

Submit date: 29 November 2020 Reviews date: 19 February 2021 Published: 23 April 2021

MEDIA KONVENSIONAL VS NEW MEDIA: STUDI KOMPARATIF SURAT KABAR DAN MEDIA ONLINE DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA

Iskandar Zulkarnain¹

¹) Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sumatera Utara

e-Mail: iskandar.zulkarnain@usu.ac.id

ABSTRAK

This Articles is based on research about comparative study that aims is to determine the information needs among USU FISIP students using newspapers (conventional media) and using online news (new media). This study using quantitative methods with comparative objectives. The population in this study were FISIP USU student based on grade 2015-2016 total's 1,376 peoples. The research sample used the Taro Yamane formula with a precision of 10% and with a confidence level of 90% to obtain a sample of 94 peoples. The research data was obtained through field studies with questionnaire instruments and literature studies. Data analysis techniques used are single table analysis and hypothesis testing through Paired Samples T Test. Based on the results of calculations through Paired Samples T Test, This research results ini newspapers have positive and significant differences with online news usage among USU FISIP students, and the other results there is no difference between fulfilling information needs through newspapers and online news among USU FISIP students.

Keywords: Conventional Media, New Media, Information Needs.

1.PENDAHULUAN

Informasi menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Dapat dikatakan bahwa informasi menjadi instrumen penting bagi masyarakat industri. Upaya yang dilakukan agar kebutuhan akan informasi tersebut dapat dipenuhi oleh media massa sebagai medium memperoleh informasi. Media massa adalah perpanjangan alat indera kita, dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak dialami secara langsung (Rakhmat, 2005:224).

Surat kabar adalah satu bentuk media massa cetak. Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar

dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1609 di Jerman (Ardianto dan Lukiati, 2004:99). Surat kabar dianggap sebagai bentuk inovasi yang lebih baik daripada buku yang dicetak, yaitu penemuan bentuk literatur, sosial, dan budaya baru. Kekhususan surat kabar jika dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, dan sekularitasnya (McQuail, 2011:30).

Seiring dengan perkembangan teknologi dewasa ini, media massa terus berkembang hingga memunculkan adanya media baru, seperti internet. Adanya persaingan media dan pergeseran gaya hidup menimbulkan persoalan terhadap eksistensi surat kabar. Pengguna media cetak perlahan mulai beralih ke media elektronik. Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2013 mencapai 71,19 juta, meningkat 13 persen dibanding tahun 2012 yang mencapai sekitar 63 juta pengguna (www.antaranews.com). Hal ini didorong oleh meningkatnya penggunaan perangkat mobile, berupa smartphone maupun tablet serta jaringan Wi-Fi.

Banyak perhatian diberikan pada munculnya internet sebagai media berita yang baru, hal ini termasuk gagasan bahwa kita akan memiliki akses berita yang lebih beragam dan relevan secara pribadi; bahwa kita akan memiliki akses kepada berita global; dan bahwa kita dapat menginterogasi sendiri sumber beritanya dan belajar lebih banyak melalui interaksi (McQuail, 2011: 301-302). Berita merupakan sajian yang ada pada media massa. Hal yang mendorong orang untuk mencari berita adalah kemampuan berita untuk memberikan informasi. Sajian berita yang menarik dan bermanfaat akan memberikan kepuasan bagi orang yang mengkonsumsinya dan memungkinkan akan menurunkan tingkat ketidakpastian.

Sifat lokal surat kabar tidak dapat digantikan dengan media daring. Surat kabar masih menjadi salah satu medium massa utama bagi orang untuk memperoleh berita. Industri surat kabar mengungguli media berita lain di hampir segala aspek. Di sebagian besar komunitas, surat kabar meliputi berita secara lebih mendalam ketimbang media saingannya. Surat kabar mengandung isi yang amat beragam—berita, saran, komik, opini, teka-teki silang, dan data. Ini memperkuat popularitas dan pengaruh surat kabar (Vivian, 2008:71-72). Namun di sisi lain, proses pencetakan surat kabar memerlukan beberapa tahapan sehingga proses produksinya membutuhkan waktu yang cukup lama. Bagi sebagian orang informasi yang disajikan dianggap sebagai “berita kemarin” yang menyebabkan orang tidak begitu tertarik

untuk mengonsumsi surat kabar sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

Keunggulan yang dimiliki oleh berita daring yaitu kecepatan berita yang diberikan kepada pembacanya. Berita-berita yang dimuat pada situs berita selalu up to date sehingga informasinya tidak pernah ketinggalan. Selain itu, penawaran yang diberikan oleh berita daring adalah pembacanya dapat mengakses informasi secara gratis dan bebas kapan saja dimana saja. Sifat berita daring yang menjangkau informasi nasional maupun internasional secara cepat menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca daring. Namun, ada kalanya kecepatan informasi yang diberikan oleh berita daring justru mengesampingkan detail dan juga akurasi berita, karena tujuannya adalah memberikan informasi terkini sebanyak-banyaknya kepada pembaca.

Peneliti membatasi lingkup pembahasan hanya pada hal-hal yang berkaitan dengan media surat kabar dan berita daring terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Agar penelitian lebih terarah maka ruang lingkup penggunaan media dibatasi pada penggunaannya, dengan indikator yang digunakan adalah durasi membaca, frekuensi membaca, selektifitas, utilitarianisme, intensionalitas, keterlibatan atau usaha serta tidak mudah terpengaruh. Indikator pada pemenuhan kebutuhan informasi adalah efek kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, eskpisme, dan kepuasan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perbedaan penggunaan surat kabar dan berita daring terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa FISIP USU, untuk mengetahui tingkat perbedaan antara pemenuhan kebutuhan informasi melalui surat kabar dan berita daring di kalangan mahasiswa FISIP USU, dan untuk mengetahui motif pemilihan media dalam

memenuhi kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa FISIP USU.

2. TINJAUAN TEORITIS

Secara etimologi komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama. Hoveland mendefinisikan komunikasi sebagai “*The process that makes common to or several what was the monopoly of one or some*”. Harold Lasswell juga mendefinisikan cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*.” (Fajar, 2009:31-32).

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Pengertian komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (dalam Rakhmat, 2007:188), yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2007:122).

Media massa terus berkembang seiring dengan kemajuan alat teknologi hingga memunculkan media baru, seperti internet. Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung dengan jaringan. Media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan, tetapi media baru dan penerapannya dalam berbagai wilayah

memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung/tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa ‘tradisional’.

Secara umum, perbedaan antara media baru dan lama dapat dijelaskan secara lebih mendetail jika mempertimbangkan peranan utama dan hubungan yang ditemukan dalam lembaga media tradisional, terutama yang berkaitan dengan kepengarangan (dan performa), publikasi, produksi dan distribusi, serta penerimaan. Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru adalah digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media, interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat, mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima, adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak, munculnya beragam bentuk baru ‘pintu’ (gateway) media, serta pemisahan dan pengaburan dari ‘lembaga media’. Charles R. Wright (dalam Fajar, 2009:292) mengatakan bahwa kemajuan utama dalam teknologi media massa telah terjadi selama dasawarsa terakhir ini yang menjanjikan perubahan bentuk dan kekuatan media massa. Media baru cenderung mengarah pada kebalikan tren yang relatif setara dari media tradisional.

Surat kabar dapat dikatakan sebagai media massa tertua. Menurut Ardianto dan Lukiaty (2004:104-106) adapun yang menjadi karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup publisitas, periodisitas, universalitas, aktualitas, serta terdokumentasikan. Dengan adanya berbagai jenis media massa, masyarakat mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya dalam menggunakan media. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam teori *Uses and Gratification*.

Teori *Uses and Gratification* ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan

menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007:192). Model uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:289-290).

Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (dalam Effendy, 2003:294) ada beberapa kebutuhan khalayak dalam mengkonsumsi media. Pertama, *cognitive needs* (kebutuhan kognitif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kedua, *affective needs* (kebutuhan afektif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional. Ketiga, *personal integrative need* (kebutuhan pribadi secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. Keempat, *social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Dan kelima, *escapism needs* (kebutuhan pelepasan) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan,

emosi, ketegangan, dan kebutuhan akan hiburan.

3. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komparatif. Metode penelitian komparatif adalah metode penelitian yang bersifat membandingkan. Metode ini dilakukan untuk menguji perbedaan di antara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Metode penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara di Jl. Prof. A. Sofyan No.1 Kampus USU Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Reguler S-1 angkatan 2015-2016 yang masih terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara yang berjumlah 1.376 orang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Stratified Proportional Sampling* dan *Purposive Sampling* dengan rumus perhitungan besaran sampel Taro Yamane presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% sehingga diperoleh sampel sebesar 94 orang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan mengumpulkan data di lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner. Sebelumnya kuesioner telah melalui uji validitas dan reliabilitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menganalisa setiap data dari kuesioner dengan menggunakan tabel tunggal, selanjutnya menguji hipotesa pengukuran tingkat perbandingan diantara dua variabel menggunakan uji T sampel, yaitu melalui Paired Samples T Test. Paired Samples T Test merupakan prosedur yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua variabel dalam satu group. Artinya, analisis ini berguna untuk melakukan

pengujian terhadap dua sampel yang berhubungan atau dua sampel berpasangan. Dengan hipotesis yang diajukan, diharapkan dapat menunjukkan apakah terdapat perbedaan penggunaan surat kabar dan penggunaan berita daring terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa FISIP USU. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang peneliti lakukan dengan menggunakan program SPSS 21.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

		Paired Differences					T	df	Sig. (2tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Penggunaan Media	Surat Kabar								
	Berita Daring	-2,65801	6,26648	,64634	-3,94151	-1,37451	-4,1123	9	,000
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Surat Kabar	-1,72961	8,33030	,85921	,02339	3,43582	-1,4793	9	0,47

Interpretasi Paired Samples T Test Penggunaan Media:

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan menggunakan program SPSS 21.0, diperoleh angka probabilitas antara rata-rata penggunaan surat kabar dengan penggunaan berita daring adalah sebesar 0,000. Untuk menentukan apakah perbedaan angka tersebut signifikan atau tidak, patokannya berdasarkan pada:

Jika probabilitas < 0,05, maka H₀ diterima
Jika probabilitas > 0,05, maka H₀ ditolak

Karena angka probabilitas yang diperoleh sebesar 0,000, yaitu <0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah terdapat perbedaan antara penggunaan surat kabar dan penggunaan berita daring di kalangan mahasiswa FISIP USU.

Submit date: 29 November 2020 Reviews date: 19 February 2021 Published: 23 April 2021

Berdasarkan nilai t:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, ada perbedaan yang signifikan antara kedua variabel

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, tidak ada perbedaan yang signifikan antara kedua variabel

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -4,112 (uji 2 tailed menggunakan nilai mutlak, sehingga tidak memperhitungkan tanda negatif suatu angka, dengan begitu t_{hitung} sebesar -4,112 = t_{hitung} sebesar 4,112). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ (2 tailed) dengan derajat kebebasan (df) $n-k$ atau $94-3=91$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,05) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98638.

Selanjutnya membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4,112 > 1,98638$). Dengan demikian maka terdapat perbedaan yang signifikan antara penggunaan surat kabar dan penggunaan berita daring di kalangan mahasiswa FISIP USU.

Interpretasi Paired Samples T Test Pemenuhan Kebutuhan Informasi:

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan menggunakan program SPSS 21.0, diperoleh angka probabilitas rata-rata pemenuhan kebutuhan informasi antara penggunaan surat kabar dengan penggunaan berita daring adalah sebesar 0,47. Untuk menentukan apakah perbedaan angka tersebut signifikan atau tidak, patokannya berdasarkan pada:

Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 diterima

Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 ditolak

Karena angka probabilitas yang diperoleh sebesar 0,47, yaitu $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah tidak terdapat perbedaan antara penggunaan surat kabar dan penggunaan berita daring di kalangan mahasiswa FISIP USU.

Berdasarkan nilai t:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, ada perbedaan yang signifikan antara kedua variabel

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, tidak ada perbedaan yang signifikan antara kedua variabel

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,479 (uji 2 tailed menggunakan nilai mutlak, sehingga tidak memperhitungkan tanda negatif suatu angka, dengan begitu t_{hitung} sebesar -1,479 = t_{hitung} sebesar 1,479). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ (2 tailed) dengan derajat kebebasan (df) $n-k$ atau $94-3=91$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,05) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98638.

Selanjutnya membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,479 < 1,98638$). Dengan demikian maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pemenuhan kebutuhan informasi penggunaan surat kabar dan penggunaan berita daring di kalangan mahasiswa FISIP USU.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah diuraikan, maka penulis menarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan antara penggunaan surat kabar dan penggunaan berita daring di kalangan mahasiswa FISIP USU. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penggunaan surat kabar lebih rendah dibandingkan dengan penggunaan berita daring. Artinya, di kalangan mahasiswa

Submit date: 29 November 2020 Reviews date: 19 February 2021 Published: 23 April 2021

FISIP USU, berita daring lebih dipilih sebagai media untuk memperoleh informasi daripada surat kabar. Hal ini didorong dengan teknologi *smartphone* yang dimiliki mahasiswa FISIP USU yang lebih memudahkan untuk mengakses berita daring. Sementara dengan surat kabar, mereka harus melakukan usaha lebih yaitu dengan terlebih dahulu membeli surat kabar untuk mendapatkan informasi di dalamnya.

Namun ditinjau berdasarkan pemenuhan kebutuhan informasi yang diperoleh melalui surat kabar dan berita daring, informasi yang diperoleh dari berita daring justru tidak lebih unggul dalam memenuhi kebutuhan informasi pembaca yang diperoleh melalui surat kabar. Artinya, pembaca mendapatkan kepuasan yang sama dari kedua media ini. Hal ini disebabkan karena pembaca memiliki alternatif serta inisiatif dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Jika informasi yang diperoleh melalui berita daring belum atau tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi serta kepuasan pembaca, maka mereka akan mencari alternatif lain dengan membaca surat kabar atau sebaliknya agar kebutuhan informasinya dapat terpenuhi.

Alasan utama mahasiswa FISIP USU menggunakan surat kabar dan berita daring adalah untuk memperoleh informasi. Motif terbesar mengapa mahasiswa FISIP USU menggunakan surat kabar adalah karena mereka lebih mendapatkan informasi mengenai keadaan di lingkungan lokal dengan membaca surat kabar serta informasi yang disajikan lebih akurat. Motif terbesar mahasiswa USU menggunakan berita daring adalah karena kemudahannya untuk memperoleh informasi melalui berita daring yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja serta memberikan informasi terkini dengan segera, hal ini didukung dengan adanya teknologi *smartphone* yang dimiliki oleh mahasiswa FISIP USU.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pembaca memiliki penilaian

tersendiri terhadap surat kabar maupun berita daring. Informasi yang disajikan pada surat kabar dan berita daring tidak selalu dianggap benar oleh responden. Responden menganalisis apa yang disampaikan kedua media tersebut dengan tujuan agar informasi yang diterima merupakan informasi yang fakta dan dapat dipercaya. Pada penelitian ini, responden adalah mahasiswa FISIP USU. Mayoritas mahasiswa FISIP USU merupakan pembaca aktif. Mereka ikut berperan dalam menganalisis dan kritis terhadap isi media. Dengan cara seperti itu mahasiswa FISIP USU lebih memahami kelebihan serta kekurangan yang ada pada surat kabar maupun berita daring yang menjadikan mereka paham dan memutuskan media apa yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

REFERENCE

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006 *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Submit date: 29 November 2020 Reviews date: 19 February 2021 Published: 23 April 2021

Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikas: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa, Buku Pertama, Edisi Keenam*. Jakarta: Salemba Humanika.

Morissan. 2010. *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Vivian, John. 2008) *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana.

www.antaranews.com/berita/414167/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-terus-meningkat. Diakses pada tanggal 3 Maret 2014.