

**PENGARUH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE
TERHADAP EKSISTENSI MEDIA CETAK DI MEDAN
(Studi Korelasional Di Koran Tribun Medan)**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara*

OLEH :

ARIF RAMADHAN

NPM : 1303110014

*Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik*



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATRA
UTARA MEDAN
TA.2018**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **ARIF RAMADHAN**
N P M : 1303110014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGARUH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE TERHADAP EKSISTENSI MEDIA CETAK DI MEDAN (STUDI KORELASIONAL DI KORAN TRIBUN MEDAN)**

Medan, 29 Maret 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

RIBUT PRIADI, S.Sos.M.I.Kom

Dr.ANANG ANAS AZHAR,M.A

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI

NURHASANAH NASUTION,S.Sos, M.I.Kom

Dekan



Dr. RUDIANTO, M.Si

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **ARIF RAMADHAN**

N P M : 1303110014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Kamis, 29 Maret 2018

W a k t u : 08.30 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. Rudianto, M.Si** (.....)

PENGUJI II : **M. Thoriq, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PENGUJI III : **Ribut Priadi, S.Sos. M.I.Kom** (.....)

PENGUJI IV : **Dr. Anang Anas Azhar, M.A** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. RUDIANTO, M.Si



Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

Bismilahirrohmanirohim

Dengan ini saya, ARIF RAMADHAN, NPM 1303110014, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 29 Maret 2018

Yang menyatakan,



ARIF RAMADHAN

ABSTRAK
PENGARUH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE TERHADAP
EKSISTENSI MEDIA CETAK DI MEDAN
(Studi Korelasional Di Koran Tribun Medan)

ARIF RAMADHAN
NPM : 1303110014

Perkembangan jaman membuat media cetak semakin tertinggal akibat adanya perkembangan media online yang memacu orang untuk menggunakan perangkat elektronik seperti handphone (HP), *smartphone*, tablet, laptop, dan sebagainya. Alat – alat tersebut lebih mudah dibawa dan dapat digunakan dengan mudah dibawa kemana saja dibandingkan dengan berlembar – lembar kertas seperti majalah, koran. Akses melalui internet inilah yang memudahkan orang untuk menggunakan media massa online. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan Media Online terhadap eksistensi Media Cetak di Medan khususnya pada koran Tribun. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian korelasional, yaitu menganalisis data dan mencari tingkat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya dengan melakukan pengujian hipotesis. Setelah melalui proses perhitungan, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 43 responden dengan responden penelitian masyarakat pelanggan Koran Tribun di Kelurahan Tangkahan Kecamatan Medan Labuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai r_{χ^2} 0,49 dan r tabel yaitu 0,294 dengan jumlah responden 43 orang dengan taraf signifikan. Dengan ketentuan, jika r hitung \leq dari r tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti, menurut hasil dari perhitungan tidak terdapat pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan. Adanya perkembangan media online di tengah-tengah media cetak tidak mempengaruhi eksistensi media cetak untuk tetap terbit dan menjadi bacaan masyarakat Kota Medan. Terbukti dengan adanya hasil penelitian penulis, menekankan bahwa media cetak masih tetap dihargai dan diminati oleh masyarakat, meskipun media online mengalami perkembangan yang pesat dengan fitur dan aplikasi-aplikasi canggihnya serta tidak pungkiri bahwa masyarakat juga menyukai membaca berita media online. Masih ada segelintir masyarakat yang masih ragu dengan berita yang sering diberitakan oleh media cetak.

Kata Kunci (Keyword) : Eksistensi, Media Online Dan Media Cetak.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmad dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE TERHADAP EKSISTENSI MEDIA CETAK DI MEDAN (Studi Korelasional Di Koran Tribun Medan)”**.

Ucapan terima kasih terdalam peneliti persembahkan kepada kedua orang tua saya, **Ayahanda Saya Asnan A. Ibunda Saya Hj. Salmah M. S.P.Di**, yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak telah memberikan banyak nasehat, dukungan moral, dukungan materil serta doa yang tidak putus-putusnya kepada saya serta selalu mensupport saya hingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi saya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Alm. Drs. Tasrif Syam M.Si.
4. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom.
5. Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Abrar Adhani M.I.Kom.
6. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ibu Nurhasanah Nasution, M.I.Kom.
7. Bapak Ribut Priyadi M.I.Kom selaku selaku Dosen pembimbing I saya yang telah begitu banyak meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini
8. Bapak Dr. Anang Anas Azhar, M.A selaku Dosen pembimbing II saya yang juga telah begitu banyak memberikan masukan, waktu, tenaga, pikiran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Orang Tua Angkat Saya, Uni Dan Uda Kantin Fisip Umsu, terima kasih karena selalu memberikan masukan, saran dan arahan yang baik agar saya dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik
10. Kepada subjek penelitian saya, Masyarakat pelanggan Koran Tribun Kelurahan Tangkahan Kecamatan Medan Labuhan. Terima kasih karena sudah meluangkan waktu untuk saya.

11. Kepada rekan-rekan seperjuangan saya, Fauzi Sipahutar, Surya Hadi Wicaksono dan Jef Firman.
12. Kepada BEM FISIP UMSU & HMJ FISIP UMSU yang sudah banyak membantu dan mengajarkan saya banyak hal dan berorganisasi dengan baik.
13. Dan yang terakhir, Terima Kasih untuk semua orang (tidak dapat penulis sebutkan satu persatu) yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis dalam segala hal.

Medan, 26 Maret 2018

Penulis :

Arif Ramadhan

DAFTAR ISI

ABTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II URAIAN TEORITIS.....	10
A. Komunikasi.....	10
1. Pengertian Komunikasi.....	10
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	12
3. Fungsi Komunikasi.....	14
4. Proses Komunikasi.....	15
B. Komunikasi Massa.....	17
C. Media.....	19
1. Pengertian Media Massa.....	19
2. Jenis Media Massa.....	20
3. Karakteristik Media Cetak.....	22
4. Pengertian Media Online.....	24
5. Karakteristik Media Online.....	25
6. Macam-Macam Media Online.....	28
D. Eksistensi.....	30

E. Teori News Media.....	32
1. Pengertian <i>New Media</i>	33
F. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Metode Penelitian.....	37
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Kerangka Konsep.....	38
D. Operasional Konsep.....	38
E. Definisi Konsep.....	40
F. Populasi Dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Teknik Penarikan Sampel.....	43
3. Sampel.....	43
G. Teknik Pengumpulan Data.....	44
H. Teknik Analisis Data.....	45
I. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Penyajian Data.....	47
B. Deskripsi Variabel.....	48
1. Variabel X.....	44
2. Variabel Y.....	58
C. Pembahasan Data.....	68
D. Uji Product Moment Corelation.....	69
1. Menentukan Hubungan X dan Y.....	69
2. Uji Determinasi.....	73
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasional Konsep Pengaruh Perkembangan.....	40
	Media Online terhadap Eksistensi Media Cetak	
Tabel 3	Hubungan Guilford.....	46
Tabel 4.1.	Distribusi Jawaban Responden.....	48
Tabel 4.2.	49
Tabel 4.3.	50
Tabel 4.4.	51
Tabel 4.5	52
Tabel 4.6.	53
Tabel 4.7.	54
Tabel 4.8.	55
Tabel 4.9.	56
Tabel 4.10.	57
Tabel 4.11.	58
Tabel 4.12.	59
Tabel 4.13.	60
Tabel 4.14.	61
Tabel 4.15.	62
Tabel 4.16.	63
Tabel 4.17.	64
Tabel 4.18.	65
Tabel 4.19.	66
Tabel 4.20.	67
Tabel 4.21.	Ikhtisar Perhitungan <i>Pearson Product Momment</i> <i>Correlation</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Konsep Pengaruh Perkembangan38
	Media Online terhadap Eksistensi Media Cetak
Gambar 3.2	Model Teoritis.....39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut hasil studi Indonesian Digital Association (IDA) seperti dikutip *kompas.com*, menunjukkan pembaca media online menempati angka tertinggi yakni berkisar 96% dari pembaca aktif Indonesia. Kemudian disusul media televisi sebanyak 91%, kemudian 31% dipegang oleh koran, lalu yang terakhir radio hanya sebesar 15%.. Hasil penelitian tersebut mengacu pada indikator media dengan pembaca yang ingin mendapatkan berita terbaru (*update*) kejadian aktual di sekitarnya. Hasil riset ini melibatkan pembaca aktif dan terbesar di Indonesia yakni Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Bogor, Medan dan kota lainnya.

Dengan perkembangan media yang sangat pesat terutama pengguna internet atau media online yang tumbuh pesat pada sekitaran 1990-an berupa jaringan. Program inilah yang disebut *www*, atau *World Wide Web*, berjalan dengan perkembangan komunikasi yang semakin berkembang, kebutuhan informasi yang meningkat. Menggunakan media sebagai sarana penyampaian informasi kepada khalayak banyak sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan, meneruskan atau menyebarkan sebuah pesan, terlihat dari banyaknya media terutama media online yang berbasis penyampaian informasi berbasis internet sistem yang ikut serta dalam perkembangan komunikasi. Media

online adalah sebuah organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk berupa pesan yang bisa mempengaruhi berbentuk virtual.

Dalam buku *Online News and the Public* karya Salwen dijelaskan bahwa komunikasi melalui media online adalah sebagai berikut "Diseluruh dunia, surat kabar online dan media berita online lainnya tumbuh pesat selama terakhir 1990-an. Karena sebageaian besar surat kabar tidak memiliki secara online kehadirannya sebelum mempopulerkan world wide web, mengambil keuntungan dari kemudahan penggunaan dan ketersediaan umum. Hasilnya adalah ekspansi cepat dari berita online." (2006:6).

Peran komunikasi tak terlepas dari manusia sebagai makhluk sosial. banyak cara yang dilakukan oleh manusia dalam proses komunikasi. Mereka menggunakan kata maupun lambang dan kemudian diinterpretasikan sesuai makna yang disepakati bersama. Komunikasi telah lama ada, bahkan saat dimulainya peradaban manusia. Konon, pada jaman dahulu para manusia purba menggunakan isyarat tubuh dan gambar-gambar di dinding gua dalam berkomunikasi. Fase perkembangan komunikasi manusia mulai mencapai titik terang saat bangsa Cina berhasil menemukan kertas sebagai media komunikasi pada tahun 105 M. Internet yang mudah diakses saat ini merupakan buah hasil dari jerih payah manusia dalam mengembangkan komunikasi. Namun tidak dapat dipungkiri, bahwa perkembangan signifikan terjadi saat manusia menemukan media cetak sebagai sarana berkomunikasi. Media cetak merupakan bagian dari salah satu media masa.

Media cetak adalah media yang tertua dan pertama. Media cetak bermula dari sejarah jurnalistik atau berawal dari arca diurna yang dilakukan oleh orang di jaman dahulu dalam memberitakan sebuah informasi kepada rakyat luas dan berisikan tentang kegiatan sehari – hari. Media cetak telah berperan penting dalam peradaban manusia. Berbagai peristiwa bersejarah tak lepas dari pengaruh media cetak. Perang Dunia II pada tahun 1939 banyak mengikutsertakan media cetak di dalamnya. Media cetak digunakan sebagai sarana propaganda. Banyak negara yang terlibat perang menggunakan media cetak berupa Koran dan selebaran untuk mempengaruhi pihak kawan maupun lawan. Sangat efektif. Sehingga pada akhirnya banyak pihak yang mengusung perdamaian karena terpengaruh konten dalam media cetak tersebut. Peran media cetak pada saat itu sangat vital. Hingga Napoleon Bonaparte mengatakan, wartawan itu cerewet, pengecam, penasihat, pengawas, penguasa, dan guru bangsa. Empat surat kabar musuh lebih aku takuti daripada seribu bayonet (Rakhmat,1993:21).

Perkembangan jaman membuat media cetak semakin tertinggal akibat adanya perkembangan media online yang memacu orang untuk menggunakan perangkat elektronik seperti handphone (HP), *smartphone*, tablet, laptop, dan sebagainya. Alat – alat tersebut lebih mudah dibawa dan dapat digunakan dengan mudah dibawa kemana saja dibandingkan dengan berlembar – lembar kertas seperti majalah, koran. Akses melalui internet inilah yang memudahkan orang untuk menggunakan media massa online.

Di era new media seperti ini, para pembaca buku, koran cenderung saat ini lebih menggunakan perangkat elektronik. Media online memang memberikan

konsumsi informasi yang cepat saji dibandingkan dengan media cetak yang tidak bisa terus menyajikan berita atau informasi setiap waktu. Dari media online, wartawan juga terbantu karena informasi atau berita yang ia buat dapat segera diinformasikan dan disiarkan dengan segera tanpa menunggu waktu seperti pada media cetak seperti koran.

Berita-berita yang disajikan juga akan terus diperbaharui dengan cepat. Media cetak harus mencetak berlembar-lembar kertas bandingkan dengan menggunakan tablet yang tidak perlu kesulitan membuka lembaran kertas yang besar. Kemudahan lainnya dengan media online dapat mengakses semua informasi sesuai yang kita inginkan, sesuai dengan waktu yang pernah diberitakan seperti tanggal peristiwanya, orang dapat mengakses kembali informasi yang pernah terjadi.

Memang tidak hanya dari teknologi yang saat ini berkembang dan hampir setiap orang dapat mengaksesnya, tetapi ada faktor – faktor lain seperti adanya konglomerasi, minimnya ketertarikan orang untuk membaca dari koran atau majalah, persaingan dengan media cetak lainnya, pemasukan dari para pengiklan, kepemilikan dari perusahaan dan lain-lain. Media cetak yang merupakan bagian dari sebuah industri juga tentunya dapat didukung dan melakukan kerja sama antar perusahaan yang menjadi kegiatan ekonomi, seperti pengadaan mesin cetak. Maka akan terjadi sebuah konglomerasi. Berkembangnya era new media yang ditandai dengan semakin maraknya media online telah menyebabkan semakin tergerusnya industri media cetak seperti koran dan majalah.

Media cetak yang di awal era reformasi sempat tumbuh bak jamur di musim hujan akibat dibukanya keran kebebasan pers melalui Undang-Undang Pers nomor 40 tahun 1999, kini mulai bertumbangan karena tidak dapat bersaing dengan media-media online yang terus mengalami perkembangan yang pesat. Koran Tempo misalnya, tidak lagi menerbitkan edisi Minggu serta memilih untuk mengurangi ukuran kertas koran demi menekan biaya produksi. Pada November 2014 silam, Kompas Gramedia juga resmi mengumumkan berakhirnya perjalanan sembilan dari total 60 majalah dan tabloid yang mereka kelola. Sembilan terbitan itu sendiri meliputi majalah CHIC, tabloid Soccer, majalah Forsel, majalah Ide Bisnis, majalah InStyle, majalah More, majalah MSLiving, Fortune Indonesia, dan Digital Eight. serta masih banyak lainnya. Bagi yang masih berusaha untuk bertahan, melakukan efisiensi adalah strategi yang cukup rasional.

Dalam kondisi seperti ini, tentunya media cetak mulai merasa terancam keberadaannya. Bayang-bayang gulung tikar menghampiri. Mereka-para penerbit-khawatir pembaca setia mereka beralih ke media online yang sedang naik daun. Mereka takut sejarah dan jasa yang dibuat oleh media cetak akan segera dilupakan oleh masyarakat. Realitas yang ada memang mengancam para penerbit media cetak. Namun hal itu tak lantas membuat mereka berbondong-bondong beralih ke media online. Media cetak kuat. Punya karakter yang khas. Itu yang membuat sebagian besar masyarakat lebih memilih media cetak daripada media online. Berita yang jelas, lengkap, dan terperinci menjadi nilai lebih dari media cetak. Kolom-kolom berita pada media cetak yang mengupas tuntas suatu masalah selalu

dinanti masyarakat. Selain itu, berabad-abad media cetak telah mengiringi perkembangan peradaban manusia, sehingga tak mudah untuk dilupakan.

Media online memang menjanjikan. Dia cepat, hangat, dan kontinu. Namun berita itu hanya dapat diakses dengan menggunakan alat canggih. Tidak semua masyarakat miliki itu. Berita pada media online hanya dapat dinikmati kalangan tertentu: mereka yang dekat, dan mengerti teknologi. Sedangkan yang tidak? mereka tetap setia menggunakan koran sebagai jendela berita ditemani kopi dan gorengan di pagi hari. Pengakses media online tersebut adalah minoritas, sebagian besar lainnya masih lebih memilih media cetak. Itu disebabkan faktor teknologi yang tidak merambah seluruh lapisan masyarakat, hanya sebagian kecil saja. Kendati demikian, media cetak telah melakukan antisipasi dini. Mereka mulai membuat media online untuk mendampingi media cetak yang mereka terbitkan. Antisipasi kemungkinan terburuk yang akan terjadi: media cetak akan tertelan zaman teknologi yang canggih.

Berdasarkan data pra riset yang telah dilakukan oleh penulis dengan cara bertanya dan melakukan wawancara singkat dengan berbagai golongan masyarakat di Kelurahan Tangkahan, Kecamatan Medan Labuhan, rata-rata pembaca berita *online* mencapai 177 orang dan pembaca surat kabar sekitar 52 orang saja. Peristiwa ini tentunya memunculkan pertanyaan, apakah media cetak nantinya akan benar-benar punah? menjawab pertanyaan ini, banyak pakar media masih belum berani memberi jawaban tegas. Apalagi sepanjang sejarah perkembangan media, kelahiran media baru tidak pernah benar-benar membunuh media yang lama. Sebagai contoh, kehadiran radio yang diciptakan oleh Marconi,

tidak sampai membuat koran mati. Demikian pula teknologi film dan televisi, terbukti sampai saat ini tidak benar-benar bisa membuat radio kehilangan pendengar, lalu punah digilas jaman.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, sudah jelas penulis ingin melakukan penelitian tentang keberadaan media cetak di tengah derasnya arus perkembangan media online yang telah kita hadapi bersama. Untuk itu penulis mengangkat judul “ **PENGARUH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE TERHADAP EKSISTENSI MEDIA CETAK DI MEDAN (Studi Korelasional Di Koran Tribun Medan)**”.

B. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka penulis merumuskan pembatasan masalah agar permasalahan yang diteliti menjadi terarah, tidak samar dan meluas. Oleh karena itu yang menjadi pembatasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Media cetak yang menjadi fokus penelitian adalah media cetak koran Tribun Medan.
2. Yang menjadi objek penelitian penulis adalah masyarakat pelanggan Koran Tribun Medan di Kelurahan Tangkahan, Kecamatan Medan Labuhan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah dari penelitian ini yakni “*Sejauh mana pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan?*”

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan Media Online terhadap eksistensi Media Cetak di Medan khususnya pada koran Tribun.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi mahasiswa maupun dosen khususnya dalam bidang jurnalistik.
- b. Secara praktis, penelitian diharapkan menjadi referensi kenyataan di lapangan bagaimana eksistensi media cetak di tengah maraknya pertumbuhan media online di era digital yang semakin diminati oleh masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

BAB I (PENDAHULUAN)

Berisikan Pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II (URAIAN TEORITIS)

Berisikan Uraian Teoritis yang menguraikan tentang pengertian Komunikasi, Komunikasi Massa, Media, Dan Eksistensi

BAB III (METODE PENELITIAN)

Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metode penelitian, jenis penelitian, hipotesis, kerangka konsep, operasional konsep,

definisi konsep, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV (ANALISIS DAN PEMBAHASAN)

Berisikan analisis data yang menguraikan penyajian data, pembahasan atau analisis data.

BAB V (PENUTUP)

Berisikan Penutup yang menguraikan Kesimpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media), (Effendy, 2011:9).

Beberapa defenisi komunikasi menurut para pakar menurut bidang ilmunya (Cangara, 2012:21-22):

- Defenisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

- Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

- Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

- Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.

- Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.

Sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto (2004:7), Menurut Harold D.Laswell cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah “Dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*”. Pertanyaan ini mengandung lima unsur dalam komunikasi yang menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi.

- *Who* :(siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan, mengatakan, atau menyiarkan pesan-pesan baik secara lisan maupun tulisan. Dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa faktor yang memprakarsai dan membimbing kegiatan komunikasi.

- *Say What* :(mengatakan apa), pesan yaitu ide, opini, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
- *In Which Channel* :(melalui saluran apa) media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.
- *To Whom* :(kepada siapa) komunikan ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. Untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.
- *With What Effect* :(dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya dapat terjadi kalau didukung oleh sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan)
- b. Pesan (mengatakan apa)
- c. Alat atau media (kepada siapa)
- d. Komunikan (kepada siapa)
- e. Efek (dengan dampak / efek apa?)

Menurut Aristoteles (Cangara, 2004: 22) ahli filsafat Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan.

Claude E. Shannon dan Werren Weaver 1949 (Cangara, 2004:23), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan 5 unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Meski pandangan Shannon dan Weaver ini pada dasarnya berasal dan pemikiran proses elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antarmanusia seperti yang dilakukan Miller.

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama “SMCR”, yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima).

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai faktor lingkungan

merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

3. Fungsi Komunikasi

William I. Loren Anderson (Mulyana,2005:5-30), mengategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

a) Sebagai komunikasi social

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur danb memupuk hubungan dengan orang lain.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan peerasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalaui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaiakn lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai rites of passage, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan dan

siraman. .dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

4. Proses Komunikasi

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a. Lambang Verbal

Effendy (2003:33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya, isyarat dengan anggota tubuh,

antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap (Cangara, 2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
 - 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
 - 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
 - 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna
2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003:39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses

linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003: 39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

B. Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah Bahasa Inggris yaitu, *mass communication*, disingkat dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Komunikasi massa merupakan sebuah proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas. Dimana khalayak tersebut bersifat heterogen, tersebar, dan anonim. Pesan yang disampaikan diterima oleh khalayak secara serentak (Erdinaya, 2004:31).

Dennis McQuail mengatakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan sebuah organisasi formal. Komunikasi massa menciptakan pengaruh secara luas dalam waktu singkat kepada banyak orang serentak (McQuail, 2011:32).

Definisi lain yang dikemukakan oleh Josep A. Devito yakni, "*First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who*

reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined, second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communications is perhaps most easily and most logically defined by its forms television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes, “ Jika diterjemahkan secara bebas ini berarti, “

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah atau lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita). (Nurudin, 2007 : 11)

Menurut Deddy Mulyana (Mulyana, 2005:75) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Selain pengertian di atas, beberapa ahli komunikasi juga mengemukakan pendapatnya tentang pengertian komunikasi massa. Joseph A. Devito merumuskan komunikasi massa menjadi dua hal, yaitu: “Pertama, komunikasi

massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang bersifat audio atau visual.

C. Media

1. Pengertian Media Massa

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (Dagun, 2006:634), media merupakan perantara/penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Dalam konteks dunia pendidikan, Gerlach & Ely (Arsyad, 2002:3) mengungkapkan bahwa media secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan Sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses pembelajaran cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis,

photografis, atau elektronik untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media adalah alat untuk menyampaikan informasi kepada penerima dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien.

Pengertian lain tentang media dikemukakan oleh *Association for Educational Communications and Technology (AECT, 1977)* yang dikutip oleh Sadiman (2005:6) dimana media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Disamping sebagai sistem penyampian atau pengantar, media sering disebut dengan kata mediator, dengan istilah mediator media menunjukkan fungsi atau peranannya yaitu mengatur hubungan yang efektif antara dua belah pihak.

2. Jenis Media Massa

Menurut Sanaky (2011:50) beberapa jenis media massa yang sering digunakan yaitu:

- a) Media cetak. Media cetak adalah jenis media yang paling banyak digunakan dalam proses belajar. Jenis media ini memiliki bentuk yang sangat bervariasi, mulai dari buku, brosur, leaflet, studi guide, jurnal dan majalah ilmiah.
- b) Media pameran. Jenis media yang memiliki bentuk dua atau tiga dimensi. Informasi yang dapat dipamerkan dalam media ini, berupa benda-benda

sesungguhnya (*realia*) atau benda reproduksi atau tiruan dari benda-benda asli. Media yang dapat diklasifikasikan kedalam jenis media pameran yaitu poster, grafis, *realia* dan model. *Realia* yaitu benda nyata yang dapat dihadirkan diruang kuliah untuk keperluan proses pembelajaran. Pengajar dapat menggunakan *realia* untuk menjelaskan konsep bentuk dan mekanisme kerja suatu sistem misalnya peralatan laboratorium. Model yaitu benda tiruan yang digunakan untuk mempresentasikan realitas. Model mesin atau benda tertentu dapat digunakan untuk menggantikan mesin riil.

- c) Media yang diproyeksikan. Media yang diproyeksikan juga memiliki bentuk fisik yang bervariasi, yaitu overhead transparansi, slide suara dan film strip.
- d) Media *Online*. Media online (*online media*) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs *web (website)* internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online.
- e) Rekaman audio. Rekaman audio adalah jenis medium yang sangat tepat untuk digunakan dalam pembelajaran bahasa asing, al-quran dan latihan-latihan yang bersifat verbal
- f) Video dan VCD. Video dan vcd dapat digunakan sebagai media untuk mempelajari obyek dan mekanisme kerja dalam mata kuliah tertentu. Gambar bergerak yang disertai dengan unsur suara dapat ditayangkan melalui media video dan vcd.

- g) Komputer, Sebagai media pembelajaran, komputer memiliki kemampuan yang sangat luar biasa dan komputer mampu membuat proses belajar mengajar menjadi interaktif.

3. Karakteristik Media Cetak

Berikut ini adalah karakteristik media cetak yang dijadikan sebagai ciri khas keunggulan dan kelemahan dari media cetak adalah sebagai berikut :

(<https://pakarkomunikasi.com/karakteristik-media-cetak/diakes/15-11-2017/dikutip/31-12-2017>)

- a) **Praktis, Cepat, dan Murah.** Karakteristik media cetak yang pertama adalah praktis, cepat, dan murah. Walaupun sebenarnya media massa lebih praktis ketimbang media cetak, namun media cetak seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi, semakin praktis dan cepat sampai kepada pembaca. Dengan adanya teknologi cetak yang memadai membuat konsumen pembaca cepat terpenuhi, dan kantor redaksi pun bisa memanfaatkannya.
- b) **Daya Jangkau.** Walaupun sebenarnya media massa oleh siapapun dan di mana saja, namun media cetak tidak kalah juga jangkauannya. Untuk media massa kelemahannya adalah pada kekuatan sinyal. Karena tidak semua tempat seperti tempat daerah yang pelosok dimungkinkan kesulitan pada sinyal, sehingga media massa tidak dapat menjangkaunya. Berbeda halnya dengan media cetak yang dapat menjangkau hingga ke pelosok desa sekalipun.
- c) **Tahan Lama.** Media cetak memiliki ketahanan yang cukup lama, karena tidak basi dan tetap hangat berita dalam media cetak. Dalam hal ini, media

massa pun juga berlaku demikian, namun dalam media cetak, beritanya masih bisa dibaca ulang tanpa harus mencarinya kembali karena tertumpuk oleh berita-berita yang baru. Ketahanan berita yang dapat dibaca ulang kapanpun, merupakan suatu keunggulan pada media cetak pada kategori kehangatan beritanya

- d) **Massal.** Umumnya, media massa memiliki informasi-informasi yang berdasarkan konten, sehingga membuat media massa hanya memberitakan pada satu topik saja pada satu website atau redaksi. Namun, hal ini tidak berlaku dalam media cetak yang memberikan beberapa informasi dan berita yang berbagai konten atau jenis topik. Sehingga media cetak memiliki karakteristik massal yang artinya adalah bahwa media cetak dapat memberikan informasi dan berita dari berbagai topik pembahasan.
- e) **Fleksibel.** Karakteristik media cetak selanjutnya adalah sifatnya yang fleksibel alias mudah dibaca di mana saja dan kapan saja. Sehingga media cetak seperti majalah, koran, dan lain sebagainya bisa dibaca kapanpun dan di manapun kita berada. Karakteristik ini sebenarnya juga ada pada media massa yang mana bersifat fleksibel alias bisa dibaca di mana saja dan kapan saja. Namun, seiring berkembangnya jaman dan teknologi maupun komunikasi, media cetak pun memiliki inovasi dalam pencetakan media yang cepat dan fleksibel.
- f) **Masa Singkat.** Media cetak memiliki masa yang singkat alias tidak seperti media massa yang mungkin bisa diakses kembali beritanya. Walaupun media massa beritanya selalu tertumpuk oleh berita-berita dan informasi

yang baru, namun hal ini bisa diatasi dengan kita mencari sesuai keyword atau judul di kolom pencarian. Hal ini tidak berlaku pada media cetak yang mungkin bisa saja hilang jika kita tidak menyimpannya dengan baik dan benar.

- g) **Kesalahan Cetak.** Karakteristik media cetak selanjutnya adalah kelemahan dari media cetak yang mana jika terjadi kesalahan tulisan atau kesalahan cetak, tidak dapat diklarifikasi kembali. Kecuali dua cara, yang pertama yaitu cetak ulang, yang kedua adalah melakukan klarifikasi di periode atau tanggal selanjutnya. Namun kelemahannya adalah, jika salah cetak akan makan biaya yang lebih mahal dan untuk klarifikasi di periode selanjutnya bahwa kelemahannya adalah akan membuat masyarakat yang membaca menjadi salah paham. Berbeda halnya dengan media massa yang bisa diedit dan diklarifikasi secara langsung pada postingan berita terbaru. Hal ini bisa meminimalisir kesalahpahaman pembaca jika terdapat informasi atau berita yang salah disampaikan
- h) **Objektif** adalah suatu sikap yang lebih pasti dan lebih dapat diyakini keabsahannya dan juga dapat melibatkan perkiraan serta asumsi. Dalam hal ini, objektif dalam media cetak adalah media cetak lebih nyata dikarenakan berita yang ditulis dan diterbitkan oleh suatu Perusahaan.
- i) **Akurat**, akurat yang dimaksudkan disini adalah media cetak lebih teliti, cermat dan benar beritanya. Dikarenakan berita ditulis langsung oleh jurnalis, jelas siapa jurnalisnya dan beritanya dapat dipertanggung jawabkan.

j) **Seimbang**, adalah jumlah yang sama besar antara hak dan kewajiban.

Dalam hal ini, media cetak memberikan timbal balik yang sesuai antara jurnalis dan konsumen.

4. Pengertian Media Online

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat Update (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Media online merupakan media yang berbasiskan teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer, dan oleh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan Internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran informasinya. Oleh karena itu, peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media online. Besarnya pengaruh teknologi Internet dalam penyelenggaraan media online ditunjukkan lewat pengeksplorasian setiap karakter yang dimiliki internet yang kemudian diadopsi oleh media online, (Santana, 2005:137).

5. Karakteristik Media Online

Asep Syamsul & M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengemukakan Karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan ”media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

a) Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang

- b) Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- c) Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
- d) Cepat, begitu di Upload langsung bisa diakses semua orang.
- e) Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- f) Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- g) Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- h) Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling dan lain sebagainya.
- i) Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
- j) Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji

Karakteristik umum yang dimiliki media online menurut Wahyono (2006:133)

antara lain sebagai berikut :

1. Kecepatan (aktualitas) informasi. Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung di *upload* ke dalam situs web media online ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dan dalam waktu bersamaan .dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.
2. Adanya pembaruan (*updating*) informasi. Informasi disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*) informasi. Penyajian

yang bersifat realtime ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

3. Interaktivitas. Salah satu keunggulan media online ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (*linear*) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan media online bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai *features* yang ada seperti *chatroom*, *e-mail*, *online polling/survey*, *games*, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media online. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.
4. Personalisasi. Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media online memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).
5. Kapasitas muatan dapat diperbesar. Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di server komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

6. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*). Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter hyperlink ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media online dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau *games*.

6. Macam-Macam Media Online

Menurut Puntoadi (2011: 34) bahwa terdapat beberapa macam-macam media Online adalah sebagai berikut..

- a. ***Online Communities And Forums***. Komunitas online dan forum tersebut datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan ataupun kelompok yang pelanggan tanpa adanya bunga komersial ataupun dengan afiliasi perusahaan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan dengan satu sama lain yang melalui posting, instant, messaging, dan juga chatting yang berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan produk perusahaan dan mereka.
- b. ***Blogs***. Terdapat tiga juta pengguna blog dan mereka yang sangat beragam, yang beberapa pribadi untuk teman-teman dekat dan keluarga, lainnya dirancang untuk menjangkau dan juga mempengaruhi khalayak luas.

- c. **Social Networks.** Jaringan sosial telah menjadi kekuatan yang penting baik dalam bisnis konsumen dan juga pemasaran bisnis ke bisnis. Salah satunya dari facebook, messenger, twitter dan juga Blackberry dll. Jaringan yang berbeda tersebut menawarkan manfaat yang berbeda pula untuk perusahaan.
- d. **Bookmarking.** Berbagai alamat website yang menurut pengguna bookmark sharing menarik minat mereka. Bookmarking memberikan sebuah kesempatan untuk menshare link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.
- e. **Content Sharing.** Melalui situs-situs content sharing tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. YouTube dan Flickr merupakan situs content sharing yang biasa dikunjungi oleh khalayak.
- f. **Wiki.** Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebuah diri informasi tempat, dan konsep komunitas lebih eksklusif.
- g. **Flickr.** Situs yang dimiliki yahoo mengkhususkan sebuah image sharing dengan kontributor yang ahli di setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan "photo catalog" yang setiap produk dapat dipasarkan.
- h. **Social Network.** Aktivitas yang menggunakan fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjalin sebuah hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking tersebut adalah linkedin, facebook, dan MySpace.

- i. ***Creating Opinion.*** Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui hal tersebut, creating opinion, semua orang dapat menulis, jurnalis dan sekaligus komentator.
- j. ***Game Online.*** jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer. Jaringan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang ada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Biasanya permainan daring disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa online, atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Sebuah game online bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan computer yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu.

D. Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Zainal Abidin (Abidin, 2007:16) eksistensi adalah “Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya”.

Eksistensi adalah kata yang berasal dari bahasa latin yaitu *existere* yang memiliki arti : muncul, ada, timbul dan berada. Hal ini kemudian melahirkan empat penjelasan baru tentang eksistensi, yaitu:

- Eksistensi adalah apa yang ada
- Eksistensi adalah apa yang memiliki
- Eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dengan penekanan bahwa sesuatu itu ada
- Eksistensi adalah kesempurnaan.

seorang ahli filsafat atau filsuf bernama Karl Jaspers memaknai eksistensi sebagai pemikiran manusia yang memanfaatkan dan mengatasi seluruh pengetahuan objektif. Berdasarkan pemikiran tersebut, manusia dapat menjadi dirinya sendiri dan menunjukkan bahwa dirinya adalah makhluk eksistensi. Selain itu, Jaspers juga menjelaskan tentang penerangan eksistensi yang dikemukakannya, yaitu:

1. Eksistensi selalu memiliki hubungan dengan transedensi.
2. Eksistensi merupakan filsafat yang menghayati dan menghidupi kebenaran.
3. Eksistensi seorang manusia dapat dibuktikan oleh cara berpikir dan tindakannya.

Karl Jaspers menerangkan hal-hal tersebut dengan tujuan supaya semua orang paham dan sadar bahwa setiap orang memiliki keunikan yang berbeda satu dengan yang lain. Sebab, eksistensi merupakan sesuatu yang sifatnya individual sehingga bisa ditentukan oleh masing-masing individu. Dan menurut Jaspers,

semua orang memiliki cara keberadaan yang khas dan unik, itulah yang dinamakan sebagai eksistensi seorang individu. Sehingga setiap orang yang dapat menentukan jati diri atas keberadaannya dan mampu berdiri diantara eksistensi orang lain maka mereka akan mendapatkan eksistensi yang sejati.

Konsep dasar mengenai eksistensi digambarkan oleh Abidin (2007:18) adalah sebagai berikut :

- 1) Umwelt, adalah dunia objek-objek di sekitar kita, dunia yang bersifat objektif. Umwelt adalah dunia kebutuhan biologis, dorongan hewani, naluri tidak sadar, dan segala sesuatu yang biasanya dinamakan “lingkungan”.
- 2) Mitwelt adalah dunia perhubungan antar manusia, terdapat perasaan seperti benci dan cinta. Baik cinta dan benci, tidak pernah bisa dipahami hanya sebagai sesuatu yang bersifat biologis dan tergantung pada sejumlah faktor yang bersifat manusia, misalnya keputusan pribadi dan komitmen terhadap orang lain.
- 3) Eigenwelt adalah kesadaran diri, perhubungan diri, dan secara khas hadir dalam diri manusia. Eigenwelt merupakan pusat dari perspektif manusia dan pusat dari perhubungan antara manusia dengan benda-benda atau orang lain. Eigenwelt juga berarti kesadaran, bahwa manusia “ada” dan “keberadaannya” tidak dapat disangkal. Tanpa kesadaran itu manusia kehilangan orientasi dan dengan demikian kehilangan eksistensinya.

D. Teori News Media

1. Pengertian *New Media*

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*). Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (*web two point-oh*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai *platform* telah mengubah sifat interaktivitas di

web dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn,2009:686).

Salah satu bagian dari *new media* adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, *PDA, Blackberry* dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email, website, newsgroup, e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw,2006:221). Peneliti

komunikasi (Heeter, 1988) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

- a) Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.
- b) Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
- c) Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
- d) Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
- e) Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan

pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria in, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi

F. Hipotesis

Menurut Kartini, Sugiyono (2002:21) hipotesis merupakan suatu jawaban sementara tentang suatu penelitian yang kebenarannya akan dibuktikan dengan jalan r penelitian (*research*).

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

- Ha** : Terdapat pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan.
- Ho** : Tidak terdapat pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Iqbal Hasan dalam buku metode penelitian, Metode adalah: (Hasan, 2004:04) “Penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran memperoleh jawaban atas masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya).

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian korelasional, yaitu menganalisis data dan mencari tingkat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya dengan melakukan pengujian hipotesis (Rackmad, 2009 :25).

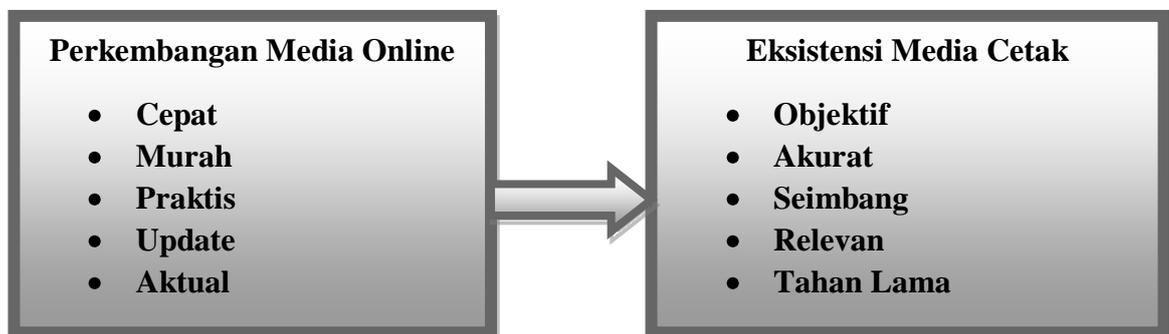
Penelitian korelasional ini pada dasarnya adalah untuk mencapai tujuan. Tujuan dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah dan menentukan valid tidaknya sebuah penelitian. Menurut Kartini (Rakhmad, 2009:27) ciri-ciri penelitian korelasional adalah cocok dilakukan bila variabel-variabel yang diteliti rumit atau tidak dapat diteliti dengan metode eksperimental atau tidak dapat dimanipulasi., memungkinkan pengukuran beberapa variabel dan saling hubungannya secara serempak dalam keadaan realistiknya dan apa yang diperoleh adalah taraf atau tinggi rendahnya saling hubungan dan bukan atau tidak adanya

saling hubungan tersebut, sedangkan kelemahan penelitian ini adalah hasilnya Cuma mengidentifikasi apa yang sejalan dengan apa, tidak mesti menunjukkan saling hubungan yang bersifat kausal (sebab-akibat) dan pola saling hubungan itu sering tidak menentu dan kabur.

C. Kerangka Konsep

Gambar 3.1

Kerangka Konsep Pengaruh Perkembangan Media Online terhadap Eksistensi Media Cetak



D. Operasional Konsep

Nawawi (2005:37) mengemukakan bahwa setelah jumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan operasional variabel sebagai hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Berdasarkan hal tersebut, maka batasan-batasan operasional variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

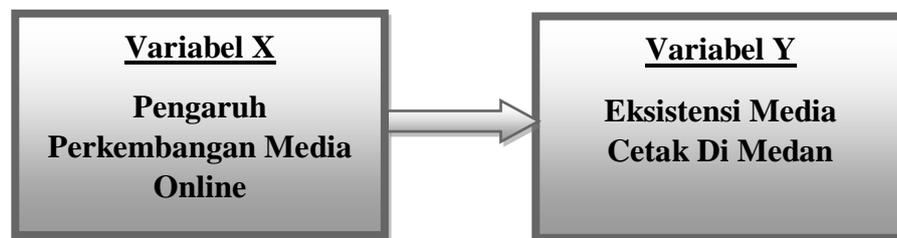
1. Variabel Bebas atau *Independent Variable* (X), yaitu variabel yang diduga sebagai variabel penyebab dari variabel yang lain, dalam hal ini variabel X adalah Perkembangan Media Online.

2. Variabel terikat atau *Dependent Variable* (Y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel Independent, dalam hal ini variabel Y adalah Eksistensi Media Cetak Di Medan.
3. Variabel antara atau *Intevering Variable* (Z), yaitu variabel yang tidak berhubungan dengan variabel dalam penelitian, tetapi ikut mempengaruhi hasil penelitian, dalam hal ini adalah karakteristik responden.

Berdasarkan uraian diatas, maka variabel-variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam suatu model teoritis sebagai berikut :

Gambar 3.2

Model Teoritis



Berdasarkan kerangka teori yang telah dikemukakan maka akan dikemukakan konsep dalam penelitian ini. Operasional konsep dilakukan untuk memudahkan penjelasan terhadap konsep penelitian. Oleh karenanya konsep tersebut diturunkan dalam bentuk yang operasional sebagai berikut :

Tabel 3.1

**Operasional Konsep Pengaruh Perkembangan Media Online terhadap
Eksistensi Media Cetak**

Konsep Teoritis	Konsep Variabel
Variabel X Pengaruh Perkembangan Media Online	<ul style="list-style-type: none">• Cepat• Murah• Praktis• Update• Aktual
Variabel Y Eksistensi Media Cetak Di Medan	<ul style="list-style-type: none">• Objektif• Akurat• Seimbang• Relevan• Tahan Lama

E. Definisi Konsep

Adapun definisi konsep dari tabel operasional di atas adalah sebagai berikut :

Variabel X (Pengaruh Perkembangan Media Online

- **Cepat.** Cepat disini dimaksudkan dalam media online adalah, media online cepat update dalam memberikan informasi kepada khalayak masyarakat. Akses internet yang bisa didapat dimana saja dengan dunia teknologi memudahkan masyarakat dalam mendapatkan berita.

- **Murah.** Murah diartikan disini adalah berita dari media online tidak harus membeli dan membayar. Hanya bermodalkan kuota atau wifi, khalayak masyarakat dapat membuka link berita di *smartphone* ataupun akses internet lainnya.
- **Praktis.** Praktis disini adalah berita dari media online sudah tersimpan di aplikasi-aplikasi tertentu. Hanya tinggal mencantumkan apa yang ingin kita ketahui, berita akan muncul dengan sendirinya.
- **Update.** Update adalah perintah yang digunakan untuk memperbaharui program. Dalam hal ini, berita dari media online selalu update cepat tanpa harus menunggu hari dan jam terbit. Bisa terbit kapan saja sesuai dengan berita baru yang ada.
- **Aktual.** Aktual adalah suatu kejadian yang benar-benar terjadi dan sedang hangat-hangatnya menjadi pembicaraan orang banyak serta bersifat kekinian atau baru.

Variabel Y (Eksistensi Media Cetak Di Medan)

- **Objektif** adalah suatu sikap yang lebih pasti dan lebih dapat diyakini keabsahannya dan juga dapat melibatkan perkiraan serta asumsi. Dalam hal ini, objektif dalam media cetak adalah media cetak lebih nyata dikarenakan berita yang ditulis dan diterbitkan oleh suatu Perusahaan.
- **Akurat,** akurat yang dimaksudkan disini adalah media cetak lebih teliti, cermat dan benar beritanya. Dikarenakan berita ditulis langsung oleh jurnalis, jelas siapa jurnalisnya dan beritanya dapat dipertanggung jawabkan.

- **Seimbang**, adalah jumlah yang sama besar antara hak dan kewajiban. Dalam hal ini, media cetak memberikan timbal balik yang sesuai antara jurnalis dan konsumen.
- **Relevan**, dalam media cetak adalah judul berita dengan isinya yang bersangkutan paut dan tepat.
- **Tahan Lama**. Media cetak memiliki ketahanan yang cukup lama, karena tidak basi dan tetap hangat berita dalam media cetak. Dalam hal ini, media massa pun juga berlaku demikian, namun dalam media cetak, beritanya masih bisa dibaca ulang tanpa harus mencarinya kembali karena tertumpuk oleh berita-berita yang baru. Ketahanan berita yang dapat dibaca ulang kapanpun, merupakan suatu keunggulan pada media cetak pada kategori kehangatan beritanya

F. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis, yaitu objek yang akan diteliti. Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2001:101). Menurut hasil pra riset data yang telah diperoleh, Maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat pelanggan Harian Koran Tribun Medan di Kelurahan tangkahan, Kecamatan Medan labuhan, dengan jumlah populasi sebesar 75 orang.

2. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penarikan sampel dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. apabila anggota populasi dianggap homogeny, ambilah sampel representatif, (Kuswana, 2011:151).

3. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil secara representative atau mewakili populasi yang bersangkutan atau bagian kecil yang diamati. Penelitian terhadap sampel biasanya disebut studi sampling. Menurut Sugiyono, (2010:44) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan cara tertentu (Nawawi 2005:144) dalam buku yang berjudul *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Arikunto (2002:120).

Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini, maka digunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

D =Presisi

$$n = \frac{75}{75 (0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{75}{75 (0.01) + 1}$$

$$n = \frac{75}{0.75 + 1}$$

$$n = \frac{75}{1.75}$$

$$n = 42.85$$

Maka jumlah sampel penelitian penulis adalah 43 responden.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan kegiatan penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut : Sugiono (2002:107).

a. Penelitian kepustakaan (*Library reserch*)

Yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku tulisan yang mempunyai relevansi langsung dari masalah yang akan diteliti.

b. Penelitian Lapangan (*Field research*)

Yaitu penelitian yang didasarkan pada tinjauan langsung pada objek yang akan diteliti untuk mempermudah data-data primer.

c. Pengamatan (*Observasi*)

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk mengamati secara dekat dengan masalah yang dihadapi.

d. Angket (*Quisioner*)

Yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket daftar pertanyaan kepada responden. Dan untuk itu digunakan Skala Likert mengukur sikap, pendapat dan persepsi atau kelompok orang tentang

fenomena sosial, juga variabel-variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator penelitian Skala Likert.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, jika responden menjawab, yaitu :

- 1) Jika menjawab “SS” (sangat setuju) maka akan diberi nilai 5
- 2) Jika menjawab “S” (setuju) maka akan diberi nilai 4
- 3) Jika menjawab “RR” (Ragu-ragu) maka akan diberi nilai 3
- 4) Jika menjawab “TS” (tidak setuju) maka akan diberi nilai 2
- 5) Jika menjawab “STS” (sangat tidak setuju) maka akan diberi nilai 1

H. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y), maka penulis menggunakan rumus korelasi produk moment dari Karl Pearson yang dikutip oleh Sugiono (2002:148) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{x y}$ = koefisien korelasi antara x dan y adalah bilangan yang menunjukkan besar kecilnya hubungan variabel x dan y.

x = Variabel bebas

y = variabel terikat

n = Jumlah responded

Menurut Sugiyono (2002:153), untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel x dan variabel y dengan menggunakan rumus determinasi yaitu :

$$D = (r_{x y}^2) \times 100\%$$

Untuk menafsirkan keadaan hubungan digunakan pedoman Guilford (Rakhmat, 2009:151), yaitu :

Tabel 3

Hubungan Guilford

< 0.20	Hubungan rendah sekali
>0.20 – 0.40	Hubungan rendah tetapi pasti
>0.40 – 0.70	Hubungan yang cukup berarti
>0.70 – 0.90	Hubungan yang tinggi
>0.90	Hubungan yang sangat tinggi

I. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Yang menjadi tempat penelitian penulis adalah Masyarakat pelanggan Koran Tribun Kelurahan Tangkahan Kecamatan Medan Labuhan. Waktu penelitian dilakukan pada hari Rabu tanggal 14 Maret 2018 pada pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Setelah diadakan penelitian dan pengumpulan data di lapangan, maka diperoleh berbagai data tentang keadaan responden dalam kaitannya dengan Pengaruh Perkembangan Media Online Terhadap Eksistensi Media Cetak Di Medan. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel tunggal dengan sampel dan responden adalah masyarakat pelanggan Koran tribun di Kelurahan Tangkahan, Kecamatan Medan Labuhan dengan jumlah responden sebanyak 43 orang. Proses riset penelitian melalui penyebaran angket kuisisioner dilakukan pada hari Rabu tanggal 14 Maret 2018 pada pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai. Data yang peneliti diperoleh dari hasil penelitian ini dianalisis dengan bentuk Tabel tunggal, uji korelasi dengan rumus Product Moment Correlation, dan uji determinasi (D) . Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y), maka penulis menggunakan rumus korelasi produk moment dari Karl Pearson yang dikutip oleh Sugiono (2002:148) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

B. Deskripsi Variabel

1. Variabel X

Tabel 4.1.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Menurut Anda, berita dari media online lebih cepat dalam proses menerbitkan berita-berita terkini yang dibutuhkan

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	13	30.23%
Setuju	17	39.53%
Ragu-ragu	6	13.95%
Tidak setuju	7	16.27%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan rata-rata presentase sebesar 39.53% dan jawaban sangat setuju dengan rata-rata presentase 30.23%. hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui jika berita dari media online lebih cepat dalam proses menerbitkan berita-berita yang dibutuhkan.

Tabel 4.2.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media online dapat diakses kapan saja.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	15	34.88%
Setuju	18	41.86%
Ragu-ragu	6	13.95%
Tidak setuju	4	9.30%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 34.88% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 41.86%. hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui jika pertanyaan dari berita media online dapat diakses kapan saja.

Tabel 4.3.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media online lebih murah dikarenakan Anda tidak harus membeli, tetapi hanya dengan membuka *smartphone* saja dengan aplikasi tertentu Anda sudah bisa mendapatkannya.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	19	44.18%
Setuju	21	48.83%
Ragu-ragu	3	6.97%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 44.18% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 48.83%. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui jika berita dari media online lebih murah dikarenakan Anda tidak harus membeli, tetapi hanya dengan membuka *smartphone* saja dengan aplikasi tertentu Anda sudah bisa mendapatkannya.

Tabel 4.4.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Biaya kuota untuk melihat berita dari media online sangat irit.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	17	39.53%
Setuju	19	44.18%
Ragu-ragu	1	2.32%
Tidak setuju	6	13.95%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 39.53% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 44.18%. Hal ini menunjukkan bahwa sresponden menyutujui bahwa biaya kuota untuk melihat berita dari media online sangat irit.

Tabel 4.5.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Dengan bermodal *searching* di media online dari aplikasi tertentu, Anda sudah bisa mendapat berita yang Anda inginkan tanpa harus susah payah mencari beritanya

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	12	27.90%
Setuju	16	37.20%
Ragu-ragu	9	20.93%
Tidak setuju	6	13.95%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 27.90% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 37.20%. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui jika Dengan bermodal *searching* di media online dari aplikasi tertentu, Anda sudah bisa mendapat berita yang Anda inginkan tanpa harus susah payah mencari beritanya

Tabel 4.6.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita media online lebih praktis dikarenakan tidak harus membeli ke suatu tempat seperti media cetak

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	20	46.51%
Setuju	19	44.18%
Ragu-ragu	3	6.97%
Tidak setuju	1	2.32%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 46.51% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 44.18%. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui jika Berita media online lebih praktis dikarenakan tidak harus membeli ke suatu tempat seperti media cetak.

Tabel 4.7.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media online lebih cepat terbitnya dan tidak ada jam terbit atau hari tertentu

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	16	37.20%
Setuju	15	34.88%
Ragu-ragu	11	25.58%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 37.20% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase 34.88%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media online lebih cepat terbitnya dan tidak ada jam terbit atau hari tertentu. Keemudian sebagian kecil dari responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 25.58%.

Tabel 4.8.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media online selalu menerbitkan berita-berita terkini secepat mungkin, bahkan saat masih jadi pemberitaan di lokasi kejadian.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	9	20.93%
Setuju	14	32.55%
Ragu-ragu	11	25.58%
Tidak setuju	9	20.93%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju sebesar 20.93% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 32.55%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media online selalu menerbitkan berita-berita terkini secepat mungkin, bahkan saat masih jadi pemberitaan di lokasi kejadian. Kemudian sebagian kecil dari responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata responden 25.58% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 20.93%.

Tabel 4.9.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita yang diterbitkan oleh media online selalu aktual

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	12	27.90%
Setuju	13	30.23%
Ragu-ragu	11	25.58%
Tidak setuju	7	16.27%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian dari responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 27.90% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 30.23%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian dari responden menyetujui jika Berita yang diterbitkan oleh media online selalu aktual. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 25.58% dan jawaban tidak setuju sebesar 16.27%.

Tabel 4.10.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media online tidak bersifat *hoax*

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	9	20.93%
Setuju	14	32.55%
Ragu-ragu	12	27.90%
Tidak setuju	8	18.60%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 20.93% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 32.55%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media online tidak bersifat *hoax*. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 27.90% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 18.60%.

2. Variabel Y

Tabel 4.11.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih objektif dibanding berita dari media online.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	12	27.90%
Setuju	14	32.55%
Ragu-ragu	14	32.55%
Tidak setuju	3	6.97%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 27.90% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 32.55%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih objektif dibanding berita dari media online. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 32.55% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 6.97%.

Tabel 4.12.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih nyata keabsahaannya dikarenakan jelas penulis dan terbitannya.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	10	23.25%
Setuju	25	58.13%
Ragu-ragu	8	18.60%
Tidak setuju	2	4.65%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 23.25% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 58.13%. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih nyata keabsahaannya dikarenakan jelas penulis dan terbitannya. Sedangkan sebagian kecil menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 18.60% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 4.65%.

Tabel 4.13.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih akurat isi beritanya dibanding dengan media cetak.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	9	20.93%
Setuju	21	48.83%
Ragu-ragu	13	30.23%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 20.93% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 48.93%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih akurat isi beritanya dibanding dengan media cetak. Sedangkan sebagian kecil responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 30.23%.

Tabel 4.14.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Tidak ada rekayasa isi berita di berita media cetak

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	8	18.60%
Setuju	20	46.51%
Ragu-ragu	15	34.88%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 18.60% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 46.51%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Tidak ada rekayasa isi berita di berita media cetak. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu atas pertanyaan tersebut dengan rata-rata presentase sebesar 34.88%.

Tabel 4.15.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih seimbang dari media online dikarenakan media cetak lebih real isi beritanya dan tidak hoax.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	8	18.60%
Setuju	13	30.23%
Ragu-ragu	19	44.18%
Tidak setuju	3	6.97%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 18.60% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 30.23%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih seimbang dari media online dikarenakan media cetak lebih real isi beritanya dan tidak hoax. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu atas pertanyaan berikut dengan rata-rata presentase sebesar 44.18% dan jawaban tidak setuju sebesar 6.97%.

Tabel 4.16.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Adanya kesesuaian antara judul dan isi berita di dalam media cetak

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	10	23.25%
Setuju	16	37.20%
Ragu-ragu	12	27.90%
Tidak setuju	5	11.62%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 23.25% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 37.20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyetujui jika Adanya kesesuaian antara judul dan isi berita di dalam media cetak. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase 27.90% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 11.62% atas pertanyaan diatas tersebut.

Tabel 4.17.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih relevan antara judul dengan isi berita dibanding dengan berita dari media online

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	6	13.95%
Setuju	16	37.20%
Ragu-ragu	14	32.55%
Tidak setuju	7	16.27%
Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 13.95% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 37.20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih relevan antara judul dengan isi berita dibanding dengan berita dari media online. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 32.55% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 16.27% atas pertanyaan diatas tersebut.

Tabel 4.18.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak tidak bisa disomasi seperti berita dari media online karena ada standar-standar dalam penulisan berita dan dapat dipertanggung jawabkan oleh penerbit.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	6	13.95%
Setuju	12	27.90%
Ragu-ragu	13	30.23%
Tidak setuju	10	23.25%
Sangat tidak setuju	2	4.65%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 13.95% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 27.90%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika pertanyaan Berita dari media cetak tidak bisa disomasi seperti berita dari media online karena ada standar-standar dalam penulisan berita dan dapat dipertanggung jawabkan oleh penerbit.

Tabel 4.19.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih tahan lama dibanding berita dari media online dikarenakan lebih terdokumentasi dan dapat dilihat lagi.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	10	23.25%
Setuju	21	48.83%
Ragu-ragu	4	9.30%
Tidak setuju	6	13.95%
Sangat tidak setuju	2	4.65%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 23.25% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 48.83%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih tahan lama dibanding berita dari media online dikarenakan lebih terdokumentasi dan dapat dilihat lagi. Sedangkan sebagian responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 9.30% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase sebesar 13.95%.

Tabel 4.20.

Distribusi jawaban responden menurut pertanyaan Berita dari media cetak lebih terdokumentasi dan dapat disimpan

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	13	30.23%
Setuju	17	39.53
Ragu-ragu	3	6.97%
Tidak setuju	8	18.60%
Sangat tidak setuju	2	4.65%
Jumlah Keseluruhan	43	100%

Sumber Data 2018

Dari hasil data jawaban responden, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan rata-rata presentase sebesar 30.23% dan jawaban setuju dengan rata-rata presentase sebesar 39.53%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyetujui jika Berita dari media cetak lebih terdokumentasi dan dapat disimpan. Sedangkan sebagian kecil responden menjawab ragu-ragu dengan rata-rata presentase sebesar 6.97% dan jawaban tidak setuju dengan rata-rata presentase 18.60%.

C. Pembahasan Data

Dari hasil distribusi jawaban responden, dapat diketahui bahwa khalayak masyarakat khususnya masyarakat Kelurahan Tangkahan Kecamatan Medan Labuhan masih meminati media cetak khususnya surat kabar harian Tribun Medan. hal ini dapat diketahui dari tabel-tabel distribusi yang telah di data oleh penulis. Bisa kita lihat dari beberapa tabel seperti pada tabel 4.10, masyarakat masih mengakui bahwa media cetak lebih objektif dibanding media online. Kemudian pada tabel 4.12 bahwa masyarakat juga mengakui bahwa Berita dari media cetak lebih nyata keabsahaannya dikarenakan jelas penulis dan terbitannya.pada tabel 4.13 juga menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat juga menyetujui bahwa Berita dari media cetak lebih akurat isi beritanya dibanding dengan media cetak. Kemudian pada tabel-tabel lain juga, respon sebagian besar masyarakat masih setia menjadi pembaca media cetak.

Tetapi tidak dipungkiri, bahwa kehadiran media online juga memberikan kebutuhan membaca berita jadi lebih mudah dan gampang. Dapat terlihat pada tabel 4.1, bahwa sebagian masyarakat menyetujui bahwa berita dari media online lebih cepat dalam proses menerbitkan berita-berita terkini yang dibutuhkan. Kemudian pada tabel 4.2. bahwa media online dapat diakses kapan saja. Dan pada tabel 4.3. Berita dari media online lebih murah dikarenakan Anda tidak harus membeli, tetapi hanya dengan membuka *smartphone* saja dengan aplikasi tertentu Anda sudah bisa mendapatkannya. Hal-hal seperti ini, membuat masyarakat juga membaca media online tetapi tidak meninggalkan media cetak.

D. Uji Product Moment Corelation

1. Menentukan Hubungan X dan Y

Tabel 4.21

Ikhtisar Perhitungan Pearson Product Mommment Correlation

No. Responden	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	40	35	1600	1225	1400
2	40	30	1600	900	1200
3	40	43	1600	1849	1720
4	34	35	1156	1225	1190
5	28	36	784	1296	1008
6	27	40	729	1600	1080
7	30	50	900	2500	1500
8	35	36	1225	1269	1260
9	33	34	1089	1156	1122
10	30	40	900	1600	1200
11	50	36	2500	1269	1800
12	40	40	1600	1600	1600

No. Responden	X	Y	X²	Y²	XY
13	37	32	1369	1024	1184
14	30	40	900	1600	1200
15	36	42	1296	1764	1512
16	50	39	2500	1521	1950
17	40	40	1600	1600	1600
18	50	50	2500	2500	2500
19	32	29	1024	841	928
20	36	32	1269	1024	1152
21	40	50	1600	2500	2000
22	50	50	2500	2500	2500
23	31	30	961	900	930
24	35	30	1225	900	1050
25	37	34	1156	1156	1258
26	40	40	1600	1600	1600
27	41	41	1681	1681	1681
28	44	32	1936	1024	1408

No. Responden	X	Y	X²	Y	XY
29	50	12	2500	144	600
30	38	44	1444	1936	1672
31	37	32	1369	1024	1184
32	38	37	1444	1369	1406
33	43	34	1849	1156	1462
34	40	40	1600	1600	1600
35	30	40	900	1600	1200
36	40	38	1600	1444	1520
37	39	32	1521	1024	1248
39	40	40	1600	1600	1600
39	36	32	1296	1024	1152
40	32	30	1024	900	960
41	50	23	2500	529	1150
42	35	28	1225	784	980
43	38	31	1444	961	1178
<i>Jumlah</i>	<i>1642</i>	<i>1559</i>	<i>64116</i>	<i>58719</i>	<i>59445</i>

Dik : N : 43

Σx : 1642

Σy : 1559

Σx^2 : 64116

Σy^2 : 58719

Σxy : 59445

Dit : Koefisien Korelasi ?

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{43(59445) - (1642)(1559)}{\sqrt{(43(64116) - (1642)^2)(43(58719) - (1559)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2556135 - 2559878}{\sqrt{(2756988 - 2696164)(2524917 - 2430481)}}$$

$$r_{xy} = \frac{3743}{\sqrt{(60824)(94436)}}$$

$$r_{xy} = \frac{3743}{\sqrt{5743975264}}$$

$$r_{xy} = \frac{3743}{75789.01}$$

$$r_{xy} = 0.49$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai $r_{x \ y}$ 0,49 dan r tabel yaitu 0,294 dengan jumlah responden 43 orang dengan taraf signifikan. Dengan ketentuan, jika r hitung \leq dari r tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti, menurut hasil dari perhitungan tidak terdapat pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan.

2. Uji Determinasi

$$D = (r_{x \ y})^2 \times 100\%$$

$$D = (0,49)^2 \times 100\%$$

$$D = 0,24 \times 100\%$$

$$D = 24\%$$

Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui uji determinasi diperoleh nilai 24%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan sebesar 24%, sedangkan 76% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Perkembangan Media Online Terhadap Eksistensi Media Cetak Di Medan, yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai $r_{xy} = 0,49$ dan r tabel yaitu $0,294$ dengan jumlah responden 43 orang dengan taraf signifikan. Dengan ketentuan, jika r hitung \leq dari r tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti, menurut hasil dari perhitungan tidak terdapat pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan.
2. Dari hasil uji determinasi diperoleh nilai 24%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh perkembangan media online terhadap eksistensi media cetak di Medan sebesar 24%, sedangkan 76% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Hubungan dengan tabel Guilford berkisar $\geq 0.40-0.70$ menandakan bahwa memiliki hubungan yang cukup berarti.
4. Adanya perkembangan media online di tengah-tengah media cetak tidak mempengaruhi eksistensi media cetak untuk tetap terbit dan menjadi bacaan masyarakat Kota Medan. Terbukti dengan adanya hasil penelitian penulis, menekankan bahwa media cetak masih tetap dihargai dan diminati oleh masyarakat, meskipun media online mengalami perkembangan yang

pesat dengan fitur dan aplikasi-aplikasi canggihnya serta tidak pungkiri bahwa masyarakat juga menyukai membaca berita media online. Masih ada segelintir masyarakat yang masih ragu dengan berita yang sering diberitakan oleh media cetak. Masih banyak yang mempercayai media cetak sebagai pemberi informasi yang bersifat berita secara real dan nyata. Masyarakat masih berasumsi bahwa Berita yang diberitakan oleh media cetak tidak *hoax* dikarenakan jelas terbitannya. Adanya kesesuaian antara judul dengan isi beritanya serta media cetak dapat didokumentasi. Hal-hal yang masih dianggap sulit dari media cetak adalah, harus mencari toko untuk membeli surat kabar dan sejenisnya.

B. Saran

Adapun saran yang dikemukakan oleh penulis adalah sebagai masukan kepada media cetak di Kota Medan serta sebagai syarat penulisan skripsi ini, antara lain sebagai berikut :

1. Media cetak harus lebih berusaha mempertahankan eksistensinya agar tidak hilang dan masih dapat terus dibaca banyak orang.
2. Media cetak harus lebih mempermudah akses masyarakat untuk membeli surat kabar dan sejenisnya. Agar tidak jatuh terhadap perkembangan media online yang serba praktis.
3. Lebih bervariasi dalam membuat berita. Dalam satu surat kabar, harusnya ada banyak berita dari mulai politi, pemerintahan, hiburan, selebirti, anak-anak dan sejenisnya, agar tetap dibaca oleh kalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Arsyad, A. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta. Gajah Mada Press.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- , 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dagun, Save, M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta. Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Effendy, Onong Uchana. 2011. *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Prakteknya*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- , 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Erdinaya Dan Ardianto. 2004. *Komunikasi Suatu Penganantar. Bandung. Simbiosis Rekatama Media*.
- Hasan, M. Iqbal. 2004. *Pokok-Pokok Materi Statistika : (Statistik Deskriptif) Edisi Ke 2*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Kuswana, Dadang. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung. CV. Pustaka Setia
- .
- Lievrouw, L.A. dan Sonia Livistone. 2006. *The Handbook of New Media*. London SAGE Publications.
- Littlejohn, S.W. dan Karen A.F. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California. SAGE Publications.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor:Ghalia Indonesia

- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail : Edisi Ke 6 Buku Satu*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta. Gajah Mana University Press.
- Puntoaji, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*, Jakarta. PT. Media Elex Komputindo.
- Rakhmat, Jallaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sanaky, H. 2011. *Media Pembelajaran*. Yogyakarta. Kaukaba Dipantara.
- Sadiman, Arief, S. 2005. *Media Pendidikan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung. CV Alfabeta.
- Santana, K. Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. London. SAGE Publications
- Wahyono, Teguh. 2006. *Etika Komputer Dan Tanggung Jawab Profesional Di Bidang Teknologi Informasi*, Yogyakarta. Penebit Andi.

Sumber-Sumber Lain/Internet :

(<https://pakarkomunikasi.com/karakteristik-media-cetak/diakes/15-11-2017/dikutip/31-12-2017>)