

**MINAT MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR  
MEMBACA BERITA DI PORTAL BERITA ONLINE**

**OLEH :  
LISDAYANTI  
E021181013**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

**MINAT MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR  
MEMBACA BERITA DI PORTAL BERITA ONLINE**

**OLEH :  
LISDAYANTI  
E021181013**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di  
Portal Berita Online  
Nama Mahasiswa : Lisdayanti  
Nomor Pokok : E021181013

Makassar, Maret 2021

Menyetujui,

Pembimbing I



**Dr. Jeanny Maria Fatimah, M Si.**  
NIP. 195910011987022001

Pembimbing II



**Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si**  
NIP. 197012311998021002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin



**Dr. Sudirman Karnay, M.Si**  
NIP: 196410021990021001

## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik pada hari Senin tanggal 11 April 2022.

Makassar, 11 April 2022

### Tim Evaluasi

Ketua : Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si (.....)

Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom (.....)

Anggota : 1. Dr. Muliadi Mau, M.Si (.....)

2. Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisdayanti  
NIM : E021181013  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi komunikasi yang berjudul “**Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online**” ini sepenuhnya adalah karya tulis sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya tulis orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi saya ini.

Makassar, 11 April 2022  
Yang Menyatakan



1000  
SERULUH RIBU RUPIAH  
TEL. 23  
METERAL  
TEMPEL  
0468AAJX792734953

Lisdayanti

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga kita masih tetap bisa menikmati indahnya alam ciptaan-Nya. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada teladan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan yang lurus berupa ajaran agama yang sempurna dan menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Atas rahmat dan petunjuk Allah SWT. Akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “**Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mengambil andil dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah banyak memberikan karunia-Nya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Rustam dan Ibu Rosmiati, serta saudara penulis Asrul dan Aidul Fitra, juga keluarga besar yang

senantiasa memberi dukungan dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

3. Ibu Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si., selaku pembimbing I, yang selalu bersedia meluangkan waktunya, menasehati, memberikan ilmu yang berharga serta masukan mengenai skripsi. Sekaligus sebagai Penasehat Akademik penulis yang selalu memberikan masukan dari semester awal hingga semester akhir.
4. Bapak Dr. Muliadi Mau , M.Si. selaku pembimbing II atas bimbingan, arahan, nasehat dan tambahan ilmu yang diberikan dengan ikhlas kepada penulis yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pejabat Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, Terkhusus kepada Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. dan Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi Bapak Nosakros Arya, S.Sos.,M.I.Kom yang membantu secara administratif proses perkuliahan dan penyelesaian studi penulis.
6. Seluruh jajaran Dosen Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin tanpa terkecuali. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan atas segala ilmu, waktu, kemurahan hati serta pengalaman yang sangat berharga yang Bapak & Ibu berikan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Ibu Suraidah, Ibu Satima, dan Pak Herman atas kebaikan hati serta bantuannya kepada penulis dalam pengurusan administrasi

8. Kepada sahabat penulis Sustiara, Winda, Maldhi, Dien dan teman-teman sumber dosa Dira, Fara, Fira, Nini, Nurin, Obi, Rafa, Uci, Izzah, Nuga, Vita dan Liza yang telah menjadi saksi perjalanan penulis dalam masa-masa kuliah sekaligus pemberi motivasi, saran, membantu, dan menghibur penulis.
9. Keluarga besar Altocumulus 2018 dan teman-teman konsentrasi jurnalistik yang turut memberikan semangat selama kuliah dan penyelesaian skripsi.
10. Seluruh warga KOSMIK atas segala pengetahuan, pengalaman, dan rasa kekeluargaan yang penulis dapatkan sejak awal memasuki dunia kampus.
11. Kepada seluruh responden yang dengan senang hati dan ikhlas berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini, serta berbagai pihak yang telah membantu penulis selama ini yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis senantiasa berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis, pembaca, serta masyarakat umum. *Aamiin Ya Rabbal Alamiin...*

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Makassar, Maret 2022

**Penulis**



## ABSTRAK

**LISDAYANTI. *Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online. (Dibimbing oleh Jeanny Maria Fatimah dan Muliadi Mau).***

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mendeskripsikan minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online, (2) mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online.

Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan terhitung dari bulan Januari hingga Maret 2022. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksploratif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan studi Pustaka berupa referensi buku, internet, jurnal, dan lain-lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Populasi dari penelitian ini yakni Mahasiswa S1 di Kota Makassar berfokus pada 6 kampus diantaranya Universitas Hasanuddin, Universitas Negeri Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Universitas Muslim Indonesia, Universitas Fajar, dan Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2018,2019,2020, dan 2021 berjumlah 108.918 Mahasiswa. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan tabel issac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga ditemukan sampel berjumlah 347 orang. Data yang ditemukan kemudian dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) minat mahasiswa di kota makassar membaca berita di portal berita online berada pada kategori “Sedang”.(2) Faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online adalah faktor dorongan pengaruh dari dalam yakni kebutuhan informasi terkini, faktor motif dalam lingkungan sosial yakni kebutuhan tugas kuliah, dan faktor emosi yakni mencari hiburan atau kesenangan.

**Kata Kunci : Minat Membaca Berita, Portal Berita Online, Mahasiswa**

## ABSTRACT

**LISDAYANTI. LISDAYANTI. *Student Interest in Makassar City Reading News on Online News Portals. (Supervised by Jeanny Maria Fatimah and Muliadi Mau).***

This study aims to: (1) describe the interest of students in Makassar to read news on online news portals, (2) describe the factors that influence the interest of students in Makassar to read news on online news portals.

This research lasted for three months starting from January to March 2022. Using quantitative research methods with an exploratory approach. Data collection techniques through questionnaires and library studies in the form of reference books, internet, journals, and others related to the research topic. The population of this study, namely undergraduate students in Makassar City, focused on 6 campuses including Hasanuddin University, Makassar State University, Alauddin Makassar State Islamic University, Indonesian Muslim University, Fajar University, and Makassar Muhammadiyah University batch 2018, 2019, 2020, and 2021 totaling 108,918. College student. The technique for determining the number of samples used Issac and Michael tables with an error rate of 5%, so that the sample was found to be 347 people. The data found were then analyzed using the IBM SPSS version 25 application.

The results of this study indicate that (1) the interest of students in the city of Makassar in reading news on online news portals is in the "Medium" category. (2) Factors that affect college students' interest in the city of Makassar reading news on online news portals are the factor of inner urges is the need for the latest information, the factor of social motives is the need for college and the factor of emotionals is seeking entertainment or pleasure.

**Keywords: Interest in Reading News, Online News Portal, College Student**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
D. Kerangka Operasional.....	11
E. Definisi Operasional .....	13
F. Metode Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Komunikasi Massa.....	23

B. Media Massa .....	30
C. Berita.....	32
D. Jurnalisme Online .....	36
E. Media Online (New Media) .....	37
F. Portal Berita Online .....	38
G. Teori Minat .....	40
H. Teori Use and Gratifications .....	48
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Universitas Hasanuddin .....	51
B. Universitas Negeri Makassar .....	59
C. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar .....	67
D. Universitas Muslim Indonesia .....	73
E. Universitas Fajar .....	83
F. Universitas Muhammadiyah Makassar .....	86
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>95</b>
A. HASIL.....	95
B. PEMBAHASAN .....	124
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>137</b>
A. KESIMPULAN.....	137
B. SARAN .....	137

DAFTAR PUSTAKA .....	139
LAMPIRAN .....	142

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1. Rekapitulasi Mahasiswa aktif Program Sarjana (S1) di Kota Makassar TA 2021/2022 .....	19
Tabel 4.1. Frekuensi Identitas Universitas .....	95
Tabel 4. 2. Frekuensi Identitas Angkatan.....	96
Tabel 4. 3. Frekuensi Identitas Jenis Kelamin .....	96
Tabel 4. 4. Frekuensi Mengakses Internet Seminggu Terakhir .....	97
Tabel 4. 5. Frekuensi Keperluan Mengakses Internet.....	97
Tabel 4. 6. Frekuensi Aplikasi yang Biasa Digunakan untuk Mengakses Informasi .....	98
Tabel 4. 7. Frekuensi Pernah Mengakses Portal Berita Online.....	99
Tabel 4. 8. Frekuensi Portal Berita yang Pernah Diakses .....	99
Tabel 4. 9. Frekuensi Alat Elektronik yang Digunakan untuk Mengakses Portal Berita Online .....	100
Tabel 4. 10. Frekuensi Alasan Mengakses Portal Berita Online.....	101
Tabel 4. 11. Frekuensi Rentang Waktu yang Digunakan untuk Membaca Berita di Portal Berita Online Per Hari .....	102
Tabel 4. 12. Frekuensi Jumlah Berita di Portal Berita Online yang Dibaca dalam Sehari.....	102

Tabel 4. 13. Frekuensi Jenis Berita yang Dibaca di Portal Berita Online.....	103
Tabel 4. 14. Frekuensi Membaca Satu Teks Berita di Portal Berita Online Secara Menyeluruh (Intensitas) .....	104
Tabel 4. 15. Frekuensi Kemenarikan Isi Berita di Portal Berita Online untuk Dibaca .....	105
Tabel 4. 16. Frekuensi Kebermanfaatan Isi Berita yang Dimuat Pada Portal Berita Online.....	106
Tabel 4. 17. Frekuensi Kelayakan Isi Berita yang Dimuat Pada Portal Berita Online untuk Dibaca .....	106
Tabel 4. 18. Frekuensi Kerutinan Mengakses Portal Berita Online untuk Membaca Isi Berita.....	107
Tabel 4. 19. Frekuensi Kekerapan Membaca Berita di Portal Berita Online dalam Sehari.....	108
Tabel 4. 20. Tabel Frekuensi Keefektifan Portal Berita yang Pernah Diakses Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi.....	108
Tabel 4.21. Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online.....	109
Tabel 4. 22 Tabel Silang Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online disilangkan dengan Universitas Responden .....	111
Tabel 4. 23 Tabel Silang Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online disilangkan dengan Angkatan Responden .....	112
Tabel 4. 24. Tabel Silang Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online disilangkan dengan Jenis Kelamin Responden.....	113

Tabel 4.25. Frekuensi Alasan Mengakses Portal Berita Online .....	114
Tabel 4.26 Tabel Silang Alasan Mengakses Portal Berita Online disilangkan dengan Universitas Responden .....	115
Tabel 4.27 Tabel Silang Alasan Mengakses Portal Berita Online disilangkan dengan Angkatan Responden.....	118
Tabel 4.28 Tabel Silang Alasan Mengakses Portal Berita Online disilangkan dengan Jenis Kelamin Responden.....	120
Tabel 4.29. Tabel Silang Alasan Mengakses Portal Berita Online disilangkan dengan Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online.....	122

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 3. 1 Logo Universitas Hasanuddin .....	54
Gambar 3. 2 Logo Universitas Negeri Makassar .....	62
Gambar 3. 3 Logo Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar .....	70
Gambar 3. 4 Logo Universitas Muslim Indonesia .....	78
Gambar 3. 5 Logo Universitas Fajar .....	85
Gambar 3. 6 Logo Universitas Muhammadiyah Makassar .....	92



# **BAB I**

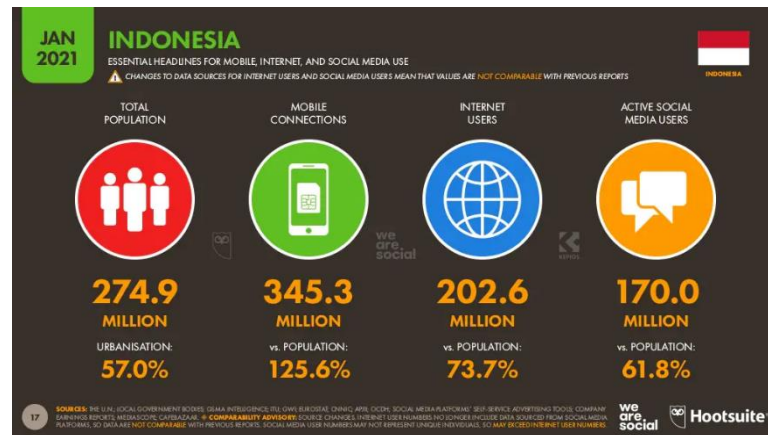
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sekarang ini fenomena disrupsi merambah semua lini kehidupan. Hampir semua kegiatan dan aktivitas manusia dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Cakupan perubahannya sangat luas dan berefek pada aktivitas segala sendi kehidupan. Perubahan tersebut bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat dari penerimaan pesan. Media baru membawa pengaruh pada hampir semua kehidupan .

Internet atau era digital belakangan membawa dampak tersendiri bagi media massa utamanya media cetak seperti surat kabar atau koran di Indonesia. Berita atau informasi tidak hanya bisa diakses lewat surat kabar, majalah, maupun media elektronik seperti televisi hingga radio. Internet juga dipandang sebagai media interaktif yang dapat berfungsi sebagai media penyedia berbagai informasi yang di dalamnya termasuk berita.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : Hootsuite

Berdasarkan data dari datareportal.com pengguna internet di Indonesia pada januari 2021 mencapai 202,6 juta, meningkat 27 juta(+16%) antara tahun 2020 dan 2021. Akses berita melalui internet di portal berita kian diminati. Karena berita yang diperoleh dari internet bersifat langsung dan cepat. Mengakses portal berita dianggap lebih murah serta menyajikan informasi yang lebih real time. Dibandingkan media cetak yang informasinya baru bisa dibaca minimal sehari setelah kejadian berlangsung.

Portal berita ini merupakan perubahan baru dalam dunia jurnalistik. Tuntutan zaman serta pemikiran manusia untuk menjalankan pola hidup yang lebih praktis dan efisien menjadikan media juga bertransformasi ke era digital. Kegiatan jurnalisme seperti mencari, mengumpulkan dan mengolah berita kini juga bisa dilakukan secara daring dengan mencari data primer melalui internet bahkan tanpa turun langsung ke lapangan, sehingga jurnalis untuk dapat bekerja dengan cepat.

Kehadiran telepon genggam menjadi sarana pendukung bagi masyarakat untuk mengakses portal berita kapan saja dan dimana saja. Tak hanya informasi mengenai peristiwa yang telah terjadi sebelumnya atau bahkan lebih lama lagi, tapi juga berbagai peristiwa yang sedang terjadi dapat disaksikan secara langsung. Lembaga riset Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang.

Minat merupakan rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Minat berhubungan dengan kesenangan atau sesuatu yang menimbulkan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan maka minat tersebut akan semakin kuat. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang menghadapi ataupun berurusan dengan orang, benda, kegiatan, serta pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Minat dapat dilihat dari rasa ketertarikan terhadap suatu objek yang dapat menimbulkan kepuasan serta mendorong seseorang untuk berurusan dengan suatu benda atau kegiatan tertentu. Minat adalah kesenangan dan perhatian yang terus menerus terhadap suatu objek karena adanya pengharapan akan memperoleh kemanfaatan. Minat membaca merupakan keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca, orang yang memiliki minat membaca yang kuat akan mewujudkan dalam kesediaannya mendapatkan bahan bacaan dan membacanya atas kesadarannya sendiri. Dalam hal ini ketika seseorang memiliki

minat yang kuat untuk mengetahui informasi terkini maka ia akan berusaha mencari sumber bacaan yang dapat memenuhi kebutuhannya tersebut.

Minat baca masyarakat Indonesia masuk kategori rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Berdasarkan studi “Most Literred Nation in the world” yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada 2016, dari 61 negara yang disurvei Indonesia menduduki peringkat ke-60 persis dibawah Thailand dan diatas Bostwana. Dalam survei program for International Student Assessnebt (PISA) yang dirilis pada 2019 oleh Organization for Economic Co-operation and Development, Indonesia menempati ranking ke-62 dari 70 negara berkaitan dengan tingkat literasi. Diantara banyaknya masalah pendidikan di indonesia, minat baca menjadi salah satunya. Ada banyak faktor tentunya yang melatarbelakangi hal tersebut. Disamping fasilitas yang kurang memadai, juga masalah pendidikan yang belum merata di berbagai wilayah, serta rendahnya perilaku membaca dibandingkan dengan mengakses media.

Kurangnya akses masyarakat terhadap bacaan terkonfirmasi dari survei badan pusat statistik mengenai persentase penduduk diatas 10 tahun yang mengakses media. Terlepas dari hal ini Kehadiran media digital atau internet membawa kebiasaan baru dalam aspek membaca. Kegiatan membaca tidak hanya dilakukan dengan menggunakan media cetak atau buku seperti pada umumnya, tapi juga menggunakan media digital seperti buku elektronik atau e-book.

Menurut hasil dari jurnal penelitian(Ghofur & Rachma, 2019) mengenai Pemanfaatan Media Digital Terhadap Indeks Minat Baca Masyarakat Kabupaten

Lamongan ditemukan bahwa minat baca masyarakat Kabupaten Lamongan tahun 2019 adalah sebesar 64,71%. banyak masyarakat yang membaca namun ternyata mereka lebih suka membaca melalui internet dengan media *handphone* sedangkan pekerjaan masyarakat yang memiliki minat baca adalah berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa. Pendidikan Responden yang gemar membaca adalah mereka yang berpendidikan SMA dan sederajat yaitu 34.26%, dan yang terbanyak kedua adalah lulusan perguruan tinggi.

Sedangkan menurut hasil penelitian (Prawesti, 2018), yang dilakukan di Universitas Airlangga mengenai pengaruh penggunaan aplikasi bacaan digital terhadap minat baca di kalangan mahasiswa. Ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara penggunaan aplikasi bacaan digital terhadap tingkat minat baca mahasiswa berdasarkan koefisien korelasi pearson yang diperoleh sebesar 0,705. Dari penelitian tersebut juga ditemukan bahwa mahasiswa Universitas Airlangga memiliki tingkat minat baca yang rendah dengan skor rata-rata setiap variabel pertanyaan sebesar 1,80.

Penelitian mengenai minat baca berita pernah dilakukan sebelumnya oleh (Mayangsari, 2014) dengan judul Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Minat Baca Berita Online Follower Akun @Detikcom Di Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar perubahan minat baca masyarakat terhadap berita yang disajikan secara online melalui media sosial twitter, terutama pada follower akun berita yaitu @detikcom. Hasilnya ditemukan bahwa pengaruh media sosial Twitter terhadap minat baca berita online follower @detikcom di Pekanbaru sebesar 50,8% dan termasuk dalam kategori sedang.

Penelitian lain yang juga membahas mengenai minat membaca berita dilakukan oleh (Rivan, 2019) berjudul Hubungan Membaca Judul Berita Line Today dan Minat Membaca Isi Berita Line Today Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Makassar. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara judul berita Line Today terhadap minat membaca berita mahasiswa. Berdasarkan strategi *Clickbait* atau judul yang sensasional yang digunakan Line Today dalam menyebarkan beritanya agar pembaca menjadi penasaran dan membuka berita tersebut. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa minat mahasiswa Ilmu Komunikasi di Makassar dalam membaca isi berita di Line Today adalah rendah dengan persentase sebanyak 95%.

Penelitian selanjutnya yang membahas mengenai minat baca berita dilakukan oleh (Fauziah & Nuraeni, 2017) tentang Pengaruh Penggunaan Media Line Today terhadap Meningkatnya Minat Membaca Berita di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Kota Jakarta). Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan fitur aplikasi Line Today terhadap meningkatnya minat membaca berita di kalangan mahasiswa kota Jakarta. Hasilnya, ditemukan bahwa penggunaan fitur Line Today berpengaruh sebesar 50,7% terhadap meningkatnya minat membaca berita di kalangan mahasiswa kota Jakarta dan seluruh indikator dari penggunaan fitur Line Today berpengaruh positif dan signifikan terhadap meningkatnya minat membaca berita di kalangan mahasiswa kota Jakarta.

Manusia sejatinya merupakan makhluk sosial memiliki kebutuhan yang harus ia penuhi dalam kehidupannya. Menurut (Maslow, 1943) kebutuhan itu

menjadi landasan motivasi segala perilaku manusia artinya setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia dilatari oleh kebutuhan yang harus dipenuhi. Baik itu kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain, kebutuhan keamanan, kebutuhan kesehatan, kebutuhan pendidikan, bahkan kebutuhan informasi. Setiap manusia membutuhkan informasi guna melengkapi pengetahuan mereka akan sesuatu hal. Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam tingkat pengetahuannya tentang situasi atau topik tertentu dan berkeinginan mengatasi kekurangan tersebut.

Pada dasarnya, selama manusia masih hidup mereka akan dihadapkan pada permasalahan-permasalahan yang pada akhirnya membutuhkan informasi. Oleh karena itu, perlu adanya pemenuhan informasi untuk menjawab adanya kebutuhan informasi. Manusia yang satu dengan yang lainnya memiliki kebutuhan informasi yang berbeda. Menurut (Nicholas, 2000) hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti faktor dorongan atau motivasi yang ditunjang oleh aspek psikologis individu untuk mencari informasi, akses terhadap informasi, teknologi yang digunakan untuk pencarian informasi, serta jenis pekerjaan atau profesi seseorang.

Perofesi seseorang memengaruhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Seorang mahasiswa membutuhkan informasi sebagai wawasan dan keilmuan dalam menunjang profesinya sebagai mahasiswa serta dalam pemecahan masalah dalam bidang ilmu yang ditekuni. Salah satu usaha untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut adalah dengan membaca berita. Membaca berita penting dilakukan oleh seorang mahasiswa untuk menguasai perkembangan terkini. Hal

ini bisa membantu ketika mahasiswa ingin meneliti suatu fenomena, menggarap skripsi, mengerjakan tugas, dan kebutuhan lainnya. Membaca berita sebagai sumber informasi yang kredibel, berita dapat dijadikan referensi, misalnya kutipan perkataan dari seorang ahli di bidang tertentu dalam artikel berita bisa dijadikan referensi karena terkadang ada artikel berita yang membahas topik yang sama dengan jurusan kuliah.

Membaca berita dapat melatih berpikir secara logis, membaca berita penting dilakukan oleh mahasiswa juga untuk mewujudkan anti hoaks dan kepedulian terhadap sesama. Karena membaca berita dari media yang terpercaya bisa mengurangi informasi yang tidak benar yang dapat menyesatkan serta merugikan diri sendiri dan orang lain. Melalui keinginan untuk mencari informasi terkini, kepedulian pada apa yang terjadi di belahan dunia lain akan meningkat misalnya ketika seorang mahasiswa memiliki gambaran mengenai apa yang sedang terjadi di negara konflik bukan tidak mungkin untuk memiliki niat menjadi relawan. Disinilah jiwa sosial seorang mahasiswa diasah untuk lebih peka terhadap lingkungan sosial yang selaras dengan tri dharma perguruan tinggi.

Minat mahasiswa dalam membaca berita tidak dapat diukur secara langsung, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengungkap seberapa besar minat membaca berita dan faktor apa saja yang mendorong mahasiswa membaca berita di portal berita online. Keberadaan portal berita yang berdampak pada minat baca sebenarnya dikarenakan keinginan pembaca itu sendiri. Dengan cara memanfaatkan kemudahan akses teknologi informasi dan komunikasi.



Berdasarkan penjelasan diatas penulis ingin mengetahui seberapa besar minat baca berita mahasiswa, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online”. Mahasiswa Kota Makassar dipilih sebagai subjek penelitian karena merupakan respresentasi dari kaum terpelajar di Indonesia Timur sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai minat membaca berita.

Penelitian yang akan saya lakukan memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rivan (2019) dari segi topik penelitian, yakni mengenai minat membaca berita. Sedangkan perbedaannya adalah dari segi objeknya, penelitian sebelumnya meneliti Line Today. Sedangkan, saya meneliti portal berita online. Dari segi subjek, penelitian sebelumnya membahas mahasiswa ilmu komunikasi di kota Makassar, sedangkan saya akan meneliti mahasiswa di Kota Makassar secara umum. Sejauh ini belum ada penelitian yang dilakukan membahas mengenai tingkat minat membaca berita di portal berita online terhadap mahasiswa di Kota Makassar. Perbedaan selanjutnya yakni jika penelitian Rivan (2019) membahas mengenai hubungan antara membaca judul berita Line Today dan minat membaca isi berita line today terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Makassar, sedangkan saya akan melakukan penelitian untuk mendeskripsikan minat membaca berita di portal berita online terhadap mahasiswa di Kota Makassar.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online?
2. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mendeskripsikan minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online.
- b. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa di kota Makassar membaca berita di portal berita online.

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang jurnalistik. Serta diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan tingkat minat membaca berita di portal berita online terhadap mahasiswa.
- b. Kegunaan Praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan sumbangsih pemikiran maupun informasi dan gambaran

bagi peneliti selanjutnya, yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan yang berkaitan dengan tingkat minat membaca berita di portal berita online terhadap mahasiswa.

#### **D. Kerangka Operasional**

Perkembangan era digital menciptakan perubahan berupa konvergensi media. (Jenkins, 2006) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan konvergensi media adalah aliran konten di platform beberapa media, kerjasama antara industri beberapa media, serta perilaku migrasi khalayak media. Industri media kini mulai melebarkan sayapnya dengan membuat portal berita sebagai wadah penyebaran informasinya. Kemudahan yang ditawarkan oleh portal berita menjadi daya tarik tersendiri, seperti kecepatan informasi, akses yang mudah, serta biaya yang lebih terjangkau. Kini hampir setiap media konvensional memiliki situs portal beritanya masing-masing. Contohnya harian Kompas yang memiliki portal berita dengan nama Kompas.com, majalah tempo yang kini punya versi digitalnya dengan nama Tempo.com, dan fajar dengan portalnya fajar online dan masih banyak lagi.

Kehadiran portal berita tersebut sangat memudahkan masyarakat dalam mencari berita, utamanya berita yang sedang hangat diperbincangkan. Hanya dengan mengetik *keyword* terkait dengan kejadian atau informasi yang ingin diketahui di browser. Maka muncullah berbagai macam portal berita yang membahas mengenai topik tersebut. Beritanya pun dapat di filter dari yang paling lama hingga yang terbaru. Dengan melihat fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tingkat minat membaca berita di portal berita online terhadap mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Minat terhadap sesuatu pada dasarnya tidak dapat diketahui atau diukur secara langsung. Harus ada faktor-faktor atau unsur yang dapat digunakan untuk mengungkap minat itu. Sehingga, faktor-faktor yang dapat menyebabkan timbulnya minat diangkat guna mengungkap minat seseorang terhadap sesuatu. Minat dalam penelitian ini merupakan kecenderungan atau keinginan yang timbul untuk membaca berita melalui portal berita online.

Menurut (Crow, 1973) minat terhadap suatu objek atau aktivitas ditimbulkan oleh beberapa faktor yaitu :

1. The Factor Of Inner Urges (faktor dorongan pengaruh dari dalam)

Minat timbul karena pengaruh dari dalam untuk memenuhi semua kebutuhan, baik kebutuhan jasmani maupun rohani.

2. The Factor Of Social Motives (faktor motif dalam lingkungan sosial)

Minat timbul karena pengaruh kebutuhan dalam masyarakat sekitar di lingkungan hidupnya bersama-sama orang lain.

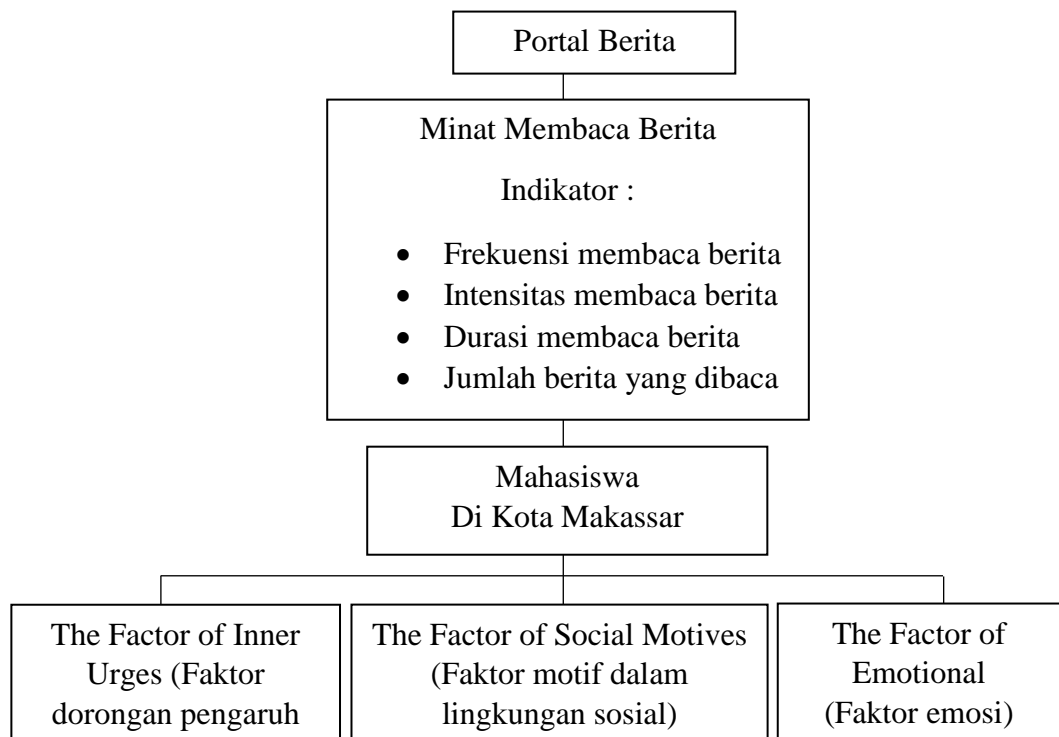
3. The Factor Of Emotional (faktor emosi)

Minat timbul karena pengaruh emosi dari orang yang bersangkutan, artinya seseorang yang melaksanakan sesuatu hal dengan perasaan senang, maka akan membuahkan hasil yang memuaskan dan sekaligus memperbesar minatnya.

Model riset komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Uses and Gratification. Inti dari model ini adalah khalayak pada dasarnya

menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Ketika media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak maka media tersebut dinyatakan sebagai media yang efektif. Adapun, khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna memiliki tingkat pemanfaatan atau motif penggunaan yang berbeda terhadap suatu media. Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif yang melatarbelakangi seseorang menggunakan suatu media.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah :



## E. Definisi Operasional

### 1. Portal Berita

Portal berita adalah suatu media massa berbentuk web yang didalamnya menyampaikan kejadian atau informasi secara digital dengan maksud dan

tujuan sebagai media komunikasi dan informasi bahkan sebagai referensi sesuai kebutuhan pembaca yang ada dalam penyedia portal berita tersebut.

## 2. Minat

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Minat sebagai suatu kesediaan seseorang terhadap suatu obyek, seseorang (orang lain), suatu soal, atau situasi yang berhubungan dengan dirinya. Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa membaca isi berita yang disajikan di portal berita. Dalam penelitian ini minat membaca berita dibagi menjadi tiga kategori yakni rendah dengan nilai 9-21, sedang dengan nilai 22-33, dan tinggi dengan nilai 34-45.

## 3. Membaca berita

Membaca berasal dari kata dasar baca, yang berarti melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis. Maksud membaca berita dalam penelitian ini adalah membuka portal berita dan membaca isi berita yang disajikan di portal tersebut.

## 4. Mahasiswa

Mahasiswa adalah setiap orang yang terdaftar untuk mengikuti pelajaran di sebuah perguruan tinggi dengan batasan umur sekitar 18-30 tahun. Dalam penelitian ini mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa menempuh pendidikan di kota Makassar program sarjana (S1).

5. Frekuensi

Frekuensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah merujuk pada berapa kali mahasiswa membaca berita dalam sehari.

6. Intensitas

Intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya sesuatu hal. Intensitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seberapa tuntas atau menyeluruh berita tersebut dibaca.

7. Durasi

Durasi adalah rentang waktu atau lamanya sesuatu berlangsung. Durasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rentang waktu yang digunakan untuk membaca berita atau berapa lama orang tersebut membaca berita.

8. Jumlah

Jumlah adalah banyaknya ( bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu). Jumlah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya berita yang dibaca dalam sehari.

9. The Factor Of Inner Urges (faktor dorongan pengaruh dari dalam)

Minat timbul karena pengaruh dari dalam untuk memenuhi semua kebutuhan, baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Dalam penelitian ini, faktor dorongan pengaruh dari dalam yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mengetahui informasi terkini atau hasrat ingin tahu dari dalam diri mahasiswa mengenai peristiwa yang diberitakan di portal berita.

#### 10. The Factor Of Social Motives (faktor motif dalam lingkungan sosial)

Minat timbul karena pengaruh kebutuhan dalam masyarakat sekitar di lingkungan hidupnya bersama-sama orang lain. Dalam penelitian ini, faktor motif dalam lingkungan sosial yang dimaksud adalah kebutuhan untuk memenuhi kewajiban atau tuntutan di lingkungan sosial sebagai mahasiswa seperti kebutuhan tugas kuliah dan lain sebagainya.

#### 11. The Factor Of Emotional (faktor emosi)

Minat timbul karena pengaruh emosi dari orang yang bersangkutan, artinya seseorang yang melaksanakan sesuatu hal dengan perasaan senang, maka akan membuahkan hasil yang memuaskan dan sekaligus memperbesar minatnya. Faktor emosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ketika seseorang membaca berita dengan perasaan senang tanpa terbebani untuk memenuhi kebutuhan dari dalam dan dari lingkungan.

### **F. Metode Penelitian**

#### 1. Waktu dan Tempat Penelitian

##### a. Waktu

Penelitian ini akan berlangsung selama 3 (tiga) bulan yakni pada bulan Januari 2022 hingga Maret 2022.

##### b. Tempat

Pengambilan data penelitian ini akan berlokasi di Universitas Hasanuddin, Universitas Negeri Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin, Universitas Muslim Indonesia, Universitas fajar,



dan Universitas Muhammadiyah Makassar, yang berfokus pada mahasiswa S1 angkatan 2018, 2019, 2020, dan 2021.

## 2. Tipe Penelitian

### a. Berdasarkan paradigma :

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

### b. Berdasarkan tujuan :

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan eksploratif, yakni mengumpulkan informasi secara rinci berdasarkan data yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner.

## 3. Jenis dan Teknik pengumpulan data

### a. Jenis data :

#### 1. Data primer

Peneliti akan melakukan survey secara daring dengan cara membagikan kuesioner yang memiliki pertanyaan tertutup dan terbuka.

#### 2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh peneliti dari referensi buku, internet, jurnal, dan lain-lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

### b. Teknik pengumpulan data

#### 1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan membagikan angket atau kuesioner berupa google formulir, dikarenakan jumlah

responden yang cukup besar serta situasi yang tidak memungkinkan peneliti untuk bertemu langsung dengan responden. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan tertutup dan terbuka. Adapun pengiriman kuesioner kepada responden dilakukan secara daring melalui media sosial responden. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan minat mahasiswa di Kota Makassar membaca berita di portal berita online. Kuesioner diberikan kepada responden serta pengisian dilakukan secara jujur dan objektif tanpa tekanan dari pihak manapun. Pada kuesioner penelitian, diberi alternatif jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Dalam hal ini ada lima klasifikasi jawaban yang diberikan dengan kemungkinan pemberian skor sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi nilai 5
- b. Jawaban setuju (S) diberi nilai 4
- c. Jawaban kurang setuju (KS) diberi nilai 3
- d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi nilai 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1

#### 4. Populasi dan Sampel

##### a) Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Hasanuddin, Universitas Negeri Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Universitas Muslim Indonesia, Universitas Fajar, dan Universitas Muhammadiyah Makassar, yang berfokus pada mahasiswa S1 angkatan 2018, 2019, 2020, dan 2021.

**Tabel 1. 1. Rekapitulasi Mahasiswa aktif Program Sarjana (S1) di Kota Makassar TA 2021/2022**

No	Universitas	Tahun Angkatan				Jumlah
		2018	2019	2020	2021	
1	Universitas Hasanuddin	5.667	5.619	6.499	6.975	24.760
2	Universitas Negeri Makassar	6.399	6.261	7.046	8.957	28.663
3	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	4.611	4.696	4.906	5.383	19.596
4	Universitas Muslim Indonesia	4.856	5.199	4.403	4.728	19.186
5	Universitas Fajar	1016	730	604	544	2.894
6	Universitas Muhammadiyah Makassar	3.212	3.248	3.675	3.684	13.819
Total		25.761	25.753	27.133	30.271	108.918

**Total Keseluruhan Populasi : 108.918 Mahasiswa**

b) Sampel

Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan metode pengambilan sampel secara *probability sampling*, dengan teknik *proportionate stratified random sampling* hal ini dikarenakan populasi mempunyai anggota unsur yang tidak homogen dan berstrata. Adapun untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, maka dapat menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5% sehingga ditemukan jumlah sampel dalam penelitian yang akan dilakukan sebesar 347 orang.

Dalam perhitungan jumlah sampel setiap universitas dapat menggunakan rumus :

$$\text{Sampel} = \frac{\text{Populasi}}{\text{Total Populasi}} \times \text{Sampel Keseluruhan}$$

**Tabel 1.2 Jumlah Sampel di Setiap Universitas dan Tahun Angkatan**

No	Universitas	Jumlah Mahasiswa Aktif (S1)	Jumlah Sampel				
			Universitas	Tahun Angkatan			
				2018	2019	2020	2021
1	Universitas Hasanuddin	24.760	79	18	18	21	22
2	Universitas Negeri Makassar	28.663	91	20	20	22	29
3	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	19.596	63	15	15	16	17
4	Universitas Muslim Indonesia	19.186	61	15	17	14	15
5	Universitas Fajar	2.894	9	3	2	2	2
6	Universitas Muhammadiyah Makassar	13.819	44	10	10	12	12
<b>Total</b>		<b>108.198</b>	<b>347</b>	<b>81</b>	<b>82</b>	<b>87</b>	<b>97</b>

**Tabel 1.3 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi yang dikembangkan dari Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, 10%.**

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

## 1. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara deskriptif kuantitatif. Data kuesioner yang diberikan kepada responden dianalisis menggunakan model statistik dan hasil analisisnya disajikan dalam bentuk angka dan dijelaskan dalam bentuk uraian. Adapun pengolahan datanya menggunakan program aplikasi SPSS. Untuk mengetahui respon responden maka data dianalisis menggunakan rata-rata keseluruhan skor yang telah dibuat dengan model skala likert. Analisis deskriptif pada hasil penelitian survey akan dilaporkan dalam bentuk tabulasi frekuensi dan persentase.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan bagian dari studi Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan khalayak ramai. Komunikasi massa berasal dari Bahasa Inggris, yakni mass communication yang diartikan sebagai saluran komunikasi yakni media massa (mass media). Menurut Bittner Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people) (K. Romli, 2016). Komunikasi massa dalam tinjauan praktis merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan perantara media massa. Dalam komunikasi massa, saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media cetak, elektronik, atau media online.

Komunikasi massa memiliki anggapan tersirat akan adanya alat khusus yang menyampaikan pesan komunikasi agar dapat menjangkau semua orang pada saat yang sama yang mewakili berbagai lapisan masyarakat, yang berarti pesan tersebut tidak hanya ditujukan untuk kelompok orang tertentu melainkan untuk semua orang. Komunikasi massa memiliki ciri khas yakni bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, bersifat satu arah, meluas dan serempak. Memakai peralatan teknis atau mekanis dan bersifat terbuka (Cangara, 2009).

## **1. Perkembangan Komunikasi Massa**

Sebagaimana studi komunikasi, perkembangan komunikasi massa mengikuti perkembangan kehidupan manusia. Seperti yang kita ketahui bahwa komunikasi dan kehidupan manusia adalah dua sisi mata uang yang berdampingan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Oleh karena itu, perkembangannya juga mengikuti perkembangan manusia.

### a) Kerajaan Mesir tahun 1705-1367

Pada masa Kaisar Amenhotep III, untuk pertama kalinya komunikasi massa digunakan. Saat itu Kaisar Amenhotep III mengutus ratusan wartawan untuk mengirimkan kabar berita kepada semua pejabat penjurur Mesir. Kejadian tersebut dianggap cikal bakal dari jurnalistik.

### b) Tahun 1609 Surat Kabar Pertama

Perkembangan komunikasi massa terus berlanjut pada tahapan berikutnya seiring dengan kebutuhan manusia akan informasi yang bersifat massal. Periode ini untuk pertama kalinya *Avisa Relation Order Zeitung* yakni surat kabar Jerman diterbitkan. Penerbitan majalah itu berfungsi memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara rutin setiap minggu. Periode ini sekaligus menjadi tonggak sejarah penting dalam perkembangan studi komunikasi massa.



c. Tahun 1702, Lahirnya Surat Kabar Harian

Catatan yang tak kalah penting dalam perkembangan komunikasi massa terjadi Tahun 1702. Harian legendaris Daily Courant di London Inggris lahir periode ini. Secara rutin Daily Courant mewartakan informasi di Inggris.

d. Komunikasi Massa di Era Modern

Setelah kesuksesan Daily Courant di Inggris, perkembangan komunikasi massa tak terbendung hingga menyebar ke berbagai penjuru negara. Perkembangan surat kabar tumbuh sangat pesat. dimana kini tidak hanya surat kabar, namun berbagai media massa modern silih berganti bermunculan. Era berikutnya dari komunikasi massa adalah era digital.

## **2. Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (Ardianto, 2007), adalah sebagai berikut:

a) Fungsi surveillance (pengawasan)

Komunikasi massa dalam hal ini tidak lepas dari peranan media massa sebagai watchdog atau anjing pengawas dalam tatanan sosial masyarakat, media massa bisa disebut sebagai alat kontrol sosial.

b) Fungsi interpretation (penafsiran)

Komunikasi massa memberi fungsi bahwa media massa sebagai salurannya sedang memasok pesan atau data, fakta, dan informasi dengan tujuan memberi pengetahuan dan pendidikan bagi khalayak.

c) Fungsi linkage (keterkaitan)

Komunikasi massa dalam fungsi keterkaitannya ialah saluran media massa bisa digunakan sebagai alat pemersatu khalayak atau masyarakat yang notabene tidak sama antara satu dengan yang lain.

d) Fungsi transmission of value (penyebaran nilai)

Komunikasi massa sebagai fungsi menyebarkan nilai mengacu pada bagaimana individu atau khalayak dapat mengadopsi sebuah perilaku dan nilai kelompok lain. Itu terjadi karena media massa sebagai salurannya telah menyajikan pesan atau nilai-nilai yang berbeda kepada masyarakat yang berbeda pula.

e) Fungsi entertainment (hiburan)

Dalam fungsi komunikasi massa sebagai sarana penghibur, media massa sebagai saluran komunikasi massa dapat mengangkat pesan-pesan yang sifatnya mampu menciptakan rasa senang bagi khalayak. Kondisi ini sebetulnya menjadi nilai lebih komunikasi massa yang pasti selalu saja menghibur, sekalipun isi pesan tidak murni menghibur.

### **3. Elemen – elemen Komunikasi Massa**

Berbagai elemen komunikasi secara umum berlaku pada komunikasi massa. Perbedaannya terletak pada jumlah pesan berlipat-lipat yang sampai pada penerima (Nurudin, 2009).

a) Komunikator

Komunikator dalam hal ini meliputi jaringan penulis, wartawan, editor, pimpinan redaksi, staff teknis yang berkaitan dengan proses penerbitan sebuah berita. Jadi, komunikator dalam sebuah media massa merupakan gabungan dari berbagai individu dalam sebuah lembaga media massa (Nurudin, 2009).

b) Isi

Berbicara mengenai isi tentunya akan berbicara tentang informasi atau pesan yang disampaikan dalam sebuah berita. Setiap media massa memiliki kebijakan tersendiri dalam pengelolaan isi. Isi media massa pun beragam. Media massa menyediakan wadah informasi dan berita yang terjadi di penjuru dunia.

c) Audience

Audience atau biasanya disebut khalayak adalah orang menerima informasi yang telah disebarkan oleh media massa. Audience sangat beragam yang terdiri dari publik, pendengar, pembaca, bahkan pemirsa.

d) Umpan Balik

Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya mempunyai sifat tertunda, sedangkan dalam komunikasi tatap muka bersifat langsung. Namun seiring perkembangan teknologi, media massa telah melakukan komunikasi interaktif antara komunikator dan audiens.

e) Gatekeeper

Gatekeeper adalah penyeleksi informasi. John R Bitter mengistilahkan gatekeeper sebagai individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi massa.

#### **4. Karakteristik Komunikasi Massa**

Sebagai sarana dalam melakukan kegiatan komunikasi, komunikasi massa memiliki karakteristik khusus. Berikut (Effendy, 2003) menjelaskan karakteristik komunikasi massa diantaranya :

- a) Komunikasi massa bersifat umum yaitu, pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi apabila digunakannya untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.
- b) Komunikan bersifat heterogen yaitu, perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.
- c) Media massa menimbulkan keserempakan yaitu, keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.

- d) Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, artinya dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dan penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

Karakteristik tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi komunikator yang akan menyampaikan pesan lewat saluran media massa, sebab untuk mencapai perubahan sikap, opini, serta perilaku komunikan perlu peninjauan agar karakter komunikasi massa bisa sesuai dengan ciri komunikan yang heterogen sehingga tujuan komunikasi dapat dicapai.

## **5. Efek Komunikasi Massa**

Menurut Liliweri (Liliweri, 2011), komunikasi setidaknya memiliki 3 (tiga) efek, yaitu :

- a) Efek Kognitif

Pesan komunikasi massa dapat berakibat konsumen akan berubah dalam hal pengetahuan, pendapat atau pandangan terhadap sesuatu yang didapatkannya. Efek ini terkait dengan pengiriman pengetahuan, keterampilan informasi dan kepercayaan.

b) Efek Afektif

Pesan dalam komunikasi massa ini bisa mengakibatkan perubahan perasaan tertentu konsumen dimana seseorang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap sesuatu akibat dari membaca surat kabar, mendengar radio, dll. Efek Afektif ini sangat terkait dengan emosi, sikap dan nilai yang dimiliki oleh seseorang atau masyarakat.

c) Efek Konatif

Sebuah pesan konatif dapat mengakibatkan seseorang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini dapat terkait dengan perilaku nyata yang diminati yang dapat terdiri dari tindakan atau kebiasaan berperilaku (Liliweri, 2004).

## **B. Media Massa**

Media massa merupakan sarana dan saluran resmi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Media massa sebagai alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2010a). Media massa juga merupakan sarana komunikasi massa yang dalam proses penyampaian pesan, gagasan, serta informasinya dilakukan secara serentak.

Media massa memiliki karakteristik tertentu menurut (Cangara, 2010) diantaranya :

- a) Melembaga, yang berarti pihak pengelola media terdiri dari banyak orang. Yang berperan mulai dari proses pengumpulan, pengelolaan, hingga penyajian informasi.
- b) Bersifat satu arah, yakni proses komunikasi yang terjadi kurang memungkinkan terjadinya umpan balik.
- c) Meluas dan serempak, yakni informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
- d) Bersifat terbuka, yang berarti informasi yang disampaikan atau pesannya bisa diterima oleh berbagai kalangan tanpa mengenal batas usia, gender, serta suku bangsa.
- e) Menggunakan peralatan teknis maupun mekanis berupa radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.

Media massa tidak lepas dari perannya di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. (McQuail, 1987) mengemukakan sejumlah peran yang dimainkan media massa selama ini, diantaranya sebagai Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan/promosi, sebagai sumber kekuatan atau alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat, Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat, Wahana pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma, serta sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

## **1. Isi Media Massa**

Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian atau tiga jenis tulisan yang merupakan produk jurnalistik atau jenis-jenis tulisan jurnalistik (Romeltea, 2012), yakni:

### a) Berita (News)

Berita adalah tulisan, gambar, audio, atau video berisi informasi atau laporan peristiwa terbaru.

### b) Opini (Views)

Opini disebut juga artikel opini adalah tulisan berisi pendapat, analisis, ulasan, atau pemikiran tentang masalah atau isu aktual.

### c) Karangan Khas (Features)

Feature adalah tulisan berisi gabungan fakta dan opini yang ditulis dengan gaya bahasa sastra layaknya cerpen atau novel. Foto dan video bernilai human interest termasuk kategori feature.

## **C. Berita**

Berita merupakan sebuah informasi berdasarkan peristiwa atau kejadian yang benar-benar terjadi (fakta) yang menyebar melalui media tertentu atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat atau pemberitahuan serta pengumuman. Willard G. Bleyer mendefinisikan bahwa berita adalah segala sesuatu yang terikat waktu dan menarik perhatian banyak orang dan berita terbaik adalah hal-hal yang paling



menarik sebanyak mungkin orang untuk membacanya.(Mariani & Kuncoro, 2001). Berita juga bisa diartikan sebagai laporan tercepat tentang fakta atau opini yang menarik atau penting atau kedua-duanya bagi sebagian besar orang (Mau et al., 2018) Dalam definisi jurnalistik berita merupakan laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, atau karena mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Sumadiria, 2006). Berita bukanlah cerminan dunia atau rangkaian realitas (Schlesinger, seperti dikutip oleh Barker, 2005). Berita bukanlah "jendela dunia" langsung tetapi representasi yang dipilih dan dibangun dengan sengaja yang merupakan bagian dari -- dan membantu membentuk -- "realitas"(Mau et al., 2019)

### **1. Syarat-Syarat Berita**

Sebuah berita juga memiliki syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi, yakni sebagai berikut :

- a. Faktual, artinya informasi pada berita sesuai fakta peristiwa yang benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta ini muncul dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan.
- b. Aktual, yakni informasi pada berita bersifat terkini, terhangat, sedang atau baru saja terjadi.
- c. Menarik, yakni memunculkan rasa ingin tahu dan minat membaca (interesting), berita harus mampu menarik perhatian khalayak.
- d. Akurat, yakni informasi pada berita harus tepat dan tidak dibuat-buat.

- e. Berimbang, yakni informasi bersifat netral dan tidak memihak, suatu berita yang tidak memihak berarti menyampaikan informasi dari semua pihak yang terlibat tanpa terkecuali.
- f. Sistematis, yakni isi berita harus disusun runtut sehingga mudah dipahami.
- g. Penting, yakni peristiwa atau informasi tersebut menyangkut kepentingan orang banyak atau berdampak pada masyarakat luas.

## **2. Unsur-Unsur Berita**

Sebuah berita harus memiliki unsur-unsur tertentu, yang meliputi pertanyaan 5W + 1H, yakni what, who, when, where, why, dan how. Berikut merupakan penjelasan unsur-unsur tersebut(Zakky, 2020) :

- a. What (Apa), menjelaskan apa peristiwa atau kejadian yang diberitakan sesuai fakta yang benar-benar terjadi.
- b. Who (Siapa), menjelaskan siapa saja orang-orang atau pihak-pihak yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakan.
- c. When (Kapan), menjelaskan waktu terjadinya sebuah peristiwa yang diberitakan.
- d. Where (Dimana), menjelaskan lokasi atau tempat terjadinya sebuah peristiwa yang sedang diberitakan.
- e. Why (Mengapa), menjelaskan apa alasan dan latar belakang suatu peristiwa yang diberitakan itu bisa terjadi.
- f. How (Bagaimana) menjelaskan bagaimana detail proses dan kronologis peristiwa yang diberitakan bisa terjadi.

### 3. Jenis-Jenis Berita

Terdapat berbagai jenis berita berdasarkan isi dan cara penyampaiannya, yakni :

- a. Straight News atau berita langsung adalah jenis berita yang disampaikan secara singkat dan lugas serta langsung pada inti beritanya, biasanya berupa berita yang mendadak atau tiba-tiba terjadi.
- b. Depth News atau berita mendalam adalah jenis berita yang dikembangkan dengan mendalami hal-hal pada informasi dasar sehingga isi berita lebih detail dan komprehensif.
- c. Investigation News atau berita investigasi adalah jenis berita yang mengalami pengembangan berdasarkan hasil penyelidikan atau penelitian dari berbagai sumber informasi.
- d. Interpretative News atau berita interpretasi adalah jenis berita yang mengalami pengembangan disertai penelitian dan interpretasi dari penulis atau reporter yang membuatnya.
- e. Opinion News atau berita opini adalah salah satu jenis berita yang disampaikan berdasarkan pendapat atau opini seseorang yang layak dijadikan berita.

Selain itu, berita juga dapat dikelompokkan berdasarkan materi isinya diantaranya berita pernyataan pendapat, ide atau gagasan (*talking news*), berita ekonomi (*economic news*), berita keuangan (*financial news*), berita politik (*political news*), berita sosial kemasyarakatan (*social news*), berita pendidikan (*education news*), berita hukum dan keadilan (*law and justice news*), berita

olahraga (*sport news*), berita criminal (*crime news*), berita bencana dan tragedi (*tragedy and disaster news*), berita perang (*war news*), berita ilmiah (*scientific news*), berita hiburan (*entertainment news*), dan berita tentang aspek-aspek ketertarikan manusiawi atau minat insani (*human interest news*).

#### **D. Jurnalisme Online**

Jurnalistik online (*online journalism*) yang juga disebut *cyber journalism*, jurnalistik internet, atau jurnalistik web (*web journalism*) adalah generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (radio dan televisi) (A. S. M. Romli, 2012). Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, serta penyebarluasan informasi atau berita melalui media massa. Online merupakan keadaan konektivitas atau ketersambungan yang mengacu pada internet atau *world wide web* (www).

Jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. Karena merupakan perkembangan baru dalam dunia media, website pun dikenal juga dengan sebutan “media baru” (*new media*). Hal baru dalam media baru ini yakni informasi yang disiarkan dapat diakses atau dibaca kapan saja dan dimana saja selama ada perangkat yang memiliki koneksi internet. Jurnalisme online adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang menggunakan internet sebagai medianya sehingga mempermudah jurnalis dalam melakukan tugasnya (Adzkia, 2015).

Jurnalistik Online ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan

memunculkan jurnalistik baru yakni *mobile journalism* yang masih termasuk kedalam lingkup jurnalisme online. *mobile journalism* merupakan aktivitas jurnalistik melalui perangkat seluler (*mobile device*), ponsel pintar (*smarphone*), telepon seluler (*mobile phone*), tablet, komputer dan sebagainya. *Mobile journalism* mempercepat proses penulisan dan penyebar luasan berita di media online. Wartawan dapat melaporkan peristiwa kapan dan di mana saja, bahkan saat sebuah peristiwa sedang berlangsung dan informasi tersebut bisa diakses oleh khalayak dalam waktu yang bersamaan.

#### **E. Media Online (New Media)**

Pesatnya perkembangan teknologi kian mempermudah kegiatan menyebarkan informasi. Memasuki era digital kemudian membuat manusia mengadopsi gaya hidup baru dan mempengaruhi cara berkomunikasi serta memperoleh informasi (Hasni et al., 2019). Kehadiran internet memunculkan media baru seperti media online atau digital media. Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online juga merupakan media massa yang disebut generasi ketiga setelah media cetak atau *printed media* berupa koran, tabloid, majalah dan media elektronik atau *electronic media* berupa radio, televisi, serta film (A. S. M. Romli, 2012).

Media online adalah produk dari jurnalisme online atau *cyber journalism* sebagai bentuk menyampaikan informasi kepada publik yang disebarkan menggunakan jaringan internet. Contoh media online diantaranya portal berita, website, radio online (podcast), tv online dan lain sebagainya.

Dalam menyebarkan informasi, media online memiliki berbagai keunggulan dibandingkan media konvensional seperti media cetak dan elektronik, diantaranya sebagai berikut :

1. Menjangkau berbagai belahan dunia yang memiliki akses internet.
2. Memuat berita yang aktual karena kecepatan dan kemudahannya dalam penyajian berita.
3. Kapasitas halaman web luas sehingga dapat menampung naskah berita yang sangat panjang.
4. Cepat dalam mengabarkan, yang berarti informasi atau berita yang diupload dapat langsung diakses oleh khalayak.
5. Fleksibel tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga untuk memuat, mengedit, dan mengupload naskah bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun.
6. Dilengkapi fitur komentar yang memudahkan khalayak untuk merespon berita secara cepat.

#### **F. Portal Berita Online**

Portal berita merupakan suatu media massa berbentuk web milik perusahaan media atau pers yang didalamnya menyampaikan kejadian atau informasi (berita) secara digital.

Saat ini terdapat beberapa portal berita yang populer di Indonesia berdasarkan data dari [it-jurnal.com](http://it-jurnal.com) yang dikemukakan oleh (Efendi, 2018) diantaranya :

1. Detik.com

Detik.com adalah portal berita online yang didirikan pada tahun 1998 merupakan anak perusahaan CT Corp, Trans Media. Portal ini secara konsisten berada di antara 10 situs web yang paling banyak dikunjungi di Indonesia dan berada di antara 250 teratas di dunia. Dengan jumlah kunjungan sekitar 180 juta per hari. berbeda dengan situs berita populer lainnya, detik bukan berasal dari media cetak.

## 2. Kompas.com

Mengikuti era digital Kompas membuat portal berita bernama Kompas.com. Hadir pertama kali di internet pada 14 September 1995 dengan tagline jernih melihat dunia. Kompas.com menyajikan dari berbagai lini hingga nasional maupun internasional.

## 3. Tribunnews.com

Tribunnews.com adalah portal berita online Indonesia dan divisi koran daerah Kompas. Portal berita ini, menyediakan berbagai macam berita yang terjadi baik itu berita lokal, nasional, hingga internasional . Tribunnews menyediakan wadah bagi masyarakat untuk ikut serta dalam berbagi informasi melalui dua rubrik Tribunnews, yaitu Tribuners dan Citizen Reporter.

## 4. Tempo.co

Tempo.co hadir pertama kali tahun 1996 diinisiasi oleh Yusril Djalinus, Bambang Bujono, S. Prinka, dan Saiful B. Ridwan dengan nama Tempointeraktif. PT Tempo Inti Media, Tbk. sebelumnya menerbitkan majalah mingguan Tempo yang tidak memiliki afiliasi dengan pemerintah.

## 5. Antaranews.com

Antaranews.com adalah portal berita milik Perusahaan Umum Lembaga Kantor Berita Nasional Antara (Perum LKBN Antara). Perum LKBN Antara merupakan BUMN yang bertugas melakukan peliputan dan penyebarluasan informasi yang cepat, akurat, dan penting, ke seluruh wilayah Indonesia dan internasional.

## G. Teori Minat

### 1. Pengertian Minat

Minat merupakan rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. (Husamah, 2015) menjelaskan bahwa minat adalah gejala psikis yang berkaitan dengan objek atau aktivitas yang menimbulkan rasa senang atau tertarik. Minat dapat dilihat dari rasa ketertarikan terhadap suatu objek yang dapat menimbulkan kepuasan serta mendorong seseorang untuk berurusan dengan suatu benda atau kegiatan tertentu. Dalam hal ini menurut (Jahja, 2011) semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan maka akan semakin kuat minat tersebut.

(Kartono, 1996) menjelaskan bahwa minat adalah momen dari kecenderungan yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Minat mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang, perasaan ini adalah dasar dari minat. (Susanto, 2013) mendefinisikan minat sebagai dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang



menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan, dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat diasumsikan bahwa minat merupakan dorongan dalam diri seseorang terhadap sesuatu hal yang ditunjukkan dengan perhatian, keterlibatan atau sikap nyata yang dilandasi oleh rasa senang atau tidak senang. Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (A.M, 2012).

## **2. Aspek-aspek Minat**

Menurut (Hurlock, 2010)minat terbagi menjadi tiga aspek diantaranya sebagai berikut :

### **a) Aspek Kognitif**

Minat didasarkan atas pengalaman pribadi dan hal yang pernah dipelajari baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta berbagai jenis media massa.

### **b) Aspek Afektif**

Aspek ini merupakan konsep yang membangun aspek kognitif. Minat tersebut dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan dan berkembang berdasarkan pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting. Yakni orangtua, guru, dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

c) Aspek Psikomotor

Dari segi aspek psikomotorik, minat berjalan lancar tanpa perlu pemikiran lagi dan dengan urutan yang tepat.

### **3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat**

Minat berkembang sebagai hasil dari pada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama (Crow, 1973). Crow menjelaskan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang diantaranya :

a) The Factor Of Inner Urges (faktor dorongan pengaruh dari dalam)

Minat timbul karena pengaruh dari dalam untuk memenuhi semua kebutuhan, baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Misalnya jika individu merasa butuh mengetahui kejadian terkini maka akan menimbulkan minat untuk mencari informasi.

b) The Factor Of Social Motives (faktor motif dalam lingkungan sosial)

Minat timbul karena pengaruh kebutuhan dalam masyarakat sekitar di lingkungan hidupnya bersama-sama orang lain. Faktor ini membangkitkan minat seseorang untuk melakukan aktifitas demi memenuhi kebutuhan sosial. Misalnya kebutuhan hunting foto untuk memenuhi tugas mata kuliah dan sebagainya.

c) The Factor Of Emotional (faktor emosi)

Faktor ini dapat memacu minat individu. Minat timbul karena pengaruh emosi atau perasaan dari orang yang bersangkutan, artinya seseorang yang

melaksanakan sesuatu hal dengan perasaan senang, maka akan membuahkan hasil yang memuaskan dan sekaligus memperkuat minatnya.

#### **4. Ciri-ciri Minat**

Minat mempunyai karakteristik atau ciri tertentu yang membedakan dengan pengertian lain seperti motivasi atau dorongan emosional lainnya. Menurut (Crow, 1973) ciri-ciri minat antara lain :

- a) Perhatian terhadap obyek yang diminati secara sadar dan spontan, wajar tanpa paksaan. Faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak goyah oleh orang lain selama mencari barang yang disenangi. Artinya tidak mudah tebusuk untuk berpindah ke selainnya.
- b) Perasaan senang terhadap obyek yang menarik perhatian. Faktor ini ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan barang yang diinginkan.
- c) Konsistensi terhadap obyek yang diminati selama obyek tersebut efektif bagi dirinya.
- d) Pencarian obyek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- e) Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu, individu tertarik pada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

## **5. Bentuk-Bentuk Minat**

Menurut (Buchori, 1991) minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:

### 1) Minat Primitif

Minat primitif disebut minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Jadi pada jenis minat ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

### 2) Minat Kultural

Minat kultural atau dapat disebut juga minat sosial yang berasal atau diperoleh dari proses belajar. Jadi minat kultural disini lebih tinggi nilainya dari pada minat primitive.

## **6. Pembagian dan Jenis Minat**

Menurut (Milton, 1961) minat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Minat subyektif : Perasaan yang menyatakan bahwa pengalaman-pengalaman tertentu yang bersifat menyenangkan.
- 2) Minat obyektif : Reaksi yang merangsang kegiatan kegiatan dalam lingkungannya.

Menurut (Samsudin, 1961) minat jika dilihat dari segi timbulnya terdiri dari dua macam yaitu:

- 1) Minat spontan: minat yang timbul dengan sendirinya secara langsung.

- 2) Minat yang disengaja: minat yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan.

## **7. Minat Membaca Berita**

Minat membaca merupakan keinginan pada diri seseorang untuk membaca. (Rahim, 2005) menjelaskan bahwa orang yang memiliki minat membaca yang kuat akan mewujudkan dalam kesediaannya mendapatkan bahan bacaan dan membacanya atas kesadarannya sendiri. Menurut (Suryabrata, 2002) minat membaca adalah kecenderungan jiwa yang mendorong seseorang berbuat sesuatu terhadap membaca. Minat baca ini ditunjukkan oleh adanya keinginan yang kuat untuk melakukan kegiatan membaca.

Kemudian (Tarigan, 2008) juga mendefinisikan minat baca merupakan kemampuan seseorang berkomunikasi dengan diri sendiri untuk menangkap makna yang terkandung dalam tulisan sehingga memberikan pengalaman emosi yang didapat akibat dari bentuk perhatian yang mendalam terhadap makna bacaan. Minat baca dapat disebut juga sebagai kecenderungan hati yang tinggi dalam diri seseorang kepada suatu sumber bacaan tertentu. Lebih lanjut (Suharyanti, 2008) menjelaskan minat baca adalah perasaan senang dari seseorang terhadap bacaan, karena adanya pengertian bahwa dengan bacaan itu dapat diperoleh manfaat bagi dirinya.

Hal ini berkaitan dengan minat baca berita, dalam artian minat baca berita muncul dari keinginan dalam diri seseorang untuk membaca berita atau mendapatkan informasi yang bermanfaat bagi orang tersebut. Kaitannya dengan

penelitian minat mahasiswa membaca berita di portal berita online, adalah bahwa minat terhadap sesuatu itu tidak dapat diketahui atau diukur secara langsung maka perlu dilakukan penelitian untuk mengungkap seberapa besar minat membaca berita dan faktor apa saja yang menyebabkan timbulnya minat membaca berita.

## **8. Membaca Sebagai Proses Komunikasi**

Membaca adalah aktivitas komunikasi yang kompleks. Membaca bertujuan untuk melihat, memahami isi atau makna serta memperoleh pesan yang hendak disampaikan penulis melalui bahasa tulis atau media kata-kata, sehingga diperoleh pemahaman terhadap bacaan. Melalui aktivitas membaca ini dapat diperoleh informasi dan pengetahuan yang berguna bagi kehidupan.

(Darmono, 2007) menjelaskan bahwa tujuan umum dari membaca adalah untuk memperoleh informasi baru demi memenuhi kebutuhan informasi. Akan tetapi terdapat tujuan khusus dalam melakukan aktivitas membaca, diantaranya:

- a) Membaca untuk tujuan kesenangan (*reading for pleasure*) yang termasuk dalam kategori ini yaitu membaca bahan bacaan yang ringan contohnya novel, majalah, komik atau surat kabar.
- b) Membaca untuk meningkatkan pengetahuan (*reading for intellectual profit*) seperti membaca buku-buku pelajaran yang berisi mengenai ilmu pengetahuan atau topik-topik tulisan yang terkait.
- c) Membaca untuk melakukan suatu pekerjaan atau (*reading for work*) contohnya seorang juru masak misalnya perlu membaca buku resep

masakan, mekanik yang perlu membaca pedoman mesin, membaca prosedur kerja dari pekerjaan tertentu misalnya.

### **9. Indikator Minat Membaca**

Seseorang yang memiliki perhatian terhadap dunia baca, akan menjadikan aktivitas membaca sebagai suatu kebiasaan dan kebutuhan. Jika individu sudah memiliki kebiasaan membaca, maka pada tahap selanjutnya kebiasaan ini akan menjadi kegemaran. Seperti yang dikemukakan oleh Burs dan Lowe dalam (Prasetyo, 2008) mengenai indikator-indikator adanya minat membaca pada seseorang, yaitu:

- a) Kebutuhan terhadap bacaan
- b) Tindakan untuk mencari bacaan
- c) Rasa senang terhadap bacaan
- d) Ketertarikan terhadap bacaan
- e) Keinginan untuk selalu membaca
- f) Tindak lanjut (menindaklanjuti dari apa yang dibaca)

Menurut (Dalman, 2013) indikator-indikator untuk mengetahui apakah seseorang memiliki minat membaca yang tinggi atau masih rendah yakni:

- a) Frekuensi dan kuantitas membaca

Maksudnya bagaimana frekuensi (keseringan) dan waktu yang digunakan seseorang untuk membaca, seseorang yang mempunyai minat baca sering kali akan melakukan kegiatan membaca, juga sebaliknya.

b) Kuantitas sumber bacaan

Orang yang memiliki minat baca akan berusaha membaca bacaan yang variatif. Mereka tidak hanya membaca bacaan yang mereka butuhkan saat itu tapi juga membaca bacaan yang mereka anggap penting.

### **H. Teori Use and Gratifications**

Teori uses and gratification atau yang disebut juga teori penggunaan dan kepuasan, pertama kali diperkenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengemukakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berupaya mencari sumber media yang paling baik dalam memenuhi kebutuhannya. Teori ini mengasumsikan bahwa pengguna media memiliki pilihan alternatif dalam memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2017).

Herbert Blumer dan Elihu Katz juga mengemukakan asumsi - asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori use and gratifications (Baran & Davis, 2018) diantaranya :

- a) Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b) Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.



- c) Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain. bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d) Orang atau khalayak memiliki kesadaran diri yang cukup mengenai penggunaan media mereka, minat, serta motifnya, sehingga hal ini dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.

Inti dari model ini adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Ketika media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak maka media tersebut dinyatakan sebagai media yang efektif. Adapun, khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna memiliki tingkat pemanfaatan atau motif penggunaan yang berbeda terhadap suatu media. Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif yang melatarbelakangi seseorang menggunakan suatu media.

Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail dan rekannya menyebutkan empat alasan audiens atau khalayak menggunakan media (West & Tunner, 2013), diantaranya:

- a) Pengalihan (disversion), yakni melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
- b) Hubungan personal, hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.

- c) Identitas personal, yakni sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
- d) Pengawasan (surveillance), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.