

SEGMENTASI KHALAYAK MEDIA *ONLINE* DI SULAWESI TENGGERA

La Taya

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia; tayasultra@uho.ac.id

*Correspondence : tayasultra@uho.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi khalayak media *online* di Sulawesi Tenggara ditinjau dari aspek sosiodemografis, psikologis, dan aspek karakteristik perilaku khalayak. Jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 100 orang yang ditentukan dengan menggunakan *cluster sampling*. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan studi pustaka. Analisis data penelitian ini adalah statistik deskriptif yaitu berupaya menggambarkan peristiwa, perilaku suatu hal tertentu lainnya yang disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Berdasarkan hasil penelitian segmentasi khalayak media online di Sulawesi Tenggara didominasi perempuan yang berusia produktif antara 20 sampai 24 tahun. Mayoritas penggunaannya untuk mencari informasi dengan tujuan menambah referensi pengetahuan pada berbagai bidang seperti politik, hukum, sosial dan budaya. Khalayak juga setelah membaca berita pada media siber memberikan respon terhadap berita dengan tombol suka (*like*) dan komentar (*comment*).

Kata kunci

Media Online, Perilaku Khalayak, Psikologis, Sosiodemografis,

ABSTRACT

This study aims to determine the segmentation of online media audiences in Southeast Sulawesi in terms of the audience's sociodemographic, psychological, and behavioural characteristics. The number of samples in the study was 100 people, who were determined using cluster sampling. The data sources of this research consisted of primary and secondary data with data collection techniques through questionnaires and literature study. The analysis of the research data is descriptive statistics, namely, describing events and the behaviour of certain other things, which are presented in tables and diagrams. Based on the research results on online media audience segmentation in Southeast Sulawesi, it is dominated by women between the ages of 20 and 24. Most users are looking for information to add references to knowledge in various fields such as politics, law, society and culture. The audience also, after reading the news on cyber media, responds to the news with the like and comment buttons.

Keywords

audience behavior, online media, psychology, sociodemographics

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komputer hingga kini terus mengalami kemajuan yang sangat pesat khususnya perkembangan komputer dalam menghubungkan komputer yang satu dengan komputer yang lain di dua tempat berbeda atau orang menyebutnya dengan *interconnected network* (internet), termasuk di Indonesia.

Perkembangan media massa yang berbasis online hingga kini kian meningkat, tak terkecuali di Sulawesi Tenggara. Masyarakat yang awalnya mengadakan media konvensional (televisi, radio dan koran) kini dengan hadirnya media *online* dapat menambah referensi khalayak dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan. Selain khalayak yang menjadi *user* pada media *online* juga sebuah perusahaan turut mengambil bagian. Perusahaan memilih media *online* mana yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk mempromosikan produk mereka, dengan melihat segmentasi khalayak pada media yang bersangkutan.

Perkembangan media online di Sulawesi Tenggara dimulai dengan hadir media online kendarinews.com (kendaripos.co.id) yang diluncurkan pada Oktober 2010 di Kota Kendari. Portal berita online ini dikembangkan oleh PT. Media Kita Sejahtera, yang sebelumnya hanya Salinan dari halaman cetak Harian Kendari Pos (Jawa Pos Group). Namun sayangnya media ini hingga kini belum terverifikasi secara administrasi dan faktual oleh dewan pers. Berdasarkan data dewan pers yang diperbarui pada tahun 2023 media siber di Sulawesi Tenggara terdiri dari 12 media yang meliputi sultrakini.com, lenterasultra.com, inilahasultra.com, zonasultra.com, rubriksultra.com, MEDIAKENDARI.com, publiksatu.co, sultrademo.co, telisik.id, dinamikasultra.com, kendarinews.com dan penasultra.id. Dari sejumlah media siber tersebut media siber yang telah terverifikasi secara administrasi dan faktual berdasarkan standar perusahaan pers yang telah ditetapkan Dewan Pers dan masih aktif menjalankan kegiatan jurnalistik hanya 8 (delapan) media online yakni sultrakini.com, lenterasultra.com, rubriksultra.com, MEDIAKENDARI.com, sultrademo.co, telisik.id, kendarinews.com dan penasultra.id. Sedangkan media yang hanya terverifikasi administrasi yakni inilahasultra.com, zonasultra.com, publiksatu.co, dan dinamikasultra.com (*Data Perusahaan Pers*, 2023).

Delapan media online tersebut meski kini fasilitas *server* yang digunakan telah menyediakan *Advanced Web Statistics (AwStat)* atau data statistik pengunjung web atau portal berita online, ringkasan pengunjung (*traffic rank*) yang berdasarkan geografi, lalu lintas mesin pencarian, kata kunci teratas dari mesin pencari, lokasi browsing, dan lain-lain. Namun, sebagian segmentasi khalayak seperti aspek sosiodemografis, psikografis, dan aspek karakteristik perilaku tidak tercatat dalam AwStat tersebut. Dalam penelitian ini mengkaji tiga media terlama yang telah dilakukan verifikasi dewan pers yakni sultrakini.com, lenterasultra.com dan mediakendari.com. Penelitian ini juga mengkaji dua masalah yakni bagaimana segmentasi khalayak media online di Sulawesi Tenggara ditinjau dari aspek sosiodemografis, psikologis, dan aspek perilaku khalayak serta bagaimana tingkat kepuasan pembaca media online di Sulawesi Tenggara. Peneliti memilih Ibu Kota Provinsi Sulawesi Tenggara dengan pertimbangan bahwa Kendari adalah sarana *interconnected network* (internet) oleh khalayak yang memadai. Selain itu, dukungan jaringan untuk mengakses internet dalam kota telah tersedia fiber optic dan jaringan 4G yang lebih cepat.

Internet telah merasuk cukup dalam ke dalam kehidupan generasi muda Indonesia. Setidaknya bisa dilihat berapa lama mereka menggunakan internet setiap

hari. Namun keterbukaan terhadap teknologi internet ini tidak serta merta sejalan dengan minat membaca berita, sehingga durasi akses portal berita *online* cukup singkat dibandingkan total durasi akses internet (Arifin, 2012). Penelitian tersebut mengkaji tentang perbandingan media online dan kepuasan penggunaan media *online*. Sedangkan dalam penelitian ini penulis mengkaji tentang segmentasi khalayak media online di Sulawesi Tenggara ditinjau dari aspek sosiodemografis, psikologis dan aspek perilaku khalayak dan tingkat kepuasan khalayak dalam membaca media *online*.

Dalam penelitian lainnya tentang perilaku pengguna internet di kalangan mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga dan Universitas Pembangunan Nasional dalam memenuhi kebutuhan informasinya ditemukan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga menggunakan internet dengan motif *cognitive* dan motif *social integrative* dengan pola penggunaan internet masuk ke dalam kategori *heavy user*. efek yang dirasakan akan penggunaan internet adalah sebagai penunjang media untuk berkomunikasi dan mampu meningkatkan prestasi akademik. Sedangkan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional motif yang mendasari penggunaan internet ialah motif *cognitive* dengan pola penggunaan masuk ke dalam kategori *heavy user* dimana termasuk *addict*. Untuk efek yang dirasakan adalah mampu menunjang media untuk berkomunikasi dan meningkatkan efektivitas dalam pembelajaran (Novianto, 2012). Penelitian ini memiliki kesamaan khususnya dalam mengkaji tentang pengguna (*user*) internet. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan lebih banyak mengkaji tentang segmentasi khalayak media *online*.

Penggunaan media online dan tingkat kepuasan pembaca dilihat dari korelasi antara aktivitas menggunakan media online Detik.com dengan tingkat kepuasan pembaca ditemukan bahwa hubungan aktivitas menggunakan media online Detik.com dengan tingkat kepuasan pembacanya adalah hubungan positif yang lemah. Sedangkan hubungan antara motivasi mendapatkan berita aktual dengan aktivitas menggunakan media online Detik.com adalah hubungan positif yang lemah (Utamingtyas, 2015). Penelitian ini merupakan tipe Penelitian penjelasan (*explanatory research*). Sedangkan penelitian yang penulis laksanakan yakni tipe penelitian deskriptif karena menggambarkan realitas yang terjadi terhadap pengguna internet.

Dengan demikian penelitian ini mengkaji tiga aspek segmentasi khalayak yakni aspek sosiodemografis, aspek psikologis dan aspek perilaku khalayak (Cangara, 2010). Khalayak dalam komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Ada tiga aspek yang perlu diketahui komunikator terkait khalayaknya yaitu pertama aspek sosiodemografis. Dari aspek sosiodemografis komunikator perlu memahami hal-hal sebagai berikut: a) Jenis kelamin, apakah khalayak itu mayoritas laki-laki atau wanita; b) Usia, apakah khalayak umumnya anak-anak, remaja atau orang tua; c) Lokasi, apakah khalayak umumnya tinggal di desa atau di kota; d) Tingkat pendidikan, apakah mereka rata-rata sarjana atau hanya tamatan sekolah dasar; e) Agama, apakah semua beragama islam atau ada yang beragama lain; f) Pekerjaan, apakah mereka umumnya petani, nelayan, guru, atau pengusaha; g) Pemilikan media, apakah mereka rata-rata memiliki pesawat TV, berlangganan surat kabat atau tidak.

Aspek yang kedua yang perlu dipahami adalah aspek profil psikologis. Aspek ini memahami khalayak dari segi kejiwaan diantaranya: a) Emosi, apakah mereka rata-rata memiliki temperamen mudah tersinggung, sabar atau periang; b) Bagaimana

pendapat-pendapat mereka; c) Adakah keinginan mereka yang perlu dipenuhi; d) Adakah selama ini mereka menyimpan rasa kecewa frustrasi dan dendam.

Aspek lainnya yakni terkait perilaku khalayak. Dari aspek karakteristik perilaku khalayak perlu diketahui hal-hal sebagai berikut: a) Hobi, apakah mereka umumnya suka olahraga, menyanyi atau pelesiran; b) Nilai dan norma, hal-hal apa yang menjadi tabu bagi mereka; c) Perilaku komunikasi, apakah kebiasaan mereka suka berterus terang atau tidak.

Dari uraian di atas disimpulkan bahwa segmentasi khalayak adalah pembaca media online (*user*) yang dapat dilihat pada tingkat usia, jenis kelamin, lokasi akses internet, pendidikan, kepemilikan media, hobi, keinginan, pendapat dan sikap. Penelitian ini menggunakan *grand theory Uses and Gratifications*. Baran dan Davis mengatakan pada era masyarakat massa, pengaruh langsung media diasumsikan, media hanya dipandang sebagai kelompok yang tidak berdaya. Meski demikian asumsi tersebut tidak bertahan lama karena tidak memperhitungkan sejumlah faktor lain yang memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan efek media massa. Efek yang sebelumnya hanya dianggap satu arah saja, padahal hal efek media dalam mempengaruhi khalayak atau pengguna media memiliki keterkaitan dengan banyak faktor antara lain pengetahuan dasar khalayak dan kebutuhan mereka. Barelson kemudian mengingatkan bahwa penikmat media yang berbeda akan berpengaruh pada penggunaan media dan predisposisinya. Efek yang terjadipun akan muncul dengan berbagai level yakni level pengetahuan, sikap dan perilaku.

Uses and Gratifications juga dikenal sebagai teori yang memiliki efek terbatas pada faktor dasar seperti motivasi khalayak dalam mengkonsumsi pesan media massa. Teori ini juga sudah dikenal Herta Herzog pada 1944 untuk meneliti tentang efektifitas media konvensional khususnya radio. Teori ini terus dikembangkan hingga kearah kajian televisi. Seiring perkembangan zaman teori *Uses and Gratifications* kini dikembangkan untuk kajian web atau laman sebuah media siber. Asumsi dasarnya adalah pengguna media siber dianggap sebagai orang yang terlibat aktif dalam penggunaan media tersebut (Baran & Davis, 2009).

Jika dulu fokusnya pada publik, yang terlihat lemah atau tidak berdaya di hadapan media, kini kita melihat sebaliknya. Saat ini, ekspektasi atau penelitian atas dasar penggunaan media pengguna berada di latar depan. Selain itu juga ditekankan pada pemenuhan harapan khalayak. Pada bagian ini pengguna media khususnya di media siber dianggap aktif, bahkan dianggap memiliki literasi media yang baik dan pemahaman akan harapan dan kepuasan.

Berikut ini asumsi dasar teori *Uses and Gratification* yang disebutkan (Fiske, 2016): 1) Khalayak aktif merupakan khalayak yang selektif dalam memilih informasi mana yang dibutuhkan ketika mengosumsi media. Khalayak akan melakukan pemilihan yang baik terhadap informasi yang akan dibaca. Disini pengguna media akan cenderung kritis terhadap sajian informasi media; 2) Khalayak dibebaskan ketika melakukan pemilihan media yang akan digunakan. Selain itu, khalayak juga dibebaskan dalam memilih program yang dianggap memuaskan akan keperluan mereka. Disini khalayak tidak mendapat tekanan terkait pemilihan media yang akan ia baca, sehingga akan berdampak. Pada produsen media yang tidak menyadari program mana saja yang menjadi pilihan khalayaknya. 3) Media dianggap bukan primadona dalam memuaskan kebutuhan khalayaknya. Tentunya ada hal lain selain khalayak lakukan seperti berlibur ke pantai atau tempat-tempat tertentu yang menjadi salah satu destinasi wisata.

Demikian juga khalayak menggunakan waktunya untuk berolahraga. 4) Khalayak dibuat menyadari ketertarikan dan motif mereka terhadap kasus tertentu. Asumsi ini dianggap paling lemah karena motif yang diartikulasikan kurang penting. Selain itu, keterhubungan publik dengan sajian program media hanya terjadi karena kebutuhan yang wajar. 5) Nilai signifikansi sosial terhadap media massa harus diperluas.

Metode

Penelitian ini dilaksanakan di Ibu Kota Provinsi Sulawesi Tenggara, yakni Kota Kendari. Pertimbangannya dipilih daerah ini adalah penggunaan *interconnected network* (internet) oleh khalayak yang memadai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011).

Populasi penelitian ini adalah seluruh pembaca (*user*) saat mengakses MEDIAKENDARI.com sebesar 1103 orang dan pengguna SULTRAKINI.com sebanyak 2519 orang, dan pengguna Lenterasultra.com sebanyak 377 orang (*Audience Demographics*, 2023). Dengan demikian jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 3999 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Kendari. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sering membaca atau mengakses informasi melalui MEDIAKENDARI.com, SULTRAKINI.com dan lenterasultra.com.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yakni sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Untuk menentukan ukuran sampel yang diambil, maka peneliti menggunakan rumus Slovin (Silalahi, 2015).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi

e = *error margin* (nilai presisi dalam penelitian ini ditentukan sebesar 10 persen (Silalahi, 2015).

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{3.999}{1 + (3.999 \times 0,01)^2} \\ n &= \frac{3.999}{1 + (3.999 \times 0,01)} \\ n &= \frac{3.999}{1 + 39,99} \\ n &= \frac{3.999}{40,99} \end{aligned}$$

n = 97,56 (98 dibulatkan)

Dalam penelitian ini, jumlah sample digenapkan menjadi adalah sebanyak 100 orang. Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yakni data yang bersifat kongkrit karena dikuantitatifkan berupa angka-angka. Data kuantitatif tersebut terbagi atas dua yakni: *pertama* data nominal, ialah data yang berhubungan dengan klasifikasi dan identifikasi pada data sosiodemografis yang meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan responden yang akan disajikan dalam bentuk diagram dan grafik, sehingga dapat menggambarkan profil responden secara jelas. *Kedua*, data ordinal, yakni data yang berhubungan dengan pendapat, minat, dan sikap. *Ketiga*, data rasio, yaitu dating yang berhubungan dengan usia dan kebiasaan (frekuensi lama waktu membaca).

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas: pertama, data primer, yakni data yang diperoleh dari hasil kuesioner atau angket. Kedua data sekunder, yakni data yang diperoleh dari pihak lain yang relevan dengan objek penelitian, seperti: data statistik website atau portal melalui *alexa rank, webstat, page hits, dan geogle analityc* serta *similar web* yang telah terintegrasi di website.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Kuesioner, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan tipe skala pengukuran yaitu *linkert* atau disebut *summated-rating scale* yang digunakan untuk mengukur tingkat intensitas sikap, perilaku, dan perasaan responden (Silalahi, 2015). Kuesioner penelitian meliputi sejumlah aspek yakni aspek sosiodemografis, aspek psikologis, aspek perilaku khalayak, dan tingkat kepuasan khalayak, (2) Studi Pustaka, teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk memperjelas apa yang terjadi di lapangan dan disesuaikan dengan kepustakaan. Peneliti melakukan studi pustaka terhadap buku-buku, literatur, peraturan perundang-undangan, dan dokumen-dokumen yang relevan dengan masalah penelitian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yaitu berupaya menggambarkan peristiwa, perilaku suatu hal tertentu lainnya yang disajikan dalam bentuk tabel, diagram dan lain-lain. Selanjutnya statistik uji yang digunakan yakni *univariate analisis* karena analisis yang diuji hanya mencakup satu variabel (Silalahi, 2015).

Adapun pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan tahap sebagai berikut: 1) *Editing* yaitu memeriksa kembali jawaban responden apakah setiap pertanyaan sudah dijawabnya dengan benar. Data yang salah akan disisihkan atau tidak akan digunakan; 2) *Coding* yaitu memberi tanda atau kode agar mudah memeriksa jawaban; 3) *Tabulating* yaitu menggolongkan kategori data dalam tabel-tabel, baik tabel frekuensi maupun tabel skor atau nilai, sesuai dengan kebutuhan. Tahap ini dapat dibantu dengan penggunaan *software SPSS 25*; 4) Interpretasi data yaitu menafsirkan dan menerangkan hasil yang diperoleh dari data-data yang telah terkumpul.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji segmentasi khalayak media online ditinjau dari tiga aspek yakni aspek sosiodemografis, psikologis dan aspek perilaku khalayak.

Aspek Sosiodemografis

Aspek sosiodemografi memuat sejumlah aspek yakni jenis kelamin (*sex*), umur (*age*), tingkat pendidikan (*education level*), pendapatan (*income*), pekerjaan

(*occupation*), dan pemilikan media (*media ownership*). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, jenis kelamin pembaca media online di Sulawesi Tenggara didominasi oleh laki-laki apabila dibandingkan dengan perempuan. Masing-masing persentasenya 60,2 persen daripada pembaca media online dari kalangan perempuan yang hanya 39 orang atau 39,8 persen. Hal ini sejalan dengan analisis audiens dengan menggunakan aplikasi *similarweb*. Aplikasi ini merupakan milik Similar Group merupakan sebuah perusahaan yang meluncurkan situs *tool* untuk mengukur peringkat popularitas suatu situs *website*, sebagai media pengukur tingkat popularitas dari suatu situs di internet.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan gender pengguna media siber hanya tercatat dua media saja yang menampilkan data yakni pada Sultrakini.com dengan persentase 58,78 persen laki-laki dan perempuan sebanyak 41,22 persen. Sedangkan pengguna MEDIKENDARI.com berdasarkan variabel analisis distribusi gender (*gender distribution*) yang telah dilakukan ialah 64,85 persen pembaca laki-laki dan sebanyak 35,15 persen pembaca perempuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umur pembaca media online di Sulawesi Tenggara didominasi kaum milenial dengan rentang umur antara 20 sampai dengan 24 tahun sebanyak 56 orang atau 57,1 persen. Sedangkan pada umur 15—19 tahun hanya memperoleh sebanyak 27 orang atau 27,6 persen. Sementara itu berdasarkan survei yang telah dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menemukan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia pada 2018 berdasarkan rentan umur 15—19 tahun menempati urutan tertinggi dengan persentase mencapai 91 persen dari total sampel yang disurvei sebanyak 5900 orang seluruh Indonesia.

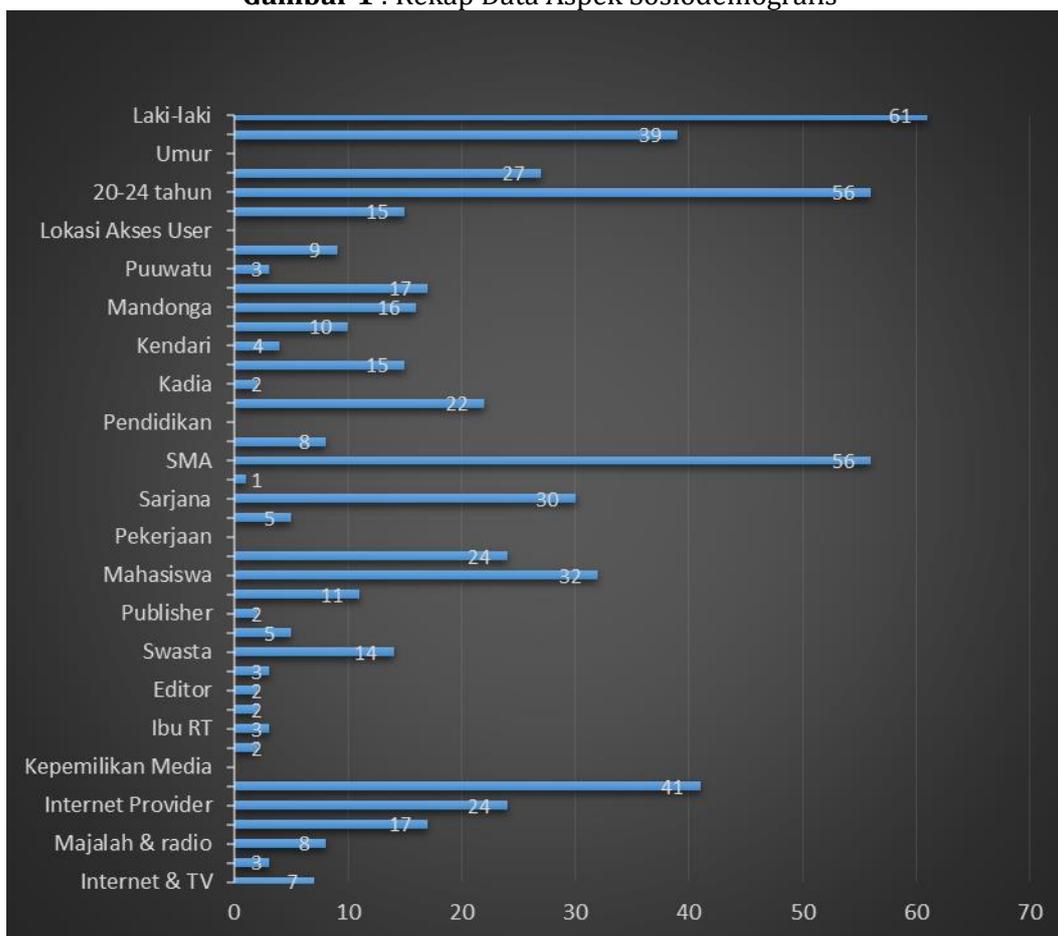
Lokasi *user* saat mengakses media online di Sulawesi Tenggara tersebar di beberapa wilayah kecamatan di Kota Kendari. Berdasarkan lokasi pengguna internet dalam mengakses media siber paling tinggi tersebar di satu wilayah yakni Kecamatan Baruga sebanyak 22 orang atau sebesar persentase 22,4 persen. Disusul Kecamatan Poasia dengan persentase sebanyak 17 orang atau sebesar 17,3 persen. Sedangkan pada urutan ketiga terletak di Kecamatan Mandonga sebanyak 16 orang atau 16,3 persen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tingkat Pendidikan khalayak paling tinggi yakni Sekolah Menengah Atas (SMA) dan paling rendah ialah diploma. Untuk persentase pendidikan responden yang paling banyak yakni tingkat SMA yakni sebanyak 54 orang atau sebanyak 55,1 persen dari total responden dalam penelitian ini. Sedangkan pada tingkat sarjana berada pada urutan kedua sebanyak 30 orang atau sebanyak 30,6 persen. Sementara untuk tingkat Pendidikan magister hanya sebanyak 5 orang atau 5,1 persen. Pembaca media online pada tingkat pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) hanya menyumbang 8 orang atau sebanyak 8,2 persen dari jumlah responden dalam penelitian. Sedangkan pendidikan Sekolah Menengah Atas masih mendominasi dari semua jenjang pendidikan yang ada.

Untuk pekerjaan responden khalayak dalam penelitian ini didominasi yang masih berstatus sebagai mahasiswa dan pelajar dengan persentase masing-masing 30,6 persen atau sebanyak 30 orang dan 24,5 persen atau sebanyak 24 orang dari jumlah responden dalam penelitian ini. Selain itu, khalayak juga memiliki pekerjaan sebagai pengusaha, wiraswasta, pegawai negeri sipil, ibu rumah tangga dan pekerja media. Pembaca yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil menempati posisi ketiga dengan persentase 11,2 persen atau sebanyak 11 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan pemilikan media khalayak media siber di Kota Kendari beragam yakni internet, surat kabar, televisi, majalah, dan radio. Media massa yang paling banyak diakses khalayak saat ini adalah media siber dengan menggunakan telepon pintar (*smartphone*) dengan persentase mencapai 39,8 persen atau sebanyak 38 orang dari total responden dalam penelitian ini. Sementara untuk akses media siber dengan menggunakan fasilitas internet provider mencapai 22,4 persen atau sebanyak 22 orang. Sebagian dari khalayak memiliki lebih dari satu media seperti memiliki internet dan *smartphone* dengan persentase sebesar 16,3 persen. Untuk lebih rinci dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Gambar 1 : Rekap Data Aspek Sosiodemografis



Sumber : data primer, peneliti (2023)

Aspek Psikologis

Aspek psikologis erat kaitannya dengan minat baca dan minat terhadap informasi. Selain itu, budaya juga berperan dalam pembentukan selera pembaca terhadap informasi yang disajikan media. Masyarakat yang tidak melek teknologi cenderung kurang menyukai hal-hal baru, melainkan lebih menyukai sesuatu yang berkaitan dengan masa lampau. Sedangkan masyarakat modern cenderung mudah beradaptasi terhadap perubahan dan menyukai hal-hal yang bersifat kekinian. Sementara masyarakat kosmopolitan yaitu masyarakat yang cenderung lebih suka pada kekinian dan masa depan dalam cakupan dunia. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang

pendapat khalayak media online, minat mereka dan sikap khalayak terhadap sebuah informasi.

Berdasarkan hasil penelitian, sejumlah khalayak mayoritas saat ingin mengakses internet untuk mencari informasi dengan persentase mencapai 64,3 persen. Sedangkan yang tidak ingin mencari informasi hanya sebesar 7,1 persen.

Tabel 1 : Rekap data Aspek Psikologis

Keinginan Khalayak	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Mencari informasi	64,3	21	6,1	2	7,1
Untuk Hiburan & Kesenangan	15	39	25	18	3
Penyajian Berita Sesuai Standar Jurnalistik	8	6	24	38	22
Berita yang Dipublikasikan sesuai dengan Menu Publikasi	23	43	20	7	5
Rata-rata	27.5	27.25	18.75	16.25	9.25
Minat Khalayak					
Uraian Topik Publikasi yang Terlalu Panjang	10	20	42	19	7
Publikasi Media Online Dapat Menambah Referensi Pengetahuan	41	39	6	7	7
Kolom Iklan Tidak Tertata Mengganggu User dalam Membaca	13	26	15	19	25
Rata-rata	21.33	28.33	21.00	15.00	13.00
Sikap Khalayak					
Memberi Komentar dan Suka (<i>Like</i>)	20	43	25	8	4
Membagikan topik publikasi berita setelah membacanya	23	29	42	6	0
Rata-rata	21.5	36	33.5	7	2

Sumber: data primer, peneliti (2023)

Dari di atas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan setuju mengakses internet untuk kebutuhan mencari informasi sebesar 21 persen. Sedangkan responden yang kurang setuju hanya sebesar 6,1 persen. Selain itu, mencari berbagai informasi dalam berselancar (*browser*) dengan menggunakan akses internet, khalayak juga memanfaatkan jaringan internet untuk hiburan dan kesenangan. Berdasarkan penelitian APJII persentase yang memanfaatkan internet untuk hiburan (*entertainment*) mencapai 58,01 persen. Persentase tersebut jika dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan, lebih rendah yakni hanya sebesar 38,8 persen yang setuju dalam pemanfaatan internet khususnya dalam membuka portal berita untuk hiburan. Sedangkan tidak setuju menggunakan internet untuk hiburan atau kesenangan hanya mencapai 18,4 persen.

Perkembangan media massa di Sulawesi Tenggara khususnya di Kota Kendari hingga kini terus mengalami peningkatan termasuk penetrasi media siber (*cyber media*) dalam memenuhi akan kebutuhan informasi dan konten lainnya kepada khalayak (*user*)? Apakah perkembangan ini sejalan dengan produk jurnalistik sesuai dengan kaidah yang telah ditetapkan baik dalam undang-undang nomor 40 1999

tentang pers dan kode etik jurnalistik atau belum? Hasil penelitian, khalayak menyebutkan portal berita media siber di Kota Kendari yang telah tercatat terverifikasi oleh dewan pers, menganggap hasil rekonstruksi berita atau produk jurnalistik lainnya yang disajikan kepada masyarakat sesuai standar jurnalistik dengan persentase mencapai 38,8 persen mereka setuju. Sebanyak 8,2 persen menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa media *online* di Sulawesi Tenggara dalam menyajikan produk jurnalistik khususnya berita telah sesuai dengan standar jurnalistik yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers.

Selain produk jurnalistik yang dihasilkan sebuah portal media siber, dalam penelitian ini juga akan dikaji tentang berita yang dipublikasikan apakah sudah sesuai dengan topik pada menu publikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak yang menyatakan setuju terkait berita yang dipublikasikan sesuai dengan menu (rubrik) publikasi pada portal media siber mencapai 43,9 persen. Sedangkan yang menganggap sangat tidak setuju terhadap menu publikasi berita yang dirilis yakni hanya sebesar 7,1 persen. Dengan demikian responden yang menyatakan setuju menganggap bahwa berita yang dipublikasi oleh media *online* di Sulawesi Tenggara sesuai dengan topik menu publikasi yang tertera pada masing-masing laman media siber yang menjadi objek penelitian.

Selain topik publikasi yang disajikan sesuai menu pada media siber, segmentasi khalayak media online yang juga penting untuk diketahui yakni minat khalayak. Salah satunya uraian topik publikasi dalam berita yang terlalu panjang. Sejumlah khalayak menilai setuju mencapai 20,4 persen dari jumlah responden penelitian ini. Setelah khalayak atau *user* media online membaca berita apakah berita tersebut dapat menambah referensi pengetahuan pada berbagai bidang seperti politik, hukum, sosial dan budaya berikut disajikan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, khalayak yang sangat setuju bahwa berita media siber dapat menambah referensi pengetahuan pada berbagai bidang seperti politik, hukum, sosial dan budaya mencapai 40,8. Sedangkan *user* yang menyatakan setuju atas berita media siber dapat menambah bahan referensi mereka dari berbagai hal seperti politik, hukum, sosial dan budaya adalah sebesar 38,8 persen.

Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa tak tertata dengan rapi kolom iklan yang berakibat pada terganggunya *user* dalam membaca artikel dengan persentase yang sangat setuju mencapai 25,5 persen. Sementara yang menyatakan setuju hanya mencapai 19,4 persen. Meski demikian sebagian *user* juga merasa tidak terganggu dengan iklan yang tidak tertata dengan rapi dengan persentase yang tidak setuju sebesar 26,6 persen.

Media massa saat ini khususnya media siber yang menggunakan akses jaringan internet dalam menyebarkan berita atau kontennya kini dilengkapi dengan sistem website yang dapat mengelola konten baik pada halaman (*page*) maupun kategori (*category*). Dalam CMS Wordpress misalnya, sebuah portal media siber dilengkapi dengan berbagai *plugin* untuk dapat memperindah portal media khususnya pada tampilan depan (*home page*). Salah satu *plugin* tersebut yakni menambahkan tombol *like* baik sebelum konten berita maupun sesudah konten berita untuk *user* bisa digunakan untuk menyukai atau tidak terhadap sebuah berita.

Berdasarkan hasil penelitian, khalayak yang setuju memberi komentar dan suka (*like*) pada topik publikasi setelah membaca berita tersebut mencapai 41,8 persen dan sangat setuju sebesar 20,4 persen. Sebagian dari mereka memilih kurang setuju tidak

melakukan klik pada tombol suka (*like*) yang disediakan oleh portal media siber dengan persentase mencapai 25,5 persen. Selain memberi komentar dan suka (*like*) pada akhir berita mereka juga memberikan kemudahan untuk berbagi melalui *plugin* media sosial seperti facebook, twitter, whatapps, telegram dan lain-lain dalam membagikan berita atau artikel. Hasil penelitian khalayak yang setuju dan sangat setuju membagikan topik publikasi berita setelah membacanya masing-masing dengan persentase sebesar 28,6 persen dan 22,4 persen.

Aspek Perilaku Khalayak

Pembentukan karakter seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja. Ketiga faktor tersebut yaitu faktor sosiodemografis, psikologis dan geografis berperan serempak dalam pembentukan karakter perilaku seorang individu. Perkembangan konsumen di media online cukup unik bila dibandingkan dengan media lainnya seperti media cetak dan media penyiaran. Audiens memiliki ekspektasi yang lebih terhadap berita online, ditambah dengan berkembangnya interaktivitas pada media *online*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, *user* sangat sering membaca artikel publikasi lebih dari 30 menit setiap hari masing-masing 25,5 persen dan sebesar 21,4 persen menyatakan sering. Sebagian dari mereka menyatakan jarang dengan persentase yang tinggi yakni 39,8 persen. Untuk khalayak yang membaca artikel berita kurang dari 30 menit sebanyak 34,7 persen mereka sering dalam survei yang telah dilakukan. Sedangkan khalayak yang menyatakan kadang-kadang dengan persentase yang sama yakni 34,7 persen. Untuk *user* yang menyatakan jarang dan tidak pernah masing-masing sebesar 15,3 dan 7,1 persen.

Gambar 2 : Waktu Membaca Artikel Publikasi



Sumber: data primer, peneliti (2023)

Saat ini tak dimungkiri, internet sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Kehadiran 4G dan penetrasi *smartphone* yang kian cepat secara tak langsung ikut mempengaruhi aktivitas internet di Indonesia. Lantas, berapa lama waktu yang dihabiskan oleh seseorang (*user*) untuk mengakses internet setiap hari? Berdasarkan hasil penelitian durasi penggunaan internet tertinggi di Sulawesi Tenggara khususnya di Kota Kendari yakni 2 – 4 jam perhari dengan persentase mencapai 52 persen atau sebanyak 51 orang dari jumlah responden dalam penelitian ini. Seperti halnya survei yang telah dilaksanakan APJII durasi penggunaan internet di Kota Kendari juga bervariasi. Untuk durasi penggunaan lebih dari 6 jam per hari menempati posisi kedua yakni sebesar 30,6 persen dari total responden. Sedangkan penggunaan internet kurang dari dua jam hanya sebesar 17,3 persen atau 17 orang.

Gambar 3 : Durasi Penggunaan Internet



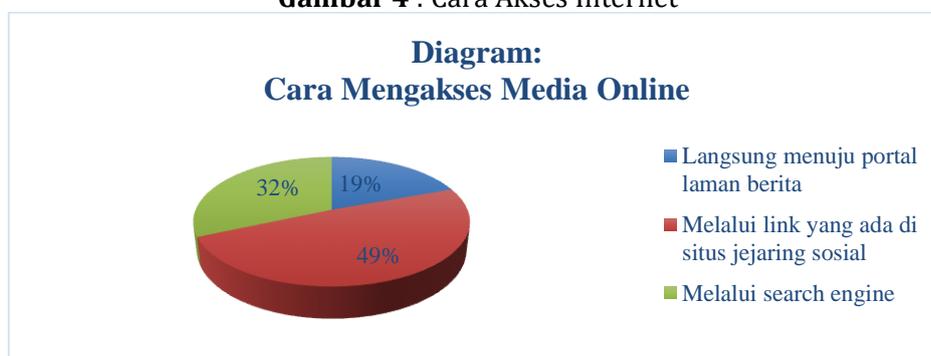
Sumber: data primer, peneliti (2023)

Untuk urusan jaringan internet, ponsel ternyata masih menjadi favorit. Dari 98 responden, 69,4 persen diantaranya menyebutkan koneksi seluler sebagai pilihan koneksi. Sementara 30,6 persen memakai koneksi *Wireless Fidelity* (Wi-Fi). Kendati demikian, koneksi internet yang sering digunakan responden adalah jaringan seluler. Selanjutnya, berapa kali pengguna (*user*) dalam mengakses berita online setiap hari? Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, mereka mengakses berita di media online bervariasi dan kurang dari lima kali setiap hari merupakan yang terbanyak dengan persentase sebanyak 56,1 persen atau sebanyak 55 orang dari jumlah responden. Selain itu, pengguna yang menyatakan membuka berita di internet 5 – 10 kali tiap hari hanya sebesar 26,5 persen atau sebanyak 26 orang. Sedangkan pengguna yang mengakses lebih dari 10 kali setiap hari adalah sebanyak 17,3 persen atau sebanyak 17 orang.

Lalu, bagaimana para pengguna (*user*) dalam mengakses laman berita melalui internet? Berdasarkan hasil penelitian pengguna dalam mengakses berita melalui jaringan internet dengan bantuan alat pencarian (*search engine*) memiliki persentase yang tinggi dibandingkan dengan pilihan lainnya yakni sebesar 31,6 persen atau sebanyak 31 orang dari jumlah responden. Sementara pengguna yang mengakses media online melalui alamat URL (*Uniform Resource Locator*) yang telah dibagikan menggunakan jejaring sosial baik *fans page* maupun linimasa jejaring media sosial twitter dan lainnya memiliki persentase tertinggi yakni sebesar 49 persen atau sebanyak 48 orang dari 98 responden.

Untuk pengguna yang membaca media online dengan pilihan langsung menuju portal laman berita penyedia mencapai persentase yang lebih rendah yakni sebesar 19,4 persen atau sebanyak 19 orang.

Gambar 4 : Cara Akses Internet



Sumber: data primer, peneliti (2023)

Diagram di atas terlihat bahwa banyak dari responden dalam mengakses media siber menggunakan tautan (*link*) yang tertaut melalui jejaring media sosial dengan persentase sebanyak 49 persen. Sementara khalayak yang mengakses media online dengan menggunakan perambah bantuan mesin pencari seperti Google dan semacamnya memiliki persentase sebesar 31,6 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna media online di Sulawesi Tenggara banyak mengakses informasi yang ada pada laman media siber menggunakan tautan dari media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, ada beragam topik favorit khalayak yang sering menjadi bacaan responden antara lain topik kesehatan dan olahraga, peristiwa dan kriminal, politik dan hukum, berita pendidikan, serta artikel hiburan, wirausaha dan resep makanan. Topik favorit khalayak dalam membaca media siber di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara khususnya pada rubrikasi kesehatan yang menyatakan setuju dan sangat setuju masing-masing sebesar 35,7 persen dan 31,6 persen. Sementara yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju yakni hanya masing-masing sebesar 10,2 dan 4,1 persen.

Disamping itu, topik lainnya yang juga disajikan media siber di Sulawesi Tenggara yakni tentang topik peristiwa dan kriminal. Topik ini menjadi favorit khalayak dengan persentase mencapai 21,4 persen. Jumlah ini lebih rendah jika dibandingkan dengan topik yang menyajikan tentang informasi politik dan hukum. Dalam topik tersebut kesukaan pengguna (*user*) dalam mengakses media siber mencapai 40,8 persen. Sementara untuk publikasi seperti artikel hiburan dan wirausaha paling disukai khalayak dalam membaca media siber yang menyatakan sangat setuju dan setuju masing-masing sebesar 22,4 persen dan 46,9 persen.

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa pengguna media online atau siber didominasi laki-laki daripada perempuan. *User* mayoritas berusia antara 20 sampai 24 tahun dengan persentase mencapai 57,1 persen. Dalam mengosumsi media, sejumlah khalayak juga memiliki sejumlah media antara lain baik media konvensional seperti surat kabar dan televisi maupun media massa baru berupa internet. Rata-rata dari pengguna media siber di Sulawesi Tenggara didominasi kaum milenial dengan rentang umur antara 20 sampai dengan 24 tahun.

Bagaimana kaitkan dengan teori *Uses and Gratifications*? Secara umum, pendekatan *uses and gratifications* merupakan sebuah pendekatan untuk memahami mengapa khalayak secara aktif mencari media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Pendekatan ini merupakan salah satu pendekatan untuk memahami komunikasi massa yang berpusat pada khalayak dengan salah satu asumsi bahwa khalayak dianggap aktif, artinya mereka tidak lagi pasif atau menerima apa adanya yang disajikan media, tetapi khalayak dapat memilah isi atau konten media mana yang menjadi kebutuhan mereka. Pengguna (*user*) media bahkan menghabiskan berjam-jam untuk memenuhi akan kebutuhan mereka. Dalam penelitian ini, khalayak menggunakan media siber di Sulawesi Tenggara paling banyak 2 sampai dengan 4 jam dalam sehari dengan frekuensi lama membaca yang bervariasi.

Pengguna media siber di Sulawesi Tenggara dalam mengakses internet untuk mencari informasi dengan tujuan menambah referensi pengetahuan mereka dari berbagai bidang diantaranya tentang politik, hukum, sosial dan budaya. Ini berarti bahwa mereka secara selektif memilih konten berdasarkan keinginan mereka dari publikasi konten media siber. Khalayak bebas untuk memilih konten yang dianggap paling mampu memuaskan kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan kategori yang

dikembangkan oleh McQuail, dkk (Baran, 2007; Katz et al., 1974) yang kemudian dielaborasi dengan Katz Gurevitch dan Haas yang membagi tipologi kebutuhan pengguna media salah satunya kebutuhan kognitif. Sehingga bisa dikatakan bahwa tipologi pengguna media siber di Sulawesi Tenggara berdasarkan kebutuhan kognitif. Bagaimana tipologi lainnya untuk pengguna media di Sulawesi Tenggara? Mcquail, Blumer dan Brown (Severin & Jr, 2005a) menyebutkan bahwa ada sejumlah konsep yang dikembangkan terkait tipologi ini yakni pengawasan, identitas pribadi, hubungan personal dengan interaksi sosial, dan pengalihan (*diversion*). Khalayak dalam mengosumsi media siber atau media online di Sulawesi Tenggara khususnya dalam membaca konten yang disajikan media banyak ingin mencari informasi local tentang peristiwa di lingkungan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengawasan (*surveillance*) akan informasi yang didapatkan menjadi referensi khalayak. Ini mendapatkan persentase yang peling tinggi jika dibandingkan dengan cara mereka mengosumsi media akan berita nasional dan internasional.

Selain itu, dalam berselancar (*browser*) dengan menggunakan akses internet, khalayak juga memanfaatkan jaringan internet dalam mengakses media siber untuk hiburan dan kesenangan. Di Sulawesi Tenggara pemanfaatan hal tersebut mendapat urutan teratas dengan persentasi paling tinggi dibandingkan dengan yang lainnya. Adalah sesuai bahwa asumsi teori *uses and gratifications* yang menyebutkan bahwa media bukan satu-satunya pemuas kebutuhan khalayak. Banyak dari khalayak menggunakan media siber di Sulawesi Tenggara hanya untuk hiburan dan kesenangan dari aktivitas lain khalayak. Padahal pihak media telah berupaya untuk menyajikan sejumlah konten untuk menarik minat mereka berdasarkan ketentuan sesuai kode etik jurnalisitk dan undang-undang pers nomor 40 tahun 1999. Konten tersebut diantaranya berkaitan dengan politik dan hukum, sosial budaya, peristiwa dan kriminal, pendidikan, kesehatan dan olahraga serta hiburan dan wirausaha.

Lalu bagaimana dengan iklan baik yang memiliki format iklan yang mencakup spanduk (*banner*), *sponsorship*, *pop-up*, iklan sela, *webcasting*, dan *link* yang ditampilkan oleh media online? Berdasarkan pembahasan dalam hasil penelitian menyebutkan bahwa khalayak merasa tidak terganggu dalam membaca berita. Namun *user* menyarankan untuk menata dengan baik tentang tata letak (*layout*) media online agar nyaman dalam membaca berita ketika berkunjung. Dari penjelasan di atas bila dikaitkan dengan teori behavioral dan kognitif termanifestasi pada layout media online untuk memberikan kenyamanan pengguna atau khalayak dalam membaca artikel pada laman media siber.

Khalayak juga setelah membaca berita pada media siber memberikan respon terhadap berita dengan tombol suka (*like*) dan komentar (*comment*). Selain memberi komentar dan suka (*like*), khalayak juga membagikan (*share*) berita atau artikel yang telah dipublikasikan melalui plugin media sosial seperti facebook, twitter, whatapps, telegram dan lain-lain. Jika dihubungkan dengan teori *Uses and Gratifications* dalam asumsi teori disebutkan bahwa khalayak dianggap sebagai pihak yang aktif terlibat dalam penggunaan media online. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peran pengguna media siber yang membagikan artikel yang ada pada laman media online ke jejaring sosial media yang tentunya mereka telah memiliki akun pada sosial media tersebut seperti *facebook*, *twitter* dan *whatapps*.

Selain itu, juga khalayak media online di Sulawesi Tenggara juga terlibat aktif dalam memberikan komentar dan memberikan tanggapan terhadap artikel yang

mereka baca dengan menekan tombol *like*. Mereka tidak lagi dianggap pihak yang lemah dalam penggunaan media. Hal ini juga sejalan dengan *reception theory* yang mempengaruhi pembaca sehingga khalayak begitu aktif dalam mengosumsi media siber yang ditunjukkan dengan penyampaian komentar dalam artikel berita yang telah khalayak baca. Dengan demikian pengguna (*user*) saat ini tidak lagi menyerap informasi dari media siber secara pasif tetapi *user* telah berubah menjadi aktif. Dalam penelitian sejumlah khalayak tidak hanya berkomentar pada artikel tertentu, melainkan mereka juga turut membagikan artikel yang telah dibaca.

Dari aspek perilaku khalayak di Kota Kendari khususnya kebiasaan *user* dalam mengakses media siber lebih dari 30 menit lebih rendah dari pada pengguna yang memiliki kebiasaan mengakses media online kurang dari 30 menit setiap hari dengan durasi penggunaan internet tertinggi 2-4 jam per hari. Mayoritas dari pengguna internet khususnya yang membaca media siber masih menggunakan telepon pintar (*smartphone*) dengan rata-rata akses paling tinggi kurang dari lima kali sehari. Dari sisi kebiasaan khayalak dalam mengakses media siber di Kota Kendari, *user* lebih terbantu dengan adanya alat pencarian (*search engine*). Hal ini menunjukkan persentase tertinggi jika dibandingkan dengan pengakses yang langsung pada laman portal media sibernya

Kesimpulan

Penelitian menemukan bahwa pengguna media online atau siber didominasi laki-laki. Khalayak berusia produktif antara 20 sampai 24 tahun. Mayoritas pengguna saat mengakses internet untuk mencari informasi dengan tujuan menambah referensi pengetahuan pada berbagai bidang seperti politik, hukum, sosial dan budaya. Khalayak juga setelah membaca berita pada media siber memberikan respon terhadap berita dengan tombol suka (*like*) dan komentar (*comment*). Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, penulis melihat bahwa segmentasi media online di Sulawesi Tenggara perlu dikaji lebih lanjut utamanya terkait kompetensi media online seperti SULTRAKINI.com, MEDIAKENDARI.com dan Lenterasultra.com dalam memberikan pemenuhan kebutuhan informasi kepada khalayak.

Referensi

- Arifin. (2012). *Superioritas Media Online*. Universitas Indonesia.
- Audience Demographics*. (2023). Similar Web.
- Baran, S. J. (2007). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture* (5th edition). McGraw-Hill.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (5th edition). Wadsworth Cengage Learning.
- Berger, C. R., Rollof, M. E., & Ewoldsen, D. R. R. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Nusa Media.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. *Data Perusahaan Pers*. (2023, April). Dewan Pers. <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>
- Fiske, J. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Imran, H. A. (2012). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media Da Fenomena Diskursif (Sebuah Tinjauan dengan Kasus pada Surat kabar Rakyat Merdeka). *Studi Komunikasi Dan Media*, 16.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratification Research. *The Public Opinion Quarterly*. *Uses and Gratification Research. The Public Opinion Quarterly*, 21.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.

- Litlejohn, Stephen W. (1999). *Theories of Human Communication, Sixth Edition*. Wadsworth Publishing Company.
- Novianto, I. (2012). Perilaku pengguna internet di kalangan mahasiswa (Studi deskriptif tentang perilaku penggunaan internet dikalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri (FISIP UNAIR) dengan perguruan tinggi swasta (FISIP UPN) untuk memenuhi kebutuhan informasinya). *Jurnal Unair*.
- Profil Internet di Indonesia*. (2019).
- Severin, W., & Jr, J. W. T. (2005a). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in The Mass Media* (S. Ariyanto, Ed.). Prenada Media.
- Severin, W., & Jr, J. W. T. (2005b). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in The Mass Media* (Sugeng Ariyanto, Ed.). Prenada Media.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D* (Cetakan 14). Alfabeta.
- Utamingtyas. (2015). *Penggunaan Media Online dan Tingkat Kepuasan Pembaca*.