

## Pengaruh Kemajuan Media Online Terhadap Eksistensi Media Cetak Koran Radar Bogor

### *The Effect Of Online Media Progress On The Existence Of Print Media Of The Radar Bogor Newspaper*

Muhammad Hasyim Huwaidi<sup>1</sup>, Reni Nuraeni<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, hasyimhuwaidi@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, reninuraeni@telkomuniversity.ac.id

#### Abstrak

Pesatnya perkembangan media online sangat mempengaruhi dunia jurnanisme yang mana akan berakibat pada kualitas informasi yang dapat disebar serta dikonsumsi khalayak luas dan hal tersebut juga dapat mengancam eksistensi dari media cetak. Dalam hal ini jika media cetak ingin mempertahankan eksistensinya perlu adanya gebrakan inovasi yang dapat meningkatkan minat baca khalayak terhadap media cetak ketimbang dengan media online. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak pada Koran Radar Bogor dan seberapa besar pengaruh kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak pada Koran Radar Bogor. Metode penelitian yang dipakai dalam studi ini ialah survei kuantitatif. Paradigma penelitian yang digunakan peneliti adalah paradigma positivis. Peneliti melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Forms. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa terdapat korelasi antara variabel Kemajuan Media Online (X) dengan Eksistensi Media Cetak (Y) yang bertanda positif, menunjukkan korelasi yang terjadi adalah korelasi positif (bukan negatif) dan ada derajat sedang. Perubahan (atau variasi) data yang terjadi pada variabel Eksistensi Media Cetak (Y) adalah 26,1% darinya dijelaskan/diterangkan oleh perubahan (variasi) data yang terjadi pada variabel bebas.

Kata kunci-media cetak, koran Radar Bogor, eksistensi media online, kemajuan media online

#### Abstract

*The rapid development of online media greatly affects the world of journalism, which will result in the quality of information that can be disseminated and consumed by a wide audience and can also threaten the existence of print media. In this case, if the print media wants to maintain its existence, there needs to be an innovation breakthrough that can increase the public's interest in the print media rather than in online media. The purpose of this study is to determine whether there is an effect of online media progress on the existence of print media on the Bogor Radar Newspaper and how much influence online media progress has on the existence of print media on the Bogor Radar Newspaper. The research method used in this study is quantitative survey. The research paradigm used by researchers is the positivist paradigm. The researcher conducted a survey by distributing questionnaires through Google Forms. Based on the test results, it was found that there was a correlation between the Online Media Progress (X) variable and the Print Media Existence (Y) with a positive sign, indicating that the correlation occurred was a positive (not negative) correlation and a moderate degree. Data changes (or variations) occurring in the Print Media Existence (Y) variable are 26.1% of which are explained/explained by data changes occurring in the free variable.*

*Keywords-print media, Bogor Radar newspaper, online media existence, online media progress*

#### I. PENDAHULUAN

Peran media sebagai pengantar atau akses pertukaran informasi menjadi kebutuhan primer bagi tiap individu karena informasi adalah suatu hal yang dibutuhkan dan sangat penting esensinya dalam kehidupan manusia. Hal tersebut tidak luput dari peran media massa sebagai sebuah sarana untuk setiap orang dapat mengakses berbagai macam informasi yang tidak selalu bisa didapat hanya melalui percakapan sehari-hari. Media massa menurut Cangara (2015: 18) adalah sebuah sarana, atau alat, atau medium yang dimanfaatkan sebagai penyebaran pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan berbagai alat komunikasi.

Salah satu sarana media massa tertua adalah media cetak. Kehadiran media cetak sangat berperan besar pada penyebaran informasi yakni salah satu sarana komunikasi massa terbesar sepanjang sejarah manusia. Vivian (2008: 450) menjelaskan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses penyampaian pesan berupa informasi, hiburan

maupun bujukan melalui sebuah medium yang dapat menjangkau audiens secara luas. Dalam hal ini, peran media cetak sangat berpengaruh terhadap perkembangan penerapan komunikasi massa.

Media cetak sendiri merupakan sebuah sarana penyampaian informasi melalui proses mencetak di kertas atau bahan sejenisnya yang dilakukan lewat publikasi cetak. Informasi yang disediakan mengutamakan pesan visual yang merupakan penyampaian pesan atau informasi yang hanya dapat diterima menggunakan indra penglihatan. Arsyad (2017: 78) memberikan penjelasan bahwa media cetak merupakan suatu cara yang digunakan untuk menyampaikan sebuah materi dalam berbagai bentuk seperti buku maupun materi visual yang statis melalui proses percetakan dan juga visualis. Johnny Gerard Plate selaku Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) menegaskan bahwa adanya transformasi media menjadi digital menyebabkan signifikansi penurunan terhadap konsumsi masyarakat pada media dimana penurunan terjadi sekitar 50% pada media cetak, sekitar 24% pada media televisi dan sekitar 19% pada radio selama kurang waktu satu dekade (Priasmoro, 2022). Dalam hal ini, konsumsi masyarakat terhadap media cetak mengalami penurunan yang paling signifikan dibandingkan dengan media elektronik akibat hadirnya media digital.

Media digital sendiri merupakan sebuah sarana informasi berbasis internet yang dapat diakses melalui berbagai medium seperti *smartphone*, computer, laptop, televisi dan berbagai perangkat lainnya yang dapat dihubungkan dengan internet. Menurut Santana (2005: 137) menjelaskan bahwa media digital merupakan sarana informasi berbasis teknologi telekomunikasi, multimedia, serta internet yang memiliki tingkat informasi yang *up to date*, *actual*, serta dapat diakses diseluruh dunia. Dalam hal tersebut peranan media online sangat berdampak dan berpengaruh pada kehidupan masyarakat luas.

Widjaja Martokusumo selaku sekretaris Institut Teknologi Bandung (ITB) menegaskan bahwa hadirnya era digitalisasi akibat kemajuan teknologi sungguh memberikan manfaat yang sangat besar bagi peradaban. Namun dampak sebaliknya sangat dirasakan oleh media cetak sebagai salah satu sarana informasi dan dunia jurnalisme. Ia mengatakan bahwa hadirnya digitalisasi yang melahirkan media sosial juga sangat mempengaruhi terhadap dunia jurnalisme dimana kebebasan yang terdapat didalamnya dapat dimanfaatkan setiap orang maupun kelompok yang mana itu dapat menjadi ancaman dalam dunia jurnalisme (Machmudi, 2022).

Jika dibandingkan dengan media lain, media cetak memiliki nilai yang terletak pada kegiatan jurnalistik sehingga menghasilkan berita yang berkualitas. Selain menyampaikan berita, surat kabar juga berfungsi sebagai pengawas untuk melindungi kepentingan publik dari praktik penyalahgunaan kekuasaan dilembaga kebijakan publik atau bentuk pemerintah lainnya. Widjaja Martokusumo juga menjelaskan dalam artikel yang sama bahwa eksistensi media cetak sebagai sarana informasi masih dibutuhkan dan sangat penting untuk menjaga demokrasi bangsa (Machmudi, 2022).

Eksistensi media cetak masih sangat dibutuhkan sebagai sarana sumber informasi terpercaya dan berkualitas untuk khalayak luas. Pesatnya perkembangan media online sangat mempengaruhi dunia jurnalisme yang mana akan berakibat pada kualitas informasi yang dapat disebar serta dikonsumsi khalayak luas dan hal tersebut juga dapat mengancam eksistensi dari media cetak. Di Kota Bogor terdapat Media Jawa Pos atau yang biasa dikenal dengan Grup Jawa Pos (GJP) yang menjadi salah satu dari 12 korporasi industri media. GJP merupakan salah satu grup media cetak terbesar dan tertua di Indonesia. Menurut Citra (2015) menyebutkan hingga 2022 ini GJP sudah sudah mempunyai akses distribusi besar di Indonesia melalui beberapa grup selama 17 tahun terakhir. Radar Bogor yang merupakan salah satu media cetak terkemuka dari Kota Bogor merupakan salah satu bagian dari grup GJP. Pada tahun 2020, Radar Bogor berhasil meraih penghargaan sebagai media cetak yang paling kontributif dari Institut Pertanian Bogor (Pin, 2020). Radar Bogor hingga saat ini masih aktif dalam menghasilkan informasi yang berkualitas dalam bentuk media cetak dan juga dapat mempertahankan eksistensinya di tengah pesatnya perkembangan media online.

Saat ini Radar Bogor juga sudah terjun ke media online. Radar Bogor sudah memiliki situs resmi atau *website* yang menyediakan berbagai macam berita yang *up-to-date*. Terdapat berbagai macam jenis berita yang disajikan pada situsnya, mulai dari berita lokal, nasional, dan internasional. Situs resmi Radar Bogor dapat diakses melalui [www.radarbogor.id](http://www.radarbogor.id). Paparan konsep yang dijelaskan membantu peneliti untuk menentukan serta meneliti dua konsep variabel yang digunakan, diantaranya peneliti menggunakan konsep Media Baru (Media Online) sebagai variabel bebas (X) menurut Asep Syamsuk M. Romli (2012) dan konsep Eksistensi Media Cetak sebagai variabel terikat (Y) Menurut Grant dan Dinul Fitrah Mubaraq (2020) yang akan dijelaskan lebih lengkapnya pada bab dua penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar “PENGARUH KEMAJUAN MEDIA ONLINE KORAN RADAR BOGOR TERHADAP

EKSISTENSI MEDIA CETAK DI KOTA BOGOR” yang menjadi *state of the art* dari penelitian ini. Dimana tujuan dalam dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui sebesar apa pengaruhnya suatu media online kuny yang tersegmentasi di Kota Bogor dan eksistensinya di Kota Bogor itu sendiri.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Media Online

Media online merupakan sebuah media baru yang terlahir karena perkembangan teknologi yang semakin meningkat. Menurut McQuail (2011: 148) mengatakan bahwa *new media* atau

media baru merupakan sebuah istilah yang digunakan teknologi komunikasi yang berbeda mengenai digitalisasi dan aksesibilitas mereka secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai sarana komunikasi. Media baru muncul akibat alih-teknologi media lama yang kurang relevan bagi perkembangan teknologi di masa sekarang, namun bukan berarti media lama seperti media cetak ini mati, tetapi sedang berproses menuju media online.

Menurut Asep Syamsul M. Romli (2012:30), Media online memiliki beberapa karakteristik, yakni:

1. Multimedia, artinya dapat memberikan informasi atau berita dalam bentuk teks, audio video, grafis dan gambar secara bersamaan
2. Aktualitas, artinya mengandung informasi yang aktual dikarenakan kemudahan dan kecepatan penyajian
3. Cepat, artinya mudahnya akses informasi sesaat setelah berita tersebut diterbitkan
4. *Update*, artinya media online dapat menyajikan informasi dan berita pada saat suatu peristiwa terjadi
5. Kapasitas Luas, artinya media online tidak terbatas ruang apapun sehingga dapat menyimpan selama apapun berita tersebut dibuat oleh jurnalis
6. Fleksibilitas, artinya media selalu memperbaharui informasi atau berita dari masa ke masa dan dimanapun, Pemuatan editing naskah bisa kapan saja

#### B. Eksistensi

Pengertian eksistensi secara harfiah adalah suatu kehadiran atau keberadaan akan adanya sebuah hal. Zainal Abidin (2007: 16) memberikan penjelasannya mengenai eksistensi yang merupakan sebuah proses dinamis pada sesuatu yang menjadi, timbul, tumbuh, atau mengada. Apabila dikaitkan dengan bidang media, eksistensi media merujuk pada integrasi atau penggabungan berbagai jenis media yang ada ke dalam suatu tujuan tunggal. Eksistensi media muncul sebagai hasil dari perkembangan teknologi komunikasi digital, yang menghasilkan efisiensi dalam penggunaan telepon, video, dan pertukaran data dalam suatu jaringan (disebut sebagai eksistensi jaringan).

Proses perubahan dari media cetak menuju eksistensi dapat mengikuti konsep eksistensi yang diajukan oleh Grant (2009:33). Dalam ranah jurnalistik, perubahan ini menuntut pembaruan dalam cara pandang media terhadap berita dan peliputannya. Ini melibatkan modifikasi dalam bagaimana media menghasilkan berita serta menyampaikan kepada publik. Akan tetapi, praktik eksistensi saat ini masih terbatas pada variasi platform penyampaian berita, termasuk media cetak, penyiaran dan platform online.

Menurut pandangan Grant, dalam konteks eksistensi jurnalistik terdapat tiga model yang diakui, yaitu; Eksistensi *newsroom*, Eksistensi *newsgathering*, Eksistensi *content*.

1. Eksistensi *newsroom*. Dalam Eksistensi ini jurnalis yang berbeda platform menyatukan dirinya dalam satu ruang produksi berita dan mengerjakan tugas sesuai platform medianya.
2. Eksistensi *newsgathering*. Seorang jurnalis dituntut untuk mampu mencapai tingkatan *multitasking*.
3. Eksistensi *content*. Berita yang disajikan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, podcasts, atau slide show.

#### C. Media Cetak

Media cetak merupakan sebuah alat yang digunakan untuk memberikan visualisasi dari sebuah pesan atau informasi yang ditujukan kepada seseorang atau khalayak luas dalam bentuk gambar maupun tulisan pada sebuah kertas. Menurut Arsyad (2017: 78) memberikan penjelasan dalam bukunya bahwa media cetak merupakan suatu cara yang digunakan untuk menyampaikan sebuah materi dalam berbagai bentuk seperti buku maupun materi visual yang statis melalui proses percetakan dan juga visualis.

Media cetak sendiri memiliki beberapa karakteristik yang menjadi ciri khas dari media cetak sebagaimana yang dijelaskan oleh Heru (2017:44) yang diantaranya:

##### 1. Objektif

Media cetak bersifat objektif karena keabsahan informasinya dapat dipastikan serta melibatkan perkiraan dan asumsi berdasarkan data yang diperoleh. Objektif dalam media cetak juga dapat dikatakan lebih aktual dikarenakan ditulis serta diterbitkan langsung dari sebuah perusahaan yang memiliki lisensi.

##### 2. Akurat

Media cetak memiliki informasi yang lebih teliti serta aktual dari berita yang disajikannya. Hal tersebut dikarenakan media cetak ditulis langsung oleh seorang jurnalis dan dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya.

##### 3. Massal

Media cetak bersifat massal dikarenakan berita yang disajikannya mencakup berbagai macam topik sehingga pembaca dapat menentukan topik atau berita mana saja yang ingin mereka baca.

##### 4. Fleksibel

Media cetak memiliki bentuk fisik berupa kertas sehingga memungkinkan untuk para pembaca membawanya kemanapun dan memudahkan pembaca untuk membacanya kapanpun dan dimanapun.

## 5. Seimbang

Seimbang dalam hal ini, media cetak dapat memberikan timbal balik antara jurnalis dan konsumen secara sesuai.

## 6. Tahan Lama

Media cetak memiliki sifat yang tahan lama dikarenakan memiliki berita yang tidak basi, dan juga berita dapat dibaca berulang kali tanpa perlu mencari-cari kembali berita yang ingin dibaca.

## D. Komunikasi Massa

Gerbner (1967:81), seorang ahli komunikasi, memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai definisi komunikasi massa. Menurutnya, *“Mass Communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of the message in industrial societies”*. Dari pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan penyebaran pesan yang didasarkan pada teknologi dan lembaga, yang mengalir terus-menerus dan paling luas di masyarakat industri. Definisi Gerbner ini menggarisbawahi bahwa komunikasi massa menghasilkan produk berupa pesan komunikasi yang disebarkan secara teratur kepada audiens luas, seperti dalam bentuk harian, mingguan atau bulanan.

Komunikasi massa memiliki peran dalam efisiensi kehidupan masyarakat. Kini, masyarakat lebih mengandalkan komunikasi massa untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat. Charles R. Wright (1964:73) berpendapat, ada tujuh fungsi dari komunikasi massa sebagai berikut:

1. Pengawasan: Peran ini berfungsi menjadi mata maupun teliga bagi masyarakat yang sedang memerlukan dan mencari informasi mengenai sesuatu peristiwa/hal.
2. Korelasi: Peran ini berfungsi untuk menyajikan fakta yang diberikan untuk masyarakat untuk mengetahui informasi dari seluruh bagian dunia. Informasi yang didistribusikan melalui komunikasi massa bersifat obyektif dan tanpa bias.
3. Sensasionalisasi: Peran ini berfungsi untuk mengedepankan pesan yang paling memberikan sensasi/mendapat perhatian lebih dari masyarakat untuk menarik gairah dari pembaca/penonton/penerima.
4. Hiburan: Peran ini berfungsi untuk memberikan penerima pesan menghibur sehingga tidak informasi yang ditawarkan tidak jenuh.
5. Penulisan atau Penyebaran: Peran ini berfungsi sebagai wadah/sarana yang membantu untuk menyampaikan norma, nilai, aturan serta kebiasaan budaya, sehingga proses sosialisasi menjadi peran penting dalam penyebaran informasi.
6. Mobilisasi: Peran ini berfungsi untuk penggerakan dan penggunaan secara serentak kepada masyarakat yang sedang dalam masa krisis.
7. Validasi: Peran ini berfungsi sebagai validasi atas peristiwa/kegiatan tertentu.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai dalam studi ini ialah survei kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah strategi untuk menguji teori-teori spesifik dengan menyelidiki koneksi diantara variabel- variabel. Variabel tersebut diukur guna menghasilkan data berupa angka yang bisa dianalisis dengan teknik statistik (Creswell, 2012:5). Azwar (2011:5) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif pada dasarnya dipakai dalam penelitian inferensial (berkaitan dengan pengujian hipotesis) dan berfokus pada penarikan kesimpulan mengenai probabilitas kesalahan saat menolak hipotesis nol. Pendekatan kuantitatif menunjukkan kepentingan perbedaan diantara kelompok atau pentingnya hubungan di antara variabel yang sedang diselidiki. Studi kuantitatif umumnya melibatkan sampel besar.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah korelasi. Tujuannya adalah memanfaatkan koefisien korelasi untuk mengamati bagaimana variasi dalam suatu faktor terhubung dengan variasi dalam satu atau beberapa faktor lainnya. Sesuai dengan sifat masalah yang diteliti, studi ini tergolong penelitian korelasional. Menurut Arikunto (2006:37), penelitian korelasi adalah jenis penelitian yang bertujuan menyelidiki adanya keterkaitan atau dampak antara dua variabel atau lebih.

Paradigma penelitian yang digunakan peneliti adalah paradigma positivis. Pandangan paradigma ini didasarkan pada hukum dan prosedur baku, yang memandang sains bersifat deduktif. Artinya, sains bergerak dari masalah global/abstrak ke masalah konkret/spesifik. Ilmu juga dianggap nomotik. Artinya, mengandung hukum sebab-akibat universal dan beberapa variabel (Muslim, 2015:78). Peneliti melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Forms.

Dalam konteks ini, penelitian melibatkan masyarakat yang tinggal di Kota Bogor. Oleh karena itu, target populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Bogor, dengan jumlah sebagai berikut:

---

**Kepadatan Penduduk di Kota Bogor Semester 2 Tahun 2022**

---

(Keadaan per 31 Desember 2022)

---

| <i>Kecamatan</i>     | <i>Jenis Kelamin</i> |                | <i>Jumlah</i>    | <i>Kepadatan Penduduk</i> |          |
|----------------------|----------------------|----------------|------------------|---------------------------|----------|
|                      | <b>L</b>             | <b>P</b>       |                  | <b>Luas Wilayah (KM2)</b> |          |
| <i>Bogor Timur</i>   | 54.501               | 53.711         | 108.212          | 10,15                     | 10661,28 |
| <i>Bogor Barat</i>   | 127.171              | 125.262        | 252.433          | 33,85                     | 7457,40  |
| <i>Bogor Utara</i>   | 101.358              | 98.842         | 200.200          | 17,72                     | 11297,97 |
| <i>Bogor Selatan</i> | 110.492              | 106.009        | 216.501          | 30,81                     | 7026,97  |
| <i>Bogor Tengah</i>  | 54.785               | 54.546         | 109.331          | 8,13                      | 13447,85 |
| <i>Tanah Sareal</i>  | 114.726              | 112.615        | 227.341          | 18,84                     | 12066,93 |
| <b><i>Jumlah</i></b> | <b>563.033</b>       | <b>550.985</b> | <b>1.114.018</b> | <b>119,5</b>              |          |

Sumber: <https://data.kotabogor.go.id/getdataset/kepadatan-penduduk-kota-bogor-tahun-2022>)

Rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah rumus slovin karena jumlah populasi yang merupakan masyarakat Kota Bogor yang diketahui jumlahnya 1.114.108 jiwa. Berikut rumus *slovin* menurut (Taniredja dan Mustafidah 2011:38-39) yang akan digunakan untuk memilah populasi menjadi sampel pada penelitian ini:

$$n = \frac{1.114.108}{2.786,27} \\ n = 399.85$$

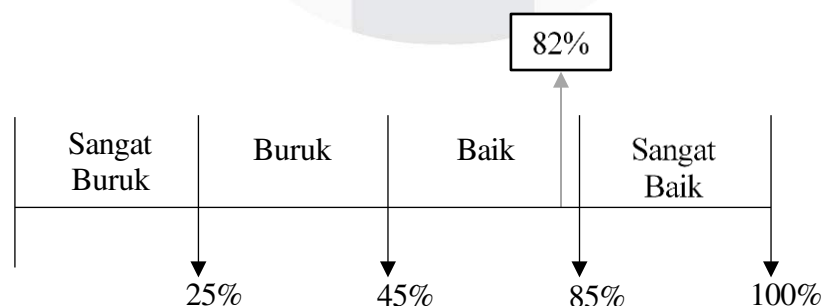
Maka dari itu, didapatkan hasil jumlah sampel dengan  $n = 399.85$  yang dibulatkan menjadi 400 orang sampel dengan tingkat kesalahan ( $e$ ) sebesar 5%.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Uji Deskriptif

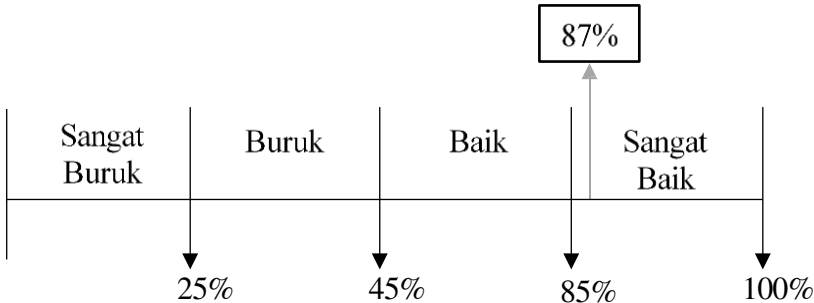
Berdasarkan data kuisioner untuk variabel X yaitu kemajuan media online diukur melalui 15 item pernyataan, tanggapan responden mengenai variabel X tersebut dapat dilihat seperti berikut; bahwa skor terkecil ada pada pernyataan nomor 10 dengan skor 1084 dan presentase skor 68% dengan indikator *update*. Sementara skor terbesar yaitu terdapat pada nomor 3 dengan skor 1425 dan presentase skor 89% dengan indikator aktualitas. Selain itu, item pernyataan dengan skor terbesar kedua terdapat pada nomor 14 dengan skor 1412 dan presentase skor 88% dengan indikator fleksibilitas. Maka dari itu, skor diperoleh sebesar 20035 dari skor ideal 24000 memperoleh presentase skor sebesar 82%, dimana dapat dideduksikan bahwa responden merasakan dan memahami kemajuan media online koran radar bogor sudah baik.

Berikut hasil tanggapan responden mengenai variabel X (Kemajuan Media Online) dalam bentuk presentase skor dapat dilihat pada garis kontinum berikut ini:



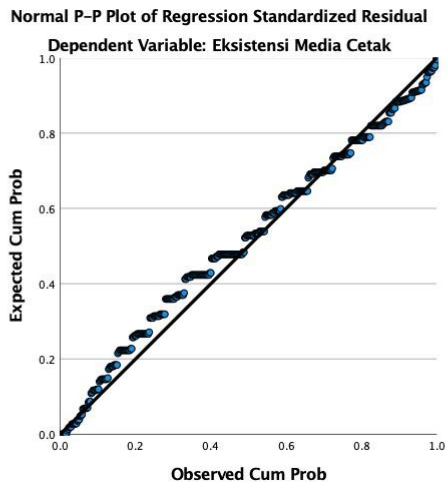
Berdasarkan data kuisioner untuk variabel Y yaitu eksistensi edia online diukur melalui 10 item pernyataan, tanggapan responden mengenai variabel Y tersebut dapat dilihat seperti berikut; bahwa hasil perhitungan variabel Y (Eksistensi Media Cetak) adalah sangat baik dengan rata-rata presentase skor sebesar 87%. Pernyataan dengan skor terkecil ada pada nomor 10 dengan skor 1362 dan presentase skor 85% dengan indikator tahan lama. Selain itu, skor terkecil kedua ada apada nomor 3 dengan skor 1365 dan presentase skor 85% dengan indikator *content*. Sedangkan, pernyataan dengan skor terbesar ada pada nomor 4 dengan skor 1426 dan presentase skor 89% dengan indikator *content*. Selain itu skor terbesar kedua ada pada nomor 9 dengan skor 1410 dan presentase skor 88% dengan indikator

seimbang. Maka dari itu, skor yang diperoleh sebesar 13843 dari skor ideal 16000 memperoleh presentase skor sebesar 87%, dimana dapat disimpulkan bahwa eksistensi media cetak koran radar bogor termasuk dalam kategori sangat baik. Berikut hasil tanggapan responden mengenai variabel Y dalam bentuk presentase skor dapat dilihat pada garis kontinuum berikut ini:



B. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil diagram P-Plot dari kedua variabel penelitian (Kemajuan Media Online dan Eksistensi Media Cetak), terlihat pada plot data-data kedua variabel berada pada atau membentuk suatu garis lurus dari sudut kiri bawah ke sudut kanan atas pada diagram. Hal ini menunjukkan bahwa kedua data variabel penelitian membentuk sebaran data normal atau data sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Dengan demikian syarat normalitas pada kedua variabel penelitian terpenuhi, sebagai syarat dilakukannya analisis inferensial korelasi dan regresi seperti dianalisis berikut ini.



C. Uji Koefisien Korelasi

Hasil korelasi sederhana Kemajuan Media Online (X) terhadap Eksistensi Media Cetak (Y) disajikan seperti berikut. Koefisien korelasi (r), derajat korelasi, serta keberartian koefisien korelasi dan koefisien determinasi (r<sup>2</sup>) antara variabel bebas Kemajuan Media Online (X) dengan variabel terikat Eksistensi Media Cetak (Y) diterangkan dengan data pada Tabel *Model Summary* berikut:

| Correlations           |                     |                       |                        |
|------------------------|---------------------|-----------------------|------------------------|
|                        |                     | Kemajuan Media Online | Eksistensi Media Cetak |
| Kemajuan Media Online  | Pearson Correlation | 1                     | .511**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     |                       | .000                   |
|                        | N                   | 400                   | 400                    |
| Eksistensi Media Cetak | Pearson Correlation | .511**                | 1                      |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000                  |                        |
|                        | N                   | 400                   | 400                    |

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

Berdasarkan hasil data diatas, pada kolom *Pearson Coefficient* diperoleh koefisien korelasi antara variabel Kemajuan Media Online (X) dengan Eksistensi Media Cetak (Y) ada sebesar 0,511. Nilai ini bertanda positif, menunjukkan korelasi yang terjadi adalah korelasi positif (bukan negatif) dan ada derajat sedang. Karena nilai

Signifikansi (*Sig*) data penelitian pada tabel diperoleh sebesar 0,000 yang mana nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi  $\alpha = 0,05$  maka korelasi disebut signifikan. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian *signifikansi* koefisien korelasi ( $r$ ). Dimana jika nilai *Sig* lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05) maka koefisien korelasi signifikan. Sedangkan, jika nilai *Sig* lebih besar dari nilai  $\alpha$  (0,05) maka koefisien korelasi tidak signifikan. Dengan demikian dapat dinyatakan terdapat korelasi positif yang signifikan (derajat sedang) antara kemajuan media online

(X) dan eksistensi media cetak (Y). Korelasi positif ini memiliki arti jika kualitas kemajuan media online (X) menurun/meningkat maka eksistensi media cetak (Y) akan menurun/meningkat pula. Koefisien korelasi  $r_{XY} = 0,511$  disebut signifikan, berarti korelasi (atau hubungan) antara variabel kemajuan media online (X) dan eksistensi media cetak (Y) bukan terjadi karena faktor kebetulan, tetapi karena hubungan itu bersifat nyata.

#### D. Uji Koefisien Determinasi

Tabel *Model Summary* dibawah ini memiliki nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapat sebesar 0,261 (ditulis:  $R^2_{XY} = 0,261$ ).

| Model Summary                                    |                   |          |                   |                            |
|--------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                | .511 <sup>a</sup> | .261     | .259              | 1.76863                    |
| a. Predictors: (Constant), Kemajuan Media Online |                   |          |                   |                            |

Nilai ini memberi tafsiran makna, bahwa perubahan (atau variasi) data yang terjadi pada variabel Eksistensi Media Cetak (Y), 26,1% (= 0,261 x 100%) darinya dijelaskan/diterangkan oleh perubahan (variasi) data yang terjadi pada variabel bebas Kemajuan Media Online (X). Sementara sisanya 73,9% dijelaskan/diterangkan oleh perubahan (variasi) data pada variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### E. Uji Regresi Sederhana

Adapun pengaruh dari variabel bebas penelitian (Kemajuan Media Online) terhadap variabel terikat penelitian (Eksistensi Media Cetak) diukur dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Pertama-tama diperikasa dahulu hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat baru kemudian dilihat pengaruhnya terhadap eksistensi media cetak.

Berikut adalah hasil analisis regresi sederhana, dimana variabel bebas diregresikan dengan variabel terikat. Hal ini dilakukan untuk melihat besar pengaruh kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak dihitung dengan menggunakan informasi pada Tabel *ANOVA* dan Tabel *Coefficient* dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 2 sebagai berikut:

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                  | Regression | 438.459        | 1   | 438.459     | 141.573 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1260.504       | 407 | 3.097       |         |                   |
|                    | Total      | 1698.963       | 408 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Eksistensi Media Cetak

b. Predictors: (Constant), Kemajuan Media Online

Pada kolom tabel *Coefficient* di atas diperoleh model persamaan regresi antara variabel Kemajuan Media Online (X1) terhadap Eksistensi Media Cetak (Y), seperti:  $Y = 22,417 + 0,244X$ . Model atau persamaan regresi ini ternyata signifikan, karena nilai *Sig.* pada Tabel *ANOVA* ada sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari  $\alpha$  ( $\alpha$ ) = 0,05. Berarti, model persamaan regresi  $Y = 22,417 + 0,244 X$  dapat atau efektif digunakan untuk meramalkan nilai dari Eksistensi Media Cetak berdasarkan data-data variabel Kemajuan Media Online (X).

#### F. Uji Hipotesis

Dengan bantuan aplikasi SPSS, maka diperoleh Uji Hipotesis (Uji t) sebagai berikut:

| Coefficients <sup>a</sup>                     |                       |                             |            |                           |      |
|-----------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                                         |                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                                               |                       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                                             | (Constant)            | 22.206                      | 1.049      |                           | .000 |
|                                               | Kemajuan Media Online | .248                        | .021       | .511                      | .000 |
| a. Dependent Variable: Eksistensi Media Cetak |                       |                             |            |                           |      |

Berdasarkan tabel uji t diatas, diketahui nilai *Sig.* untuk variabel X (Kemajuan Media Online) dan variabel Y

(Eksistensi Media Cetak) adalah sebesar 0,000 serta diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,866. Untuk mencari nilai  $t_{tabel}$  dapat dilakukan melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= t(\alpha / 2 ; n - k) \\ &= t(0,025; 398) \\ &= 3,042 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai yang sudah didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa signifikansi  $t$   $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $11,866 > t_{tabel}$  3,042. Maka dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak koran radar bogor.

#### G. Pengaruh Kemajuan Media Online terhadap Eksistensi Media Cetak Koran Radar Bogor

Dalam penelitian ini terdapat variabel independen yaitu Kemajuan Media Online (X) dan variabel dependen yaitu Eksistensi Media Cetak (Y). Pada uji koefisien korelasi berdasarkan hasil data yang didapatkan pada kolom *Pearson Coefficient* diperoleh koefisien korelasi antara variabel Kemajuan Media Online (X) dengan Eksistensi Media Cetak (Y) ada sebesar 0,511. Nilai ini bertanda positif, menunjukkan korelasi yang terjadi adalah korelasi positif (bukan negatif) dan ada derajat sedang. Karena nilai Signifikansi (*Sig*) data penelitian pada tabel diperoleh sebesar 0,000 yang mana nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi  $\alpha = 0,05$  maka korelasi disebut signifikan. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian *signifikansi* koefisien korelasi ( $r$ ). Dimana jika nilai *Sig* lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05) maka koefisien korelasi signifikan. Dengan demikian dapat dinyatakan terdapat korelasi positif yang signifikan (derajat sedang) antara kemajuan media online (X) dan eksistensi media cetak (Y). Korelasi positif ini memiliki arti jika kualitas kemajuan media online (X) menurun/meningkat maka eksistensi media cetak (Y) koran radar bogor akan menurun/meningkat pula. Koefisien korelasi  $r_{XY} = 0,511$  disebut signifikan, berarti korelasi (atau hubungan) antara variabel kemajuan media online (X) dan eksistensi media cetak (Y) bukan terjadi karena faktor kebetulan, tetapi karena hubungan itu bersifat nyata.

Pada uji regresi sederhana, diperoleh model persamaan regresi antara variabel Kemajuan Media Online (X1) terhadap Eksistensi Media Cetak (Y), seperti:  $Y = 22,417 + 0,244 X$ . Model atau persamaan regresi ini ternyata signifikan, karena nilai *Sig*. pada Tabel ANOVA ada sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari  $\alpha$  ( $\alpha$ ) = 0,05. Berarti, model persamaan regresi  $Y = 22,417 + 0,244 X$  dapat atau efektif digunakan untuk meramalkan nilai dari Eksistensi Media Cetak berdasarkan data-data variabel Kemajuan Media Online (X).

Pada uji koefisien determinasi didapatkan pada tabel *Model Summary* dibawah ini memiliki nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapat sebesar 0,261 (ditulis:  $R^2_{XY} = 0,261$ ). Nilai ini memberi tafsiran makna, bahwa perubahan (atau variasi) data yang terjadi pada variabel Eksistensi Media Cetak (Y), 26,1% (=  $0,261 \times 100\%$ ) darinya dijelaskan/diterangkan oleh perubahan (variasi) data yang terjadi pada variabel bebas Kemajuan Media Online (X).

Koefisien regresi (yaitu 0,244) juga terbukti signifikan, karena nilai *Sig* pada Tabel *Coefficient* ada sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  ( $\alpha$ ) = 0,05. Jadi koefisien regresi 0,244 bersifat signifikan. Hal ini menyatakan bahwa pengaruh Kemajuan Media Online

(X) terhadap Eksistensi Media Cetak (Y) adalah *signifikan*. Artinya, pengaruh yang diberikan Kemajuan Media Online (X) terhadap Eksistensi Media Cetak (Y) tidak merupakan hal yang terjadi secara kebetulan, tetapi berpengaruh nyata (*signifikan*). Jadi hipotesis pertama penelitian teruji atau ia didukung oleh data sampel penelitian. Adapun makna koefisien regresi 0,244 variabel Kemajuan Media Online (X) pada :  $Y = 22,417 + 0,244 X$  adalah: jika kualitas Kemajuan Media Online ditingkatkan sebesar satu satuan (satu unit), maka akan memberikan sumbangan (kontribusi) sebesar 0,244 satuan (unit) terhadap Eksistensi Media Cetak.

Berdasarkan uji hipotesis (uji  $t$ ) nilai yang sudah didapatkan adalah bahwa nilai signifikansi  $t$   $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $11,866 > t_{tabel}$  3,042. Maka dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak koran radar bogor.

Seturut dengan hasil data dari pengujian di atas, dapat dipahami bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dengan derajat sedang antara kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak koran radar bogor. Korelasi antara kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak koran radar bogor juga dinilai positif yang berarti korelasi (atau hubungan) antara variabel kemajuan media online (X) dan eksistensi media cetak (Y) bukan terjadi karena faktor kebetulan, tetapi karena hubungan itu bersifat nyata. Serta adapun makna jika kualitas Kemajuan Media Online ditingkatkan sebesar satu satuan (satu unit), maka akan memberikan sumbangan (kontribusi) sebesar 0,244 satuan (unit) terhadap Eksistensi Media Cetak. Serta diketahui bahwa perubahan (atau variasi) data yang terjadi pada variabel Eksistensi Media Cetak (Y) adalah 26,1% darinya dijelaskan/diterangkan oleh perubahan (variasi) data yang terjadi pada variabel bebas Kemajuan Media Online (X). Data pengujian juga didukung oleh hasil data deskriptif yang didapatkan bahwa responden menyetujui bahwa pada era kemajuan media online ini, eksistensi media cetak koran radar bogor tetap eksis seiring berjalannya zaman digitalisasi dan tentu tetap memiliki nilai guna dan orisinalitas yang sesuai dengan pemaparan teori yang dijadikan acuan dalam meneliti penelitian ini.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada responden penelitian yakni warga Bogor yang

mengetahui Koran Radar Bogor, mengenai pengaruh kemajuan media online terhadap eksistensi media cetak koran radar bogor, maka penulis dapat menarik kesimpulan dan memberikan saran/masukan sebagai berikut:

1. Terdapat korelasi antara variabel Kemajuan Media Online (X) dengan Eksistensi Media Cetak (Y) yang bertanda positif, menunjukkan korelasi yang terjadi adalah korelasi positif (bukan negatif) dan ada derajat sedang.
2. Perubahan (atau variasi) data yang terjadi pada variabel Eksistensi Media Cetak (Y) adalah 26,1% darinya dijelaskan/diterangkan oleh perubahan (variasi) data yang terjadi pada variabel bebas Kemajuan Media Online (X).

#### B. Saran Akademis dan Praktis

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel lain yang belum diteliti, seperti indikator dengan nilai terendah dalam penelitian ini yakni *update*, tahan lama, serta *newsgathering conten* serta dapat menjangkau objek penelitian lain dalam ranah lingkup pekerjaan yang berbeda dengan jumlah sampel yang lebih besar, MNC, TVOne, CNNnews, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang memiliki presentase terendah dalam kemajuan media online adalah *update*. Maka dari itu diharapkan koran radar bogor dapat lebih meningkatkan pembaharuan berita atau informasi terbaru atau yang paling baru tentang suatu peristiwa sehingga pembaca koran radar bogor tetap bisa mengetahui informasi terkini secara efektif dan efisien. Sedangkan indikator terendah dalam eksistensi media cetak adalah dalam faktor *content* dan tahan lama (ketahanan). Oleh karena itu, diharapkan koran radar bogor dapat menjaga dan meningkatkan berita yang disuguhkan dalam bentuk multimedia mengikuti trend yang sedang ada sehingga dapat dengan mudah dibaca dan menarik calon pembaca lainnya serta lebih meningkatkan kualitas beritanya dengan tidak menyediakan berita yang sudah lama dan memiliki klasifikasi berita yang lebih tepat sehingga pembaca dapat dengan mudah mencari berita yang diinginkan.

#### REFERENSI

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Canggara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi : Edisi Kedua*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gerbner, G. (1967). *Mass Media and Human Communication Theory. Human Communication Theory, F. E. X. Dance*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Grant, E. (2009). *Careers With a Conscience - How to Make Corporate Social Responsibility Part of Your Job*. Philadelphia: Wetfeet.
- Machmudi, M. I. (2022, April 06). *mediaindonesia.com*. Retrieved from Pentingnya Mempertahankan Eksistensi Media Cetak: <https://mediaindonesia.com/humaniora/483761/pentingnya-mempertahankan-eksistensi-media-cetak#:~:text=Maka%20kemerdekaan%20pers%20sebagai%20hal%20yang%20mutlak%20adanya,untuk%20bersama-sama%20mempertahankan%20eksistensi%20pers%20khususnya%20media%20cetak>
- Muslim. (2015/2016). *Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. Vol. 1, No.10, Ganjil, Tahun Akademik 2015/2016*, 78.
- Pin, A. (2020, Oktober 31). *radarbogor.com*. Retrieved from Media Cetak Paling Kontributif, Radar Bogor Dapat Penghargaan dari IPB University: <https://www.radarbogor.id/2020/10/31/media-cetak-paling-kontributif-radar-bogor-dapat-penghargaan-dari-ipb-university/>
- Priasmoro, M. R. (2022, Februari 09). *Liputan6.com*. Retrieved from Menkominfo: Disrupsi Media, Konsumsi Cetak Turun 50 Persen 1 Dekade Ini: <https://www.liputan6.com/news/read/4882493/menkominfo-disrupsi-media-konsumsi-cetak-turun-50-persen-1-dekade-ini#:~:text=Konsumsi%20media%20cetak%20turun%20sekitar%2050%25%2C%20media%20televisi,catatan%20bandwith%2C%20record%2C%20and%20risky%20time%20tahu>
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Wright, C. R. (1964). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House.