. Model akses berita berbayar apa yang ideal untuk anda?
A. Berlangganan langsung ke media massa B. Berlangganan langsung melalui aggregator C. Membayar keanggotaan D. Donasi E. Membayar per artikel

LAMPIRAN C

LAMPIRAN BUKTI RESPONDEN

Link bukti responden :

https://drive.google.com/drive/folders/11hw18-LSN1-RxuDOckzXXVYb5y2Gt9ew?usp=drive_link

LAMPIRAN D

LAMPIRAN CEK TURNITIN



Page 2 of 143 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::13109739500




26% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 25%  Internet sources
 - 8%  Publications
 - 11%  Submitted works (Student Papers)
-