

**PENGARUH PENYEBARAN BERITA DI MEDIA *ONLINE*
TERHADAP MENURUNNYA MINAT BACA KORAN
(STUDI KASUS MAHASISWA JURNALISTIK ANGKATAN 2015
UIN RADEN FATAH PALEMBANG)**



Oleh:

Lukata Yovanda

14530055

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM NEGRI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG 1440 H/
2018**

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Munaqosah

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Dakwah &

Komunikasi UIN Raden Fatah

Di

Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

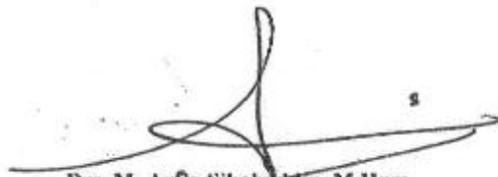
Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara Lukata Yovanda NIM 14530055 yang berjudul "Pengaruh Penyebaran Berita di Media *Online* Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang)" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian, terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, 9 Agustus 2018

Pembimbing I



Drs. M. Anfa Sihabuddin, M.Hum

NIP. 19500403198031006

Pembimbing II



Indrawati, S.S.M.Pd

NIP. 197510072009012003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lukata Yovanda
Nim : 14530055
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Jurnalistik
Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Berita Di Media *Online* Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang)

Telah dimunaqosahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang :

Hari/Tanggal : Jumat, 31 Agustus 2018

Tempat : Ruang Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang

Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1) pada Jurusan Jurnalistik

Palembang, September 2018

Dekan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dr. Kushadi, M.A

NIP. 1971681926631662



TIM PENGUJI

KETUA

SEKERTARIS


Dr. Nursari Hasna Nasution, M.Ag
NIP.197804142002122004


Muslimin, M.Kom.I
NIDN. 2022107801

PENGUJI I

PENGUJI II


Achmad Syarifuddin, MA
NIP. 197311102000032002


Mazatyanah, M.Pd
NIP.197604162007012012

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Lukata Yovanda
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 21 November 1995
NIM : 14530055
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik
Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Berita Di Media *Online*
Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (Studi
Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN
Raden Fatah Palembang).

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dekemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 2018

Yang Membuat Pernyataan



Lukata Yovanda
NIM: 14530055

MOTTO

“Barang Siapa Yang Memberi Kemudharatan Kepada Seorang Muslim, Maka Allah Akan Memberikan Kemudharatan kepadanya, Barang Siapa Yang Merepotkan (Menyusahkan) Seorang Muslim Maka Allah Akan Menyusahkan Dia”

-Abu Dawud-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- Kepada kedua orang tua, Bapak (Herman) dan Mamak (Hermina Sitorus), yang selalu mendo’akan dan mengiklaskan setiap kesalahan serta menantikan kesuksesan.
- Sahabat terbaik Alumni Warnet Muslim
- Almamater kebanggaan UIN Raden Fatah Palembang

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas karunia, rahmat dan jalan kebaikan-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENYEBARAN BERITA DI MEDIA ONLINE TERHADAP MENURUNNYA MINAT BACA KORAN (STUDI PADA MAHASISWA JURNALISTIK ANGKATAN 2015 UIN RADEN FATAH PALEMBANG)”**. Sholawat teriring salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Akhir Zaman Muhammda SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita mendapat syafaat Rasullullah SAW kelak hingga akhir nanti.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Baik keluarga, teman-teman dan seperjuangan maupun fakultas. Namun secara pribadi penulis menyadari banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, baik isi maupun literatur. Untuk itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun guna perbaikan dan kesempurnaan karya ilmiah ini. Akhir kata, dalam kesempatan ini penulis ingin sampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H.M Sirozi MA.Ph.d selaku rektor UIN Raden Fatah Palembang.

2. Bapak Dr, Kusnadi, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, atas fasilitas yang diberikan dan bantuan hingga menghantarkan penulis mendapat gelar Sarjana S1 (S.sos).
3. Ibu Sumaina Duku, S, Ip. M.Si selaku Ketua Jurusan dan bapak Drs. Aliasan M.Pdi selaku Penasehat Akademik yang selalu memberikan pengarahan dan nasehat dalam setiap konseling perkuliahan maupun penyusunan skripsi.
4. Bapak Drs. Amin Sihabuddin, M, Hum selaku Pembimbing skripsi 1 dan Ibu Indrawati, SS, M.Pd selaku pembimbing 2 yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi mahasiswa dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu segala macam keperluan dan urusan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Dharsono Yusuf, M.Kes yang telah banyak membantu dan memberikan pengetahuannya kepada penulis.

Palembang, 20 Agustus 2018
Penulis

Lukata Yovanda
NIM : 12530055

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Tinjauan Pustaka.....	9
E. Kerangka Teori	10
F. Hipotesis Penelitian	14
G. Metodologi Penelitian.....	14
H. Sistematika Penulisan	23
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Pengaruh	24
B. Media	25
C. Media Jurnalistik	26

D. Minat Baca.....	33
E. Teori <i>New Media</i> (Media Baru).....	35
F. <i>Cyber Media</i> (media siber).....	40

BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Singkat UIN Raden Fatah Palembang	45
B. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi	48
C. Jurnalistik	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian.....	64
B. Uji Validitas dan Reabilitas.....	64
C. Analisis Univariat	67
D. Analisis Bivariat	81
E. Pembahasan	88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Perbedaan Media Baru Dan Lama	13
2. Overaasional Variabel.....	17
3. Daftar Dosen Jurnalistik	62
4. Keadaan Mahasiswa.....	63
5. Validitas Statistik X	65
6. Reabilitas X.....	66
7. Validitas Y	66
8. Reabilitas Y.....	67
9. Analisis Indikator Variabel X dan Y.....	69
10. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	82
11. Coefficients ^a	83
12. Model Summary.....	84
13. Interpretasi Koefesien Korelasi.....	85
14. Uji Chi-Square	86

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Pengaruh Penyebaran Berita Di Media Online Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang)*”. Media *online* adalah salah satu jenis jurnalistik dalam menyebarkan berita dari beberapa media yang ada, seperti media cetak dan media elektronik. Namun kita bisa melihat dari banyaknya minat mahasiswa untuk memilih media ini sebagai sarana utama dalam mendapatkan berita. Minat baca berita mahasiswa kepada media *online* sangat banyak dari pada media cetak, karena kehadiran internet yang memudahkan untuk mendapatkan informasi. Dengan rumusan masalah apakah media *online* dan bagaimana pengaruh media *online* serta faktor apa saja yang mempengaruhi. Penelitian yang bertujuan untuk mendefinisikan media *online* dan mengetahui bagaimana pengaruh serta faktor apa saja yang mempengaruhi. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan cara menyebarkan kuesioner. Pengumpulan data menggunakan teori Slovin dimana jumlah populasi sebanyak 147 dan diambil sampel sebanyak 59 mahasiswa. Statistik pengujian terhadap hipotesis menggunakan Uji Chi-Square dengan dibantu program SPSS 20. Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20 yang hasil Chi-Square diperoleh nilai 0,007, dengan taraf signifikan lebih kecil 5% atau 0,05. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap Y dimana penyebaran berita di media *online* memiliki pengaruh yang positif terhadap menurunnya minat baca koran.

Kata Kunci : *pengaruh, media online, menurunnya minat baca Koran, mahasiswa*

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, maka beriring pula dengan pemikiran manusia untuk mempermudah pola hidup, Istilah itu juga berlaku di dunia jurnalistik atau pers (Media). Media terus berkembang seiring perkembangan zaman, media makin berkembang pesat dengan munculnya internet. Alhasil dari perkembangan tersebut maka lahirlah media *online* yang bertonggak awal pada tahun 1990. Media *online* merupakan perubahan baru di dunia jurnalistik, bahkan media *online* sering disebut juga sebagai jurnalisme masa depan.

Media *online* adalah salah satu forum jurnalistik dalam menyebarkan berita dari beberapa media yang ada, seperti media cetak dan media elektronik. Namun kita bisa melihat dari banyaknya minat masyarakat untuk memilih media ini sebagai sarana utama dalam mendapatkan berita. Tidak bisa pungkiri bahwa minat baca berita masyarakat kepada media *online* sangatlah banyak dari pada media cetak, karena kehadiran internet yang memudahkan untuk mendapatkan informasi.

Para pembaca yang bisa mengonsumsi informasi melalui media cetak, seperti koran atau majalah, kini dapat dengan mudah dan murah memperoleh beragam informasi yang diperlukannya melalui jaringan internet yang langsung datang ke rumah-rumah setiap saat dan sepanjang waktu, nyaris tanpa batasan apapun yang berarti. Bukan saja informasi tentang peristiwa-peristiwa yang telah terjadi

sebelumnya atau bahkan lebih lama lagi, melainkan berbagai peristiwa yang sedang terjadi yang disajikan secara *live*.¹

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru menurut Mc Namus (dalam Saverin dan Tarkad, 2005: 4), bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media melimpah. Dari sisi industri biaya produksi media dan tentu saja alat produksi yang semakin murah serta canggih menyebabkan kemunculan media secara massal. Media cetak, sebagai misal, sudah bukan lagi barang langka dan bisa dijumpai di setiap sudut kota di Indonesia. Atau media komunikasi seperti telepon genggam (*handphone*) seolah-olah menjadi kebutuhan mendasar bagi semua orang untuk melakukan koneksi komunikasi jarak jauh dibandingkan dengan surat pos atau telegram yang memerlukan butuh waktu jauh lebih beragam setidaknya kondisi ini bisa dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya berada dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis medianya mulai dari cetak, audio, visual, audio visual, hingga *online*.²

Sifat multimedia pada jurnalistik *online* menjadikannya sebagai jurnalistik massa depan wartawan tidak hanya menyusun teks berita dan menampilkan foto, tetapi juga melengkapi dengan suara dan gambar (audio-video). Dengan jurnalistik *online* pula, kini tidak ada lagi istilah “berita tidak dapat dipublikasikan” alias hanya

¹Asep Saiful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. (Bandung:PT Remaja Rosdakarya2016).hal77

²Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Saber*, (Jakarta: kencana 2014), hal 1

menjadi arsip tulisan di komputernya, karena jika media tempatnya bekerja menolak memuat beritanya, ia dapat memuatnya lagi di blog atau situs jejaring social. Selain itu kini publik tidak lagi semata tergantung pada media-media konvensional untuk mengikuti perkembangan dunia. Berbagai data yang menunjukkan, pengguna internet dari waktu ke waktu terus tumbuh. Publik kian menjadikan media *online* sebagai rujukan utama ketika mereka membutuhkan informasi apapun.³

Pembaca media *online* dimudahkan dalam menemukan informasi. Mereka bisa langsung menuju informasi yang dicarinya berkat fasilitas *page* dan *category* ini dengan adanya panduan “menu navigasi” (*navigation menu*) yang tinggal di klik-biasanya dibawah *web header* atau disamping (*sidebar*).⁴ Memang tidak bisa elakan bahwa dengan hadirnya media *online* ini membuat masyarakat seakan tidak takut lagi untuk tertinggal dari informasi yang ada, para pembaca bisa langsung mengakses berita yang terlewat.

Dalam konteks jurnalistik, baik studi maupun praktik, fasilitas *online* kini tidak lagi dapat dipisahkan dari aktivitas jurnalistik, terutama setelah proses konvergen media. Bahkan mahasiswa jurnalistik belakangan ini lebih banyak memanfaatkan media *online* sebagai sarana alternatif dalam menunjang kompetensi yang dibangunnya. Sebuah survey mengindikasikan bahwa mahasiswa pengguna media *online* meningkat signifikan hingga mencapai hampir seluruh komunitas pendidikan tingkat tinggi ini mengakses media *online* meski dengan motif yang sangat bervariasi.

³Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia 2012), hal 18

⁴*Ibid*, hal 35

Dengan bantuan fasilitas *Wifi* yang tersedia dikampus-kampus membuat hampir seluruh mahasiswa setiap harinya mengakses internet. Media *online* tentu saja tidak pernah terbayangkan sekitar sepuluh atau dua puluh tahun sebelumnya. Kini media ini berkembang berkembang begitu cepat seiring berkembangnya dunia maya yang difasilitasi jaringan internet lewat alat bantu inilah masyarakat umum dapat dengan mudah dan leluasa terlibat dalam beragam kegiatan jurnalistik. Disinilah kemudian berkembang jurnalistik *online* atau juga sering disebut *cyber journalism*. Karena keterbukaan dan kebebasannya yang nyaris tidak dapat dihambat serta melibatkan berbagai warna pegiat yang semakin sulit didefinisikan.⁵

Perubahan zaman dan semakin meningkatnya teknologi menyebabkan berbagai kalangan memilih segala sesuatu secara praktis. Inilah yang terjadi pada saat sekarang terutama remaja atau mahasiswa. Dalam pengambilan informasi yang dibutuhkan, para mahasiswa saat ini enggan untuk membaca dalam bentuk kertas seperti koran dan majalah. Mereka cenderung hanya ingin mengakses apapun yang mereka inginkan melalui media *online*. Hal ini menyebabkan media cetak secara perlahan mulai diabaikan dikalangan remaja.

Andrew L. Shapiro berpendapat bahwa “munculnya media baru yang memanfaatkan sinyal teknologi digital berpotensi secara radikal menggeser peran media lama sehingga memunculkan media baru tampil untuk mengendalikan informasi sekaligus mengubah kerja manusia”. Croteau dan Hoynes

⁵Asep Saiful Muhtadi, *Op.cit*, hal78

menunjukkan bahwa media baru memiliki kemampuan teknis lantaran berhasil membalikan semua arah kekuatan ekonomi dan sosial secara berlawanan.⁶

Johannes Gutenberg membuat buku menjadi produksi massal. Media cetak utama lain, seperti majalah dan Koran, mengikuti jejaknya. Orang tak punya masalah untuk membedakan buku, Koran dan majalah. Ketika rekaman dan film muncul, keduanya juga mudah dibedakan, dan demikian pula dengan radio dan televisi. Sekarang, media utama tradisional sudah berada dalam beragam tahap transisi keformat digital, perbedaan lama mulai mengabur.

Tak ada yang percaya bahwa koran cetak akan lenyap dalam semalam, atau film bioskop akan punah dalam seminggu, atau rental video dan siaran tv akan bangkrut secara sekaligus berbarangan. Tetapi semua perusahaan media besar itu sudah masuk ke internet, dan pada saat nanti, pesan digital melalui internet akan mendominasi.⁷ ini artinya ketika sebuah perusahaan media tidak menggunakan jaringan internet, maka bisa di khawatirkan media tersebut mengalami kemunduran bahkan akan bangkrut. Transisi internet, koran masuk ke dunia intrnet pada 1990-an dengan membuat situs berita. Pelan-pelan, koran menjual ruang *online* untuk mengiklan yang mungkin juga sudah beriklan di edisi cetakannya. Apakah situs ini akan menjadi sumber pendapatan signifikan bagi perusahaan koran dimasa depan masih belum bisa dijawab, terutama mengingat bahwa biaya administrasi untuk

⁶Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. (Jakarta: kencana 2015) hal 284

⁷John Vivian, *Teori Komunikasi Massa: Edisi Kedelapan*. (Jakarta:Kencana2008).hal279

membuat website rendah dan banyak perusahaan lain, termasuk televisi dan stasiun radio, juga telah membikin situs yang cukup berdaya saing.⁸

Menurunnya minat baca koran terhadap adanya media *online* ini semata karena keinginan pengkonsumsi berita tersendiri. Mereka mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan teknologi yang telah ada serta membawa kemudahan bagi mereka, sehingga dari perkembangan tersebut menjadikan keinginan dan minat masyarakat dalam mendapatkan berita dari media cetak pun menurun.

Bicara mengenai minat, adapun penjelasan tentang ini. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara adapun minat yang bersifat tetap (*persistent*) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut.⁹ Ada pun pengertian lain, minat adalah gejala psikis yang berkaitan dengan objek atau aktivitas yang menimbulkan rasa senang atau tertarik.¹⁰ Dari penjelasan diatas dapat diambil satu pengertian bahwa minat adalah suatu keinginan yang tumbuh dari objek yang membuat individu merasa tertarik akan hasil dari keuntungannya.

⁸*Ibid*, hal 93

⁹Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*.(Jakarta:Kencana2011), hal63

¹⁰Husamah, *Kamus Psikologi Super Lengkap*. (Yogyakarta: C.V Andi Offsed2015), hal245

Menurut Pawit M. Yusuf minat adalah kesenangan dan perhatian yang terus menerus terhadap suatu objek karena adanya pengharapan akan memperoleh kemanfaatan. Menurut survey minat baca berita di media *online* untuk mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah ini tergolong cukup tinggi, mereka lebih memilih media *online* sebagai sarana untuk mencari informasi dibanding media cetak (Koran).

Dalam mencari berita masyarakat terutamanya mahasiswa sudah terlihat mudah dalam mendapatkan hal tersebut, seperti misalnya mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang. Dalam pengamatan peneliti para mahasiswa jurnalistik sudah menggunakan aplikasi internet untuk mendapatkan informasi, baik informasi berupa tugas-tugas kuliah maupun mencari berita. Ini membuktikan bahwa minat mereka terhadap media cetak atau koran sekarang sudah berkurang mereka lebih memilih dunia internet sebagai jalan dalam mendapatkan yang mereka inginkan.

Merujuk dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk membahas pengaruh media *online*, dalam kasus perubahan minat baca berita masyarakat. Untuk terhindar dari luasnya permasalahan, peneliti hanya meneliti tentang bagaimana pengaruh media *online* terhadap perubahan minat baca koran.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis dapat menarik beberapa rumusan masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Eksistensi media *online* pada mahasiswa ?
2. Bagaimana minat baca mahasiswa untuk koran ?
3. Adakah pengaruh media *online* terhadap minat baca koran pada mahasiswa?

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui eksistensi media *online* pada mahasiswa.
2. Mengetahui minat baca mahasiswa untuk koran.
3. Mengetahui pengaruh media *online* terhadap minat baca koran pada mahasiswa.

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua manfaat, yaitu : manfaat teoritis dan manfaat praktis:

a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, dapat mengetahui pengaruh penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran pada mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2015.

Khususnya berguna untuk sumbangan pemikiran dalam dakwah.

Penelitian ini juga berguna untuk wawasan penulis dalam mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dari hasil perkuliahan dalam bidang Jurnalistik.

b. Manfaat Praktis

1. Dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat baik dari kalangan mahasiswa maupun dari kalangan lainnya, bahwa pengaruh penyebaran berita di media *online* berdampak pada menurunnya minat baca koran.
2. Dapat dijadikan bahan bacaan bagi mahasiswa dan memberikan pengalaman serta wawasan keilmuan tentang pengaruh media *online* terhadap minat baca koran.
3. Penelitian ini juga diharapkan akan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan pengetahuan sebagai informasi ilmiah, terhadap perkembangan ilmu komunikasi dan juga merupakan persyaratan akademis untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

5. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan hasil dari penelusuran kepustakaan, peneliti mendapatkan penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian ini, namun dari hasil penelusuran belum ada peneliti yang meneliti pengaruh penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran seperti yang disebutkan diatas.

Pipit Anggraini tahun 2016 jurusan Jurnalistik fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan judul “*Hubungan Antara Pilihan Kuliah Di Prodi Jurnalistik Dengan Minat Menjadi Jurnalistik (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi)*”. Penelitian ini membahas tentang hubungan antaran pilihan kuliah di prodi jurnalistik dengan minat menjadi jurnalistik.

Adapun pustaka dari Ridho Hidayat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Bandar Lampung 2017. Skripsi yang berjudul *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Minat Baca Peserta Didik Kelas XI Di Perpustakaan SMA Teladan Way Japara Tahun Pelajaran 2016/2017*. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap minat baca peserta didik kelas XI di perpustakaan SMA teladan Way Japara.

6. Kerangka Teori

b. Media online

Media *online (online media)*-disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*)-koran, tabloid,

majalah, buku-dan media elektronik (*electronic media*)-radio, televisi, dan film/video. ¹¹

Media *online*, sebuah revolusi informasi tengah terjadi, sekaligus menguasai aktifitas umat manusia. Kini tengah berkembang dengan jumlah penggunaannya yang sngat besar dan terus bertambah setiap saat, baik secara perorangan maupun kelembagaan. Secara historis, Indonesia memang belum lama memfasilitasi diri dengan media internet. Sekitar paruh pertama 1980-an internet mulai diperkenalkan oleh Dewan Riset Nasional dengan merekomendasikan pembangunan jasa informasi ilmu pengetahuan dan teknologi. Akhir 1980-an, di bawah BPPT, gagasan ini mengkrystal menjadi sebuah jaringan informasi IPTEKnet. Sejak saat itulah sejumlah perguruan tinggi di Indonesia mengembangkan fasilitas internet, khususnya dengan mengembangkan jaringan antar Universitas yang diberi nama UniNet.¹²

c. Media Cetak (Koran)

Jurnalistik cetak (*print journalism*) adalah proses jurnalistik yang hasil liputannya ditulis dan disajikan dalam media massa cetak (*printed media*), seperti surat kabar, tabloid, majalah, dan Koran. Koran-

¹¹Asep Syamsul M. Romli, *Op.cit.* hal30-31

¹²Asep Saeful Muhtadi, *Op.cit.* hal78

newspapers. Surat kabar harian, yakni media massa cetak berukuran broadsheet yang terbit setiap hari.¹³

d. Media Baru (teori media siber)

Straubhaar dan LaRose mencatat, bahwa adanya perubahan terminology menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal (*mass production*), distribusi massal (*mass distribution*), sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. Adapun menurut Jhon Vivian, keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*. Nicholas Gane dan David Beer (2008) memaparkan karakteristik media baru dengan *termnetwork, interactivity, information, interface, archive, dan simulation*.

¹³Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*. (Bandung:Sembiosa Rekatama Media 2008), hal76

Tabel 1.1

Era Media Pertama (broadcast)	Era Media Kedua (interactivity)
<i>Tersentral (dari satu arah ke banyak khalayak)</i>	<i>Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)</i>
<i>Komunikasi terjadi satu arah</i>	<i>Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah</i>
<i>Terbuka peluang sumber atau media untuk diskusi</i>	<i>Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber</i>
<i>Media merupakan instrument yang melanggengkan strata dan ketidak setaraan kelas social</i>	<i>Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negaraan)</i>
<i>Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa</i>	<i>Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing</i>
<i>Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi</i>	<i>Media melibatkan pengalaman khalayak baik</i>

<i>kesadaran</i>	<i>secara ruang maupun waktu</i> ¹⁴
------------------	--

Salah satu karakter dari apa yang disebut sebagai media lama atau baru yaitu *term broadcast* yang mewakili konteks media lama, sementara *interactivity* mewakili media baru. Holmes bahkan membagi media dalam perspektif historis yang menjadi era media pertama dengan pola *broadcast* dan era kedua dengan pola *interactivity*.

7. Hipotesis penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan kajian pustaka, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₀ = Tidak ada pengaruh antara penyebaran berita *online* terhadap minat baca

Koran mahasiswa jurnalistik

H₁ = Terdapat pengaruh antara penyebaran berita *online* terhadap minat baca

Koran mahasiswa jurnalistik

8. Metodologi penelitian

b. Pendekatan/metode penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori

tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel

¹⁴Rulli Nasrullah, *Op.cit.* hal13

diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.¹⁵

c. **Data dan Jenis Data**

Peneliti menggunakan data kuantitatif, Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka (metrik) seperti jumlah penjualan, berat badan, jarak dalam kilometer, dan lain sebagainya.¹⁶Cara memperoleh data dengan menggunakan primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil langsung dari lapangan yakni subjek penelitian dalam hal ini ialah Mahasiswa jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Sedangkan data sekundernya adalah data yang diperoleh dari berbagai dokumentasi kepustakaan yang berkaitan dengan subjek penelitian, seperti buku, internet, dan lain-lain.

d. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pokok

a. Angket

Teknik pokok dalam pengambilan data penelitian ini adalah dengan metode angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan

¹⁵Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: skripsi, Tesis, disertasi, & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 20011). hal 38

¹⁶Suryani dan Hendri, metode Riset Kuantitatif: *Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015). Hal 170

responden).¹⁷ Sasaran teknik ini langsung kepada mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2015.

b. Teknik Penunjang

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah untuk memperoleh data-data sekunder yang berupa keterangan-keterangan, catatan, laporan, dan sebagainya yang ada kaitannya dengan masalah yang akan di teliti.

2. Teknik Wawancara

Teknik wawancara dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi-informasi yang dirasakan perlu untuk menunjang data penelitian. Wawancara dilakukan terhadap salah satu dosen Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah.

e. **Lokasi Penelitian**

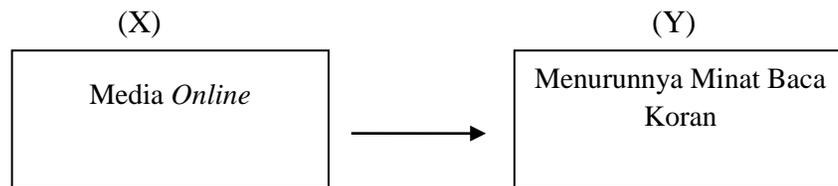
Lokasi yang akan diteliti dalam skripsi ini adalah di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, fakultas Dakwah dan Komunikasi. Objek penelitiannya kepada mahasiswa Jurnalistik. Yang terletak di Jl.Prof.K.H.zainal Abidin Fikri KM.3,5, pahlawan, kemuning, kota

¹⁷Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013) hal 2019

Palembang, Sumatera Selatan. Untuk alasan memilih lokasi ini karena dalam pengamatan peneliti lokasi tersebut terlihat telah menggunakan media *online* sebagai sarana mencari informasi atau berita.

f. Variabel Penelitian

Bhonstedts (1982) menyatakan bahwa variabel adalah kateristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek atau kejadian itu.¹⁸ Penelitian ini menggunakan Variabel Bebas (X) dan Variabel Terikat (Y).



8.6 Operasional Variabel

Tabel 1.2

Variabel	Dimensi	Indikator
(X) Media <i>Online</i>	- Internet	1. Jaringan 2. Jangkauan 3. Timbal balik 4. Akses 5. Publikasi

¹⁸Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta, Kencana, 2014), hal102

	<ul style="list-style-type: none"> - Aktual - Ketertarikan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan 2. Kecepatan 3. terupdate 1. pengetahuan 2. penampilan 3. penyampaian
(Y) Menurunnya Minat Baca Koran	<ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran - Evaluasi - konatif 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Memahami 2. Mengerti 3. Memutuskan 1. memahami 2. mencoba 3. menyimpulkan 1. Mengikuti 2. Merasakan 3. Tindakan

8.7 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berbeda pada satu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.¹⁹ Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2015 yang berjumlah 147 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.²⁰

Sampel ini menggunakan rumus “Slovin”:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+N(d)^2} \\ &= \frac{147}{1+147(0.01)} \\ &= \frac{147}{1+1,47} = \frac{147}{2,47} \\ &= 59\end{aligned}$$

¹⁹Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), hal 250

²⁰*Ibid*, hal 269

Keterangan :

n = Besar Populasi

N = Besar Sampel

d^2 = Standar ketetapan yang diinginkan

Setelah semua sampel data telah ditentukan maka peneliti menggunakan teknik *sampling sistematis* untuk memilih sampel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono *sampling sistematis* adalah teknik menentukan sampel berdasarkan urutan anggota populasi yang telah diberikan nomor urut. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan dari bilangan tertentu ²¹

8.8 Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data kuantitatif. dalam penelitian kuantitatif ada beberapa tahap yang harus dilakukan peneliti, antara lain:

1. Data Coding

Data Coding atau mengoding data merupakan suatu proses penyusunan data mentah secara sistematis (yang ada dalam bentuk kuesioner kedalam bentuk alat yang mudah dibaca oleh komputer (SPSS).

²¹Muhammad Idrus, *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012) Hal 97

2. *Data Entering*

Merupakan proses memasukan data yang telah diubah dalam kode angka ke dalam SPSS.

3. *Data Cleaning*

Atau membersihkan data merupakan proses pengecekan untuk memastikan bahwa seluruh data yang dimasukan ke dalam komputer sudah benar.

4. *Data Output*

Menyajikan data merupakan tahap menampilkan hasil pengolahan data dengan bentuk yang mudah dibaca dan lebih menarik.

5. *Data Anylazing*

Menganalisis data merupakan tahap terakhir dalam penelitian, tahap ini mengharuskan peneliti menginterpretasikan data yang sudah diperoleh selam mengumpulkan data dari lapangan.

8.9 Teknik Analisa Data

1. Analisis Univariat

Analisis yang digunakan untuk memperoleh distribusi frekuensi dan presentasi dari semua variabel yang diteliti, baik variabel bebas maupun variabel terikat guna mendapatkan gambaran serta dapat menjelaskan karakteristik masing-masing variabel melalui analisis distribusi frekuensi.

2. Analisa Bivariat

Analisa Bivariat untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk melihat adakah pengaruh antara dua variabel tersebut digunakan uji Chi-Square dengan batas kemaknaan $\alpha = 0,05$. Jika $p \text{ value} < \alpha$ artinya ada pengaruh yang bermakna antara kedua variabel tersebut, namun jika $P \text{ value} > \alpha$ artinya tidak ada pengaruh yang bermakna antara dua variabel tersebut.

9 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, maka peneliti menggambarkan pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

1. BAB I: Pendahuluan

Pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, lokasi penelitian, teknik analisis data dan sistematika tulisan.

2. BAB II: Kerangka Teori

Pada bab ini dipaparkan beberapa teori yang berhubungan dengan topik pembahasan yang meliputi sebagai berikut : Media *online*, media cetak (Koran), era media baru, revolusi komunikasi.

3. BAB III

Adalah deskripsi wilayah penelitian, yang meliputi: tentang penjelasan wilayah penelitian, Jumlah Mahasiswa yang mencari berita di media *online*, dan keadaan aktif dan pasif mahasiswa pengguna media *online*.

4. BAB IV

Hasil penelitian pembahasan mengenai pengaruh penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca Koran studi pada mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2015.

5. BAB V:

Adalah penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, “pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang”. Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik dari orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada di sekitarnya.²²

Menurut para ahli Uwe Becker, pengaruh adalah kemampuan yang terus berkembang dan tidak terlalu terkait dengan usaha memperjuangkan dan memaksakan kepentingan. Sedangkan menurut Robert Dahl, pengaruh diumpamakan sebagai berikut: A mempunyai pengaruh atas B sejauh ia dapat menyebabkan B untuk berbuat sesuatu yang sebenarnya tidak akan B lakukan.²³

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, pengaruh merupakan sesuatu hal yang dapat membentuk atau mengubah suatu perilaku tanpa dipaksakan, pengaruh terbesar dalam kehidupan modern sekarang ini adalah alat komunikasi atau media massa dimana pengaruh tersebut dapat merubah perilaku, pendapat dan pola pikir masyarakat secara dominan.

²² Pipit Anggraini, *Hubungan Antara Pilihan Kuliah Di Prodi Jurnalistik Dengan Minat Menjadi Jurnalis (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi)*.

²³ <http://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>, diakses pada tanggal 30 September 2014

B. Media

Kata media berasal dari Bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti ‘tengah’, atau ‘pengantar’. Dalam Bahasa arab, media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach & Ely (1971) mengatakan bahwa media apabila dipahami 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, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.²⁴

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey dan McQuail). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media elektronik, dan internet merupakan representasi dari media media *online* atau di dalam jaringan.

²⁴ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2013), hal 3

Beragam kriteria bisa dibuat untuk melihat bagaimana media itu. Ada yang membuat kriteria media berdasarkan teknologinya, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan mesin cetak dan media elektronik yang dihasilkan dari perangkat elektronik. Dari sumber atau organ yang menjelaskan bagaimana cara mendapatkan atau bagaimana kode-kode pesan itu diolah, misalnya media audio-visual yang diakses menggunakan organ pendengaran dan penglihatan. Ada juga yang menuliskan berdasarkan bagaimana pesan itu disebarkan. Contohnya, media penyiaran (*broadcast*) dimana media merupakan pusat dari produksi pesan, seperti stasiun televisi, dan pesan itu disebarkan dan dinikmati oleh siapa saja asal ada pesawat televisi. Atau berdasarkan teknologi, pola penyebaran, sampai pada bagaimana khalayak mengakses media, seperti media lama (*old media*) dan media baru (*new media*).²⁵

C. Media Jurnalistik

1. Media Cetak

Sekurang-kurangnya terdapat tiga jenis media cetak yang beredar di masyarakat, antara lain surat kabar, majalah, dan buku. Sejak masa awal perkembangannya hiinggga saat ini, ketiga jenis media cetak tersebut telah mengalami berbagai perubahan yang amat amat besar. Dari sisi perwajahan, bahasa, dan kualitas pesan, semuanya telah berubah sejalan dengan perubahan masyarakat dan kemajuan teknologi pendukungnya.

²⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2014), hal 3

a. Surat Kabar

Surat kabar atau bisa disebut koran merupakan salah satu kekuatan sosial dan ekonomi yang cukup penting dalam masyarakat. Pada awal perkembangannya, di Italia, surat kabar, dalam bentuk *posted bulletins* tumbuh secara bertahap, mulai dari bentuk yang amat sederhana lembaran-lembaran kertas yang dipublikasikan secara lokal hingga dalam bentuknya seperti yang sekarang dapat dilihat, dengan jumlah halaman yang banyak, serta distribusi wilayah yang luas.

b. Majalah

Majalah mulai berkembang sejak akhir abad ke-19. Majalah hadir sebagai media hiburan utama karena pada saat itu, baik radio maupun televisi, belum banyak dikenal orang. Selain televisi dan radio belum banyak dikenal, juga tidak setiap orang pada saat itu mampu untuk pergi menonton di bioskop. Dalam situasi masyarakat seperti itulah kemudian majalah mulai tumbuh dengan membuka halaman iklan sebagai salah satu daya tariknya. Karena perkembangannya yang cukup pesat, baik dalam bentuk, ukuran, maupun popularitasnya, sirkulasi majalah terbukti meningkat cepat. Implikasinya, semakin banyak majalah itu terjual, semakin banyak pula perusahaan yang tertarik untuk mengiklankan produknya lewat majalah tersebut. Hal itu dapat berpengaruh pada upaya penyediaan halaman-halaman khusus untuk iklan.

c. Buku

Ketika radio dan televisi muncul sebagai media massa, kelompok pesimistis meramalkan akan suramnya masa depan dunia perbukuan, termasuk media cetak lainnya. Buku akan tergeser oleh perkembangan media informasi elektronik. Kecenderungan masyarakat akan berubah bersama dengan semakin kuatnya efek media elektronik. Menurut kelompok pesimistis, “kita akan menjadi masyarakat visual, dan meninggalkan lembaran-lembaran yang tercetak”. Akan tetapi, kenyataan menunjukkan sebaliknya. Buku tetap bertahan bahkan menjadi media yang amat penting dalam kehidupan manusia. Buku menawarkan informasi penting tentang ilmu pengetahuan, menyajikan hiburan bagi para pembacanya, menjadu teman yang paling dekat dengan para penggemarnya. Berbeda dengan radio dan televisi, buku dapat dinikmati berulang-ulang. Karenanya ia mampu melakukan reformasi peradaban manusia.²⁶

2. Media Elektronik

a. Radio

jurnalistik radio-disebut juga *broadcast journalism*, jurnalisme radio, jurnalistik penyiaran-yaitu proses penyebarluasan informasi (berita) melalui media radio. Karena radio *is sound*, hanya suara, maka karya

²⁶ Asep Saiful Muhtadi, *Penganta Ilmu Jurnalistik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2016) hal25-29

jurnalistik (berita, feature, artikel) yang melalui radio pun berupa suara (*sound, human voice*).²⁷

b. Televisi

Televisi adalah system penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi suara menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.²⁸

Televisi mulai berkembang dan tercatat pada tahun 1939 di satu *world's fair* di Amerika, Zworikin yang dibantu oleh Philon Farnsworth, berhasil memperkenalkan pesawat televisi pertama. Sebelum pertemuan Vladimir Zworykin ini, peneliti system televisi bukan merupakan pertemuan tunggal melainkan bersama atau memang mereka meneliti bersama-sama.²⁹

3. Media Online

Media *online* disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru)-dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*)-koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*)-radio, televisi, dan film/video. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online*

²⁷ <http://Romeltea.com/dasar-dasar-jurnalistik-radio>, diakses pada tanggal 7 september 2013

²⁸ www.kbi.web.id/televisi, diakses pada tanggal 25 April 2018

²⁹ Hodajanto Djamal, Andi Fachrudin, Dasar-dasar penyiaran, (Jakarta: Prenda, 2015)

atau *cyber jurnalisme* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (*Wikipedia*). Dalam prespektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi media objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses kekonten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real time*”.

a. Jenis-jenis media *online*

Asep Samsyul M. Romli dalam bukunya mengemukakan jenis media *online* adalah media onlne berupa *website*, utamanya *website* berita (*news online media*), utamanya karena situs berita merupakan media *online* yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini. Media *online* berupa situs berita bisa kita klasifikasikan menjadi lima kategori:

1. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti republika *online*, kompas *cybermedia*, media-indonesia.com, seputar-indonesia.com, pikiran-rakyat.com,dan tribunjabar.co.id.
2. Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Nederland (*rnw.nl*).

3. Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran televisi, seperti CNN.com, metrotvnews.com, liputan6.com.
4. Situs berita *online* “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti antaranew.com, detik.com, dan VIVA News.
5. Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti *Google News*-layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online*.

Dari sisi pemilik atau publisher, jenis-jenis website dapat digolongkan menjadi enam jenis:

1. *News Organisation Website*: situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi *online* surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
2. *Comercial Organization Website*: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk toko-toko *online* (*online store*) dan bisnis *online*.
3. Website pemerintahan : di Indonesia domain go.id seperti Indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia), setneg.go.id, dan dpr.go.id.
4. Website kelompok kepentingan (Interest Group), termasuk website ormas, parpol, dan LSM.
5. Website Organisasi Non-Profit: seperti lembaga amal atau grup komunitas.
6. Personal Website (blog).

b. Karakteristik Media *Online*

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* di bandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online*, antara lain:

1. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualitas: berisi info actual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat: begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
4. Update: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “ralat” di media *online* sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus menerus.
5. Kapasita luas: halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
6. Fleksibilita: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
7. Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat-room*.
9. Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (search)

10. Hyperlinked: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.³⁰

D. Minat Baca

1. Pengertian minat

Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara adapun minat yang bersifat tetap (persistent) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut.³¹ Ada pun pengertian lain, minat adalah gejala psikis yang berkaitan dengan objek atau aktivitas yang menimbulkan rasa senang atau tertarik.³² Dari penjelasan diatas dapat diambil satu pengertian bahwa minat adalah suatu keinginan yang tumbuh dari objek yang membuat individu merasa tertarik akan hasil dari keuntungannya

2. Pengertian minat baca

Minat baca bukanlah sesuatu yang lahir begitu saja pada diri seseorang. Akan tetapi minat baca harus dipupuk dan dibina sejak usia dini. Minat baca suatu kesadaran yang kuat guna memiliki kemampuan membaca dengan tingkat konsentrasi tertentu guna memahami inti permasalahan yang dibaca.

Farida Rahim mengemukakan bahwa, minat baca ialah keinginan yang kuat disertai dengan usaha-usaha seorang untuk membaca. Orang yang mempunyai minat

³⁰ Asep Syamsul M. Romli, *jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia 2012), hal 30-34

³¹Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*.(Jakarta:Kencana2011), hal63

³²Husamah, *Kamus Psikologi Super Lengkap*. (Yogyakarta: C.V Andi Offsed2015), hal245

membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediaannya untuk mendapatkan bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri atau dorongan dari luar.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat baca

Sutarno, mengatakan sangat jelas sekali, bahwa minat terhadap bacaan tertentu merupakan adanya dorongan yang kuat, atau dorongan yang timbul dari dirinya, bahkan dapat dikatakan dorongan motivasi yang tinggi dari dirinya sendiri, walaupun pada hakikatnya tidak terlepas juga dorongan dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya minat baca seseorang. Tinggi minat baca juga dapat dipengaruhi faktor-faktor yang bersifat langsung dan tidak langsung. Faktor yang langsung diantaranya adalah faktor dari orang tua (keluarga). Kemudian faktor yang bersifat tidak langsung seperti halnya sumber bacaan (penyedia), pemerintah dan swasta yang berminat dan peduli terhadap dunia pendidikan.

Menurut Prasetyono, faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat membaca sebagai berikut:

- a. Faktor internal meliputi intelegensi, usia, jenis kelamin, kemampuan membaca, sikap, serta kebutuhan psikologis .
- b. Faktor eksternal meliputi belum tersedianya bahan bacaan yang sesuai status sosial, orang tua atau keluarga guru. ³³

³³ Imam Gazali Arsyad, *Minat Baca Pengunjung Taman Baca Masyarakat (Studi Pada Kafe Baca BPPAUD & DIKMAS Sulawesi Selatan)*.

E. Teori *New Media* (media baru)

Andrew L. Shapiro berpendapat bahwa “munculnya media baru yang memanfaatkan sinyal teknologi digital berpotensi secara radikal menggeser peran media lama sehingga memunculkan media baru tampil untuk mengendalikan informasi sekaligus mengubah kerja manusia”. Croteau dan Hoynes menunjukkan bahwa media baru memiliki kemampuan teknis lantaran berhasil membalikan semua arah kekuatan ekonomi dan sosial secara berlawanan.³⁴

1. *New Media* (Media baru)?

“Media Baru” adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten apa saja, di mana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja-baik sebagai penerima/ pengguna- untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membuat komunitas/ masyarakat “baru” melalui isi media. aspek penting dari media baru, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirnya media yang berbaris *real-time* dimana konten media tidak bisa diatur seperti pada media “*konvensional*” sekarang ini.

Menurut Croteau dan Hoynes (2003) “kita menyaksikan evolusi jaringan interkoneksi universal audio, video, dan komunikasi teks berbaris elektronik yang semuanya telah mengaburkan perbedaan antara komunikasi antarpersonal dalam massa juga antara komunikasi publik dan privat”. Kata mereka, media baru berhasil;

³⁴Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*. (Jakarta: kencana 2015) hal 284

(1) mengubah makna jarak geografis, (2) memungkinkan peningkatan volume informasi secara besar-besaran, (3) memungkinkan peningkatan kecepatan komunikasi, (4) memberikan kesempatan bagi terjadinya komunikasi interaktif, dan (5) memungkinkan bentuk komunikasi, yang sebelumnya terpisah dan tumpang tindih, kini dapat melakukan interkoneksi.³⁵

Media Baru menurut Flew (2005:2), didefinisikan sebagai sebuah media yang formatnya merupakan kombinasi dari tiga C, yaitu:

- *Computing and information technology (IT)*, menggunakan teknologi informasi dan komputer
- *Communications networks*, dapat menciptakan jaringan komunikasi
- *Digitised media and information content*, mengandung informasi dan merupakan media yang digital bukan analog

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Lievrouh dan Livingstone (2005:2), yang mengatakan bahwa sebuah media dapat dikatakan sebagai media baru apabila:

- Menggunakan alat atau teknologi yang memungkinkan kita untuk memperluas kemampuan kita dalam berkomunikasi
- Semua kegiatan komunikasi yang kita lakukan, dikerjakan, dan terjadi dengan menggunakan dan dukungan alat tersebut
- Dengan peralatan itu, kita juga membangun kontak sosial dan organisasi.³⁶

³⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Kencana 2015), hal 284

³⁶ Diah Wardani & Afdal Makkuraga Putra, *The Reposition Of Communication In The Dynamic Of Convergence: Repersisi Komunikasi Dalam Dinamika Konvergensi*, (Jakarta: Kencana 2012), hal 170

2. Definesi Media Baru

Lev Manovich dalam “*The New Media Reader*” mendefinisikan media baru delapan proporsi:

- a. Media Baru versus Cyberculture-istilah “media baru” dan “siberkultur” sering dipakai secara bergantian. Media baru merupakan sebuah paradigma dan objek budaya (digital untuk televisi analog, iPhone), sedangkan siberkultur adalah beragam fenomena sosial yang berkaitan dengan jaringan komunikasi internet seperti *blog, online multi-player game*.
- b. Media baru adalah media yang berbaris teknologi komputer sebagai “platform” distribusi informasi melalui situs *Web, Komputer Multimedia, Blu-ray disk* dll.
- c. Media baru merupakan media pertukaran data digital yang dikendalikan oleh *software*. Bahasa media baru didasarkan pada asumsi bahwa, semua benda budaya yang mengandalkan representasi digital mengirimkan informasi berbaris komputer demi peningkatan kualitas informasi itu sendiri
- d. Media baru merupakan campuran antara konvensi budaya yang sudah ada dengan konvensi *software*. Kini media baru dapat dipahami sebagai campuran antara konvensi budaya yang lebih tua dan konvensi yang baru dalam pengelolaan dan akses data yang semuanya diproses melalui manipulasi. Jadi kata “lama” dalam “media lama” sebagai lawan dari “media baru” menggambarkan kerja media atas data yang sekaligus mempresentasikan realitas visual dan pengalaman manusia, sedangkan kata “baru” menunjukkan bahwa data itu bersifat numerik.

- e. Media baru media yang menghasilkan *estetika* baru. Karena media baru menyediakan strategi untuk meningkatkan kualitas estetika konten (bayangkan orang yang dapat memanipulasi foto dalam banyak versi dengan perangkat lunak (*adobe photoshop*)).
- f. Media baru sebagai pemercepat eksekusi “algoritma”, artinya segala algoritma sebelumnya dilakukan secara manual atau teknologi lain seperti kalkulator maka kini eksekusi seperti itu harus berubah. Hadirnya komputer yang menyediakan perangkat lunak perhitungan (contoh: *Excell*) maka orang dapat memperbesar kapasitas, mempercepat berbagai jenis perhitungan.
- g. Media baru sebagai candra dimuka yang mengendalikan *encoding* informasi, media baru juga dipandang sebagai “metamedia”. Manovich malah menyatakan bahwa ketika embiro media mulai dikenal 1920 maka “media baru” mulai berkembang cepat dalam jangka waktu yang tidak bisa diramalkan.
- h. Media baru juga dapat dipandang sebagai gagasan artikulasi paralel dari seni dan komputasi modern yang sejak lahir disebut seni “kombinatorik”. Seni ini merupakan penciptaan gambar yang secara sistematis mengubah parameter tunggal lalu menghasilkan gambar yang sangat mirip dengan struktur spasial.

3. Kateristik Media Baru

Paling tidak ada karakteristik utama dari media baru yang membuatnya unik dan sangat berbeda dari media lama, yaitu: (1) *representasi numerik*, (2) *modularitas*, (3) *otomatisasi*, (4) *variabilitas*, (5) *transcoding*.

Manovich memfokuskan tiga aspek (karakteristik) media baru yaitu; variabilitas, modularitas, dan *transcoding*.

Pertama, *variabilitas*, merupakan salah satu karakteristik utama masyarakat postmodern, menjelaskan bahwa semua orang dapat memproduksi gambar dan suara menurut versi mereka. Variabilitas menjadi mungkin karena digitalisasi di mana semua informasi dikodekan dalam data biner 0 dan 1.

Kedua, "*modularity*", suatu konsep yang dipahami oleh masyarakat pascaindustri, menjelaskan bahwa media digital memiliki berbagai komponen bersifat diskrit artinya tampak terpisah namun setiap saat dapat dapat disusun atau digabungkan dalam representasi data numerik, dari modularitas inilah orang dapat menciptakan variasi konten. Perhatikan bagaimana media baru lebih mudah merekonstruksi elemen data yang bersifat diskrit seperti penampilan versi yang berbeda dari gambar atau suara yang sama. Contoh, gambar dan suara dapat secara otomatis ditampilkan pada halaman web, jadi setiap kali orang berhadapan dengan halaman web maka orang dapat memperkaya halaman tersebut sesuai dengan keinginan pengguna. Pengaruh modularitas ini sangat besar terhadap "industry budaya". Contoh, para konsumen dapat mendesain warna sepatu sesuai dengan kesukaannya lalu mengirimkan pesanan itu kepada perusahaan Nike.

Ketiga, *transcoding*, merupakan proses memungkinkan para pengguna semakin mudah menerjemahkan apa yang dia kerjakan ke dalam format yang berbeda apalagi didukung oleh proses komputerisasi. Manovich mengemukakan bahwa

media baru mempunyai dua lapisan yang berbeda, yaitu; (1) lapisan budaya dan (2) lapisan komputer. Dibawah lapisan budaya –kita harus melihat sejauh mana struktur organisasi media baru bermanfaat bagi pengguna, sedangkan pada media baru-digital memiliki struktur yang sama sekali berbeda dan logika dibalik itu. Contoh, setiap warna yang kita lihat dilayar computer mewakili sejumlah *heksadesimal* yang tidak ada hubungannya dengan karakteristik visual dari warna apapun (para *desainer web* tahu bahwa # ffffff berarti warna putih, dan #000000 berdiri dari warna hitam)³⁷

F. Cyber Media (Media Siber)

1. Tinjauan Atas “Cyber”

Digital media, media *online*, e-media dan *cyber* media adalah beberapa sebutan yang menggambarkan istilah media baru. Namun pada intinya maksud dari media baru adalah perangkat media baik itu perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*). Perubahan teknologi media serta pemakaian terhadap mediun telah mempengaruhi peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu.³⁸ Kata *cyber* banyak digunakan untuk menjelaskan realitas media baru. Konsep media baru itu sendiri pada awalnya diperkenalkan dalam novel *science-fiction, True Name* oleh Vernor, seorang novelis yang juga ahli matematika pada 1981.³⁹

³⁷ Alo Liliweri, *Op.Cit*, hal 284-288

³⁸ <http://ilkom.fis.uny.ac.id/review>, Diakses pada 25-10-2016, 20;16

³⁹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, (Jakarta: Kencana 2014), hal 17

2. Implikasi kehadiran media siber

Keterlibatan khalayak dalam media siber memberikan implikasi tidak hanya, tetapi juga telah mengubah eksistensi media tradisional, otoritas sumber dalam produksi, memperoleh dan mendistribusi berita sementara; melainkan juga mendefinisikan ulang kajian tentang produsen dan konsumen informasi yang selama terdikotomi. Contoh ini bisa dilihat dari prespektif jurnalisme dimana informasi-produksi berita menjadi milik institusi media dan khalayak hanya sebagai konsumen. Beranjak dari implikasi kehadiran media siber, berikut ini penulis akan menjabarkan tiga implikasi kehadiran media baru terhadap media tradisional. Pembahasan ini akan memfokuskan diri dalam perspektif jurnalisme khususnya kemunculan jurnalisme warga di mana setiap khalayak dengan munculnya media siber turut serta atau berpartisipasi aktif dalam memproduksi, mendistribusikan, dan membicarakan informasi sebagaimana layaknya industri media massa. Meski bab ini akan banyak dibahas mengenai jurnalisme warga dan pengaruh terhadap teori dan praktik jurnalisme, namun dalam konteks yang lebih jauh ini juga bisa diterapkan bagi bidang lainnya seperti hubungan masyarakat, periklanan, hingga interaksi social-politik.

a. Media

1. menipisnya hegemoni dan berkembangnya demokrasi media

Kehadiran media siber dan gerakan *citizen journalism* (jurnalisme warga) secara langsung maupun tidak membawa dampak pada media yang selama ini dianggap sebagai penguasa atas produksi dan distribusi informasi. Sebab internet memberikan kemudahan akses warga dalam

membuat akun di milis, situs jejaring sosial, *web-blog*, hingga membuat situs sendiri pada kenyataan menambah sumber untuk memproduksi dan mendistribusikan media. “*freedom of the press is guaranteed only the those who own one.*” *Now, million do* (A.J. Lieling dalam Bowman and willis).

2. Berubahnya Organisasi dan Kultur Media

Dalam perspektif organisasi media sebagaimana telah dicontohkan sebelumnya membawa pada perubahan struktur hierarki media adalah jurnalisme warga. Bahwa selama ini proses proses suatu berita murni dikerjakan oleh redaksi, namun kehadiran jurnalisme warga membuka peluang bagi keterlibatan warga dalam memproduksi berita. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alex Burns yang berjudul *Citizen Journalism and Everyday Life: A Case Study Germany's myHeimat.de* menunjukkan bagaimana kultur media tradisional berubah terhadap sumber pemberitaan.

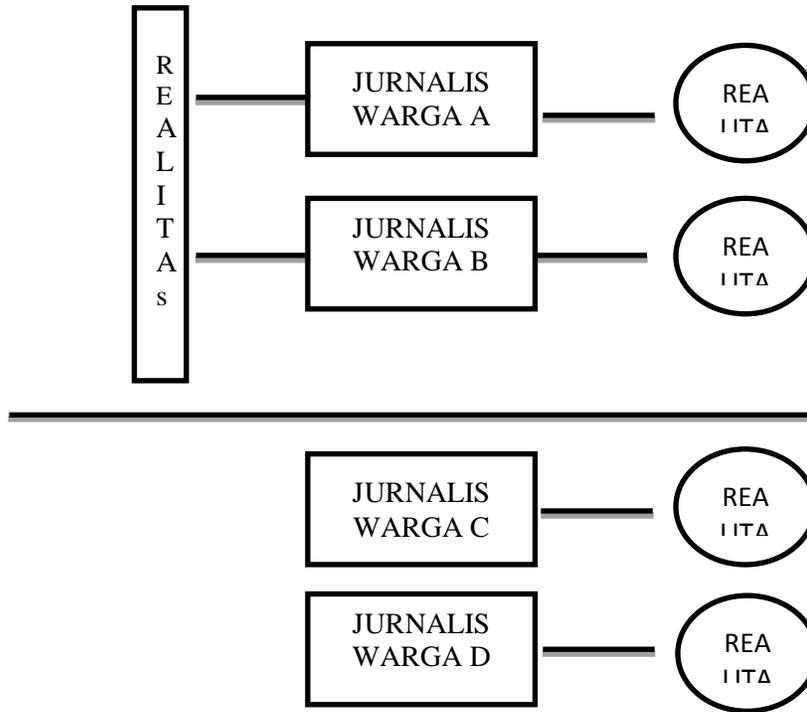
3. Penjualan dan Periklanan

Kehadiran beragam media pada dasarnya memberikan peluang bagi warga untuk menentukan media apa yang akan diakses. Suatu peluang bagi warga untuk menentukan media apa yang akan diakses. Suatu berita yang terjadi saat ini tidak hanya bisa disaksikan melalui siaran televisi, namun bisa didengar melalui radio, dibaca di koran atau majalah, dan juga bisa diakses melalui internet media. Menjamin teori supply-

demand, Albarran menegaskan bahwa semakin murah dan mudah warga untuk mengkonsumsi konten itu (Albarran). Kehadiran media siber tentu saja menambah sesak persaingan industry media dalam menghasilkan konten dalam hal merebut para pengiklan.

b. Berita

Dalam jurnalisme warga, berita yang dihasilkan warga pada dasarnya merupakan hasil kerja individual frame. Peristiwa yang terjadi di lapangan juga dikonstruksi menurut pandangan dan hasil seleksi. Namun perbedaan yang lebih tegas antara jurnalis di media tradisional dan jurnalisme warga yaitu hasil konstruksi terhadap realitas bisa dikatakan secara independen dilakukan oleh warga sendiri tanpa campur tangan birokrasi redaksi sebagaimana terjadi di institusi media. Kondisi diri sebagai sumber berita atau *self-commodity* yang menjadikan diri khalayak itu sendiri sebagai objek pada dasarnya merupakan realitas yang dibangun oleh jurnalis warga itu sendiri yang berasal dari dua sumber realitas yakni diluar diri (realitas objek eksternal) dan didalam diri (realitas objek internal) jurnalis warga tersebut, sebagaimana dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar realitas khalayak dalam media jurnalisme warga⁴⁰

⁴⁰ Ibid, hal 39-51

BAB III

DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Singkat UIN Raden Fatah Palembang

Pada sejarahnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Fatah Palembang diresmikan pada tanggal 13 November 1964, di Gedung Dewan Perwakilan Rakyat Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Nomor 7 Tahun 1964 tanggal 22 Oktober 1964.

Asal-usul berdirinya IAIN Raden Fatah erat kaitannya dengan keberadaan lembaga-lembaga pendidikan tinggi agama Islam yang ada di Sumatera Selatan dengan IAIN Sunan Kalijaga di Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah di Jakarta. Cikal bakal IAIN awalnya digagas oleh tiga orang ulama, yaitu K.H.A. Rasyid sidik, K.H. Husin Abdul Mu'in dan K.H. Siddik Adim pada saat berlangsung muktamar Ulama se Indonesia di Palembang tahun 1957.

Gagasan tersebut mendapat sambutan luas baik dari pemerintah maupun peserta muktamar. Pada hari terakhir muktamar, tanggal 11 September 1957 dilakukan peresmian pendirian Fakultas Hukum Islam dan pengetahuan Masyarakat yang diketuai oleh K.H. A. Gani Sindang Muchtar Effendi sebagai Sekretaris. Setahun kemudian dibentuk Yayasan Perguruan Tinggi Islam

Sumatra Selatan (Akte Notaris No. 49 Tanggal 16 Juli 1958) yang pengurusannya terdiri dari Pejabat Pemerintah , ulama dan tokoh- tokoh masyarakat.⁴¹

Pada tahun 1975 s.d tahun 1995 IAIN Raden Fatah memiliki 5 Fakultas, tiga Fakultas di Palembang, yaitu Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin; dan dua Fakultas di Bengkulu, yaitu Fakultas Ushuluddin di Curup dan Fakultas Syariah di Bengkulu. Sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam upaya pengembangan kelembagaan perguruan tinggi agama Islam, maka pada tanggal 30 juni 1997, yang masing- masing ke dua Fakultas di tingkatkan statusnya menjadi sekolah tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), yaitu STAIN Curup dan STAIN Bengkulu

Dalam perkembangan berikutnya IAIN Raden Fatah membuka dua Fakultas baru, yaitu Fakultas Adab dan Fakultas Dakwah berdasarkan Surat keputusan Menteri Agama R.I Nomor 103 tahun 1998 tanggal 27 Februari 1998. Cikal bakal Fakultas Adab dimulai dari pembukaan dan penerimaan mahasiswa Program Studi (Prodi) Bahasa dan Sastra Arab dan Sejarah Kebudayaan Islam pada tahun Akademik 1995/1996.⁴²

Pendirian Program Pascasarjana pada tahun 2000 mengukuhkan IAIN Raden Fatah sebagai institusi pendidikan yang memiliki komitmen terhadap pencerahan

⁴¹ www.uinradenfatah.ac.id/sejarah-uin-raden-fatah-Diakses Pada Hari Senin Tanggal 12 Februari 2018 Pukul 22.26 WIB

⁴² *ibid*,

masyarakat akademis yang selalu berkeinginan untuk terus menimba dan mengembangkan ilmu-ilmu keislaman *multidisipliner*.

Uin Raden Fatah Palembang mempunyai visi, misi dan tujuan dalam tujuan tersebut mempunyai arti makna yang berbeda-beda yaitu:

1. VISI

“Menjadi Universitas Berstandar Internasional, Berwawasan Kebangsaan, dan Berkarakter Islami”

2. MISI

1. Melahirkan sarjana dan komunitas akademik yang berkomitmen pada mutu, keberagaman, dan kecendekiawanan.
2. Mengembangkan kegiatan Tri Dharma yang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, relevan dengan kebutuhan bangsa, dan berbasis pada tradisi keilmuan Islam yang integralistik.
3. Mengembangkan tradisi akademik yang universal, jujur, objektif, dan bertanggung jawab.⁴³

TUJUAN

1. Memberikan akses pendidikan yang lebih besar kepada masyarakat, dalam rangka meningkatkan Angka Partisipasi Pendidikan Tinggi.

⁴³ *Ibid*

2. Menghasilkan sumber daya manusia yang kompetitif, profesional, terampil, berakhlakul karimah, dan berintegritas.
3. Menghasilkan karya-karya akademik yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Tujuan tersebut sesuai dengan tugas pokok IAIN yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No. 33/1985, yakni “menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di atas perguruan tingkat menengah yang berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia dan secara ilmiah memberikan pendidikan pada masyarakat di bidang ilmu pengetahuan agama Islam sesuai dengan perundang- undangan yang berlaku.”

Tujuan itu diperinci menjadi : (1) Tujuan eksistensial, yakni memberikan pendidikan dan pengajaran agama Islam tingkat universitas serta menjadi pusat untuk memperdalam dan memperkembangkan ilmu pengetahuan agama Islam. (2). Tujuan institusional, yakni membentuk sarjana muslim yang ahli dalam ilmu agama Islam dan ilmu-ilmu lainnya yang berkaitan, yang bertaqwa dan berakhlak mulia, yang cakap dan trampil serta bertanggung jawab atas kesejahteraan umat, bangsa dan negara.⁴⁴

B. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas dakwah dan Komunikasi awalnya bernama Fakultas Dakwah. Keberadaan Fakultas Dakwah sendiri tidak terlepas dari Fakultas Ushuludin IAIN Raden Fatah Palembang, dimana sejak tahun 1976 Fakultas Ushuludin telah

⁴⁴*Ibid*

mengembangkan jurusan yang sebelumnya hanya ada satu jurusan saja, yaitu jurusan perbandingan Agama, ditambah satu jurusan yaitu Dakwah.

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka diperlukan adanya pengembangan fakultas di lingkungan IAIN Raden Fatah Palembang untuk menambah berbagai disiplin ilmu sebagai pelengkap keilmuan yang berhubungan dengan agama Islam, sehubungan dengan hal tersebut menjelang tahun akademik 1995/1996 Fakultas Ushuludin jurusan Dakwah membentuk program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan bimbingan Penyuluhan Islam (BPI)

Sebagai langkah awal untuk pendirian Fakultas Dakwah, maka dilaksanakanlah rapat senat Fakultas Ushuludin pada tanggal 23 Februari 1995. Dari hasil rapat tersebut ditetapkan Tim persiapan pendirian Fakultas Dakwah dengan SK Dekan Nomor : IN/ 4/III.2/PP.07.660/1995 Tanggal 16 Februari 1995 dengan personil sebagai berikut : Ketua Drs. Komaruddin Sahar, Sekertaris Drs. Taufik Yusuf, Anggota Drs. H.M. Yamin Maris, Drs. H. Abdullah Yahya, Drs. Thohlon Abdul Rauf, Drs. Saifullah Rasyid, MA, Drs. Turmudzi Ds.⁴⁵

Selanjutnya pada tanggal 10 Agustus 1995 Fakultas Ushuludin IAIN Raden Fatah Palembang kembali mengadakan siding senat dengan hasil keputusan bahwa : pada tahun akademik 1995/1996 mahasiswa yang akan mendaftar jurusan Dakwah

⁴⁵ Tim Penyusun, *pedoman akademik Mahasiswa, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Raden Fatah Palembang*. hlm 1

adalah sebagai mahasiswa program studi KPI dan BPI. Mahasiswa inilah yang merupakan cikal bakal mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang.

Upaya untuk mendirikan Fakultas Dakwah dan selanjutnya yaitu dengan membentuk pengelola program sebagai berikut : Ketua Pengelola Drs. Komaruddin Sahar, Sekertaris Drs. H.M Kamil Kamal, Anggota Drs. H. Thohloh Abdul Rauf, Drs. Basyaruddin Hamdan, Drs. Asmawi.

Sebagai usaha untuk mempepercayai proses pendirian Fakultas Dakwah dan Adab di lingkungan IAIN Raden Fatah Palembang, dibentuklah Tim gabungan pendirian Fakultas Dakwah dan Adab, dengan SK Rektor Nomor : XXXIII tahun 1995. Personelnya sebagai berikut :

Ketua : Drs.H.M. Yamin Maris

Sekretaris : Drs. H. Saifullah Rasyid, MA

Anggota : 1. Drs. H. Ali Ahmad Zen

2. Drs. Komaruddin Sahar

3. DR. J. Syuthi Pulungan, MA⁴⁶

Dalam pertemuan tim gabungan tersebut dengan Rektor IAIN Raden Fatah Drs. Moh. Said, MA disepakati bahwa kedua Fakultas yang akan didirikan itu

⁴⁶ *Ibid*, hlm 2

hendaknya mempersiapkan mahasiswa-mahasiswanya dan menyusun proposal untuk dikirim ke Menteri Agama RI guna merealisasikannya.

Langkah berikutnya Tim menyebarkan angket ke Pesantren- Pesantren serta MAN /MAS yang ada di wilayah Sumatra Selatan. Disamping itu dilaksanakan juga studi banding ke IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, IAIN Sunan Gunung Jati Bandung serta IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tanggal 1-9 Desember 1995. Dari fakultas Dakwah diwakili oleh Drs. Komaruddin Sahar dan Drs. H. M. Kamal Kamal. Kesemuanya dilakukan dalam rangka studi kelayakan berdirinya Fakultas Dakwah.

Berdasarkan hasil angket dan studi banding yang telah dilaksanakan tersebut, maka dibuatlah proposal dan kemudian diajukan kepada Menteri Agama RI. Disamping itu, Rektor IAIN Raden Fatah telah mengeluarkan SK No. B/II-i/UP/212/1997 tentang struktur Badan Pengelola Persiapan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang, yakni sebagai berikut :

Ketua : Dr. Aflatun Muchtar, MA

Wakil Ketua : Drs. Komaruddin Sahar

Wakil Ketua : Drs. H. M. Kamil Kamal

Anggota : 1. Mirwan Fasta, S.Ag

2. Ahmad Darmawan

Pada tahun akademik 1997/1998 badan pengelola persiapan Fakultas Dakwan mulai mempersiapkan jadwal kuliah. Di samping itu dosen- dosen Fakultas Ushuludin mengadakan konsolidasi dengan mahasiswa Fakultas Ushuludin jurusan Dakwah angkatan 1995/1996 dan 1996/1997 dengan membagi dua jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI).⁴⁷

Pada tanggal 27 Februari 1998 dengan SK menteri Agama RI No. 103 Tahun 1998 berdirilah Fakultas Dakwah di IAIN Raden Fatah Palembang dan baru diresmikan oleh Rektor IAIN Raden Fatah pada tanggal 13 Juli 1998.

Berdasarkan SK Rektor Nomor : IN/4/1.2/KP.07.6/140/1998 tanggal 14 Mei 1998 ditetapkanlah pelaksanaan harian tugas Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah dan pembantu-pembantunya yaitu :

Dekan : Dr. Aflatun Muchtar, MA,

Pembantu Dekan I : Drs. H.M. Kamil Kamal

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur,

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar,⁴⁸

Sedangkan pengangkatan staff jurusan ditetapkan dengan SK Rektor Nomor : IN/4/1.2/KP.06.6?145/1998 sebagai berikut : Ketua Jurusan KPI Drs. M. Amin,

⁴⁷ *Ibid*, hlm 3

⁴⁸ *Ibid*, hlm 4

Sekretaris Jurusan KPI Dra. Hamidah, M.Ag, Ketua Jurusan BPI Drs. Musrin HM,
Sekretaris Jurusan BPI DRa. Eni Murdiati.

Akan tetapi hal serupa ini tidak berlangsung lama karena Dr. Aflatun Muchtar, MA yang menjadi Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang terpilih sebagai pembantu Rektor IAIN Raden Fatah bidang kemahasiswaan, oleh karena itu sebagai pelaksana tugas harian Dekan ditunjuk Drs. H.M Kamil Kamal.

Dengan keluarnya S Menteri Agama RI tentang Dekan dan pembantu Dekan Fakultas Dakwah, maka secara definitif terhitung mulai tanggal 4 Oktober 2000 kepemimpinan Fakultas Dakwah sebagai berikut :

Dekan : Drs. H.M Kamil Kamal

Pembantu Dekan I : Drs. Amin S.

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar

Karena Drs. Amin S, terpilih sebagai pembantu Dekan I Fakultas Dakwah dan Dra. Hamidah, M.Ag mengikuti pendidikan program S3 di IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, maka posisi Kajur dan Sekjur KPI tidak terisi. Untuk mengatasi hal ini Drs. M. Amin S merangkap jabatan, sebagai PDI dan Kajur KPI dan Sekjur dipilihlah Dra. Hj. Choriyah. Berikutnya setelah Dra.Hamidah M. Ag kembali, maka diusulkan untuk menjadi kajur KPI menggantikan posisi Drs. Amin S sehingga

struktur jurusannya sebagai berikut : Ketua jurusan BPI Drs. Musrin HM, Sekertaris Jurusan BPI Dra. Eni Murdiati, Ketua Jurusan KPI Dra. Hamidah, M.Ag, Sekertaris Jurusan KPI Dra. Hj. Choriyah.⁴⁹

Dengan selesainya masa tugas Drs. H.M Kamil Kamal sebagai Dekan Fakultas Dakwah, maka berdasarkan SK Rektor, terhitung mulai tanggal 26 Agustus 2004 jabatan Dekan di jabat oleh DRA. Hmidah, M.Ag, karena Dra. Hamidah, M.Ag terpilih dua priode sebagai Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang. Adapun struktur dekanat priode 2004-2008 :

Dekan : Dr. Hamidah, M.Ag

Pembantu Dekan I : Drs. M. Hatta Wahid, M.Pd.I

Pembantu Dekan II : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

Pembantu Dekan III : Drs. Musrin, H.M

Pada priode 2008-2012 kepemimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi masih dibawah kepemimpinan Dr. Hamidah, M.Ag dibantu oleh para pembantu Dekan yang lama dan Dekan yang baru, yaitu :

Dekan : Dr. Hamidah, M.Ag

Pembantu Dekan I : Drs. Hatta A. Wahid, M. Pd.I

⁴⁹ *ibid*, hlm 4-5

Pembantu Dekan II : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

Pembantu Dekan III : Dra. Eni Murdiati, M.Hum⁵⁰

Ditengah perjalanan kepemimpinan Dr. Hamidah, M.Ag, tepatnya pada tahun 2011 terjadi perubahan Wakil Dekan I karena yang bersangkutan yakni Drs. Hatta Wahid, M.Pd.I meninggal dunia, maka dipilihlah Dr. Kusnadi M.A sebagai PAW pembantu Dekan I Priode 2009-2013.

Sehubungan beredarnya kabar bahwa IAIN Raden Fatah Palembang akan melakukan trasformasi menjadi UIN Raden Fatah Palembang, dipandang perlu Fakultas Dakwah mengadakan perubahan nama dengan pertimbangan bahwa dalam rangka pemerataan pendidikan dan mendukung trasformasi IAIN Raden Fatah menuju Universitas Islam Negri (UIN) Raden Fatah Palembang, maka pada tanggal 9 Maret 2010 dengan nomor surat. 03/v.2/Kp.01.2/108/2010 pihak Fakultas mengusulkan kepada Rektor untuk perubahan nama Fakultas Dakwah menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang.

Setelah masa kepemimpinan DR. Hamidah, MA berakhir, berdasarkan hasil siding senat Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang tanggal 20 Juni 2012, terpilihlah Dekan Dakwah dan Komunikasi yang baru dengan masa jabatan dari tahun 2012-2016 yaitu Dr. Kusnadi, MA.

⁵⁰ *ibid*, hlm 5

Berdasarkan surat keputusan Rektor IAIN Raden Fatah Palembang dengan nomor surat. 03/1.1/Kp.07.5/477/2012 tanggal 23 Agustus 2012 telah ditetapkan Dr. Kusnadi, MA dengan jabatan sebagai Dekan Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang, dan telah dilantik oleh Rektor IAIN Raden Fatah Palembang pada tanggal 28 Agustus 2012.⁵¹

Dengan dilantiknya Dr. Kusnadi, MA sebagai Dekan, maka jabatan pembantu Dekan bidang akademik mengalami kekosongan, oleh karena itu dipandang perlu untuk mengangkat PAW (Pembantu Antar Waktu), dan Achmad Syarifuddin, M.A terpilih sebagai pejabat antar waktu 2009-2013. Adapun pembantu Dekan bidang Administrasi dan keuangan, serta bidang kemahasiswaan masih berlaku dan baru berakhir pada Januari 2013, setelah masa kerja pembantu Dekan berakhir pada Januari 2013. Setelah masa kerja pembantu Dekan berakhir maka dipih ulang melalui siding senat januari 2013, sebagai pembantu Dekan I : Achmad Syarifuddin, M.A, pembantu Dekan II : Aminullah Cik Sohar, M.Pd.I, pembantu Dekan III : Drs, M.Amin, M.Hum.

Setelah masa para wakil Dekan periode 2009-2012 berakhir maka perlu dilakukan pemilihan ulang. Setelah melalui proses pemilihan calon wakil Dekan, maka yang terpilih adalah : Achmad Syarifudin, M.A Sebagai Dekan I, lalu Drs. Aminullah Cik Sohar, M.Pd.I sebagai wakil Dekan II, dan Drs M. Amin S., M.Hum sebagai wakil Dekan III. Adapun komposisi di jurusan adalah sebagai berikut : Kajor

⁵¹ *ibid*, hlm 6

KPI : Manalullaili, M.Ed, lalu Mohd. Aji Isnaini sebagai sekertaris Jurusan KPI, pada jurusan BPI, ketua jurusannya adalah Neny Noviza, M.Pd dan Ainur Rofik, M.Si sebagai sekertaris Jurusan. Adapun prodi Jurnalistik, diketuai oleh Dra. Nuraida, M.Ag dan Suryati, M.Pd sebagai sekertaris nya.⁵²

Sehubungan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden Fatah dan perubahan status sekaligus juga struktur organisasi baru, baik ditingkat Universitas maupun tingkat Fakultas. Adapun struktur organisasi ditingkat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang adalah :

Dekan : DR. Kusnadi, MA.
Wakil Dekan I : DR. H. Abdul Razzaq. MA.
Wakil Dekan II : Drs. Hj. Dalinur M Nur, MM.
Wakil Dekan III : Manalullaili, M.Ed.

Sedangkan, struktur di tingkat Program Studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang adalah :

Kaprodi KPI : Anita Trisiah, M. sc.
Kaprodi BPI : Neni Noviza, M. Pd.
Sekprodi BPI : Hj. Manah Rasmanah, M.Si.

⁵² *Ibid*, hlm 7

Kaprodi Jurnalistik : Sumaina Duku, M.Si

Sekprodi Jurnalistik : Mirna Ari Mulyani, M.Pd.

Kaprodi Si : Ruliansyah, M. Kom.

Sekprodi SI : Rusmala Santi, M. Kom.

seiring dengan peralihan status IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden Fatah dan seiring dengan tuntutan pasar, maka pertahun 2016/2017 dibuatlah dua Jurusan baru di Fakultas Dakwah dan Kounikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan struktur organisasi sebagai berikut :

Kaprodi PMI : Mohd Aji Isnaini, MA.

Sekprodi PMI : Muzaiyanah, M. Pd.

Kaprodi MD : Candra Darmawan, M. Hum.

Sekprodi Md : Henny Yusalia, M. Hum.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi awalnya hanya memiliki 3 Jurusan yaitu jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI), tetapi pada tahun 2010 Fakultas Dakwah dan Komunikasi ini sesuai dengan perkembangannya, Fakultas ini menambah dua jurusan yaitu Sistem Informasi (SI) dan Jurnalistik dan kemudian sesuai dengan tuntutan pasar tahun 2016/2017 dibuatlah

dua jurusan baru yaitu Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Manajemen Dakwah (MD).

C. Jurnalistik

Jurusan Jurnalistik merupakan pecahan dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam awalnya Jurnalistik hanya merupakan konsentrasi atau hanya matakuliah yang sifatnya khusus sejak berdirinya jurusan KPI. tetapi, pada perkembangannya Jurnalistik pada tahun 2009 menjadi jurusan (Prodi) sesuai dengan SK yang ditrunkan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor Dj.I/787/2009 pada tanggal 23 Desember 2009 maka Jurnalistik dinyatakan resmi menjadi jurusan atau program studi (Prodi).⁵³

Pada awal pendiriannya, jurusan Jurnalistik menampung sebanyak 14 orang mahasiswa, yang terdiri dari 8 mahasiswa perempuan dan 6 mahasiswa laki-laki. tahun inilah Jurnalistik resmi menjadi prodi. pada tahun berikutnya, jurusan Jurnalistik menerima 22 peserta didik, lalu pada tahun 2012 Jurnalistik menerima 94 mahasiswa, pada tahun 2013 berjumlah 71 mahasiswa dan tahun 2014 berjumlah 122 mahasiswa.

Tanggal 26 April jurusan Jurnalistik di tetapkan telah terakreditasi C. melalui surat edaran yang ditetapkan Direktur Pendidikan Islam Nomor

⁵³ Skripsi Yucika Putri, *Persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Penggunaan Aplikasi OLX Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online* (UIN Raden Fatah Palembang : jurusan Jurnalistik, 2017) hlm 68

SE/DJ.I/PP.00.9/42/2013 tentang izin penyelenggaraan dan akreditasi program studi walaupun belum divisitasi badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi.

1. Visi dan Misi Prodi Jurnalistik

a. Visi

Menjadi pusat studi jurnalistik yang unggul dan berkarakter islami di tahun 2020.

b. Misi

1. Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu jurnalistik terutama jurnalistik radio, film, televisi, dan surat kabar.
2. melakukan penelitian dalam media masa yang didasarkan dengan nilai-nilai Islami.
3. melakukan pengabdian kepada masyarakat terutama dala profesi jurnalistik baik elektronik maupun printed media.⁵⁴

Dengan adanya Visi Misi diatas, maka diharapkan mahasiswa sebagai pemegang amanah, agar menjadi seorang jurnalis yang professional, menjalankan profesinya sesuai dengan kode etik yang berlaku.

2. Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan Sasaran jurusan Jurnalistik adalah :

⁵⁴ Tim Pembuat Katalog, *Buku Katalog Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi* (Palembang : NoerFikri, 2014) hlm 8

- a. Dalam penyusunan tujuan dan sasaran program studi jurnalistik dimulai dari analisis eksternal dan internal program studi dan mengacu kepada visi dan misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- b. Tujuan dan sasaran program studi jurnalistik disusun pada saat pembentukan program studi dengan melibatkan pihak yang berkopentent, yaitu ketua program studi, dosen-dosen yang ada pada program studi serta pihak fakultas.
- c. Menciptakan proses pembelajaran yang dinamis, progresif dan kondusif sehingga tercapai hasil (*output*) yang mumpuni dalam bidang jurnalistik. mempersiapkan tenaga-tenaga professional pada jenjang strata satu (S1) yang memiliki intelektual yang tinggi serta dibalut dalam bingkai islami.
- d. Formulasi dan tujuan program studi kemudian disosialisasikan kepada seluruh sivitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi

3. Tujuan Program Studi

1. Memiliki kemampuan dalam bidang jurnalistik serta agamis
2. Terampil dalam mencari, mengolah, menulis, dan menyampaikan berita, laporan melalui media cetak dan elektronik dengan kode etik jurnalistik.
3. Memahami fungsi dan hakikat hukum yang mengatur media masa
4. Mampu mengolah dan mengembangkan usaha pemberitaan media cetak dan elektronik.⁵⁵

⁵⁵ Dokumentasi, Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

4. Keadaan Dosen

Untuk bisa mengetahui keadaan dosen prodi jurnalistik, penulis menggunakan data tentang dosen di dokumentasi. hal tersebut dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 3.1

Daftar Dosen Jurnalistik

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	NIP
1	Dalinur. M.Nur	P	19570412 198603 2 003
2	Suryati, M.Pd	P	19720921200054 2 002
3	Drs. Aliasari, M.Pd	L	196108281991101 10 01
4	Sumaina Duku, M.Si	P	19820116200912 2 002
5	Indrawati, S.S.M.Pd	P	1975100720090 12 003
6	M.Amin Sihabuddin, M.Hum	L	1959040319830310 00
7	Muslimin, M.I.Kom	L	
8	Anang Waliam, M.Hum	L	198201162009012 009

Tabel 3.1 Daftar Dosen Jurnalistik Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah Palembang⁵⁶

Selain dosen tetap diatas, tenaga pengajar di jurusan Jurnalistik juga dilengkapi dengan dosen kontrak BLU berikut :

1. Muslimin, M.I.Kom
2. Anang Waliham, M.Hum

5. Keadaan Mahasiswa

Jumlah mahasiswa jurusan jurnalistik yang dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 3.2

Keadaan Mahasiswa

TAHUN AJARAN AKADEMIK	TOTAL MAHASISWA
2010/2011	14
2011/2012	22
2012/2013	94
2013/2014	71
2014/2015	123
2015/2016	147
2016/2017	140
Jumlah	611

Tabel 3.2 Data Mahasiswa Jurusan Jurnalistik tahun 2010-2018⁵⁷

⁵⁷ Data diperoleh dari BAAK Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, di peroleh pada hari Selasa 24 April 2018 Pukul : 10 WIB

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Setelah kuesioner dibuat serta dibagikan kepada responden sebanyak 59 orang di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang jurusan Jurnalistik. Maka akan dilakukan penelitian berdasarkan jumlah pertanyaan yang terdiri dari 14 pertanyaan.

Hal ini dimaksud untuk :

1. Menguji validitas dan reabilitas dari kuesioner diolah dengan SPSS versi 20.
2. Menganalisis perdimensi dan perindikator variabel X dan Y.
3. Melakukan uji hipotesis statistik dengan rumus uji *Chi-Square* dan membahas hasil yang diperoleh

1. Uji Validitas dan Reabilitas

1.1 Uji validitas

Penelitian ini memiliki 14 item, 7 item untuk variabel Media *Online* (X) dan 7 item untuk variabel menurunnya minat baca koran (Y). Untuk mengetahui mengetahui valid atau tidak validnya item bisa dilihat dari *Corrected Item-Total*

Correlation jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid.

Uji validitas ini menggunakan rumus kolerasi *Product Moment* (r), yaitu jumlah sampel 10 maka df $10-2= 8$, dengan nilai r tabel 0,707. Berikut hasil uji validitas dan reabilitas :

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas variabel X

Tabel 4.1

Validitas statistk X:

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Item 1	.878	0,707	Valid
Item 2	.925	0,707	Valid
Item 3	.711	0,707	Valid
Item 4	.925	0,707	Valid
Item 5	.711	0,707	Valid
Item 6	.800	0,707	Valid
Item 7	.878	0,707	Valid

Data: Primer yang diolah, Juli 2018

Uji validitas untuk varibel X ini dinyatakan valid karena hasil r hitung antara 0,711 sampai dengan 0,925 lebih besar dari r tabel (0,707).

Tabel 4.2

Reabilitas statistik X

Cronbach's Alpha	Keterangan
.951	Valid

Data: data primer yang diolah, Juli 2018

Uji reabilitas untuk variabel X ini dinyatakan valid karena r hitung 0,951 lebih besar dari r tabel (0,707).

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas variabel Y

Tabel 4.3

Validitas Statistik Y

Item	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Item 1	.951	0,707	Valid
Item 2	.917	0,707	Valid
Item 3	.917	0,707	Valid
Item 4	.912	0,707	Valid
Item 5	.951	0,707	Valid
Item 6	.917	0,707	Valid
Item 7	.987	0,707	valid

Data: data primer yang diolah, Juli 2018

Uji validitas untuk variabel X ini dinyatakan valid karena hasil r hitung antara 0,912 sampai dengan 0,987 lebih besar dari r tabel (0,707).

Table 4.4

Reliabilitas statistik Y

Cronbach's Alpha	Keterangan
.970	valid

Data: data primer yang diolah, Juli 2018

Uji reabilitas untuk variabel X ini dinyatakan valid karena r hitung 0,70 lebih besar dari r tabel (0,707).

Berdasarkan dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan variabel X dan Y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,707.

B. Analisis Univariat

1. Analisis Indikator Variabel X dan Y

1.1 Indikator Variabel X (Media *Online*)

Variabel X (Media *Online*), terdapat 3 item dimensi variabel dengan 12 indikator. Yaitu internet yang pertama indikatornya jaringan, jangkauan, timbal balik, akses, interaktif dan publikasi. Kedua aktual, yang indikatornya kemudahan, kecepatan terupdate. Ketiga ketertarikan, yang indikatornya, pengetahuan, penampilan, penyampaian. Disingkat menjadi 7 pertanyaan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban yang diberikan responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel disetiap pertanyaan.

a. Dimensi internet

Dimensi internet mempunyai 6 indikator dan disingkat menjadi 3 pertanyaan.

1. Media *online* memerlukan jaringan internet serta memiliki jangkauan yang luas.

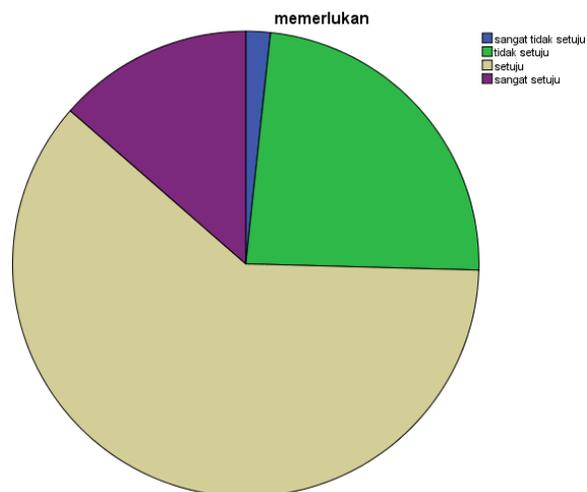
Tabel 4.5.

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	14	23.7	23.7	25.4
Valid Setuju	36	61.0	61.0	86.4
sangat setuju	8	13.6	13.6	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *Pie Chart X1*



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 14 (23,7), yang menjawab setuju (S) berjumlah 36 (60%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 8 (13,6%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 74,6%.

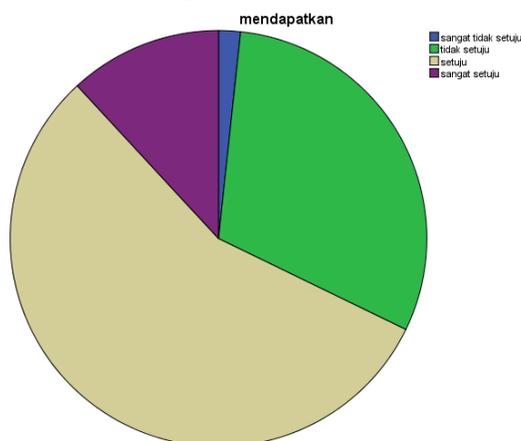
2. Media *online* mudah mendapatkan akses dan timbal balik dalam dunia komunikasi.

Tabel 4.6
X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	18	30.5	30.5	32.2
Valid setuju	33	55.9	55.9	88.1
sangat setuju	7	11.9	11.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2016

Gambar *pie chart* X2



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 18 (30,5), yang menjawab setuju (S) berjumlah 33 (55,9%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 7 (11,9%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 67,8%

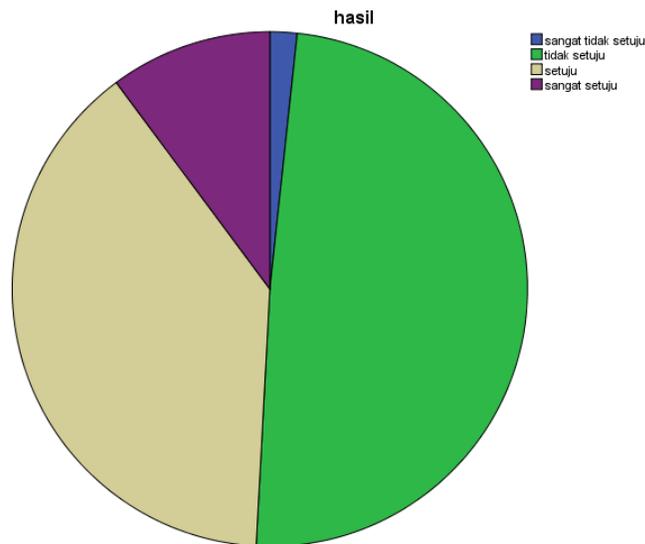
3. Hasil media *online* adalah hasil yang terpublikasi.

Tabel 4.7
X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	29	49.2	49.2	50.8
setuju	23	39.0	39.0	89.8
sangat setuju	6	10.2	10.2	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* X3



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 29 (49,2%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 23 (39%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 6 (10,2%). Artinya jawaban yang diberikan responden untuk pertanyaan ini ternyata mendekati positif/bisa dikatakan tidak positif, karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 49,2%.

b. Dimensi Aktual

Dimensi aktual mempunyai 3 indikator dengan dua pertanyaan, antara lain:

1. dengan media *online* kemudahan dan kecepatan akan didapatkan dalam mencari berita.

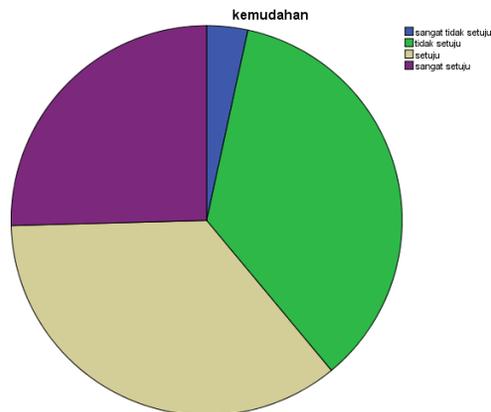
Tabel 4.8

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	sangat tidak setuju	2	3.4	3.4	3.4
	tidak setuju	21	35.6	35.6	39.0
	setuju	21	35.6	35.6	74.6
	sangat setuju	15	25.4	25.4	100.0
	Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* X4



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 2 (3,4%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 21 (35,6%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 21 (35,6%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 15 (25,4%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 61%.

2. Media *online* adalah media yang *terupdate* dalam mencari berita.

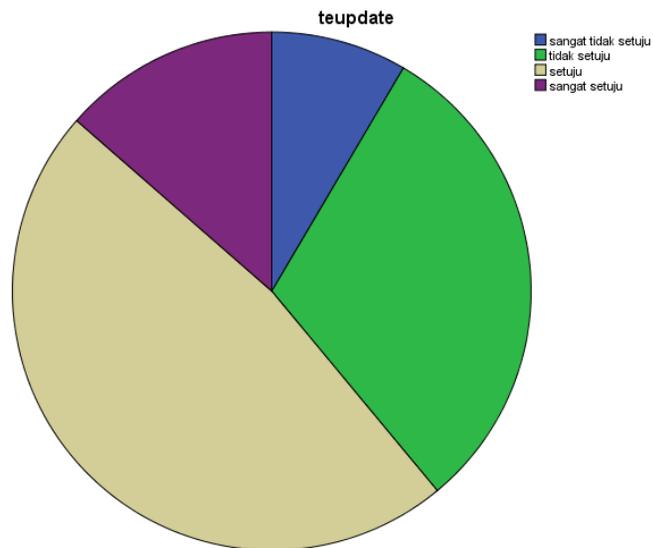
Tabel 4.9

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	5	8.5	8.5	8.5
tidak setuju	18	30.5	30.5	39.0
Valid setuju	28	47.5	47.5	86.4
sangat setuju	8	13.6	13.6	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* X5



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 5 (8,5%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 18 (30,5%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 28 (47,5%)

dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 8 (13,6%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 61,1%.

c. Dimensi Ketertarikan

Dimensi ketertarikan mempunyai 2 indikator dengan dua pertanyaan, antara lain:

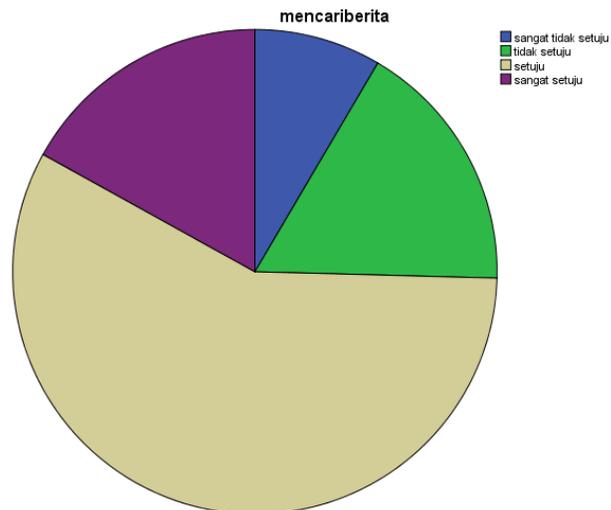
1. Dengan media *online* pengetahuan di dunia berita akan didapatkan.

Tabel 4.11

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	5	8.5	8.5	8.5
tidak setuju	10	16.9	16.9	25.4
Valid setuju	34	57.6	57.6	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Gambar *pie chart* X6



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 5 (8,5%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 10 (16,9%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 34 (57,6%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 10 (16,9%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 74,5%.

2. Media *online* mempunyai ketertarikan dalam penampilan dan penyampaiannya.

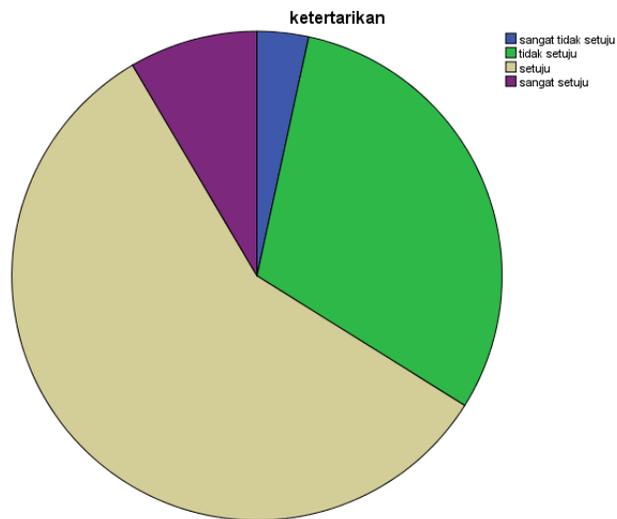
Tabel 4.12

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	18	30.5	30.5	33.9
Valid setuju	34	57.6	57.6	91.5
sangat setuju	5	8.5	8.5	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* X7



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 2 (3,4%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 18 (30,5%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 34 (57,6%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 5 (8,5%). Artinya

jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 66,1%.

1.2 Indikator Variabel Y (menurunnya minat baca koran)

Variabel Y (menurunnya minat baca koran), terdapat 3 item dimensi variabel dengan 9 indikator dan dibuat menjadi 7 pertanyaan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban yang diberikan responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel disetiap pertanyaan.

a. Dimensi kesadaran

1. Media *online* memberikan kesadaran atas pemahaman dan pengertian dalam mencari berita.

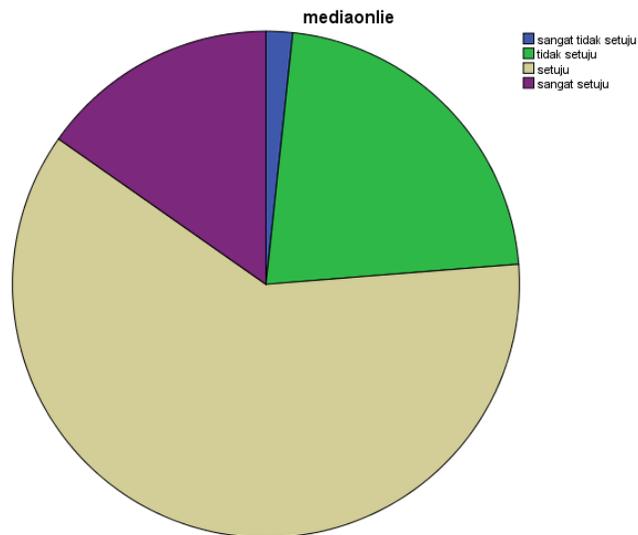
Tabel 4.13

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
Valid tidak setuju	13	22.0	22.0	23.7
Valid setuju	36	61.0	61.0	84.7
Valid sangat setuju	9	15.3	15.3	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS juli 2018

Gambar *pie chart* Y1



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 13 (22%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 36 (61%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 9 (15,3%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 76,3%.

2. Menurunnya minat baca koran adalah hasil dari keputusan alih mencari berita di media *online*.

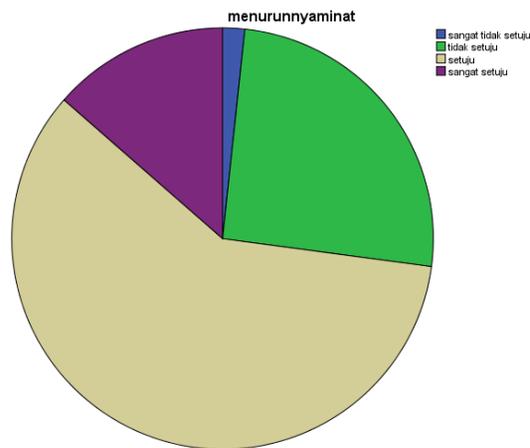
Tabel 4.14

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.7	1.7
	tidak setuju	15	25.4	27.1
	setuju	35	59.3	86.4
	sangat setuju	8	13.6	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* Y2



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 15 (25,4%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 35 (59,3%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 8 (13,6%). Artinya

jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 72,9%

b. Dimensi Evaluasi

1. Para penikmat berita mengevaluasi dan mencoba mencari berita di media *online*.

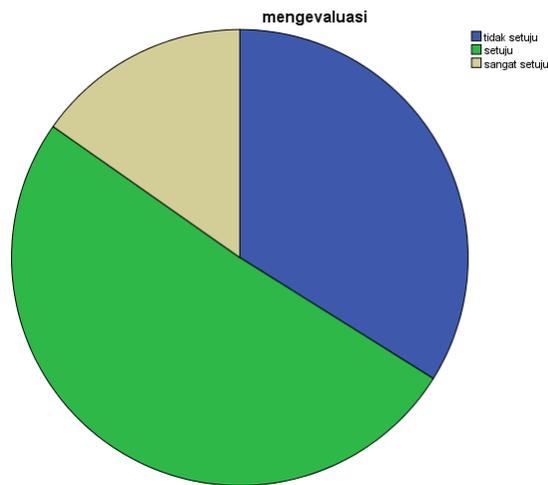
Tabel 4.15

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	20	33.9	33.9	33.9
Setuju	30	50.8	50.8	84.7
sangat setuju	9	15.3	15.3	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* Y3



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 0 (0%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 20 (33,9%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 30 (50,8%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 9 (15,3%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 66,1%.

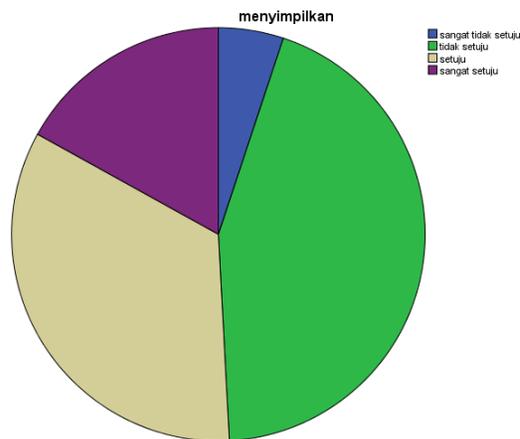
2. Para penikmat berita menyimpulkan bahwa lebih minat mencari berita di media *online* dibanding media cetak.

Tabel 4.16

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	26	44.1	44.1	49.2
Valid Setuju	20	33.9	33.9	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 3 (5,1%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 26 (44,1%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 20 (33,9%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 10(16,9%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 50,8%.

c. Dimensi Konatif

1. Para penikmat berita mengikuti perkembangan zaman dengan mencari berita di media *online*.

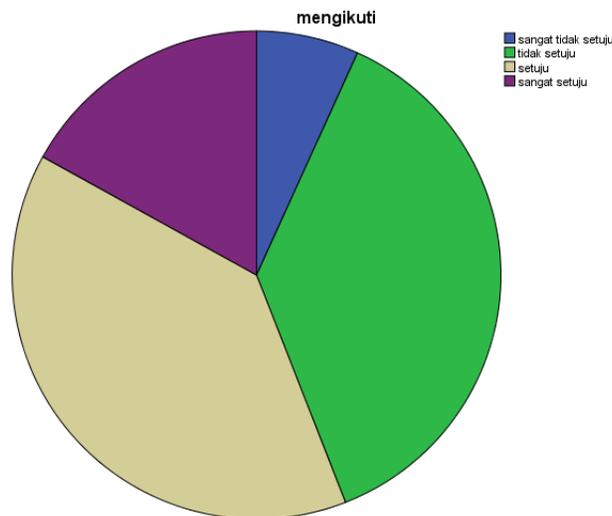
Tabel 4.17

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	6.8	6.8
	tidak setuju	22	37.3	44.1
	Setuju	23	39.0	83.1
	sangat setuju	10	16.9	100.0
	Total	59	100.0	100.0

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* Y5



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 4 (6,8%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 22 (37,3%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 23 (39%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 10 (16,9%). Artinya

jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 55,9%.

2. Merasakan efektifnya mencari berita di media *online* dibanding media cetak (koran).

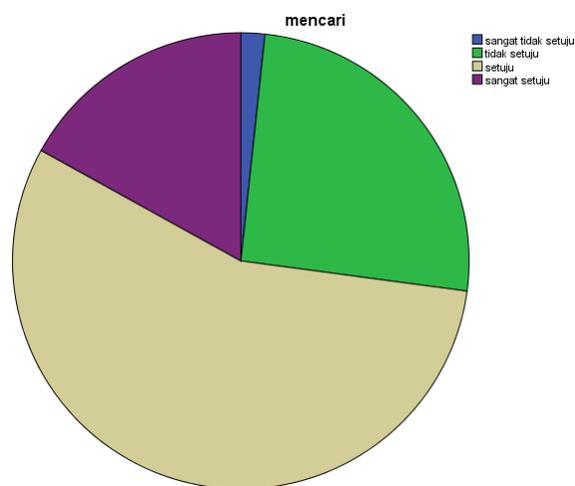
Tabel 4.18

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	15	25.4	25.4	27.1
Valid Setuju	33	55.9	55.9	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *pie chart* Y6



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 15 (25,4%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 33 (55,9%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 10 (16,9%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 72,8%.

3. Tindakan mencari berita di media *online* itu benar dari pada media cetak.

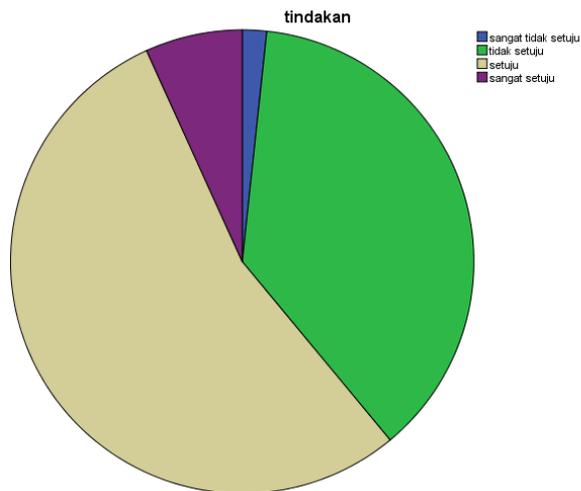
Tabel 4.19

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	22	37.3	37.3	39.0
Valid Setuju	32	54.2	54.2	93.2
sangat setuju	4	6.8	6.8	100.0
Total	59	100.0	100.0	

Sumber SPSS Juli 2018

Gambar *Pie Chart* Y7



Berdasarkan tabel dan *pie chart* tersebut, dari 59 responden yang mengatakan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 (1,7%), responden yang mengatakan tidak setuju (TS) berjumlah 22 (37,3%), yang menjawab setuju (S) berjumlah 32 (54,2%) dan menjawab sangat setuju (SS) berjumlah 4 (6,8%). Artinya jawaban yang diberikan responden positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 61%.

C. Analisis Bivariat

Analisis bivariat adalah analisis yang dilakukan dengan tujuan untuk mencari hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent. Adapun variabel dependent pada penelitian ini adalah media *online* dan independent adalah menurunnya minat baca koran, dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk melihat apakah data dari penelitian berdistribusi normal akan memiliki pola distribusi normal atau tidak, untuk menafsirkan normalitas data maka dibuat terlebih dahulu:

1. Menentukan hipotesis:

H_0 = Data berdistribusi normal

H_1 = Data berdistribusi tidak normal

2. Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

3. Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Tabel 4.20

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Media <i>Online</i>	Menurunnya minat baca koran
N		59	59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.44	19.47
	Std. Deviation	3.013	2.473
	Absolute	.155	.155
Most Extreme Differences	Positive	.085	.131
	Negative	-.155	-.155
Kolmogorov-Smirnov Z		1.192	1.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.116	.117

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20, Agustus 2018

Dari hasil *output* normalitas diatas bahwa Asym.Sig sebesar 0,116 dan $0,117 > 0,05$, yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka kesimpulannya bahwa data berdistribusi normal.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Setiap regresi dipastikan ada korelasinya, menurut Mustikoweni dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* oleh Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa regresi ditunjukkan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis kolerasi bertujuan untuk mencai derajat keeratan hubungan dua variabel

atau lebih.⁵⁸ Berdasarkan penjelasan tersebut, maka untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel X dan Y dalam bentuk persamaan, digunakanlah rumus statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 20, yaitu sebagai berikut:

Tabel 21
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.991	.197		5.036	.000
1 <i>mediaonline</i>	.380	.121	.383	3.128	.003

Sumber: hasil dari penelolahan SPSS 20, Agustus 2018

Berdasarkan analisis data diatas, tabel diketahui besar nilai t = 5,036 sedangkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 artinya nilai tersebut signifikan karena kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara media *online* terhadap menurunnya minat baca koran. Dari tabel tersebut kolom B (constan) nilainya sebesar 0.991, penyebaran berita di media *online* sebesar 0.383 sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana (penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran pada mahasiswa jurnalistik angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang).

⁵⁸ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal. 179

$$Y = a + bX$$

$$\text{Jadi, } Y=0,991 + 0,383X$$

Setelah mengetahui dua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y seperti di tabel berikut:

Tabel 4.22

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.146	.132	.464

Sumber: hasil dari penelolahan SPSS 20, Agustus 2018

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui bahwa pada kolom R Square diperoleh nilai 0,146 (14,6% dibulatkan menjadi 15%) hal ini menunjukkan berita media *online* memiliki pengaruh positif sebesar 15% terhadap menurunnya minat baca koran.

Dari kesimpulan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh harga t hitung sebesar 3,128. Dengan signifikansi $0,05/2$ (uji dua pihak) = 0,025 dengan df (*degree of freedom*)⁵⁹ $n-2 = 59-2 = 57$, maka t tabel adalah 1,76 (lihat t tabel). Dari hasil tersebut juga mengungkap bahwa t hitung $3,128 > 1,76$ dari t tabel. Dapat diartikan

⁵⁹ Syopian Siregar, *statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2011), cet Ke-2, hal.164.

bahwa ada pengaruh media *online* terhadap menurunnya minat baca koran pada mahasiswa.

Tabel 4.23

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan nilai koefisien 0,146 maka dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sangat rendah yang sifat hubungannya positif.

3. Uji Chi-Square

Tabel 4.24

**Pengaruh Penyebaran Berita di Media *Online* terhadap Menurunnya Minat Baca Koran
(Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2015)**

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8.643 ^a	1	.003		
Continuity Correction ^b	7.158	1	.007		
Likelihood Ratio	8.829	1	.003		
Fisher's Exact Test				.004	.004
Linear-by-Linear Association	8.497	1	.004		

N of Valid Cases	59			
------------------	----	--	--	--

Sumber: SPSS Versi 20 agustus 2018

Dari uji statistik Chi-Square, didapatkan $p\ value\ 0,007 < 0,05$ hal ini menunjukkan ada pengaruh yang bermakna antara media *online* terhadap menurunnya minat baca koran.

Dari hasil ini juga dapat mengungkapkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis yang dirumuskan

Ho (Hipotesis Nihil) : tidak ada pengaruh antara, penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran

H1 (Hipotesis Alternatif) : ada pengaruh antara, penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran.

1. Jika nilai $p\ value < \alpha$ maka Ho diterima dan H1 ditolak.
2. Jika nilai $p\ value < \alpha$ maka H1 diterima dan Ho ditolak

Kesimpulan dari uji chi-square yang menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh nilai $p\ value$ yaitu 0,007 lebih kecil dengan nilai yang diharapkan dari $\alpha (< \alpha) 0,005$ maka H1 diterima dan Ho ditolak. Dapat disimpulkan bahwa **ada pengaruh penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran.**

D. Pembahasan

Dalam penelitian ini, responden peneliti adalah mahasiswa Jurnalistik angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang. Kuesioner yang dibagikan diambil sampel sebanyak 59 sampel mahasiswa dengan 14 pertanyaan, 7 pertanyaan untuk media *online* dan 7 pertanyaan untuk menurunnya minat baca koran. Penelitian ini menggunakan analisis dengan bantuan program SPSS versi 20 dengan teknik analisis data *chi-square*. Penjelasan sebagai berikut:

1. Dapat disimpulkan bahwa analisis univariat pada tabel 4.5 s/d 4.19 semua pertanyaan yang dihasilkan dari dimensi serta indikator, hampir 80% jawaban adalah 60% keatas yang menyatakan hasil jawaban positif.

2. Dari tabel 4.20 hasil *output* normalitas diatas bahwa Asym.Sig sebesar 0,116 dan 0,117 > 0,05, yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka kesimpulannya bahwa data berdistribusi normal.

3. Dari kesimpulan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh harga t hitung sebesar 3,128. Dengan signifikansi 0,05/2 (uji dua pihak) = 0,025 dengan df (*degree of freedom*) $n-2 = 59-2 = 57$, maka t tabel adalah 1,76 (lihat t tabel). Dari hasil tersebut juga mengungkap bahwa t hitung $3,128 > 1,76$ dari t tabel. Dapat diartikan bahwa ada pengaruh media *online* terhadap menurunnya minat baca koran pada mahasiswa.

4. dari tabel 4.22 pada kolom R Square diperoleh nilai 0,146 (15%) hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini mempunyai pengaruh positif dengan interpretasi sangat rendah.

5. Dari tabel 4.21, yaitu hasil dari uji *chi-square* yang menyatakan hasil penelitian p value 0,007 lebih kecil dari nilai yang diharapkan atau nilai alfa 0,05 (p value < α). Artinya ada pengaruh antara penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran.

6. Dari hasil itu tersebut juga, hipotesis yang didapat ialah H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dalam artian hipotesis yang terima menyatakan bahwa ada pengaruh penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti mengemukakan dan menguraikan semua data yang diperoleh dari hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada mahasiswa, mereka memilih media *online* karena kemudahan dan kecepatan dalam mencari berita telah mereka dapatkan.
2. Dari jawaban atas pernyataan mahasiswa mengenai menurunnya minat baca koran, hasil dari jawaban rata-rata 50% bahkan 4 dari 7 pernyataan mencapai 70% keatas. Itu menyimpulkan bahwa adanya penurunan minat baca koran pada mahasiswa.
3. Hasil yang didapat dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penyebaran berita di media *online* terhadap menurunnya minat baca koran pada mahasiswa. Pengaruh yang interpretasinya sangat rendah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, maka penulis memberikan sumbangan pemikiran dalam bentuk saran pemilihan mencari berita di media *online*.

1. Hendaknya mahasiswa lebih rajin membaca berita di mana pun dan dari media mana pun berita tersebut, karena berita mempunyai makna pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat bagi kita semua. Manfaatkan perkembangan zaman dengan mencari informasi di dunia internet, yang sifatnya praktis, individual, dan jangkauan pengetahuan yang luas.
2. Mahasiswa jurnalistik harus lebih bisa menelaah bagaimana kualitas berita yang terpercaya dan berita yang *hoax*, supaya tidak terjadi salah faham antara informasi yang diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar, *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2013
- Husamah, *Kamus Psikologi Super Lengkap*, Yogyakarta: C.V Andi Offsed, 2015
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan*
- Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta:Kencana2011
- Liliweri, Alo,*Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: kencana 2015
- Martono, Nanang, *Metodologi Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*, Jakarta:
PT Rajagrafindo Persada, 2015
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2014
- Nasrullah, Rulli, *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Kencana 2014
- Noor, Juliansyah,*Metode Penelitian: skripsi, Tesis, disertasi, & Karya Ilmiah*,
Jakarta: Kencana, 20011
- Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Kecana, 2014
- Saiful Muhtadi, Asep, *Penganta Ilmu Jurnalistik*, Bandung: Simbiosis Rekatama
Media 2016
- Saiful Muhtadi, Asep, *Pengantar Ilmu Jurnalistik*, Bandung:PT Remaja
Rosdakarya, 2016

Syamsul M. Romli, Asep, *Jurnalistik Online*, Bandung: Nuansa Cendikia, 2012

-----, *Kamus Jurnalistik*, Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2008

Siregar, Syopian, *statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo
Persada 2011

Syamsul M. Romli, Asep, *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Sembiosa Rekatama
Media 2008

Syaodih Sukmadinata, Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT
Remaja Rosdakarya, 2013

Vivian, John, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta:Kencana, 2008

Yusuf, Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*,
Jakarta, Kencana, 2011

Pustaka Internet

<http://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>, diakses pada tanggal 30 September 2014

www.kbi.web.id/televisi, diakses pada tanggal 25 April 2018

<http://Romeltea.com/dasar-dasar-jurnalistik-radio>, diakses pada tanggal 7 september 2013

www.uinradenfatah.ac.id/sejarah-uin-raden-fatah-Diakses Pada Hari Senin Tanggal 12 Februari 2018 Pukul 22.26 WIB

Pustaka Skripsi

Anggraini, Pipit, *Hubungan Antara Pilihan Kuliah Di Prodi Jurnalistik Dengan Minat Menjadi Jurnalis (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi)*.

Diah Wardani & Afdal Makkuraga Putra, *The Repotition Of Comunication In The Dynemic Of Convergence: Reporsisi Komunikasi Dalam Dinamika Konvergensi*, (Jakarta: Kencana 2012), hal 170

Djamal, Hodajanto, Andi Fachrudin, *Dasar-dasar penyiaran*, Jakarta: Prenda, 2015
Imam Gazali Arsyad, *Minat Baca Pengunjung Taman Baca Masyarakat (Studi Pada Kafe Baca BPPAUD& DIKMAS Sulawesi Selatan)*.

Suryani dan Hendrayadi, metode Riset Kuantitatif: *Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2015

Yucika Putri, *Persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Penggunaan Aplikasi OLX Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online* (UIN Raden Fatah Palembang : jurusan Jurnalistik, 2017

LEMBAR KONSULTASI

NAMA : Lukata Yovanda
 NIM : 14530055
 Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Berita di Media *Oline* Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (studi pada mahasiswa jurusanlistik angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palmbang)
 Pembimbing 1 : Drs. Amin Sihabuddin, M.Hum

No	tanggal	Hal Yang Dionsultasikan	paraf
1.	16-5-018	tee proposal.	
2.	23-5-018	Perbaiki Masalah.	
3.	29-5-018	Judul Revisi dan cover.	
4.	3-6-018	Bab 1 dan 2	
5.	8-7-018	Daftar pustaka	
6.	30-7-018	Daftar pustaka dan cover	

LEMBAR KONSULTASI

NAMA : Lukata Yovanda
 NIM : 14530055
 Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Berita di Media *Oline* Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (studi pada mahasiswa juranlistik angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palmbang)
 Pembimbing II : Indrawati, SS,M.Pd

No	tanggal	Hal Yang Diconsultasikan	paraf
1.	16-5-2018	ACC Proposal.	IR
2.	17 Juli 2018	Bab 2 dan 3 tambah teori.	IR
3.	30 Juli 2018	ACC Bab 4. U/ persiapan komprehensif	IR
4	10 Agt 2018	konsultasi bab 4	IR
	15 Agt 2018	kebaikan bab 4, abstrak, daftar pustaka dan kesimpulan	IR
	16 Agt 2018	ACC U/ monev	IR

Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Penjilidan Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Palembang
Di-
Tempat

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb

Bersama dengan surat keterangan ini, kami beritabukan bahwa setelah mengadakan pemeriksaan serta perbaikan seperlunya sesuai dengan kebutuhan, maka kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : Lukata Yovanda
NIM : 14530034
Jurusan : Jurnalistik
Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Berita di Media *Online* Terhadap
Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Pada Mahasiswa
Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang)

Telah disetujui untuk dilakukan penjilidan berdasarkan atas ketentuan yang berlaku.
Demikianlah surat ini dibuat, atas perhatiannya terima kasih.

Wassalamu 'alaikum, Wr. Wb

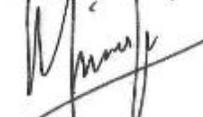
Penguji I



Achmad Syarifuddin, MA
NIP.197311102000032002

Palembang, September 2018

Penguji II



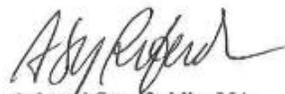
Muzaiyanah, M.Pd
NIP.197604162007012012

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Lukata Yovanda
NIM : 14530055
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Jurnalistik
Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Berita di Media *Online* Terhadap
Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Pada Mahasiswa
Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang)

No	Perbaikan
1	Memperbaiki rumusan masalah
2	Memperbaiki daftar putaka
3	Memperbaiki pembuatan alenia
4	Perbaikan sistem penulisan

Penguji I



Achmad Syarifuddin, MA
NIP. 197311102000032002

Penguji II



Muzafaroh, M.Pd
NIP. 197604162007012012

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 68 TAHUN 2018

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Drs. Amin Sihabuddin, M.Hum NIP : 19590403 198303 1 1
2. Indrawati, SS,M.Pd NIP : 19751007 200901 2 1

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : LUKATA YOVANDA
NIM/Jurusan : 14530055 / JURNALISTIK
Semester/Tahun : Genap / 2017 - 2018
Judul Skripsi : PENGARUH PENYEBARAN BERITA DI MEDIA ONLINE TERHADAP MINAT BACA KORAN (Study Kasus Mahasiswa Jurusan Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang)

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 21 bulan Mei Tahun 2019.
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
TANGGAL : 21 - 05 - 2018
REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



KUSNADI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Nomor : B. 677/ Un.09/V.1/PP.00.9/08/2018
Lampiran :
Hal : Izin penelitian

14 Agustus 2018

Kepada Yth.
Sdr. Lukata Yovanda/ 14530055
Mahasiswa Prodi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah
di.
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti surat Saudara tanggal 13 Agustus 2018 tentang permohonan izin penelitian pada Mahasiswa Prodi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah, Pada prinsipnya kami menyetujui Saudara,

Nama : Lukata Yovanda
NIM/Prodi : 14530055 / Jurnalistik
Judul Penelitian : *Pengaruh Penyebaran Berita di Media Online Terhadap Turunnya Minat Baca Koran (Studi Kasus Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang)*

Untuk melaksanakan penelitian tersebut di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih



Dekan
Kusnadi, MA
NIP. 197108192000031002

Knowledge, Quality, Integrity