

**FENOMENA MIGRASI PEMBACA KORAN KE MEDIA *ONLINE* DI KALANGAN
DOSEN PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

OLEH:

ELSA NOVA OKTAVIA

218530010



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

**FENOMENA MIGRASI PEMBACA KORAN KE MEDIA *ONLINE* DI KALANGAN
DOSEN PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana di
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area**

Oleh:

ELSA NOVA OKTAVIA

218530010

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

HALAMAN PENGESAHAN

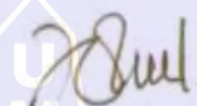
Judul : Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Nama : Elsa Nova Oktavia

NPM : 218530010

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh,


Khairullah, S.I.Kom., M.I.Kom.

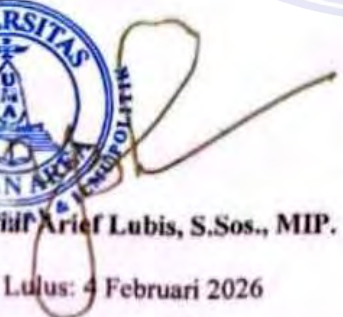
Pembimbing

Mengetahui,

Dekan

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi




Dr. Yuriah Arief Lubis, S.Sos., MIP.

Tanggal Lulus: 4 Februari 2026




Dr. Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos., M.SP

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Elsa Nova Oktavia dengan NPM (218530010) mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, menyatakan bahwa skripsi/tugas akhir/laporan yang saya susun dengan judul " Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area" adalah hasil karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme atau penjiplakan dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan dalam sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi/tugas akhir/laporan ini merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan akademik yang berlaku di Universitas Medan Area. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dalam keadaan sadar tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.

Medan, 28 Januari 2026



Elsa Nova Otavia

218530010

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama: Elsa Nova Oktavia
NPM: 218530046
Program Studi: Ilmu Komunikasi
Fakultas: Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jenis Karya: Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Menyatakan bahwa saya menyetujui untuk memberikan hak kepada Universitas Medan Area untuk menyimpan, mengunggah, dan mendistribusikan tugas akhir/skripsi/tesis saya dengan judul “Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area” untuk kepentingan akademis dan penelitian. Saya memahami bahwa publikasi ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan penyebaran ilmu pengetahuan, serta mendukung kegiatan akademik di lingkungan universitas dan masyarakat luas. Saya juga menyatakan bahwa tugas akhir/skripsi/tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung plagiarisme, dan telah memenuhi ketentuan akademik yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran hak cipta atau ketidaksesuaian dengan ketentuan akademik, saya bersedia menerima sanksi yang berlaku sesuai peraturan universitas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di: Medan
Pada Tanggal: 28 Januari 2026



Yang Menyatakan
(Elsa Nova Oktavia)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah pola konsumsi media masyarakat, termasuk kalangan akademisi. Salah satu perubahan utama adalah fenomena migrasi pembaca koran cetak ke media online. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi fenomena tersebut di kalangan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (UMA) serta mendeskripsikan cara mereka mengadopsi berita di media digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi melalui wawancara mendalam dan Observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas dosen telah sepenuhnya beralih dari koran cetak ke media online dalam lima tahun terakhir. Faktor utama yang mendorong migrasi ini adalah kecepatan akses, kemudahan penggunaan perangkat digital, efisiensi waktu, biaya yang lebih ekonomis, serta fleksibilitas pemilihan topik berita. Meski demikian, tantangan yang muncul antara lain banyaknya informasi tidak terverifikasi, berita sensasional, dan risiko *information overload*. Dosen tidak hanya sebagai pembaca pasif, tetapi juga pengguna aktif yang kritis dengan melakukan verifikasi silang sumber berita dan mengintegrasikan berita online sebagai bahan pembelajaran. Fenomena ini menunjukkan bahwa peralihan ke media digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memengaruhi budaya literasi akademik di era konvergensi media.

Kata kunci: Migrasi Media, Media Online, Dosen Ilmu Komunikasi, Literasi Digital.

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has transformed media consumption patterns among the public, including academics. One major shift is the migration of print newspaper readers to online media. This study aims to explore this phenomenon among lecturers in the Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Medan Area (UMA) and describe how they adopt news in digital media. This research used a qualitative approach with phenomenological methods through in-depth interviews and observation. The results show that the majority of lecturers have completely shifted from print newspapers to online media in the past five years. The main factors driving this migration are speed of access, ease of use of digital devices, time efficiency, lower costs, and flexibility in selecting news topics. However, challenges that arise include the abundance of unverified information, sensational news, and the risk of information overload. Lecturers are not merely passive readers but also active, critical users who cross-verify news sources and integrate online news into learning materials. This phenomenon demonstrates that the shift to digital media is not merely technical but also influences the culture of academic literacy in the era of media convergence.

Keywords: Media Migration, Online Media, Communication Science Lecturers, Digital Literacy.

RIWAYAT HIDUP



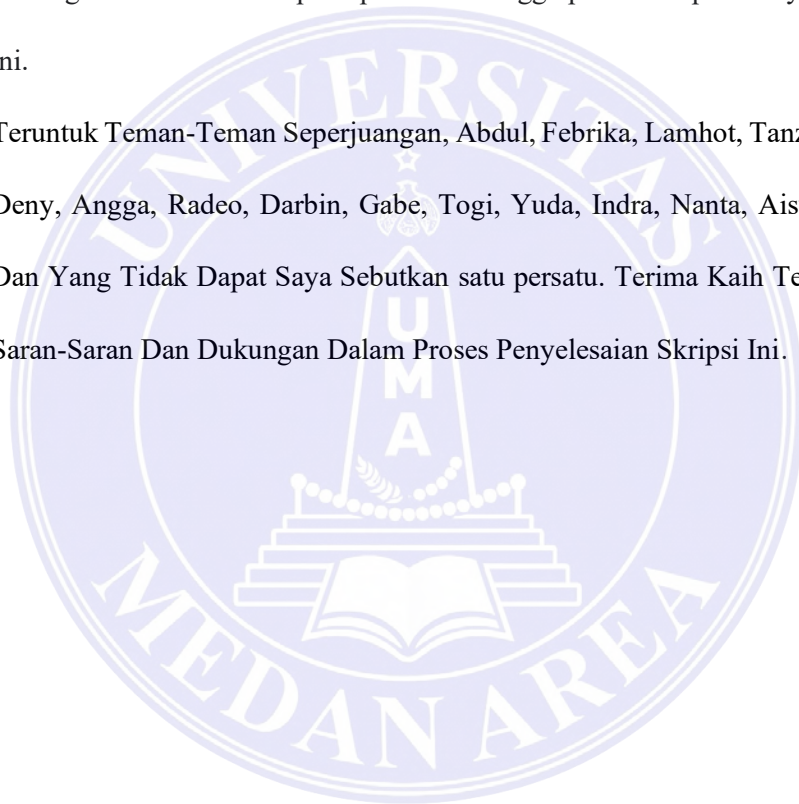
Nama	Elsa Nova Okatvia
NPM	218530010
Tempat, Tanggal Lahir	Tandam Hilir 1, 04 10 2001
Nama Orang tua:	
Ayah	Heriadi
Ibu	Siti Aisah Hasibuan
Riwayat Pendidikan:	
SMP	Smp Swasta Pab 7
SMA	Sma Negeri 2 Binjai
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
No. Hp/Whatsapp	0831-8075-5252
E-mail	elsooktavia@gmail.Com

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti naikkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas karunia-Nya sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dengan judul : Fenomena Migrasi Pembaca Koran Kemedi Online Dikalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Terima kasih peneliti ucapkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kreativitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.sc. sebagai Rektor Universitas Medan Area.
3. Dr. Yurial Arief Lubis, S.Sos., MIP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos., M.SP selaku ketua Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak Khairullah S.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dengan sabar dan memberikan saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Ibu Dr. Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos., M.selaku dosen sekretaris peneliti yang telah memberikan saran dan masukan kepada peneliti dalam proses penelitian ini
7. Seluruh dosen dan para staf administrasi jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

8. Terimakasih untuk diriku yang telah berjuang dalam proses menyelesaikan skripsi
9. Kepada yang teristimewa Heriadi dan Siti Aisah Hasibuan selaku orang tua peneliti yang terus tanpa lelah memberikan dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti, sehingga penilti dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Novy Mozareta dan Nancy Nai Varresa kasih telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk Teman-Teman Seperjuangan, Abdul, Febrika, Lamhot, Tanzil, Chairil, Oom, Deny, Angga, Radeo, Darbin, Gabe, Togi, Yuda, Indra, Nanta, Aisyah, Nita Audya Dan Yang Tidak Dapat Saya Sebutkan satu persatu. Terima Kaih Telah Memberikan Saran-Saran Dan Dukungan Dalam Proses Penyelesaian Skripsi Ini.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Defenisi Fenomena.....	9
2.3 Komunikasi Massa	10
2.4.1 Definisi Media Massa	13
2.5 Media Cetak.....	17
2.5.1 Defenisi Media Cetak	17
2.6 Media Baru (<i>New Media</i>).....	19
2.6.1 Defenisi <i>New Media</i>	19
2.7 Media <i>Online</i>	23
2.7.1 Definisi Media <i>Online</i>	23
2.7.2 Karakteristik media <i>Online</i>	24
2.7.3 Perbedaan Media <i>Online</i> dan Media Sosial	26
2.8 Berita	28

2.8.1 Definisi Berita.....	28
2.9 Teori Konvergensi Media.....	30
2.10 Kajian Penelitian Terdahulu	33
2.11 Kerangka Berpikir	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN43

3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Lokasi dan Waktu.....	43
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.2.2 Waktu Penelitian.....	44
3.3 Sumber data	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....50

4.1 Gambaran Umum	50
4.1.1 Sejarah Singkat Program Studi Ilmu Komunikasi.....	50
4.1.2 Struktur Fungsionaris Program Studi Ilmu Komunikasi	51
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Wawancara Dengan Bapak Dr Dedi Sahputra, S.Sos., MA	51
4.2.2 Wawancara Dengan Bapak Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I.Kom	60
4.2.3 Wawancara Dengan Bapak Usrizal Pulungan, S.H., M.I.Kom	63
4.3 Pembahasan	73
4.3.1 Fenomena Perubahan Migrasi Pembaca Koran Kemedi Online Dikalangan Doen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA.....	73
4.3.2 Cara Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA Mengadopsi Berita Di Media Online.....	75

BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Indikator Konvergensi Media.....	32
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4 Waktu Penelitian	44
Tabel 5 Informan Penelitian	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentasi Sumber Berita Masyarakat Indonesia Tahun 2021-2023	4
Gambar 2 Kerangka Berpikir	42
Gambar 3 Struktur Organisasi Universitas Medan Area	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Observasi	85
Lampiran 2: Pedoman Wawancara.....	86
Lampiran 3: Transkrip Wawancara	88
Lampiran 4: Dokumentasi	105
Lampiran 5: Surat Pengantar Dan selesai Riset	107



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan pesat dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam hal konsumsi media. Dalam konteks ini, migrasi dari media tradisional seperti koran cetak ke media online semakin mencolok, terutama di kalangan kelompok-kelompok yang terpelajar sebab dituntut memiliki dan memahami akses internet yang luas, seperti dosen di perguruan tinggi. Fenomena ini terlihat jelas di kalangan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Dosen yang sebelumnya setia membaca koran cetak setiap hari untuk memperoleh informasi terkini kini mulai beralih secara signifikan ke media *online*, seperti portal berita, situs web, dan aplikasi berita di perangkat mobile.

Berdasarkan data serikat perusahaan pers, masih ada 593 media cetak yang terdaftar pada 2021, namun hanya tersisa 399 pada Tahun 2022. Adapun media cetak yang telah tutup dan beralih ke media digital diantaranya, koran SINDO, Harian Republika, Majalah BOMBI, tabloid Nova, Koran Tempo, Indo Pos, Surat Kabar Sinar Harapan, Tabloid Detik, dan lain sebagainya (Dwi, 2023). Perubahan ini tidak terlepas dari faktor kemudahan akses yang ditawarkan oleh media *online*. Di tengah kesibukan profesi akademis, dosen-dosen ini lebih memilih membaca berita melalui ponsel karena dapat mengakses informasi kapan saja dan di mana saja tanpa terikat waktu atau ruang,

berbeda dengan media cetak yang terbatas pada jadwal terbit harian dan lokasi fisik yang hanya bisa diakses melalui langganan atau pembelian langsung. Selain itu, media *online* juga menawarkan fleksibilitas dalam memilih topik yang lebih luas, interaktivitas yang memungkinkan pembaca untuk berkomentar atau berbagi, serta *update* berita secara *real-time*.

Namun, meskipun teknologi menawarkan berbagai kemudahan, fenomena migrasi ini menimbulkan beberapa masalah yang perlu dianalisis lebih mendalam. Salah satunya adalah bagaimana cara dosen mengadopsi berita di media *online*, kemudian bagaimana fenomena ini mempengaruhi kebiasaan dan pola pikir dosen dalam mengonsumsi informasi. Apakah peralihan ini hanya sekadar soal kenyamanan dan efisiensi, atau ada faktor lain seperti perubahan sosial dan budaya yang memengaruhi kecenderungan para dosen dalam memilih media sebagai sumber pengetahuan mereka? Dengan semakin banyaknya berita yang dapat diakses secara digital, muncul pula pertanyaan tentang kualitas informasi yang disampaikan oleh media *online*. Banyaknya situs berita yang kurang kredibel atau bahkan menyebarkan informasi yang belum terverifikasi menjadi masalah besar dalam konsentrasi pada kualitas informasi yang diterima. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa dosen, yang diharapkan memiliki pemahaman mendalam tentang berbagai isu, menjadi lebih rentan terhadap berita *hoaks* atau informasi yang tidak terverifikasi.

Selain itu, peralihan ini juga berpotensi mengubah cara dosen dalam menyampaikan materi kepada mahasiswa. Apakah mereka masih bergantung pada sumber-sumber tradisional, seperti buku atau jurnal yang lebih formal dan terstruktur, atau mereka mulai mengintegrasikan informasi yang lebih dinamis dan terkini dari

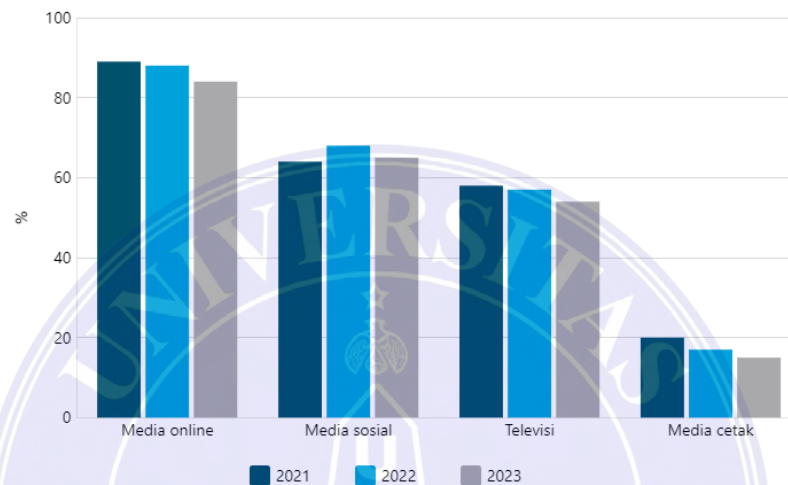
media *online*. Dosen-dosen yang terbiasa dengan media cetak mungkin menemukan kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan format digital, yang lebih interaktif dan sering kali lebih pendek atau lebih sensasional dalam gaya penyajiannya. Hal ini bisa memengaruhi cara mereka mengajarkan teori komunikasi atau menganalisis perkembangan dunia media.

Fenomena migrasi pembaca koran ke media *online* ini mencerminkan perubahan besar dalam dunia konsumsi media, dan bagi dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, perubahan ini menuntut evaluasi kembali terhadap metodologi pengajaran, kebiasaan mengakses informasi, serta pemahaman tentang etika media dalam era digital. Oleh karena itu, penelitian tentang fenomena ini sangat penting untuk memahami bagaimana perubahan pola konsumsi media ini mempengaruhi dosen di lingkungan akademik, serta implikasinya terhadap cara mereka mengajar dan membimbing mahasiswa dalam dunia yang semakin digital dan terhubung.

Sejarah media mengajarkan kita untuk memikirkan masa depan dengan sungguh-sungguh. Saat ini, semua perangkat teknologi media telah beralih ke bentuk digital. Dengan adanya teknologi digital, kebutuhan jurnalisme akan kecepatan semakin terwujud. Proses digitalisasi memungkinkan informasi disajikan dalam berbagai format, baik berupa audio maupun visual. Digitalisasi membuat informasi dapat sampai secara cepat dan personal ke setiap rumah.

Hal ini, sejalan dengan informasi yang disampaikan dalam Annur, (2023) bahwa media *online* telah menjadi sumber berita utama bagi masyarakat Indonesia, sebagaimana diungkapkan dalam temuan survei terbaru dari *Reuters Institute* berjudul *Digital News Report 2023*. Pemilihan media *online* sebagai sumber berita utama telah

berlangsung konsisten dari 2021 hingga 2023, meskipun terdapat penurunan *tren* dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2021, sebanyak 89% responden menggunakan media *online* sebagai sumber berita utama, yang kemudian turun menjadi 88% pada 2022 dan mengalami penurunan yang lebih signifikan menjadi 84% pada 2023.



Gambar 1 Presentasi Sumber Berita Masyarakat Indonesia Tahun 2021-2023

Meskipun masih ada ruang untuk perbaikan lebih lanjut, saat ini terlihat jelas bahwa koran dan majalah telah mencapai batas maksimal efektivitas penerbitan cetak. Banyak profesional media cetak yang berpendapat bahwa perbaikan desain, peningkatan kualitas konten, atau kemajuan dalam teknologi mesin cetak warna pun tidak akan mampu mengalahkan media elektronik atau menghentikan penurunan yang dimulai sejak diperkenalkannya radio siaran pada tahun 1920-an. Namun, ini tidak berarti bahwa penerbitan cetak dan tulisan tertulis telah sepenuhnya punah. Dunia dokumen terus berkembang untuk memenuhi tujuan utamanya, yaitu menyampaikan pesan terstruktur yang dapat melintasi ruang dan waktu dengan probabilitas maksimal. Kehadiran media digital tidak sepenuhnya mengancam keberadaan koran. Sebagai

contoh, *Lee Enterprises*, yang dimiliki oleh Mary Junc sejak 1999, berhasil meningkatkan pendapatan sebelum pajak hingga 30 persen. Sebagian besar dari 58 harian yang dimiliki perusahaan ini mengalami peningkatan sirkulasi hingga 75 persen dalam waktu satu tahun. Junc menyatakan bahwa kunci kesuksesan koran abad ke-21 terletak pada fokus pada berita lokal. Selain itu, perusahaan ini juga menekankan pentingnya memperbesar pendapatan dengan cara yang kreatif dan cepat, meningkatkan jumlah pembaca serta sirkulasi, membangun masa depan *online*, dan melakukan pengendalian biaya dengan hati-hati (Lubis, 2018).

Berdasarkan paparan data sebelumnya dapat diketahui, bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Media cetak, yang selama ini menjadi sumber utama berita, kini mengalami penurunan signifikan dalam popularitasnya, terutama di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa pada era 4.0. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area menjadi kelompok yang relevan untuk dianalisis, sebab mereka adalah pengguna aktif media dan memiliki pengetahuan yang lebih dalam tentang komunikasi.

Peralihan dari media cetak ke media *online* membawa dampak yang signifikan dalam pola konsumsi berita. Media *online* menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses yang cepat, interaktivitas, dan ketersediaan informasi 24 jam, namun pergeseran ini juga menimbulkan tantangan, seperti meningkatnya penyebaran informasi yang tidak akurat, masalah privasi, serta pengaruh algoritma dalam menentukan berita yang diterima oleh pengguna.

Dengan demikian, penting untuk memahami bagaimana Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMA mengadaptasi diri terhadap perubahan ini. Analisis terhadap penggunaan media *online* dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi informasi mereka dapat memberikan wawasan berharga mengenai tren komunikasi saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi peralihan tersebut, dan efeknya terhadap cara Dosen memahami dan menilai berita. Hal ini menjadi penting untuk menciptakan strategi pendidikan yang lebih efektif dalam mempersiapkan dosen menghadapi tantangan media modern, serta meningkatkan literasi media di kalangan generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, berikut adalah dua rumusan masalah yang dapat diangkat:

1. Bagaimana Fenomena Perubahan Migrasi Pembaca Koran ke Media *Online* di kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik UMA?
2. Bagaimana Cara Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMA Mengadopsi Berita di Media *Online*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengeksplorasi Fenomena Perubahan Migrasi Pembaca Koran ke Media *Online* di kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Mengeksplorasi Cara Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMA dalam Mengadopsi Berita di Media *Online*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

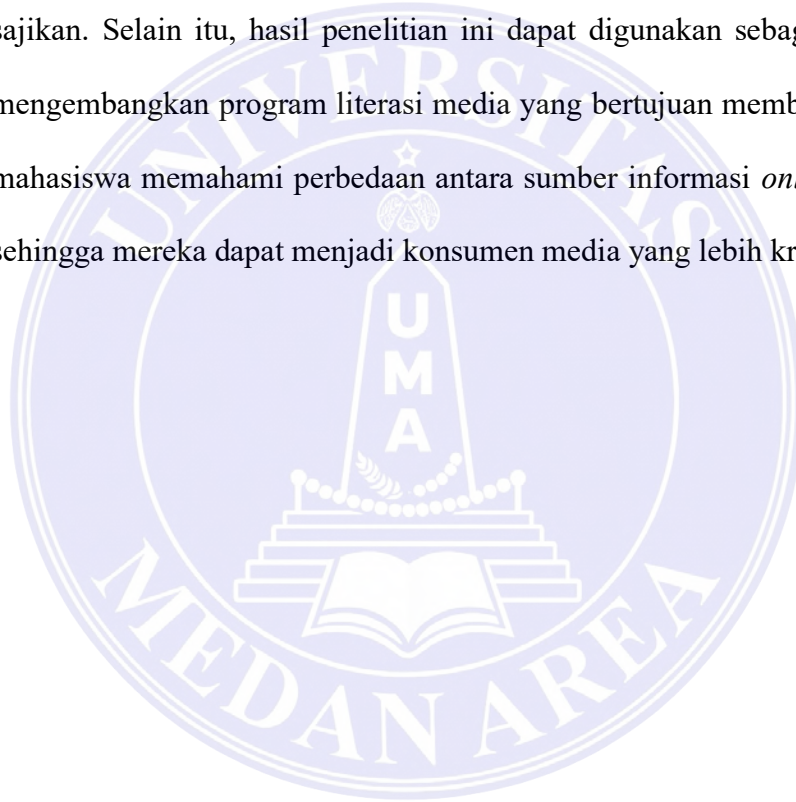
Penelitian berkontribusi terhadap pengembangan teori konvergensi media. Dengan menganalisis faktor-faktor yang mendorong peralihan ini, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman kita tentang perilaku konsumen media dan bagaimana individu beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi. Hasilnya akan membantu dalam pengembangan teori-teori komunikasi yang lebih relevan dengan konteks digital saat ini, serta memberikan dasar untuk studi-studi selanjutnya yang membandingkan migrasi pembaca di berbagai kelompok demografis dan disiplin ilmu.

2. Manfaat Akademis

Dalam konteks akademis, penelitian ini memiliki potensi untuk menjadi sumber referensi yang penting bagi mahasiswa, peneliti, dan akademisi lain yang tertarik dalam studi komunikasi, khususnya teori konvergensi. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya kurikulum di Program Studi Ilmu Komunikasi dengan menambahkan pembahasan tentang migrasi media dan dampaknya terhadap perilaku pembaca. Selain itu, penelitian ini juga dapat mendorong keterlibatan mahasiswa dalam proyek penelitian lebih lanjut mengenai tren konsumsi media, membuka peluang untuk kolaborasi antara dosen dan mahasiswa, serta meningkatkan kualitas pendidikan di bidang komunikasi massa.

3. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi lembaga media dalam merumuskan strategi penyampaian informasi yang lebih efektif untuk menjangkau pembaca di kalangan akademisi. Dengan memahami preferensi dan perilaku dosen dalam mengonsumsi media, penyedia konten *online* dapat meningkatkan kualitas dan relevansi informasi yang mereka sajikan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan program literasi media yang bertujuan membantu dosen dan mahasiswa memahami perbedaan antara sumber informasi *online* dan *offline*, sehingga mereka dapat menjadi konsumen media yang lebih kritis.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Defenisi Fenomena

Fenomena berasal dari kata Yunani "*phaenesthai*" yang berarti memunculkan, mengungkapkan, dan menunjukkan dirinya sendiri (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2021). Menurut Heidegger dalam *Moustakas*, fenomena juga berasal dari kata "*phaino*", yang berarti membawa cahaya, menempatkan sesuatu dalam keadaan terang, dan memperlihatkan dirinya dengan totalitas. Fenomena merujuk pada tampilan suatu objek atau peristiwa yang muncul dalam kesadaran. Huesserl melihat fenomena sebagai realitas yang menampakkan dirinya sendiri kepada manusia. Sementara itu, Brouwer menganggap fenomena bukan sebagai benda atau objek eksternal, tetapi sebagai suatu aktivitas. Fenomena menjadi objek yang dipelajari dalam fenomenologi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fenomena adalah hal yang dapat dianalisis secara ilmiah dan dapat dirasakan oleh panca indera. Fenomena memanfaatkan pengalaman intuitif untuk memahami hakikat pengalaman dan apa yang dialami, yang menjadi refleksi dari fenomenologi. Fenomena berfokus pada pengalaman pribadi, yang mencakup individu yang saling berbagi pengalaman. Pada dasarnya, fenomena adalah tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia, di mana dalam konteksnya, manusia aktif memahami dunia di sekitarnya sebagai pengalaman dan menginterpretasikan pengalaman tersebut dengan memberikan makna, yang dikenal sebagai tindakan menuju pemaknaan atau pemahaman.

2.2 Defenisi Migrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), migrasi diartikan sebagai perpindahan atau pergerakan dari satu tempat ke tempat lain, baik dalam konteks manusia, hewan, maupun hal lainnya. Migrasi sering digunakan untuk merujuk pada perpindahan penduduk dari satu daerah ke daerah lain, bisa dalam skala lokal maupun internasional, baik untuk alasan pekerjaan, pendidikan, maupun faktor lain yang mendasari perpindahan tersebut (Kemdikbud, 2021). Dalam konteks media, migrasi juga digunakan untuk menggambarkan peralihan kebiasaan atau preferensi dari satu bentuk media ke bentuk lainnya, seperti migrasi dari media cetak ke media digital.

Dalam konteks lain, migrasi merujuk pada proses peralihan atau perpindahan kebiasaan atau pola konsumsi media dari media konvensional, dalam hal ini koran cetak, ke media digital atau *online*. Fenomena ini mencerminkan perubahan dalam preferensi pembaca dalam mengakses informasi, yang semula mengandalkan media cetak menjadi beralih ke platform digital, seperti situs berita online atau aplikasi media sosial. Migrasi ini juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, interaktivitas, serta perkembangan teknologi yang semakin memudahkan masyarakat, termasuk dosen, untuk mendapatkan informasi secara cepat dan praktis melalui media *online*.

2.3 Komunikasi Massa

Terdapat berbagai pandangan ahli mengenai komunikasi massa. Secara umum, komunikasi massa merujuk pada segala bentuk komunikasi yang dilakukan melalui

media massa, baik itu media cetak maupun elektronik. John R. Bittner mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Sementara itu, menurut Gerbner, komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi pesan yang didasarkan pada teknologi dan lembaga, yang menyebarkan arus pesan secara kontinu dan luas kepada masyarakat industri. Masyarakat industri yang dimaksud merujuk pada proses produksi dalam komunikasi massa yang tidak dapat dilakukan secara individu, melainkan harus melibatkan lembaga yang memiliki teknologi tertentu. Hasil dari proses produksi komunikasi massa ini adalah pesan-pesan yang kemudian disebarkan dan didistribusikan kepada khalayak luas (Syafriana, 2022).

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa ditujukan kepada khalayak luas secara berkelanjutan dengan jeda waktu yang tetap, seperti harian, mingguan, dua mingguan, atau bulanan. Sementara itu, Meletzke mendefinisikan komunikasi massa sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan informasi secara terbuka melalui media teknis yang bersifat tidak langsung dan satu arah kepada publik yang tidak berada di lokasi yang sama atau tersebar. Lebih lanjut, Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble menyatakan bahwa komunikasi dapat disebut komunikasi massa jika memenuhi beberapa kriteria berikut:

1. Komunikator menggunakan peralatan modern untuk menyebarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Mereka menekankan peran teknologi dalam komunikasi massa, seperti media cetak yang membutuhkan teknologi percetakan atau televisi yang memerlukan pemancar.

2. Komunikator berupaya untuk berbagi pemahaman dengan jutaan orang yang tidak saling mengenal atau mengetahui satu sama lain (anonimitas *audiens*).
3. Pesan yang disampaikan bersifat publik, artinya dapat diakses dan diterima oleh semua orang.
4. Komunikator biasanya merupakan lembaga atau organisasi formal yang cenderung berorientasi pada keuntungan.
5. Komunikasi massa dikendalikan oleh gatekeeper, yang berfungsi sebagai penyaring informasi.
6. Umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tidak langsung atau tertunda.

Komunikasi massa melibatkan berbagai elemen, seperti komunikator, komunikan, media massa, proses penafsiran pesan (*decoder*), serta umpan balik yang lebih kompleks karena melibatkan khalayak dalam jumlah besar. Proses penyusunan pesan dalam komunikasi massa sangat bervariasi, dipengaruhi oleh berbagai pihak yang terlibat, seperti wartawan, editor, kamerawan, dan semua pihak yang bekerja di dalam media massa itu sendiri. Karena media massa berfungsi sebagai komunikator yang merupakan lembaga, bukan individu, maka banyak orang yang terlibat sebagai bagian dari proses komunikasi ini. Setiap individu membawa pengetahuan, pengalaman, dan interpretasi yang berbeda-beda, yang menyebabkan pesan yang dihasilkan menjadi sangat beragam (Syafriana, 2022).

2.4 Media Massa

2.4.1 Definisi Media Massa

Media massa berfungsi sebagai saluran untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Menurut Bungin (2006:72), media massa adalah bentuk komunikasi dan informasi yang mendistribusikan informasi secara luas dan dapat dijangkau oleh banyak orang. Dari segi makna, media massa adalah alat atau sarana untuk menyampaikan berbagai konten, termasuk berita, opini, komentar, hiburan, dan lainnya (Bungin & Burhan, 2009).

Menurut Cangara, media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sementara itu, media massa didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk mentransmisikan pesan dari sumber kepada publik, dengan memanfaatkan berbagai alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Hafied Cangara, 2015).

Istilah media massa berkembang untuk menjelaskan bahwa komunikasi dilakukan dalam skala yang lebih luas. Menurut (Chrismardani, 2014), fungsi media massa dapat dibagi menjadi lima kategori: a) Pengawasan (*surveillance*), b) Penafsiran (*interpretation*), c) Pertalian (*linkage*), d) Penyebaran nilai-nilai (*transmission of value*), dan e) Hiburan (*entertainment*). Selain itu, (McQuail, 2020) juga mengemukakan beberapa asumsi dasar mengenai pentingnya peran media massa.

Media adalah industri yang terus berubah dan berkembang, menciptakan lapangan kerja, produk, dan layanan, serta mendukung industri

lain yang berhubungan. Contoh nyata dapat dilihat pasca-reformasi 1998, di mana banyak institusi media baru muncul, terutama dengan pesatnya jumlah stasiun televisi. Namun, dengan kehadiran internet dan majalah digital, majalah seperti *Newsweek* kehilangan banyak pembaca dan akhirnya memutuskan untuk menghentikan penerbitannya (Habibie, 2018).

Selain itu, media juga berfungsi sebagai industri yang memiliki peraturan dan norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat serta lembaga sosial lainnya. Misalnya, pemberitaan media kadang-kadang bersifat bias atau lebih menonjolkan isu tertentu sambil mengabaikan isu lain, karena dianggap lebih relevan dan penting untuk diketahui oleh audiens.

Media adalah wadah yang semakin berperan dalam menampilkan berbagai peristiwa kehidupan masyarakat, baik di tingkat nasional maupun internasional. Sebagai contoh, kita sering kali lebih mengetahui tentang kegiatan pemilu di AS yang berlangsung pada awal November dibandingkan dengan kampanye pilkada di berbagai provinsi di Indonesia (Habibie, 2018).

Media juga berfungsi sebagai sarana pengembangan budaya, tidak hanya dalam konteks pengembangan seni dan simbol, tetapi juga dalam aspek tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma. Selain itu, media telah menjadi sumber utama bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, serta bagi masyarakat dan kelompok secara keseluruhan. Media juga menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang tercampur dengan berita dan hiburan.

Apa pun peran yang dijalankan oleh media massa, tujuannya adalah untuk menghasilkan informasi. Media massa harus mampu menyajikan informasi mengenai berbagai isu publik bagi setiap warga negara. Berdasarkan hal tersebut, fungsi media massa atau pers meliputi: pers sebagai bentuk kewargaan (*civic form*) dan sebagai pengawas pemerintah. Dalam konteks sebagai bentuk kewargaan, pers dapat berfungsi sebagai alat komunikasi public (Habibie, 2018).

1. Peran dan Fungsi Media Massa

McQuail, mendefinisikan peran media massa sebagai berikut (McQuail, 2020):

- A. Sebagai jendela pengalaman yang memperluas pandangan kita dan memungkinkan pemahaman tentang apa yang terjadi di sekitar, tanpa adanya intervensi dari pihak lain atau keberpihakan.
- B. Sebagai juru bicara yang menjelaskan dan memberikan makna terhadap peristiwa atau hal yang kurang jelas dan terpisah.
- C. Sebagai pengantar informasi dan pendapat.
- D. Sebagai jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dan penerima melalui berbagai bentuk umpan balik.
- E. Sebagai petunjuk yang secara aktif menunjukkan arah dan memberikan bimbingan atau instruksi.
- F. Sebagai penyaring yang memilih pengalaman mana yang perlu diperhatikan khusus dan mengabaikan aspek lain, baik secara sadar maupun tidak.

G. Sebagai cermin yang memantulkan citra masyarakat kepada dirinya sendiri, di mana pantulan tersebut seringkali mengalami perubahan atau distorsi akibat penonjolan segi-segi tertentu yang ingin dilihat atau dihakimi oleh anggota masyarakat.

H. Sebagai tirai yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau sebagai pelarian dari kenyataan.

Berdasarkan hal tersebut, secara umum peran media massa dapat dilihat dari dua sisi yang berbeda. Media massa dapat berkontribusi positif dalam berbagai aspek kehidupan manusia, tetapi juga dapat memiliki dampak negatif (Qudratullah, 2018). Media berperan dalam kehidupan sosial dengan cara-cara berikut:

- a. Menyebarkan informasi yang objektif dan mendidik.
- b. Melakukan kontrol sosial yang bersifat konstruktif.
- c. Menyalurkan aspirasi masyarakat dan memperluas komunikasi serta partisipasi publik.

Berdasarkan fungsinya, para ahli mengemukakan berbagai fungsi komunikasi yang memiliki kesamaan dan perbedaan. Pembahasan mengenai fungsi komunikasi massa menjadi hal yang penting untuk didiskusikan. Beberapa pakar, seperti *Dominick*, mengidentifikasi fungsi komunikasi massa yang mencakup: pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), keterkaitan (*linkage*), penyebaran nilai (*transmission of values*), dan hiburan (*entertainment*) (McQuail & Izzati, 2011).

Effendy juga menjelaskan fungsi komunikasi massa sebagai sarana untuk memberikan informasi, pendidikan, dan pengaruh (Effendy, 2009). Selanjutnya, DeVito menyebutkan fungsi komunikasi massa yang lebih spesifik, seperti meyakinkan (*to persuade*), memberikan status, membius (*narcotization*), menciptakan rasa kesatuan, privatisasi, dan hubungan parasosial .

McQuail membedakan fungsi komunikasi massa untuk masyarakat dan individu. Untuk individu, fungsi tersebut meliputi informasi, korelasi, kesinambungan, hiburan, dan mobilisasi, sedangkan untuk masyarakat, fungsinya meliputi informasi, identitas pribadi, integrasi, dan interaksi sosial.

2.5 Media Cetak

2.5.1 Defenisi Media Cetak

Media cetak adalah bentuk media yang menggunakan media fisik, seperti kertas, untuk menyampaikan informasi, berita, atau konten lainnya kepada publik. Ini mencakup berbagai jenis publikasi, seperti surat kabar, majalah, buletin, dan buku (Dwi, 2023). Media cetak memiliki karakteristik fisik yang memungkinkan pembaca untuk memegang dan membaca secara langsung, memberikan pengalaman *tactile* yang unik. Selain itu, konten yang diterbitkan dalam media cetak dapat disimpan dan diarsipkan, memungkinkan akses di kemudian hari.

Media cetak juga dapat menargetkan *audiens* tertentu, misalnya, majalah yang khusus untuk penggemar otomotif atau teknologi. Banyak orang menganggap media cetak lebih kredibel dibandingkan dengan sumber online, meskipun pandangan ini dapat bervariasi. Meskipun demikian, media cetak memiliki keterbatasan dalam hal pembaruan informasi, karena konten tidak dapat diubah setelah dicetak. Secara keseluruhan, media cetak tetap berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi yang penting dalam masyarakat, meskipun perannya mengalami perubahan di era digital saat ini.

Beberapa bentuk media massa saat ini disebarkan melalui berbagai saluran penyiaran, salah satunya adalah media cetak. Media cetak berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dicetak pada bahan dasar kertas dan kain untuk menyampaikan pesan atau informasi. Unsur utama dalam media cetak adalah teks dan gambar visual. Jenis-jenis media cetak yang termasuk dalam kategori media massa meliputi surat kabar, majalah, tabloid, dan sejenisnya.

Peran media cetak sangat penting, karena selama berabad-abad, media ini menjadi satu-satunya alat untuk pertukaran dan penyebaran informasi, gagasan, dan hiburan, yang kini juga dilayani oleh berbagai media komunikasi lainnya. Selain berfungsi sebagai alat utama untuk menjangkau publik, media cetak juga menjadi sarana vital untuk mempertemukan pembeli dan penjual (Nugu et al., 2020).

2.6 Media Baru (*New Media*)

2.6.1 Defenisi *New Media*

Seiring berjalannya waktu, komunikasi telah mengalami transformasi signifikan, baik dari segi model maupun cara penyampaianya yang semakin bervariasi dan canggih. Perubahan ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi yang menjadi faktor utama pergeseran tersebut. Kehadiran media baru atau "*new media*" telah memungkinkan komunikasi dilakukan dengan cara yang lebih mudah, efisien, dan cepat. Menurut Jandy Luik (2020:9), kehadiran media baru memungkinkan proses komunikasi berlangsung kapan saja, di mana saja, dan melalui berbagai perangkat komunikasi yang tersedia. Namun, ada dua syarat utama yang perlu diperhatikan, yaitu: pertama, akses terhadap perangkat komunikasi dan koneksi internet yang memadai, dan kedua, media baru itu sendiri masih dalam tahap pengembangan. Dengan adanya media baru, masyarakat dapat dengan mudah berbagi informasi, bahkan tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, serta dapat disalurkan dalam kecepatan yang sangat tinggi.

Beberapa ahli memberikan definisi tentang media baru, seperti yang disampaikan oleh Flew dalam Syaifuddin (2013:119), yang menyatakan bahwa media baru merujuk pada teknologi komunikasi *digital* yang terintegrasi melalui sistem komputer dan telekomunikasi yang saling terhubung dalam jaringan. Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Errika Dwi Setya Watie (2011:70), yang menjelaskan bahwa media baru adalah

media yang dalam konsep penyampaian pesannya melibatkan aspek digital, interaktivitas, konvergensi, serta pengembangan atau pemeliharaan jaringan.

Menurut Davey Christopher (2010:14), media baru mulai dioperasikan sekitar 45 tahun yang lalu. Namun, media baru tidak hanya terbatas pada teknologi tertentu, melainkan memiliki sifat kolektif dengan mempertimbangkan kondisi media baru yang erat kaitannya dengan internet dan dunia maya. McLuhan dalam Andri (2012:6) juga mengungkapkan bahwa media baru merupakan bagian dari evolusi teknologi komunikasi yang pada dasarnya memperluas cakupan jaringan komunikasi manusia sepanjang sejarah. Perkembangan teknologi komunikasi ini membawa dampak pada kebiasaan baru yang meluas, tidak terduga, dan mampu mempengaruhi dinamika hubungan antar manusia serta budaya mereka.

1. Karakteristik *New Media*

Martin Lister dalam McQuail (2011) mengemukakan beberapa karakteristik utama dari media baru (*new media*), antara lain:

a. *Digital*

Media baru bersifat digital, di mana semua data diproses dan disimpan dalam bentuk angka. Informasi yang disimpan dalam media digital dapat diakses dengan cepat, lebih efisien dalam penggunaan ruang, serta mudah dimanipulasi. Digitalisasi juga memungkinkan terjadinya dematerialisasi, yakni pemisahan teks atau data dari bentuk fisiknya, dan memungkinkan

kompresi data sehingga memerlukan ruang penyimpanan yang lebih kecil.

b. *Interaktif*

Salah satu karakteristik utama media baru adalah *interaktivitas*. Media baru memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung, baik dengan pengguna lain maupun dengan konten yang diakses. Pengguna dapat mengubah atau berpartisipasi dalam proses penyampaian pesan, seperti mengedit teks atau gambar yang ditampilkan, serta memberikan respons terhadap konten secara real-time.

c. *Hiperteks*

Media baru menggunakan konsep *hiperteks*, yang berarti teks dapat menghubungkan satu informasi dengan informasi lain yang berada di luar teks tersebut. Dengan cara ini, pengguna dapat menjelajahi berbagai teks atau informasi yang relevan tanpa harus mengikuti urutan yang tetap, berbeda dengan media tradisional yang menuntut pembacaan secara berurutan.

d. *Jaringan*

Media baru memiliki kemampuan untuk terhubung dalam jaringan yang memungkinkan berbagi informasi dan mengakses konten secara global. Pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai teks atau sumber daya lain yang tersebar di berbagai

tempat, menjadikan media baru sangat bergantung pada konektivitas internet dan jaringan digital.

e. *Virtual*

Media baru mendukung penciptaan dunia virtual, yaitu sebuah ruang atau lingkungan yang dapat diakses melalui keterlibatan pengguna dalam bentuk *grafis*, *audio visual*, atau video digital. Dalam dunia virtual ini, pengguna dapat berinteraksi dengan elemen-elemen yang ada, seperti dalam permainan daring atau simulasi lainnya.

f. *Simulasi*

Karakteristik ini mirip dengan dunia virtual, di mana media baru memungkinkan penciptaan dunia simulasi yang dibangun berdasarkan konsep tertentu. Dunia ini tidak nyata tetapi bisa merepresentasikan situasi atau kondisi tertentu, misalnya dalam bentuk permainan, pelatihan, atau pengalaman imersif lainnya. Karakteristik-karakteristik ini menunjukkan bagaimana media baru membawa perubahan besar dalam cara kita berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan dunia digital.

2.7 Media Online

2.7.1 Definisi Media Online

Secara teknis, media *online* merujuk pada media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia, termasuk komputer dan internet. Beberapa jenis media *online* meliputi portal, situs web (yang mencakup *blog* dan *platform* media sosial seperti *Twitter* dan *Facebook*), TV kabel/*online*, radio *online*, dan email. Media *online* sering disebut sebagai *cyber* media karena cara kerjanya dan akses terhadap informasi selalu memanfaatkan internet. Dengan adanya media ini, audiens dapat langsung menikmati produk informasi tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu, serta prosedur baku dari lembaga penyiaran manapun. Bahkan, informasi dapat diakses secara real-time saat peristiwa terjadi (Silalahi & Susanto, 2020).

Dalam kajian studi media atau komunikasi massa, media *online* termasuk dalam objek penelitian teori media baru (*new media*). Istilah media baru merujuk pada cara akses konten (isi/formasi) kapan saja dan di mana saja, melalui berbagai perangkat digital, serta memungkinkan interaksi pengguna yang bersifat kreatif, *partisipatif*, dan pembentukan komunitas di sekitar konten tersebut, dengan karakteristik generasi informasi *real-time*. Menurut Chun, media baru merupakan penyederhanaan istilah yang mencakup bentuk-bentuk media di luar lima media massa konvensional, yaitu televisi, radio, majalah, koran, dan film. Karakteristik media baru adalah cair (*fluid*), mendukung

konektivitas individu, dan berfungsi sebagai sarana untuk berbagi kontrol dan kebebasan (Romli, 2014).

2.7.2 Karakteristik media *Online*

Media *online* memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari media tradisional. Berikut adalah penjelasan mendalam mengenai karakteristik tersebut:

A. *Interaktivitas*: Media online memungkinkan audiens untuk berinteraksi secara langsung dengan konten. Pengguna dapat memberikan komentar, berbagi, dan berpartisipasi dalam diskusi, sehingga menciptakan dialog antara penyedia konten dan konsumen. Interaktivitas ini juga mencakup fitur seperti polling, kuis, dan forum diskusi yang meningkatkan keterlibatan pengguna.

B. *Aksesibilitas*: Media online dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama ada koneksi internet. Ini memberi pengguna fleksibilitas untuk mengakses informasi tanpa batasan waktu dan tempat, berbeda dengan media cetak yang terbatas pada waktu terbit dan lokasi distribusi.

C. *Ketersediaan Real-Time*: Media online memungkinkan penyampaian informasi secara *real-time*. Berita dan informasi dapat diperbarui secara instan, sehingga *audiens* selalu mendapatkan berita terbaru. Ini sangat berbeda dengan media cetak yang memiliki waktu tunggu antara pengumpulan berita dan publikasi.

D. Multimedia: Media *online* memanfaatkan berbagai format konten, termasuk teks, gambar, audio, dan video. Kombinasi berbagai jenis media ini membuat konten lebih menarik dan mudah dipahami. Pengguna dapat memilih format yang paling sesuai dengan preferensi mereka.

E. Kustomisasi dan Personalisasi: Media *online* memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan pengalaman mereka. Banyak platform menyediakan rekomendasi konten berdasarkan minat dan perilaku pengguna. Ini menciptakan pengalaman yang lebih relevan dan personal bagi audiens.

F. Partisipasi Pengguna: Media *online* mendorong partisipasi aktif dari pengguna. Selain berkomentar, pengguna juga dapat menjadi kontributor konten melalui *blog*, *vlog*, atau media sosial. Hal ini memunculkan konsep *citizen journalism* di mana siapa pun dapat melaporkan dan mendistribusikan berita.

G. Globalisasi: Media *online* menjangkau audiens global tanpa batasan geografis. Konten yang dihasilkan dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia, menjadikan media online sebagai platform yang dapat memperluas jangkauan informasi secara signifikan.

H. Analisis Data dan Umpan Balik: *Platform* media *online* memungkinkan analisis data untuk memahami perilaku pengguna. Pengelola konten dapat melacak jumlah tampilan, interaksi, dan umpan balik dari audiens, yang membantu dalam pengembangan strategi konten yang lebih baik.

I. Konten yang Dapat Diedit dan Diubah: Salah satu *karakteristik* unik dari media *online* adalah kemampuan untuk mengedit dan memperbarui konten

setelah dipublikasikan. Ini memberikan kesempatan untuk memperbaiki kesalahan, memperbarui informasi, atau menambahkan konten baru sesuai kebutuhan.

J. Biaya Rendah untuk Distribusi: Biaya distribusi media *online* jauh lebih rendah dibandingkan dengan media cetak. Ini memungkinkan individu atau organisasi kecil untuk menghasilkan dan mendistribusikan konten tanpa memerlukan modal besar (Romli, 2014).

Karakteristik media *online* yang unik ini menjadikannya sebagai alat komunikasi yang efektif dan fleksibel dalam era digital. Meskipun menawarkan banyak keuntungan, pengguna juga perlu sadar akan tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan privasi data, yang harus dihadapi di dunia media *online*.

2.7.3 Perbedaan Media Online dan Media Sosial

Media massa dan media sosial menjadi sangat penting dalam kehidupan masyarakat era milenial. Media massa dan media sosial menjadi pertimbangan dalam berbagai keputusan dalam rumah tangga, masyarakat, bangsa dan negara dalam menyelesaikan permasalahan. Bahkan media massa dan media sosial mampu menciptakan opini-opini publik yang sangat kuat dalam masyarakat.

Di lain sisi, media sosial menjadi media yang sangat mudah digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi, dan dapat dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja. Sehingga media ini sarat digunakan oleh berbagai kepentingan. Media massa dan media sosial memiliki perbedaan yang sangat signifikan.

Perbedaan yang sangat mendasar adalah media sosial tidak memiliki izin/legalitas dalam penyebaran informasi seperti media massa, bahkan penyebar informasi melalui media sosial tidak jelas pelakunya. Sehingga tingkat ketidak benaran informasi yang disampaikan sangat tinggi.

Dalam penyebaran informasi sekarang ini media massa dan media sosial telah digunakan untuk saling menyebarkan, maksudnya informasi yang disebarkan melalui media sosial merupakan informasi yang disebarkan melalui media massa, begitupun sebaliknya sekarang ini telah banyak media massa yang menyebarkan informasi dari yang diambil dari informasi yang disebarkan melalui media sosial. Artinya media massa dan media sosial telah memiliki kemampuan yang sama dalam penyebaran informasi.

Media massa dan media sosial juga telah berfungsi mempermudah dalam mendapatkan informasi-informasi terbaru dan terpopuler. Selain itu kedua media ini juga telah mampu berfungsi mempopulerkan sebuah informasi. Sehingga hal yang tidak penting terkadang juga menjadi perhatian banyak orang. Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi manusia dalam berbagai tingkatan sebagaimana disebutkan oleh Burhan Bungin bahwa media massa secara teoritis memiliki fungsi sebagai saluran informasi, saluran pendidikan dan saluran hiburan, namun kenyataannya media massa memberi efektif lain di luar fungsi itu. Efek media massa tidak saja memengaruhi sikap seseorang namun pula dapat memengaruhi perilaku, bahkan pada tataran yang lebih jauh efek media massa dapat memengaruhi sistem-sistem sosial maupun sistem budaya masyarakat

2.8 Berita

2.8.1 Definisi Berita

Menurut Dja'far Assegaf, berita adalah laporan mengenai fakta atau ide yang relevan, yang mampu menarik perhatian pembaca karena memiliki elemen luar biasa, penting, serta menyentuh sisi human interest, humor, emosi, dan ketegangan (Barus, 2010).

Berita juga dapat diartikan sebagai informasi tentang peristiwa atau pernyataan yang dianggap perlu diketahui oleh individu untuk mendukung filosofi hidup mereka. Bagi suatu surat kabar, berita merupakan informasi yang penting bagi pembacanya untuk membantu mewujudkan pandangan hidup mereka. Dalam dunia media massa, berita menjadi sajian utama. Proses penyajian berita yang berkualitas melibatkan wartawan yang bertugas mencari berita, serta tim redaksi yang menyusun informasi tersebut sebelum akhirnya disajikan kepada public (Budiman, 2005).

Berdasarkan pendapat mengenai pengertian berita yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa berita adalah suatu peristiwa yang berupa fakta penting yang terjadi dan disusun sedemikian rupa oleh seorang wartawan, sehingga layak untuk dilaporkan kepada masyarakat.

1. Nilai Berita

Nilai berita adalah kriteria yang digunakan untuk menentukan seberapa penting atau menarik sebuah peristiwa atau informasi untuk dilaporkan

(Yudhapramesti, 2015). Berikut adalah beberapa nilai berita yang umum diakui:

- a. Kedekatan (*Proximity*): Berita yang terjadi dekat dengan audiens cenderung lebih menarik. Misalnya, peristiwa lokal akan lebih mendapat perhatian dibandingkan peristiwa di negara yang jauh.
- b. Ketertarikan (*Interest*): Berita yang menimbulkan rasa ingin tahu atau ketertarikan dari publik, seperti kisah unik, kontroversial, atau yang melibatkan orang terkenal.
- c. Signifikansi (*Significance*): Peristiwa yang memiliki dampak besar pada masyarakat atau banyak orang, seperti kebijakan pemerintah atau bencana alam.
- d. Konflik (*Conflict*): Cerita yang melibatkan pertentangan antara pihak-pihak, seperti konflik politik atau sosial, sering kali lebih menarik bagi pembaca.
- e. Waktu (*Timeliness*): Berita yang baru atau sedang berlangsung lebih relevan dibandingkan berita yang sudah lama. Kecepatan dalam pelaporan juga menjadi faktor penting.
- f. *Human Interest*: Kisah yang menyentuh emosi, seperti cerita inspiratif tentang individu atau kelompok, sering kali menarik perhatian dan dapat membangun koneksi emosional.
- g. Keanehan (*Oddity*): Peristiwa yang tidak biasa atau aneh bisa menarik perhatian. Kejadian yang langka sering kali dianggap lebih menarik.

- h. Konsekuensi (*Consequences*): Berita yang mempengaruhi banyak orang atau memiliki implikasi besar bagi masyarakat juga dianggap penting.

Dalam praktik jurnalistik, reporter harus mempertimbangkan nilai-nilai ini saat memilih dan menulis berita, agar informasi yang disajikan relevan dan menarik bagi *audiens*.

2.9 Teori Konvergensi Media

Menurut Pryor, konvergensi terjadi di ruang redaksi ketika anggota tim editorial bekerja sama untuk menciptakan berbagai produk jurnalisme yang ditujukan untuk berbagai platform, dengan tujuan menjangkau khalayak luas melalui konten yang interaktif (Pryor & Day, 1988). Griffiths dan Light mendefinisikan konvergensi media sebagai penggabungan berbagai produk menjadi satu kesatuan. Konsep ini juga diuraikan dan diterapkan oleh Kolodzy, yang mengusulkan model untuk menggambarkan konvergensi media. Kolodzy menggambarkan konvergensi sebagai sebuah kontinum di mana konten, teknologi, audiens, dan industri saling berinteraksi dalam berbagai bentuk (Pryor & Day, 1988).

Gordon mengidentifikasi lima bentuk konvergensi dalam organisasi media dan membahas dampaknya terhadap berbagai jenis perusahaan media. Bentuk pertama adalah konvergensi kepemilikan, di mana perusahaan media besar melakukan kesepakatan untuk mendorong promosi silang dan berbagi konten di berbagai *platform*, termasuk cetak, digital, dan televisi yang dimiliki oleh perusahaan yang sama. Bentuk kedua adalah konvergensi taktik, yang merujuk pada kerjasama dalam bentuk promosi

silang dan pertukaran informasi yang dihasilkan dari kolaborasi. Selanjutnya, konvergensi struktural menekankan pada pembagian kerja dan restrukturisasi di dalam organisasi masing-masing divisi perusahaan yang terlibat dalam proses konvergensi. Restrukturisasi ini dilakukan untuk memenuhi tuntutan konvergensi. Aspek keempat, konvergensi peliputan berita, terjadi pada tingkat pelaporan, di mana perusahaan media mengharuskan karyawan, termasuk jurnalis, untuk memiliki berbagai keterampilan. Terakhir, konvergensi penyajian atau storytelling menekankan pentingnya jurnalis dalam menyampaikan berita atau informasi di berbagai platform. Gordon mencatat bahwa dengan munculnya media baru, terjadi pergeseran dalam cara penyampaian informasi (Mardhiyyah, 2023).

Konvergensi, secara umum, merujuk pada persimpangan antara media lama dan baru. Menurut Jenkins (2008: 2), konvergensi media mencakup aliran konten yang melintasi berbagai platform media, kolaborasi antara industri media yang berbeda, serta perilaku migrasi audiens yang semakin kompleks. Konvergensi media bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi juga melibatkan pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Proses ini mengamati bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain di tingkat sosial, menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman yang baru. Hal ini menghasilkan bentuk-bentuk media dan konten yang menghubungkan kita secara sosial, tidak hanya dengan konsumen lain, tetapi juga dengan produsen dari perusahaan media itu sendiri.

Teori konvergensi yang dikemukakan oleh Henry Jenkins dalam bukunya yang berjudul "*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*" pada tahun 2008

menegaskan bahwa konvergensi media adalah proses yang terjadi seiring dengan perkembangan budaya masyarakat. Dalam konteks ini, konvergensi media menyatukan tiga elemen penting, yaitu *computing* (pemrosesan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten), yang semuanya berperan dalam menciptakan ekosistem media yang lebih holistik (Rachmaria & Dewi, 2018).

No	Indikator Konvergensi Media	Deskripsi
1.	Perubahan Perilaku Konsumsi Media	- Peralihan dari media cetak (koran) ke media <i>online</i> (<i>website</i> , aplikasi berita). - Pembaca mengakses media melalui berbagai perangkat (laptop, ponsel, tablet).
2.	Integrasi Platfor Media	-Konten berita yang tersedia di media cetak kini dapat diakses di berbagai platform <i>online</i> (web, media sosial, aplikasi). - Penggunaan perangkat yang sama untuk mengakses berbagai jenis konten (teks, gambar, video).
3.	Transformasi Dalam Penyajian Konten	Berita yang disajikan dalam format teks dan gambar kini dapat disajikan secara multimedia (video, infografis). Pembaca dapat berinteraksi dengan konten (komentar, <i>like</i> , <i>share</i>) di media <i>online</i> .
4.	Perubahan Konsumsi Waktu dan Tempat	-Kemudahan akses media kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mobile. -Pembaca menghabiskan lebih banyak waktu untuk mengakses berita secara digital dibandingkan dengan media cetak.
5.	Perubahan Preferensi Terhadap Format Berita	-Pembaca lebih memilih berita dengan format yang lebih dinamis, seperti video, gambar, atau artikel singkat. -Preferensi untuk mendapatkan berita secara cepat dan <i>real-time</i> melalui <i>platform digital</i>
6.	Pengaruh Media Sosial	-Berita dari koran dapat dibagikan dan dibahas melalui media sosial (<i>Twitter</i> , <i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i>). -Dosen aktif berpartisipasi dalam diskusi atau komentar berita secara <i>online</i> .
7.	Pengaruh Teknologi dan Akses Internet	-Kemajuan infrastruktur internet yang memungkinkan dosen mengakses berita dengan mudah di berbagai <i>platform digital</i> . - Penggunaan aplikasi berita atau <i>platform agregator</i> sebagai sumber informasi utama.

Tabel 1 Indikator Konvergensi Media

2.10 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Sumber dan Tahun	Teori dan Metode	Hasil Penelitian
1	Media Cetak dan Pergulatan Menghadapi Digitalisasi Media Saputri (2024)	Kualitatif	Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah: 1) faktor yang mendukung keberlanjutan media cetak disebabkan oleh kualitas Sumber Daya Manusia dan mutu pemberitaan yang disajikan. 2) Langkah-langkah yang diambil meliputi pengembangan program inovatif dan penyediaan platform media sosial. 3) Dampaknya adalah konten media yang dihasilkan menjadi lebih beragam.
2	Akun Instagram @Ilmu_Komunikasi_Unh Sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi Arif (2023).	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @ilmu_komunikasi_unh berfungsi sebagai sumber informasi utama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi. Akun ini dimanfaatkan untuk mempromosikan keberagaman dan kehidupan kampus, serta menyediakan informasi yang variatif. Karakteristik new media tercermin dalam berbagai komponen, seperti multimedia yang menggunakan fitur feed, story, dan highlight, hypertextuality melalui fitur tagar, mention, dan link PMB, interactivity dengan fitur komentar, suka, dan direct message, synchronity melalui fitur live, serta <i>packet</i>

			switching dengan fitur share ke pengguna lain. Namun, beberapa hambatan juga dihadapi, termasuk keterbatasan jumlah pengelola akun, informasi yang terbatas, dan unggahan yang cenderung monoton.
3	Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar) Nisa (2020).	Mix Method	Penelitian ini menemukan bahwa remaja Generasi Z dalam melakukan belanja online sangat bergantung pada pencarian informasi melalui media digital, khususnya media sosial dan platform e-commerce. Informasi dari ulasan pengguna, rekomendasi teman sebaya, serta konten yang disajikan influencer memiliki pengaruh signifikan dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, kemudahan akses informasi, kecepatan memperoleh data, dan kepercayaan terhadap sumber informasi turut menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku belanja online mahasiswa.

4	Manajemen Surat Kabar Harian Medan POS di Tengah Perkembangan New Media Nainggolan (2023).	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen Surat Kabar Harian Medan Pos di tengah perkembangan media baru melaksanakan beberapa strategi, yaitu (1) melakukan konvergensi ruang berita dan pengumpulan berita; (2) mempertimbangkan desain tata letak; dan (3) menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah untuk mengurangi pengeluaran. Faktor pendukung bagi redaksi Harian Medan Pos meliputi penetapan tema unggulan, serta penekanan pada aktualitas dan faktualitas berita, dengan mengutamakan penggunaan bahasa jurnalistik yang tidak terlalu formal agar lebih dekat dengan kultur masyarakat. Di sisi lain, faktor penghambat yang dihadapi adalah munculnya media online dan koran digital yang berdampak pada penurunan oplah koran cetak.
5	Tantangan dan Strategi Radar Sulbar sebagai Lembaga Media Cetak di Era Digital Hariani (2024).	kualitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Radar Sulbar sebagai lembaga media cetak di era digital pertama ada beberapa tantangan, yaitu perkembangan teknologi, kecepatan penyampaian berita, biaya penggunaan internet, iklan menurun, teknologi mesin pencarian, konsumen atau pelanggan kemudian kedua, strategi ada beberapa strategi yang dilakukan radar Sulbar untuk tetap bertahan di tengah perkembangan teknologi good service, adaptasi perkembangan teknologi, pemasaran, dan manajemen SDM.

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Media Cetak dan Pergulatan Menghadapi Digitalisasi Media – Saputri (2024)	Sama-sama membahas dampak perkembangan media digital terhadap keberadaan media cetak. Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Sama-sama mengulas faktor yang mempengaruhi peralihan konsumsi media.	Saputri fokus pada keberlanjutan media cetak dan strategi bertahan perusahaan media, sedangkan penelitian Anda fokus pada migrasi pembaca koran ke media online di kalangan dosen serta cara mereka mengadopsi berita digital.
	Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Elsa Nova Oktavia (2025)		
2	Akun Instagram @ilmu_komunikasi_unh sebagai Media Informasi Mahasiswa – Arif (2023)	Sama-sama membahas pemanfaatan media digital untuk penyebaran informasi dan interaksi dengan audiens.	Arif meneliti penggunaan Instagram sebagai media informasi bagi mahasiswa, sedangkan penelitian Anda meneliti portal berita/media online sebagai sumber informasi akademik bagi dosen.
	Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Elsa Nova Oktavia (2025)		
3	Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi Z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online – Nisa (2020)	Sama-sama mengkaji perilaku pencarian dan konsumsi informasi di media digital.	Nisa fokus pada informasi untuk keputusan belanja online generasi Z, sedangkan penelitian Anda fokus pada konsumsi berita online untuk kepentingan akademik dosen.
	Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Elsa Nova Oktavia (2025)		
4	Manajemen Surat Kabar Harian Medan POS di Tengah Perkembangan New Media – Nainggolan (2023)	Sama-sama membahas dampak perkembangan media online terhadap media cetak. Sama-sama mengangkat fenomena pergeseran konsumsi media.	Nainggolan fokus pada strategi manajemen dan produksi berita di perusahaan media cetak, sedangkan penelitian Anda fokus pada perilaku pembaca akademisi dalam migrasi ke media online.
	Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Elsa Nova Oktavia (2025)		

5	Tantangan dan Strategi Radar Sulbar sebagai Lembaga Media Cetak di Era Digital – Hariani (2024)	Sama-sama membahas tantangan media cetak akibat perkembangan teknologi digital.	Hariani meneliti tantangan dan strategi lembaga media cetak, sedangkan penelitian Anda meneliti perilaku migrasi dan literasi digital dosen dalam mengonsumsi berita online.
	Fenomena Migrasi Pembaca Koran Ke Media Online Di Kalangan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Elsa Nova Oktavia (2025)		

Tabel 3 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

Analisis penelitian terdahulu pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya membahas dampak perkembangan teknologi digital terhadap media cetak serta perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Penelitian oleh Saputri (2024) menyoroti bagaimana media cetak berupaya bertahan di tengah *digitalisasi* media melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pengembangan platform digital. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas pergeseran dari media cetak ke media digital, namun berbeda pada fokus kajiannya. Saputri lebih menitikberatkan pada strategi keberlanjutan perusahaan media cetak, sedangkan penelitian ini berfokus pada perilaku migrasi pembaca koran ke media *online* di kalangan dosen. Selanjutnya, penelitian Arif (2023) membahas pemanfaatan Instagram sebagai media informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital mampu menjadi sarana penyebaran informasi yang efektif melalui berbagai fitur *interaktif*. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan media digital sebagai sumber informasi. Namun, penelitian Arif lebih meneliti media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi mahasiswa, sedangkan penelitian ini meneliti media online sebagai sumber

konsumsi berita akademik bagi dosen. Penelitian Nisa (2020) mengenai pencarian informasi Generasi Z dalam proses pengambilan keputusan belanja online juga memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian tersebut menemukan bahwa generasi muda sangat bergantung pada media digital untuk memperoleh informasi secara cepat dan praktis. Kesamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas perilaku pencarian informasi di media digital. Akan tetapi, penelitian Nisa lebih fokus pada keputusan belanja online, sementara penelitian ini membahas migrasi konsumsi berita dari koran ke media online di lingkungan akademisi. Selain itu, penelitian Nainggolan (2023) tentang manajemen Surat Kabar Harian Medan Pos di tengah perkembangan *new media* menunjukkan bahwa media cetak melakukan berbagai strategi konvergensi untuk bertahan menghadapi media *online*. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengangkat fenomena pergeseran media akibat perkembangan teknologi *digital*. Perbedaannya, penelitian Nainggolan lebih menitikberatkan pada strategi perusahaan media cetak, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada perilaku pembaca, khususnya dosen, dalam mengonsumsi berita digital. Kemudian, penelitian Hariani (2024) membahas tantangan dan strategi Radar Sulbar sebagai media cetak di era digital. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan media *online* menjadi tantangan utama bagi keberlangsungan media cetak. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas dampak perkembangan teknologi digital terhadap media cetak. Namun, penelitian Hariani berfokus pada strategi lembaga media dalam bertahan, sedangkan penelitian ini lebih meneliti migrasi pembaca dan literasi digital dosen dalam mengakses berita online. Berdasarkan analisis penelitian terdahulu tersebut, dapat

disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki kebaruan pada objek dan fokus penelitian, yaitu fenomena migrasi pembaca koran ke media online di kalangan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Penelitian ini tidak hanya melihat perubahan media yang digunakan, tetapi juga menganalisis bagaimana dosen mengadopsi berita online serta dampaknya terhadap perilaku konsumsi informasi dan literasi digital di lingkungan akademik.

2.11 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan alur logika dari masalah yang diteliti, teori-teori yang digunakan, hingga arah yang akan dicapai melalui penelitian. Fenomena yang menjadi titik awal penelitian adalah perubahan perilaku konsumsi media dari koran cetak ke media online yang terjadi di masyarakat, termasuk di kalangan akademisi seperti dosen. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong masyarakat beralih ke media digital yang menawarkan akses cepat, fleksibilitas waktu, biaya rendah, dan jangkauan informasi luas.

Namun, peralihan ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis (cara mengakses berita), tetapi juga pada aspek budaya literasi dan perilaku akademik. Dosen tidak hanya berperan sebagai pembaca pasif, tetapi juga sebagai pengolah informasi yang memanfaatkan berita online sebagai sumber pembelajaran, referensi penelitian, dan diskusi kelas. Kerangka berpikir ini menghubungkan fenomena tersebut dengan Teori Konvergensi Media (Henry Jenkins), yang menjelaskan bahwa media lama dan media baru dapat saling terintegrasi, memengaruhi perilaku audiens, dan mengubah

pola distribusi informasi. Dalam konteks ini, media cetak (koran) dan media online berada pada fase di mana pembaca melakukan migrasi karena faktor efisiensi, kemudahan, dan relevansi.

Alur pemikiran penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fenomena Awal

- Terjadi migrasi dari media cetak ke media online secara global, termasuk di Indonesia.
- Data survei menunjukkan penurunan pengguna media cetak dan peningkatan penggunaan media online.

2. Faktor Pendorong Migrasi

- Kecepatan akses dan pembaruan informasi.
- Kemudahan penggunaan perangkat digital.
- Efisiensi waktu dan biaya.
- Fleksibilitas pemilihan topik berita.

3. Tantangan dalam Migrasi

- Banyaknya berita tidak terverifikasi (hoaks).
- Clickbait dan berita sensasional.
- Risiko *information overload*.

4. Peran Dosen dalam Konteks Akademik

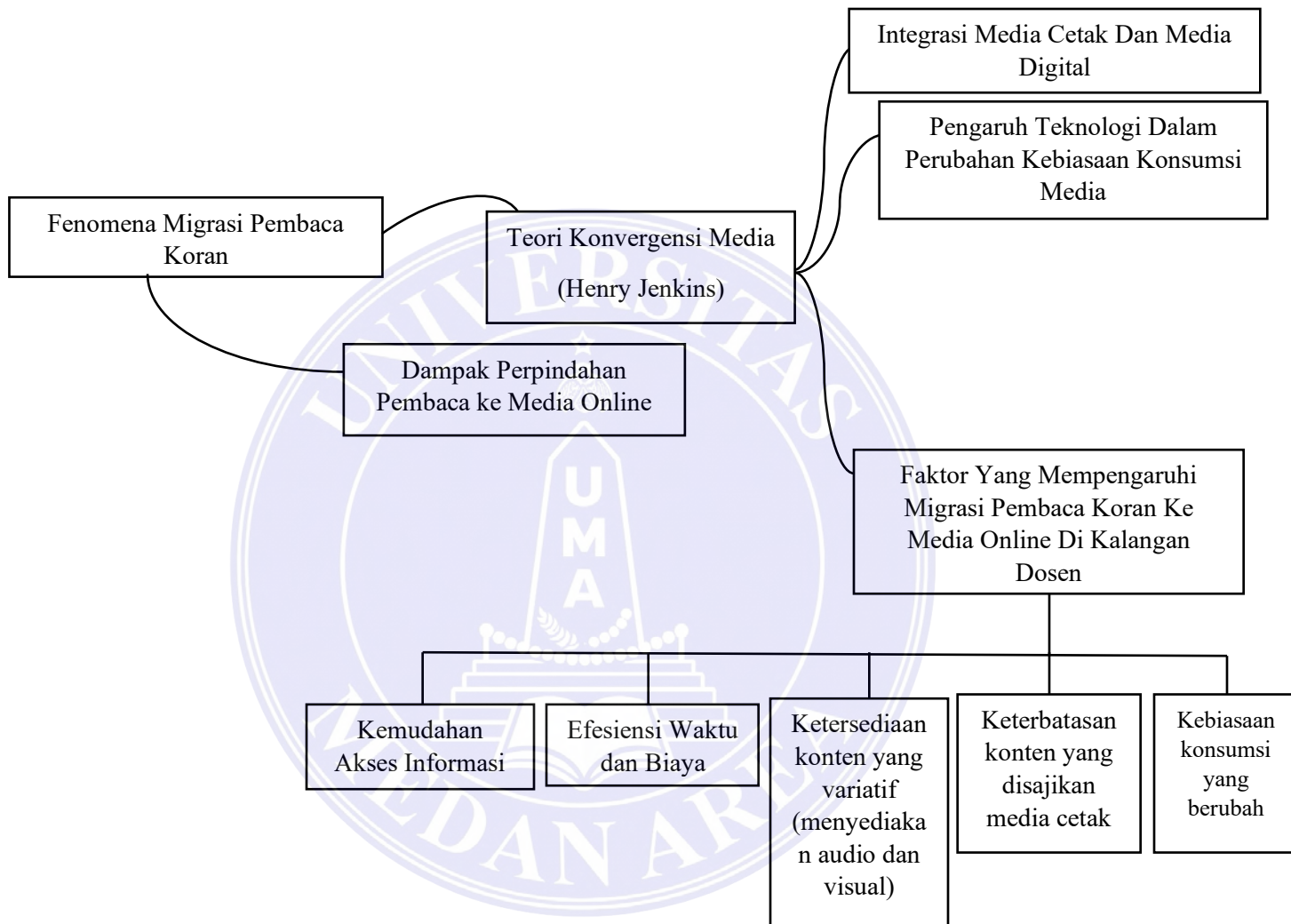
- Memanfaatkan berita online sebagai referensi dan bahan ajar.
- Melakukan verifikasi sumber berita.
- Mengajarkan literasi digital kepada mahasiswa.

5. Keterkaitan dengan Teori Konvergensi Media

- Media lama dan media baru saling berintegrasi.
- Perubahan perilaku konsumsi media sebagai bagian dari budaya konvergensi.

6. Hasil yang Diharapkan

- Memahami pola migrasi pembaca koran ke media online di kalangan dosen.
- Mendeskripsikan cara dosen mengadopsi berita digital dalam konteks akademik.
- Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi digital di lingkungan pendidikan tinggi



Gambar 2 Kerangka Berpikir

Sumber: Peneliti, 2025

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam perubahan perilaku konsumsi informasi berita di kalangan mahasiswa. Penelitian ini juga dapat melibatkan survei atau wawancara mendalam untuk memperoleh perspektif yang lebih komprehensif (Creswell, 2013).

Menurut Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara menyeluruh. Penelitian ini dilakukan dengan cara deskriptif menggunakan kata-kata dan bahasa dalam konteks yang spesifik dan alami, serta memanfaatkan berbagai metode yang relevan (Lexy J. Moelong, 2007).

3.2 Lokasi dan Waktu

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kampus I Universitas Medan Area, Jl. H. Agus Salim Siregar, Kenangan Baru, Kec. Medan Tembung, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20223. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya di jurusan Ilmu Komunikasi.

3.2.2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Agst-Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar-Apr 2025	Jul-Jun 2025	Agst 2025	Sept-Des 2025-2026	Jan 2026
1	Penyusunan Proposal								
2	Seminar Proposal								
3	Perbaikan Proposal								
4	Penelitian								
5	Penyusunan Skripsi								
6	Seminar Hasil								
7	Perbaikan Skripsi								
8	Sidang Meja Hijau								

Tabel 4 Waktu Penelitian

3.3 Sumber data

Sumber data dalam sebuah penelitian mencakup semua informasi, baik yang bersifat nyata maupun *abstrak*, termasuk peristiwa. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data:

1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara semi-terstruktur dengan mahasiswa untuk mendapatkan pandangan dan pengalaman langsung mereka terkait peralihan media. Melalui wawancara ini, peneliti dapat menggali motivasi, *preferensi*, dan perilaku Dosen dalam mengakses berita. Selain itu, observasi juga dilakukan untuk mengamati

perilaku mahasiswa saat mereka mengakses berita, baik secara langsung di kampus maupun melalui *platform online*, yang membantu peneliti memahami konteks penggunaan media dan interaksi mahasiswa dengan informasi yang mereka konsumsi (John, 2013).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang berasal dari informasi yang sudah ada dan diperoleh secara tidak langsung dari lokasi penelitian. Data sekunder ini mencakup hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan isu yang diteliti. Beberapa contoh data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi artikel-artikel ilmiah, buku-buku minor yang tidak secara langsung berkaitan dengan judul, artikel *reportase non-ilmiah*, dan sumber-sumber dari internet lainnya.

Berikut daftar informan kunci, utama, dan tambahan yang akan menjadi sumber data utama:

No	Informan	Biografi	Informan
1	Dedi Saputra, S.Sos., MA.	➤ Dosen Program Studi Bidang Jurnalistik ➤ Wartawan Aktif yang Tergabung Dalam PWI Sumatera Utara	Informan Utama
2	Irsan Mulyadi.	➤ Wartawan Aktif (tergabung dalam PWI Sumatera Utara)	Informan Kunci

		➤ Dosen Aktif Program Studi Ilmu Komunikasi	
3	Usrizal Pulungan	➤ PLT Kepala Biro Metro TV Sumut ➤ Dosen Mata Kuliah Cinematography	Informan Tambahan

Tabel 5 Informan Penelitian

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, dokumentasi dan observasi.

1. Wawancara

Wawancara semi-terstruktur merupakan metode pengumpulan data yang sangat relevan untuk penelitian mengenai perubahan konsumsi informasi pemberitaan dari media cetak ke media *online* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 21 Universitas Medan Area. Dalam pendekatan ini, peneliti menggunakan panduan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, tetapi tetap memberikan fleksibilitas untuk mengeksplorasi jawaban responden secara lebih mendalam (Sugiyono, 2018). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali pandangan mahasiswa tentang preferensi media, pengalaman mereka dalam mengakses berita, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam beralih dari media cetak ke media online. Dengan dialog yang interaktif dan penggunaan teknik probing, peneliti dapat memperoleh informasi yang kaya dan kontekstual, yang sangat berguna untuk

memahami dinamika konsumsi informasi di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, wawancara semi-terstruktur menjadi alat yang efektif untuk mendalami isu-isu terkait perubahan perilaku konsumsi informasi, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

2. Observasi

Dalam konteks penelitian ini, observasi dapat digunakan untuk mengamati bagaimana mahasiswa menggunakan perangkat digital untuk mengakses berita, jenis platform yang mereka pilih, serta interaksi mereka dengan konten berita yang ada. Dengan mengamati perilaku mahasiswa dalam situasi alami, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola tertentu yang mungkin tidak terungkap dalam wawancara atau kuesioner. Melalui observasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih *komprehensif* mengenai perubahan perilaku konsumsi informasi di kalangan mahasiswa, serta faktor-faktor yang memengaruhi peralihan dari media cetak ke media online.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, menurut Sugiyono adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar, termasuk laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang kemudian akan ditelaah (Sugiyono, 2023).

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian mengenai perubahan konsumsi informasi pemberitaan dari media cetak ke media *online* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 21 Universitas Medan Area, teknik analisis data yang diusulkan oleh *Miles dan Huberman* dapat diterapkan melalui beberapa langkah kunci yang saling terkait (Huberman, 1992):

1. Pengumpulan Data

Langkah pertama adalah mengumpulkan data melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Semua data yang diperoleh dari berbagai sumber ini akan menjadi bahan baku untuk analisis.

2. Reduksi Data

Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah mereduksi data, yaitu menyederhanakan, mengelompokkan, dan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Peneliti perlu mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan, seperti motivasi mahasiswa dalam mengakses berita online, perubahan preferensi media, dan faktor-faktor yang mempengaruhi peralihan tersebut.

3. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti tabel, grafik, atau narasi deskriptif. Dalam konteks penelitian ini, penyajian data bisa meliputi ringkasan hasil wawancara, statistik penggunaan media dari kuesioner, dan catatan observasi mengenai perilaku mahasiswa saat mengakses berita. Penyajian ini membantu

peneliti untuk melihat pola dan hubungan antara variabel-variabel yang ada.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang telah dianalisis dan menyusun temuan-temuan utama. Peneliti juga harus melakukan verifikasi terhadap kesimpulan ini untuk memastikan akurasi dan relevansi. Ini bisa dilakukan dengan cara triangulasi data, yaitu membandingkan hasil dari berbagai sumber data (wawancara dan observasi) untuk memastikan konsistensi temuan.

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data menurut Miles dan Huberman sangat penting untuk memastikan validitas dan keandalan hasil penelitian. Dalam konteks penelitian mengenai perubahan konsumsi informasi pemberitaan dari media cetak ke media online di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 21 Universitas Medan Area, salah satu teknik yang dapat diterapkan adalah triangulasi. Menurut Miles dan Huberman, triangulasi melibatkan penggunaan berbagai sumber data, seperti wawancara, kuesioner, dan observasi, untuk memverifikasi konsistensi temuan (Huberman, 1992). Dengan membandingkan hasil dari berbagai metode tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa informasi yang diperoleh adalah valid dan dapat dipercaya. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keabsahan data, tetapi juga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumsi informasi mahasiswa dalam transisi dari media cetak ke media online.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci dan utama, serta hasil analisis tematik terhadap data, maka dapat disimpulkan

1. fenomena migrasi pembaca koran ke media online di kalangan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi media. Menjawab rumusan masalah pertama, peralihan dari koran fisik ke media online dipengaruhi oleh faktor kecepatan akses informasi, kemudahan penggunaan perangkat digital, efisiensi waktu, biaya yang lebih ekonomis, serta fleksibilitas dalam memilih topik berita. Migrasi ini membuat media online menjadi pilihan utama karena mampu menyediakan informasi secara real-time dibandingkan dengan koran yang terbatas pada jadwal terbit.
2. Menjawab rumusan masalah kedua, cara dosen dalam mengadopsi berita di media online menunjukkan sikap kritis dan selektif. Para dosen tidak hanya menjadi pembaca pasif, tetapi juga melakukan verifikasi silang dengan membandingkan beberapa sumber sebelum mempercayai suatu informasi. Selain itu, mereka turut mengedukasi mahasiswa mengenai pentingnya literasi digital, terutama dalam membiasakan diri untuk memeriksa keaslian

sumber dan tidak mudah terjebak pada informasi yang belum terverifikasi. Jika dikaitkan dengan Teori Konvergensi Media dari Henry Jenkins, migrasi ini bukan sekadar peralihan teknis dari media cetak ke digital, melainkan bagian dari budaya konvergensi yang menyatukan media lama dan media baru. Koran cetak kini semakin ditinggalkan, sementara media online menjadi dominan karena menawarkan interaktivitas, ketersediaan informasi tanpa batas ruang dan waktu, serta distribusi berita yang lebih cepat. Namun, fenomena ini juga menghadirkan tantangan berupa maraknya berita sensasional, informasi tidak terverifikasi, serta risiko menurunnya kualitas jurnalisme akibat tuntutan kecepatan.

Dengan demikian, fenomena migrasi media di kalangan dosen Ilmu Komunikasi tidak hanya memengaruhi cara mereka mengonsumsi berita, tetapi juga berdampak pada pola pikir akademik dan praktik pengajaran. Dosen berperan sebagai agen literasi digital yang mengintegrasikan berita online dalam kegiatan akademis, sekaligus menanamkan sikap kritis kepada mahasiswa dalam menghadapi deras arus informasi di era konvergensi media.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Dosen Ilmu Komunikasi UMA disarankan untuk terus mengembangkan metode pembelajaran berbasis media digital secara terstruktur dan sistematis. Mengintegrasikan literasi media dalam semua mata kuliah komunikasi akan

membantu membentuk mahasiswa yang kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan.

2. Mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya literasi digital dan tidak hanya menjadi konsumen informasi pasif. Kemampuan mengevaluasi berita, membandingkan sumber, serta mengenali bias media harus menjadi kompetensi dasar di era komunikasi digital.
3. Bagi Universitas Medan Area sebaiknya menyediakan pelatihan atau workshop rutin mengenai literasi media digital, verifikasi informasi, dan etika jurnalisme online bagi dosen dan mahasiswa lintas prodi, agar tercipta komunitas akademik yang adaptif, kritis, dan berdaya saing di era informasi.
4. Selanjutnya, diharapkan media online lebih mengedepankan kualitas dan integritas berita, bukan hanya mengejar klik atau trafik. Kerja jurnalistik yang akurat, berimbang, dan mendalam tetap menjadi kebutuhan utama publik akademik dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023). Meski Trennya Turun, Media Online Tetap Jadi Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/22dd8cfc6a8f5e3/meski-trennya-turun-media-online-tetap-jadi-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>
- Arif, R., Yusnaini, & Khalidah, N. (2023). Akun Instagram @Ilmu_Komunikasi_Unh Sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(2), 10. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.2.2023.10-19>
- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*.
- Budiman, K. (2005). Dasar-dasar Jurnalistik. *Pelatihan Jurnalistik-Info Jawa 12-15 Desember 2005*. *Www.Infojawa.Org*.
- Bungin, & Burhan. (2009). Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. *Kencana Prenada Media Group*. <https://doi.org/10.1186/1758-5996-1-20>
- Chrismardani, Y. (2014). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU : IMPLEMENTASI UNTUK UMKM. *Neo-Bis*, 8(2). <https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472>
- Creswell, J. W. (2013). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Muxed. *RESEARCH DESIGN PENDEKATAN KUALITATIF, KUANTITATIF, DAN MIXED*.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia. In *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Dwi, A. (2023). *Daftar Perusahaan Media Cetak di Indonesia yang Berhenti Terbit*. Tempo.Co.
- Effendy, O. U. (2009). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>

- Hafied Cangara. (2015). Pengantar ilmu komunikasi. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 4(2015).
- Hariani, R. W., & FFathiyah. (2024). Tantangan dan Strategi Radar Sulbar sebagai Lembaga Media Cetak di Era Digital. *PUBLISTIK: Riset Jurnalistik Dan Komunikasi Media*, 1(1), 19–27.
- Huberman, B. M. M. dan M. (1992). Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. In *Cendika Muda Islam Jurnal Ilmiah* (Vol. 2, Issue 2).
- John, W. C. (2013). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Kemdikbud. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia,” in Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Lexy J. Moelong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Lubis, M. S. I. (2018). Media Online Eksistensi dari Media Cetak di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 1(1), 26.
- Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media Konvensional Dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *Jurnal An-Nida*, 15(2).
- Maret, N. (2023). *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*. 2(3), 843–850.
- McQuail, D. (2020). McQuail’s Media and Mass Communication Theory. *Nucl. Phys.*, 13(1).
- McQuail, D., & Izzati, P. I. (2011). Teori komunikasi massa McQuail edisi 6 buku 1. *Northern Lights*, 12(1).
- Nainggolan, A. J. G. (2023). *Manajemen Surat Kabar Harian Medan POS di Tengah Perkembangan New Media*. Universitas Medan Area.
- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>
- Nugu, M. W., Manafe, Y. D., & Swan, M. V. D. P. (2020). Media Baru dalam

- Konstruksi Jurnalis Media Cetak. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://doi.org/10.35508/jikom.v9i2.2765>
- Pryor, J. B., & Day, J. D. (1988). Interpretations of sexual harassment: An attributional analysis. *Sex Roles*, 18(7–8). <https://doi.org/10.1007/BF00288392>
- Quadratullah. (2018). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Tabligh*, 12(2), 41–46. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/6024>
- Rachmaria, L., & Dewi, Y. R. (2018). Strategi dan Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harsya Sebagai Upaya Survival Radio Delta FM di Tengah PERSaingan Industri Penyiaran. *JIKE*, 1(2), 233–247.
- Romli, A. S. M. (2014). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. In *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*.
- Saputri, A. A. D. (2024). Media Cetak dan Pergulatan Menghadapi Digitalisasi Media (Studi Kasus Jawa Pos Radar Jember) [Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. In *Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* (Vol. 15, Issue 1). http://digilib.uinkhas.ac.id/33636/1/ADE_ARYANIS_DINI_SAPUTRI_D20171070.pdf
- Silalahi, R. Y., & Susanto, E. H. (2020). Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola Media Online. *Koneksi*, 4(2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. CV. Alfabeta.
- Syafrina, A. E. (2022). Komunikasi Massa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. CV. Mega Press Nusantara.
- Yudhapramesti, P. (2015). JURNALIS DAN JURNALISME DALAM FENOMENA KONTEMPORER. *Jurnal Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss1.art9>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Observasi

Penelitian: Fenomena Migrasi Pembaca Koran ke Media Online di Kalangan Dosen

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA

Peneliti: Elsa Nova Oktavia

Lokasi: Universitas Medan Area FISIP Program Studi Ilmu Komunikasi

A. Tujuan Observasi

Mengamati perilaku dosen dalam mengakses berita melalui media online, jenis platform yang digunakan, dan interaksi mereka terhadap konten berita digital.

B. Aspek yang Diamati

No	Aspek Observasi	Indikator Pengamatan	Hasil Pengamatan	Keterangan
1	Perangkat yang digunakan	Smartphone,	Mayoritas dosen menggunakan smartphone untuk membaca berita; beberapa menggunakan laptop saat di ruang kerja	Smartphone dinilai lebih praktis karena bisa digunakan di mana saja
2	Platform berita	Portal berita (Kompas.com, Detik.com, dsb), media sosial, aplikasi agregator	Paling sering: Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co; media sosial seperti Facebook/Instagram hanya untuk berita ringan	Portal berita dianggap lebih kredibel dibanding berita dari media sosial
3	Frekuensi akses berita	Sering (>5 kali sehari), sedang (2–5 kali), jarang (<2 kali)	Sebagian besar sering (>5 kali sehari) mengecek berita, terutama pagi dan menjelang mengajar	Akses berita dilakukan sambil multitasking, misalnya sambil menunggu rapat
4	Waktu mengakses berita	Pagi, siang, sore, malam	Paling banyak pagi sebelum mengajar dan siang saat istirahat	Waktu dipilih untuk update isu terkini

				sebelum memberi materi kuliah
5	Jenis berita yang diakses	Politik, pendidikan, ekonomi, hiburan, teknologi, lainnya	Politik, pendidikan, dan isu sosial menjadi prioritas; hiburan hanya sesekali	Berita politik dan pendidikan digunakan untuk bahan diskusi di kelas
6	Cara interaksi	Membaca saja, membagikan berita, memberikan komentar, menyimpan berita	Umumnya hanya membaca; sesekali membagikan berita ke grup WhatsApp dosen	Berita yang dibagikan biasanya yang relevan dengan materi kuliah
7	Verifikasi informasi	Mengecek ke sumber lain, membaca hanya dari satu sumber	Sebagian besar melakukan cross-check ke 2–3 sumber berbeda	Kesadaran literasi digital cukup baik di kalangan dosen
8	Sikap terhadap media cetak	Masih membaca koran cetak / sudah tidak	Hampir semua sudah tidak membaca koran cetak	Alasan: berita di media cetak dianggap terlambat & tidak praktis

Lampiran 2: Pedoman Wawancara

1. Apakah Bapak masih membaca koran dalam bentuk fisik, atau sudah beralih sepenuhnya ke media *online*? Mengapa demikian?
2. Sejak kapan Bapak mulai mengalihkan perhatian dari membaca koran fisik ke media *online*?
3. Menurut Bapak, apa saja keuntungan yang Bapak dapatkan dengan beralih ke media *online* dibandingkan membaca koran fisik?
4. Apakah perubahan dalam pola konsumsi media ini berpengaruh pada cara Bapak mendapatkan informasi atau memperbarui pengetahuan tentang isu-isu terkini?
5. Apa perbedaan yang Bapak rasakan antara mendapatkan informasi dari koran fisik dan media *online*?
6. Apakah Bapak merasa bahwa media *online* lebih cepat dalam menyajikan berita dibandingkan dengan koran fisik? Mengapa?

7. Bagaimana menurut Bapak keberadaan media *online* memengaruhi pola pikir dan cara pandang akademik di kalangan Dosen? Apakah media *online* turut memperkaya pemahaman atau justru memperburuk kualitas pemikiran kritis?
8. Bagaimana Bapak menilai kualitas pemberitaan yang disajikan di media *online* dibandingkan dengan media tradisional seperti koran atau televisi?
9. Apa pendekatan yang Bapak gunakan untuk memverifikasi kebenaran informasi yang Bapak terima dari media *online*?
10. Seberapa penting peran media sosial dalam mempengaruhi cara Bapak mengakses dan memahami berita?
11. Dalam menghadapi informasi yang banyak beredar di media *online*, bagaimana cara Bapak menghindari hoaks atau informasi yang tidak terverifikasi?
12. Sejauh mana Bapak merasa perlu mengedukasi diri sendiri atau mahasiswa mengenai cara mengakses informasi yang sah di media *online*?
13. Sebagai Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, bagaimana Bapak melihat fenomena pemberitaan yang cenderung sensasional dan seringkali tidak seimbang di media *online*? Bagaimana Bapak menanggapi hal tersebut dalam konteks akademik dan pendidikan?
14. Bagaimana Bapak menilai perkembangan jurnalisme di media *online* yang banyak dipengaruhi oleh algoritma dan tren pencarian? Apakah hal ini mengurangi kualitas pemberitaan atau justru mempermudah distribusi informasi yang lebih beragam.

Lampiran 3: Transkrip Wawancara

A. Biodata Informan 1

Nama : Dr. Dedi Sahputa, S.Sos. MA

Jenis Kelamin : Laki Laki

Status : Berkeluarga

B. Pertanyaan Umum

1. Peneliti: Apakah Bapak masih membaca koran dalam bentuk fisik, atau sudah beralih sepenuhnya ke media *online*? Mengapa demikian?

Narasumber: kalau bentuk cetak fisik sekarang saya masih baca walaupun jarang tapi cetak dalam bentuk pdf itu masih sering saya baca, kemudian kalau online tentu juga sering membacanya kenapa. Demikian jawabannya karena efektifitas karena kalau kita koran cetak tentu kita harus cari barangnya dulu untuk dibeli atau dicari dimana baru bisa kita baca. Tapi kalau pdf sama seperti berita online kita bisa langsung buka handphone bisa langsung membaca. Jadi kenapa beralih jawabannya karena persoalan efektifitas.

2. Peneliti: Sejak kapan Bapak mulai mengalihkan perhatian dari membaca koran fisik ke media *online*?

Narasumber: mulai mengalihkan perhatian sudah lama mungkin sudah sekitar 10 tahun yang lalu sudah mulai bahkan mungkin lebih karena kita sudah mulai melihat bagaimana efektifitas pemberitaan pada saat itu.

3. Peneliti: Menurut Bapak, apa saja keuntungan yang Bapak dapatkan dengan beralih ke media *online* dibandingkan membaca koran fisik?

Narasumber: media online itu salah satu kelebihanannya di banding koran fisik itu kecepatan dari segi kecepatan media online itu unggul. Tapi media cetak punya keunggulan lain yaitu kedalaman. Jadi online keunggulan kecepatan ini kan kebutuhan manusia, lebih banyak orang membaca media online daripada media cetak.

4. Peneliti: Apakah perubahan dalam pola konsumsi media ini berpengaruh pada cara Bapak mendapatkan informasi atau memperbarui pengetahuan tentang isu-isu terkini?

Narasumber: tentu cara mendapatkan informasi kan berbeda, dari yang cetak ke online kalau dari sumber sumber informasi karna sifatnya cepat dan praktis tentu dia bisa lebih luas hanya saja tentu ada kelemahannya. Berita berita itu sering menyampaikan bersifat kulitnya saja luar luar nya saja tanpa jauh kedalam. Hingga dalam memahami informasi di media online sering informasi yang bersifat luarannya saja gak masuk kedalam isinya

5. Peneliti: Apa perbedaan yang Bapak rasakan antara mendapatkan informasi dari koran fisik dan media *online*?

Narasumber: ya tadi kecepatan, media online itu ebih cepat, fisik itu dia lambat. Hanya saja keunggulan yang dimiliki media cetak tentu jarang sekali di manfaatkan media cetak untuk mengisi keunggulan tersebut atau maksimalkan keunggulan tersebut.

6. Peneliti: Apakah Bapak merasa bahwa media *online* lebih cepat dalam menyajikan berita dibandingkan dengan koran fisik? Mengapa?

Narasumber: kalau media online itu realtime, tapi kalau media koran itukan tidak realtime. Berita hari ini dibaca besok nah harus di cetak dulu dan sebagainya. Jadi dia menunggu ada masa waktu menunggu.

7. Peneliti: Bagaimana menurut Bapak keberadaan media *online* memengaruhi pola pikir dan cara pandang akademik di kalangan Dosen? Apakah media *online* turut memperkaya pemahaman atau justru memperburuk kualitas pemikiran kritis?

Narasumber: media online itu memberikan asupan informasi Sebagai dasar bagi para dosen untuk mengelaborasi pengetahuan dan pengalamannya tentang topik topik tertentu, termasuk memperbarui tentang informasi tertentu jadi media online itu memberikan dukungan dalam arti sesuatu yang bersifat kontra produktif.

8. Peneliti: Bagaimana Bapak menilai kualitas pemberitaan yang disajikan di media *online* dibandingkan dengan media tradisional seperti koran atau televisi?

Narasumber: Kualitas nya itu sangat berbeda dengan informasi media, ada media online yang bagus tapi media cetak juga ada yang bagus, ada media cetak yang tidak bagus dan ada juga media online yang tidak bagus tergantung pada itentitasnya tidak bisa disama ratakan secara keseluruhan.

9. Peneliti: Apa pendekatan yang Bapak gunakan untuk memverifikasi kebenaran informasi yang Bapak terima dari media *online*?

Narasumber: biasa nya itu melihat pada media mainstream. Media itu mempunyai follow copy yang memuat jaminan kebenaran media itu dibandingkan media sosial. Nah kalau di media sosial mereka tidak mempunyai follow copy sehingga kebenarannya sangat kecil. Tapi dengan adanya sistem follow copy di media massa itu maka lebih menjamin kebenaran dari berita yang mereka sajikan.

10. Peneliti: Seberapa penting peran media sosial dalam mempengaruhi cara Bapak mengakses dan memahami berita?

Narasumber: media sosial itu sesuatu yang sangat populer banyak di minati orang tapi harus tetap di konfirmasi salah satu nya melalui media massa. Karena

seperti yang saya bilang tadi mereka ada follow copy di media online sehingga berita nya lebih akurat di banding media sosial.

11. Peneliti: Dalam menghadapi informasi yang banyak beredar di media *online*, bagaimana cara Bapak menghindari hoaks atau informasi yang tidak terverifikasi?

Narasumber: ya sama karena ada nya follow copy ada etika maka berita media massa dan media online itu bersifat cover both side artinya dia terverifikasi terkonfirmasi beritanya.

12. Peneliti: Sejauh mana Bapak merasa perlu mengedukasi diri sendiri atau mahasiswa mengenai cara mengakses informasi yang sah di media *online*?

Narasumber: media online tentu dia harus di konfirmasi ke media massa apabila memberitakannya.

13. Peneliti: Sebagai Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, bagaimana Bapak melihat fenomena pemberitaan yang cenderung sensasional dan seringkali tidak seimbang di media *online*? Bagaimana Bapak menanggapi hal tersebut dalam konteks akademik dan pendidikan?

Narasumber: ya itu tadi secara praktis gunakan media online, mainstream yang utama untuk mengkonfirmasi kebenaran itu tadi di media online atau media

media sosial. Kemudian media sosial itu digunakan untuk mengembangkan dan memperluas informasi tapi tidak berhenti sampai disitu.

14. Peneliti: Bagaimana Bapak menilai perkembangan jurnalisme di media *online* yang banyak dipengaruhi oleh algoritma dan tren pencarian? Apakah hal ini mengurangi kualitas pemberitaan atau justru mempermudah distribusi informasi yang lebih beragam?

Narasumber: sebenarnya sama saja didulu tidak ada tren pencarian tidak ada juga yang viral viral itu ya tapi mereka juga tergantung pada tiras kalau TV itu rating kalau media cetak itu tiras tetap saja tantangannya sebetulnya sama hanya saja polanya yang mungkin berbeda. Jadi apakah itu mempengaruhi saya kira bagaimana cara menyikapinya saja apakah pers atau media sosial itu, pers sangat bijaksana dalam menyikapinya sesuai dengan koridor yang mereka punya seperti UU Pers dan Etika.

A. Biodata Informan 2

Nama : Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I.Kom.

Jenis Kelamin : Laki Laki

Status : Berkeluarga

B. Pertanyaan Umum

1. Peneliti: Apakah bapak masih membaca koran dalam bentuk fisik atau sudah beralih sepenuhnya ke media online?

Narasumber: tidak sepenuhnya kalau presentasi itu kita 95% ketika saya sedang nongkrong ada koran saya tetap membaca tetapi setiap hari saya membaca berita dalam bentuk web di gawai ataupun di laptop

2. Peneliti: sejak kapan bapak mulai beralih membaca koran ke media online?

Narasumber: Sejak 7 sampai 10 tahun terakhir karena menurut saya web itu sifatnya update sementara di koran peristiwa hari ini baru besok di baca namun kalau dia sifatnya pendalaman saya membaca koran.

3. Peneliti: menurut bapak apa saja keuntungan yang bapak dapatkan dengan beralih ke media online dibandingkan membaca koran fisik?

Narasumber: keuntungannya ya berita itu update cepat kita dapatkan informasi jadi peristiwa 30 menit yang lalu itu sudah kita baca.

4. Peneliti: apakah perubahan dalam pola konsumsi media ini pengaruh pada cara bapak mendapatkan informasi atau memperbarui pengetahuan tentang isu isu terkini?

Narasumber: ya kalau apakah mempengaruhi ya mempengaruhi namun dalam sifatnya mempengaruhi ingin tau namun saya tidak terlalu “ dalam hal mendalam “ saya paling baca media media lain valid atau tidak 2 sampe 3x saya baca untuk membandingkan beritanya.

5. Peneliti: apa perbedaan yang bapak rasakan antara mendapatkan informasi dari koran fisik dengan media online?

Narasumber: yang saya rasakan yang pertama sekarang kita sudah susah mendapatkan koran dalam bentuk fisik ditempat tempat tertentu atau dipingir jalan orang menjualnya. Nah tapi kalau kendala dari media daring ya itu akan pengaruh kecanduan gadget lalu kesehatan mata. Nah yang terakhir dia pengaruhnya adalah bagi saya hampir tidak ada tapi kalau orang lain kecenderungannya itu ketika berita bohong itu mereka langsung telan dulu beritanya karena mereka tidak tau web berita atau blog segala macam. Jdi pengaruhnya susah dicari namun beritanya itu lebih mendalam tapi kalau seandainya web atau daring lebih kesehatan mata.

6. Peneliti: apakah bapak merasa media online lebih cepat menyaring berita dibandingkan koran fisik?

Narasumber: pasti karena mereka itukan media online salah kekuatan memang mereka kecepatan. Contoh tentang isu reasufele 5 orang menteri nah mereka langsung memberitakan itu terus kita sudah tau nama nama di resufele terus setengah jam kemudian sudah tau siapa nama nama yang bakal menggantikan menteri keuangan, menteri koperasi, nah kalau koran nunggu besok kira kira gitu.

7. Peneliti: bagaimana menurut bapak keberadaan media online mempengaruhi pola pikir dan cara pandang akademik di kalangan dosen dan apakah media online turut memperkaya perdalaman atau justru memperburuk kualitas pemikiran kritis?

Narasumber: kalau menurut saya adalah media online itu cenderung memberikan manfaat dan menaikkan nilai nilai kritis karena kita itu bisa memilih dan mencari sumber sumber yang lain jadi kita bandingkan sehingga kalau menurut kita oh ini tidak tepat maka ada perbandingan yang lain dan membuat nilai nilai kritis itu juga muncul.

8. Peneliti: bagaimana bapak menilai kualitas pemberitaan yang di sajikan media online dibandingkan dengan media tradisional seperti koran atau televisi?

Narasumber: ya berita yang di sajikan di media online itu seperti yang saya katakan tadi karena kecenderungan berita mereka butuh kecepatan maka ada beberapa yang mengetahui tentang akurasi penting cepat saja. Kalau koran itu mereka memang betul betul untuk validasinya, verifikasinya butuh 2 atau 3 kali sebelum di terbitkan.

9. Peneliti: Apa pendekatan yang Bapak gunakan untuk memverifikasi kebenaran informasi yang Bapak terima dari media *online*?

Narasumber: pendekatannya adalah membandingkan media 1 dengan media yang lain ketika media 1 itu sama dengan media lain maka saya percaya dengan isi media pemberitaan itu. Jadi, pendekatannya adalah perbandingan dan mencari tau dari media media yang lain.

10. Peneliti: Seberapa penting peran media sosial dalam mempengaruhi cara Bapak mengakses dan memahami berita?

Narasumber: penting, bahkan cara berpikir saya tentang informasi terbaru dipengaruhi oleh media sosial bahkan media media berita yang sifatnya daring.

11. Peneliti: Dalam menghadapi informasi yang banyak beredar di media *online*, bagaimana cara Bapak menghindari hoaks atau informasi yang tidak terverifikasi?

Narasumber: yang pertama saya cari dulu kebenarannya ketika sumbernya gak jelas maka stop dan saya tidak akan menyebarkan namun kalau seandainya ada menyebarkan saya akan memberikan penjelasan saya akan meluruskan informasi itu salah.

12. Peneliti: Sejauh mana Bapak merasa perlu mengedukasi diri sendiri atau mahasiswa mengenai cara mengakses informasi yang sah di media *online*?

Narasumber: saya selalu memberitaukan kepada mahasiswa dan keluarga itu cek n ricek jangan langsung percaya dengan isi berita, jangan langsung percaya dengan judul jadi biasakan untuk membaca sampai habis terus membandingkan dengan berita yang lain.

13. Peneliti: Sebagai Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, bagaimana Bapak melihat fenomena pemberitaan yang cenderung sensasional dan seringkali tidak seimbang di media *online*? Bagaimana Bapak menanggapi hal tersebut dalam konteks akademik dan pendidikan?

Narasumber: secara ekonomi politik media berita itu ketika orang mengklik berita itu maka semakin banyak semakin berita itu akan mendapatkan pundi pundi di google. Jangan memberitakan jangan share berita berita yang

sesasional tapi sekali lagi adalah bicara tentang ekonomi jadi mereka semakin banyak mengklik maka nanti akan mendapatkan pundi pundi.

14. Peneliti: Bagaimana Bapak menilai perkembangan jurnalisme di media *online* yang banyak dipengaruhi oleh algoritma dan tren pencarian? Apakah hal ini mengurangi kualitas pemberitaan atau justru mempermudah distribusi informasi yang lebih beragam.

Narasumber: distribusi itu beragam tetapi sekali lagi lebih kecenderungannya menurunkan kualitas jurnalisme sendiri jadi tidak ada berita berita yang sifatnya tajam dan segala macam tapi hampir sebagian tapi tetap aja ada web yang akurasi tajam segala macam secara kualitas menurun tapi secara penyebaran berita dan informasi itu lebih cepat.

A. Biodata Informan 3

Nama : **Usrizal Pulungan, S.H., M.I.Kom**

Jenis Kelamin : Laki Laki

Status : Berkeluarga

B. Pertanyaan Umum

1. Peneliti: Apakah Bapak masih membaca koran dalam bentuk fisik, atau sudah beralih sepenuhnya ke media *online*? Mengapa demikian?

Narasumber: sekarang saya sudah ke media online, karena apa? Karena media online itu kan lebih cepat infonya jadi kalau koran tunggu besok, kalau ada peristiwa nunggu besok kalau yang online kan hari ini peristiwanya bahkan hitungan menit sudah ada beritanya. Dan koran itu sudah payah dijumpai. Kalau dulu duduk di warkop ada koran sekarang susah.

2. Peneliti: Sejak kapan Bapak mulai mengalihkan perhatian dari membaca koran fisik ke media *online*?

Narasumber: sejak ada media online ini lah, sudah lebih dari 5 tahun.

3. Peneliti: Menurut Bapak, apa saja keuntungan yang Bapak dapatkan dengan beralih ke media *online* dibandingkan membaca koran fisik?

Narasumber: media online ini kan sudah ada otomatis di hp kita kalau media fisik kan kita harus cari lagi harus beli. Kadang carik nya susah terus koran yang kita mau kadang kadang tidak ada.

4. Peneliti: Apakah perubahan dalam pola konsumsi media ini berpengaruh pada cara Bapak mendapatkan informasi atau memperbarui pengetahuan tentang isu-isu terkini?

Narasumber: kalau mendapatkan informasinya memang masih berbeda dan berubah dari media online ke media koran fisiknya karena kita tidak perlu beli lagi, informasi juga lebih banyak kita dapati di media online. Kalau di koran kan media yang kita peroleh bisa jadi tidak ada. Kalau di media online apa aja ada kita cari, mau film atau semacam apapun itu.

5. Peneliti: Apa perbedaan yang Bapak rasakan antara mendapatkan informasi dari koran fisik dan media *online*?

Narasumber: lebih kepada kecepatannya sama update berita itu kan kita bisa hari ini dapat berita detik itu juga bisa mengetahui perkembangan dari berita tersebut.

6. Peneliti: Apakah Bapak merasa bahwa media *online* lebih cepat dalam menyajikan berita dibandingkan dengan koran fisik? Mengapa?

Narasumber: sudah lebih jelas media online lebih cepat. Kenapa, untuk menerbitkan atau menayangkan sebuah peristiwa itu media online itu tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Kalau koran kan harus menunggu besok.

7. Peneliti: Bagaimana menurut Bapak keberadaan media *online* memengaruhi pola pikir dan cara pandang akademik di kalangan Dosen? Apakah media *online* turut memperkaya pemahaman atau justru memperburuk kualitas pemikiran kritis?

Narasumber: kalau saya pikir media online yang konvensional, yang memang terverifikasi di dewan pers punya kredibilitas yang baik saya pikir tidak mempengaruhi pola pikir artinya dalam hal kutipan informasi. Ada berita-berita yang tidak bisa dipertanggungjawabkan yang mungkin infonya itu fake atau hoaks. Kalau baca berita dari berita yang konvensional pola pikirnya tetap sama dalam artian tidak mempengaruhi pola pikir berita ini diterima begitu saja atau tidak ada kajian-kajian melihat ini benar atau tidak. Artinya berita itu tidak ditampung mentah-mentah tetapi bisa ditelaah melalui web yang bisa menyaring informasi yang salah.

8. Peneliti: Bagaimana Bapak menilai kualitas pemberitaan yang disajikan di media *online* dibandingkan dengan media tradisional seperti koran atau televisi?

Narasumber: media online ini kan bisa terbit berulang kali. Kualitasnya sama tapi di pilah-pilah karena 5W + 1H bisa jadi berita yang mereka terbitkan itu

3W saja, apa siapa Dimana. Kualitas itu tergantung bagaimana kita memilih berita itu lagi.

9. Peneliti: Apa pendekatan yang Bapak gunakan untuk memverifikasi kebenaran informasi yang Bapak terima dari media *online*?

Narasumber: kalau saya mencari web terpercaya, Jadi ada itu kayak liputan 6 atau saya mencari berita itu di media konvensional yang terpercaya misalnya Kompas Yang benar benar terpercaya.

10. Peneliti: Seberapa penting peran media sosial dalam mempengaruhi cara Bapak mengakses dan memahami berita?

Narasumber: kalau saya penting. Saya kan wartawan jadi informasi itu saya harus cari untuk mengetahui apasih yang terjadi kemaren karena apa, karena bisa saja informasi informasi itu tidak didapat jadi kalau saya tidak dapat saya akses media online lain.

11. Peneliti: Dalam menghadapi informasi yang banyak beredar di media *online*, bagaimana cara Bapak menghindari hoaks atau informasi yang tidak terverifikasi?

Narasumber: sama juga seperti tadi .

12. Peneliti: Sejauh mana Bapak merasa perlu mengedukasi diri sendiri atau mahasiswa mengenai cara mengakses informasi yang sah di media *online*?

Narasumber: sama juga sudah terjawab tadi. Pokoknya mencari tau kebenarannya.

13. Peneliti: Sebagai Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, bagaimana Bapak melihat fenomena pemberitaan yang cenderung sensasional dan seringkali tidak seimbang di media *online*? Bagaimana Bapak menanggapi hal tersebut dalam konteks akademik dan pendidikan?

Narasumber: Fenomena pemberitaan yang cenderung sensasional dan tidak seimbang di media online adalah konsekuensi dari dinamika industri media saat ini, di mana kecepatan dan daya tarik berita menjadi prioritas. Sayangnya, hal ini sering mengorbankan akurasi dan kedalaman informasi. Banyak media memilih judul yang provokatif atau memotong konteks agar menarik perhatian pembaca, namun justru menimbulkan bias. Dalam konteks akademik, saya menanggapi fenomena ini dengan mengajak mahasiswa untuk selalu membaca berita dari berbagai sumber, membandingkan informasi, dan memahami konteks sebelum mengambil kesimpulan. Sebagai pendidik, saya merasa perlu membekali mahasiswa dengan kemampuan literasi media agar tidak mudah terpengaruh oleh framing berita yang bersifat tendensius dan lebih mengutamakan sensasi daripada substansi.

14. Peneliti: Bagaimana Bapak menilai perkembangan jurnalisme di media *online* yang banyak dipengaruhi oleh algoritma dan tren pencarian? Apakah hal ini

mengurangi kualitas pemberitaan atau justru mempermudah distribusi informasi yang lebih beragam?

Narasumber: Algoritma dan tren pencarian memang sangat memengaruhi pola kerja media online. Di satu sisi, ini mempermudah distribusi informasi karena berita yang relevan dapat langsung menjangkau audiens yang tepat dalam waktu cepat. Namun di sisi lain, orientasi pada algoritma sering membuat media lebih fokus pada apa yang sedang ramai atau viral, bukan pada isu yang benar-benar penting bagi publik. Akibatnya, kualitas pemberitaan bisa menurun jika redaksi tidak menjaga keseimbangan antara tuntutan pasar dan tanggung jawab jurnalistik. Dalam pandangan saya, algoritma hanyalah alat — yang menentukan kualitas tetaplah manusia di balik redaksi. Karena itu, penting bagi jurnalis untuk tetap memegang prinsip etika, akurasi, dan keberimbangan, meskipun bekerja dalam ekosistem yang sangat dipengaruhi oleh data dan tren digital

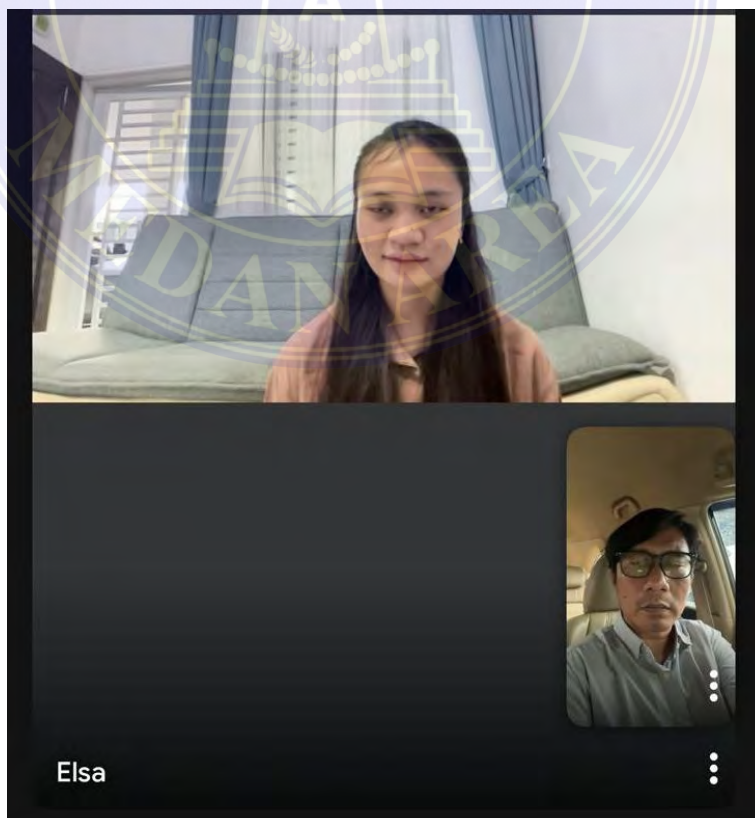
Lampiran 4: Dokumentasi



Dokumentasi 1: Wawancara dengan Bapak Dr. Dedi Sahputra, S.Sos., MA

(Narasumber Sebelah Kanan Peneliti Sebelah Kiri)

Tempat dan Tanggal Wawancara: UMA Kampus 1, 07 Juli 2025



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

Dokumentasi 2: Wawancara dengan Bapak Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I.Kom

(Narasumber dibawah dan Peneliti diatas)

Tempat dan Tanggal Wawancara: Via Google Meet, 10 September 2025



Dokumentasi 3: Wawancara dengan Bapak Usrizal Pulungan, S.Sos., M.I.Kom

(Narasumber Sebelah Kiri Peneliti Sebelah Kanan)

Tempat dan Tanggal Wawancara: Warkop Jurnalis, 05 Agustus 2025

Lampiran 5: Surat Pengantar Dan selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168 , Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Elsa Nova Oktavia
NIM : 218530010
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : MIGRASI PEMBACA KORAN KE MEDIA ONLINE DI KALANGAN
DOSEN PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari internet melalui Mainstream mulai dari tanggal 19 Mei s/d 30 Juni 2025 untuk data dalam menyusun Skripsinya.

Demikian surat pernyataan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 01 Juli 2025

Diketahui
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik

Dinyatakan oleh
Dosen Pembimbing Skripsi,

Dr. Setiawan Khadi, SE, M.I.Kom

Khairullah, S.I.Kom., M.I.Kom.

