

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan internet selama tahun-tahun terakhir ini berarti perubahan-perubahan besar dalam hubungan bisnis dan proses-proses pengkomunikasian dan penyampaian informasi diantara organisasi dan konsumennya. Dampak atau pengaruh internet meliputi perubahan logika-logika konvensional pada aktivitas-aktivitas dan bisnis-bisnis tertentu. Jadi, penerbitan surat kabar adalah salah satu aktivitas yang paling dipengaruhi oleh perkembangan media baru. Kenyataannya, kemunculan media digital baru melibatkan perubahan-perubahan yang menyolok di sektor ini (Bush dan Gilbert, 2002) dan perubahan-perubahan tersebut akan dapat diduga meningkat di masa depan. Juga, teknologi internet sedang mengubah dengan cepat cara dan tujuan para pembaca dalam membaca surat kabar. Tentu saja, media baru tersebut melibatkan keuntungan-keuntungan yang besar untuk pelayanan-pelayanan jurnalistik berkenaan dengan permintaan dan persediaan. Dikarenakan keuntungan-keuntungan tersebut, ada suatu perkembangan surat kabar-surat kabar elektronik dan semua itu adalah diantara pelayanan-pelayanan yang paling dicari oleh para pengguna internet (Levins, 1998; Newspaper Association of America, 2003; AIMC, 2006)

Dengan mempertimbangkan evolusi ini, artikel ini berfokus pada penganalisisan dan pemahaman perilaku pengguna untuk membaca digital press. Meskipun ada minat dalam topik ini, jarang ada literatur dalam arah ini.

Kenyataannya, sekarang ini tidak ada model keseluruhan yang mengidentifikasi motivasi-motivasi utama yang menuntun ke sikap mahasiswa untuk membaca surat kabar-surat kabar elektronik, dan untuk menjelaskan fenomena tersebut. Jadi, minat dalam penelitian ini terletak pada analisis dari sudut pandang permintaan, dimana literatur pemasaran yang khusus sangat kurang (Black dkk, 2002). Pendekatan ini memungkinkan kita memanfaatkan kesempatan-kesempatan besar untuk menganalisis dan meneliti maksud dan motivasi mahasiswa membaca surat kabar digital dan tentu saja, menganalisis dan meneliti sejumlah pertanyaan yang signifikan yang berkaitan dengan perilaku pembaca surat kabar tersebut. Secara spesifiknya, makalah ini mempunyai dua tujuan dasar: (1) Mengidentifikasi motivasi membaca yang menuntun ke membaca suatu surat kabar; (2) Menganalisis pengaruh yang mungkin dari motivasi-motivasi yang teridentifikasi tersebut terhadap sikap pembaca ke surat kabar digital.

Dengan mengambil sasaran-sasaran ini sebagai referensi, bagian berikut ini menyoroti semakin pentingnya surat kabar-surat kabar di internet; dan bagian ketiga menjelaskan pendekatan teoretis penelitian ini. Peneliti merumuskan hipotesis-hipotesis yang berbeda dan dibawah ini menyajikan prosedur pencarian dan pevalidasian skala-skala, serta membandingkan hipotesis-hipotesis yang diajukan. Penelitian ini menyimpulkan melalui menyediakan sejumlah kesimpulan dan implikasi-implikasi manajerial yang bermanfaat.

Perkembangan komunikasi online yang cepat dan penggunaan media baru sebagai suatu format untuk menerbitkan versi-versi digital dari mayoritas

surat kabar cetak melibatkan perubahan-perubahan yang substansial dalam bisnis ini, seperti transformasi di tingkat organisasi, penciptaan bahasa tertentu dan lingkungan multimedia yang baru. Juga, internet berarti perubahan-perubahan dalam akses, produksi dan peredaran informasi-informasi. Semua itu menunjukkan datangnya tantangan-tantangan dan peluang-peluang baru yang akan mereka hadapi dengan sangat segera (Flavian dan Gurrea, 2006; Dans, 2000).

Penggunaan sistem-sistem baru tersebut dibedakan oleh kecepatan berita mencapai pembaca, biaya pendistribusian informasi yang rendah dan kesempatan untuk membangun kontak langsung dan berinteraksi dengan para pengguna. Disamping itu, saluran elektronik tersebut memungkinkan meng-*update* atau memutakhirkan berita-berita dengan segera dan memperlihatkan hubungan-hubungan dengan sumber-sumber informasi lainnya. Bahkan internet mengkombinasikan tiga keuntungan dari radio, surat kabar, dan televisi. Pada kenyataanya, media baru ini menyajikan kesegeraan dari radio, luas dan dalamnya informasi yang diberikan oleh surat kabar dan pengaruh gambar di televisi. Semua aspek tersebut memungkinkan mnegkonfigurasi suatu penawaran jurnalistik yang lengkap.

Keuntungan-keuntungan tersebut menunjukkan pertumbuhan dalam suplai atau persediaan berita-berita digital. Sekarang ini ada lebih dari 4.200 surat kabar digital di seluruh dunia (Editor & Publisher, 2006). Dari sisi permintaan atau *demand*, berita-berita dan surat kabar-surat kabar digital adalah diantara pelayanan-pelayanan yang sangat dicari oleh para pengguna internet (Consoli, 1997; Levins, 1998; Newspaper Association of America,

2003). Menurut Nielsen (2003) dan AIMC (2006) situs-situs berita dan surat kabar-surat kabar digital adalah diantara situs-situs jejaring (*web sites*) yang paling luas diminta dan dikunjungi diantara para pengguna internet. Kaye dan Johnson (2004) menegaskan bahwa tujuan utama pengguna dalam mengakses internet adalah untuk membaca *breaking news* (berita-berita terbaru) dan pencarian informasi terbaru (83,7 persen), hanya diungguli oleh penggunaan e-mail. Demikian pula, Media Contacts (2007) menegaskan bahwa 61 persen pengguna internet membaca surat kabar-surat kabar elektronik.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara motivasi untuk mengetahui berita-berita baru terhadap sikap pembaca surat kabar digital?
2. Apakah ada pengaruh antara motivasi untuk mencari informasi-informasi tertentu dengan sikap pembaca surat kabar digital?
3. Apakah ada pengaruh antara motivasi untuk pencarian berita-berita yang dimutakhirkan dengan sikap pembaca surat kabar digital?
4. Apakah ada pengaruh antara motivasi hiburan dengan sikap pembaca surat kabar digital?
5. Apakah ada pengaruh antara motivasi kebiasaan dengan sikap pembaca surat kabar digital?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis pengaruh motivasi untuk mengetahui berita-berita baru terhadap sikap membaca surat kabar digital.
2. Menganalisis pengaruh motivasi untuk mencari informasi-informasi tertentu terhadap sikap membaca surat kabar digital.
3. Menganalisis pengaruh motivasi untuk pencarian berita-berita yang dimutakhirkan terhadap sikap membaca surat kabar digital.
4. Menganalisis pengaruh motivasi hiburan terhadap sikap membaca surat kabar digital.
5. Menganalisis pengaruh motivasi kebiasaan terhadap sikap membaca surat kabar digital.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Untuk memahami pengaruh antara faktor motivasi terhadap sikap membaca surat kabar digital.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah bagi mahasiswa jurusan manajemen UMS diharapkan dapat berguna sebagai input atau rekomendasi untuk mahasiswa dalam memilih surat kabar digital.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang dan perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat dari hasil penelitian, serta sistematika penulisan skripsi yang digunakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori yang meliputi penelitian terdahulu, pengertian motivasi, tinjauan tentang sikap, serta referensi yang mendukung dan berhubungan dengan permasalahan yang dikemukakan, serta penentuan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Disini dikemukakan tentang kerangka pemikiran, metode analisa data, sumber dan jenis data serta teknik pengumpulan data yang penulis lakukan, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Penulisan akan menyimpulkan permasalahan yang dibahas berdasarkan analisa yang telah dilakukan, disertai saran-saran sebagai masukan demi kelanjutan dan perkembangan perusahaan.