



MEDIA MASSA ONLINE DAN KESADARAN SOSIAL PEMBACA MILENIAL

Abdul Harif Siswanto^{*1}, Nurul Haniza², Achmad Rosyad³

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

*Korespondensi : harifsiswanto@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Diterima : 27 Agustus 2023 Disetujui : 28 Agustus 2023 Dipublikasikan : 31 Agustus 2023</p> <p>Kata Kunci: Media Massa Online, Kesadaran Sosial, Generasi Milenial <i>Keyword: Online Mass Media, Social Awareness, Millennial Generation</i></p>	<p>Media massa online yang tersaji secara <i>online</i> di situs web (<i>website</i>) internet merupakan media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (<i>printed media</i>), dan media elektronik (<i>electronic media</i>). Media massa <i>Online</i> merupakan produk jurnalistik <i>online</i> (<i>cyber journalism</i>) sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Secara teknis/fisik, media massa <i>online</i> adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Kehadiran media massa online yang dibarengi dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, seperti Gadget, sebuah perangkat elektronik mobile yang dapat digunakan untuk mengakses situs jaringan internet di seluruh dunia, menjadikan penggunaannya dapat memperoleh berbagai informasi secara mudah dan cepat. Penelitian bertujuan untuk melihat korelasi media massa <i>online</i> dan kesadaran sosial generasi milenial. Metode survey eksplanatif dengan teknik <i>sampling accidental</i> ini dilakukan pada media online MiNews dengan jumlah sample 95 pembaca berumur 15 sampai dengan 35 tahun (generasi milenial). Hasil penelitian menunjukkan pemberitaan media online MiNews mendapat perhatian cukup besar dan dipersepsi positif generasi milenial. Analisis korelasi menggunakan model persamaan regresi linier menunjukkan terpaan pesan media online berpengaruh positif terhadap kesadaran social generasi milenial.</p>
<p>© 2023 Azramedia Indonesia Under the license CC BY-SA 4.0</p> 	<p>Abstract</p> <p><i>Online mass media that is presented online on the internet website is the "third generation" mass media after printed media, and electronic media. Online mass media is a product of online journalism (cyber journalism) as a reporting of facts or events produced and distributed via the internet. Technically / physically, online mass media is telecommunications and multimedia-based media. The presence of online mass media accompanied by the rapid development of communication and information technology, such as Gadget, a mobile electronic device that can be used to access internet network sites around the world, allows users to obtain various information easily and quickly. The study aims to look at the correlation of online mass media and social awareness of the millennial generation. This explanatory survey method with accidental sampling technique was conducted on MiNews online media with a total sample of 95 readers aged 15 to 35 years (millennial generation). The results showed that MiNews online media coverage received considerable attention and was positively perceived by the millennial generation. Correlation analysis using a linear regression equation model shows that exposure to online media messages has a positive effect on the social awareness of the millennial generation.</i></p>

PENDAHULUAN

Dalam era global, media massa *online* memiliki peran penting dalam memajukan peradaban umat manusia. Media massa online menyajikan beragam berita dan informasi berdasarkan fakta dan/atau peristiwa yang terjadi ditengah-tengah kehidupan Masyarakat. Media massa *online* merupakan media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) dan media elektronik (*electronic media*). Media massa online yang memproduksi berita/informasi dan mendistribusikannya melalui jaringan internet dapat diakses pembaca kapanpun dan dimanapun di seluruh dunia.

Berita dan informasi yang disajikan media massa online sebagai karya jurnalistik dapat berfungsi memperkaya pengetahuan, mengedukasi, mengkritisi, dan menghibur khalayak pembacanya. Penyebarluasan berita melalui media massa online yang dapat diakses pembacanya dari berbagai belahan dunia berdampak terjadinya pemerataan informasi seluruh Masyarakat internasional. Pemerataan informasi menciptakan peluang sama kepada semua negara untuk membangun kemajuannya dan memberikan kesempatan kepada negara berkembang mampu mengejar ketertinggalannya dari negara maju.

Media massa online yang mendistribusikan produk jurnalistiknya pada jaringan internet yang dapat diakses oleh semua lapisan Masyarakat memberikan kesempatan kepada kalangan milenial untuk meningkatkan pengetahuannya diberbagai bidang yang menjadi minatnya. Minews.id sebagai media massa online yang menghasilkan produk jurnalistik berupa berita, artikel, dan feature dapat berperan serta mengimplementasikan fungsi media massanya mengedukasi Masyarakat, diantaranya dengan pemberitaan isu-isu social ekonomi, serta penyajian artikel yang menggagas solusi strategis mengatasi permasalahan yang terjadi ditengah kehidupan Masyarakat. Gagasan demokrasi berbangsa bernegara, lingkungan bersih bebas polusi, entrepreneurship solusi strategis mengatasi pengangguran dan kemiskinan, dan masalah social ekonomi penting lainnya.

Komunikasi Massa. Kegiatan komunikasi suatu Lembaga melalui media massa yang ditujukan kepada khalayak luas merupakan bentuk komunikasi massa. Kemajuan teknologi yang berkembang pesat mentransformasi media komunikasi dari media cetak ke media elektronik, dan kini menggunakan media digital. Media baru yang bersifat multimedia berbasis internet dan mendistribusikan pesannya secara digital (media digital) difungsikan dalam berbagai aktivitas manusia sebagai media personal, media kelompok, media organisasi, dan juga media massa. Komunikasi massa media baru dilakukan secara online dengan memanfaatkan koneksi jaringan internet dapat diakses pengguna kapanpun dan dimanapun di seluruh penjuru dunia. Penyebaran pesan melalui media massa online berlangsung sangat cepat, serempak, dan menjangkau khalayak luas. Media massa online merupakan media massa generasi baru (*New Media*) yang menyebar luaskan

produk jurnalistiknya secara online dengan mengutamakan *speed, update, actual*, dan *accurate information*. Media massa online melakukan kegiatan komunikasi massa dengan menyebarkan karya jurnalistiknya secara online kepada khalayak anonym dan heterogen (Deddy Mulyana, 2005).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, atau informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Effendy, 2008). Hasil akhir yang diharapkan dari proses komunikasi adalah terjadinya perubahan perilaku, baik kesadaran, sikap, maupun Tindakan khalayak.

Media Massa Online. Media massa mendeskripsikan alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala dan melibatkan Masyarakat dalam skala sangat luas. Seiring kemajuan teknologi, media massa bertransformasi mulai dari media massa cetak, media massa elektronik, dan kini menjadi media massa digital. Ketiga bentuk media massa hingga saat ini masih beroperasi melakukann kegiatan jurnalistiknya, tetapi karena mobilitas aktivitas kehidupan social ekonomi Masyarakat sangat tinggi, maka media massa digital menjadi pilihan utama Masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan informasinya. Media massa digital dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan perangkat elektronik (*gadget*) yang terkoneksi ke jaringan internet di seluruh dunia.

Media massa mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, secara cepat dan serentak memiliki banyak fungsi. Menurut Denis McQuail, fungsi utama media massa bagi individu adalah: (1) memenuhi kebutuhan informasi Masyarakat, (2) model pembentukan identitas pribadi, (3) pengembangamn integrasi dan interaksi social, dan (4) hiburan (Rosmawaty, 2010). Berdasarkan salah satu fungsinya, dalam fungsinya sebagai media informasi, dimana media massa menyajikan produk jurnalistiknya dalam bentuk berita, feature, dan editorial berdasarkan fakta dan peristiwa actual yang terjadi ditengah Masyarakat dapat dijadikan Pelajaran bagi individu maupun kelompok Masyarakat untuk membangun kesadaran sosialnya dalam hidup berbangsa dan bernegara.

New Media (Media Baru). Menurut *Denis McQuail* (2011) ciri utama *New Media* adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya ada dimana-mana. John Vivian mengatakan bahwa *New Media* adalah perusahaan dan produk media baru yang muncul berbassis teknologi baru. Beberapa jenis media baru lahir, seperti : *Website* (www.sindonews.com, www.detik.com, dan www.merdeka.com), *E-Mail*, Forum di internet (*Bulletin Boards*), Blog, Wordpress (www.wordpress.com) atau Blogspot

(www.blogspot.com), Wiki, Aplikasi Pesan, Internet “*Broadcasting*”, *Peer To Peer*, The RRS, MUDs, dan Media social (John Vivian, 2008).

Media Online disebut juga media cyber internet yang menyajikan pemberitaan secara online melalui situs web (website) internet. Media online merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Asep Samsul Romli, 2012). Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya. Media online adalah segala jenis media atau sarana komunikasi yang tersaji secara online melalui koneksi internet, seperti email, website, blog, media sosial, jejaring sosial. Dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini media online diaplikasikan sebagai situs berita atau portal informasi yang bisa diakses oleh siapa saja yang terhubung ke dalam jaringan internet.

Media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, website (situs web termasuk blog, dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, TV online, dan email. Media online diklasifikasikan menjadi lima kategori: (1) Situs berita edisi *online* dari media cetak “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *media-indonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, *pikiran-rakyat.com*, dan *tribunjabar.co.id*; (2) Situs berita “edisi *online*” media penyiaran radio, seperti radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan radio nederland (*mw.nl*); (3) Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran televisi, seperti *CNN.com*, *metrotvnews.com*, dan *liptan6.com*; (4) Situs berita online “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com*, *detik.com*, dan *VIVA News*; dan (5) Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti *Yahoo! News*, *Plasa.msn.com*, *NewsNow*, dan *Google News*-layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media online (Asep samsul Romli, 2012).

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah media *online* berupa *website* berita (*news online media*), menurut Lani Sidharta dalam buku *Internet Explorer 4.0 & Outlook Express* bahwa, “*World Wide Web (WWW)* sering disingkat *Web*, adalah fasilitas hiperteks untuk menampilkan data (teks, gambar, bunyi, dan animasi – atau multimedia) (Lani Shidarta, 1997).

Karakteristik sekaligus keunggulan media online, antara lain: (1) Multimedia, (2) Aktualitas, (3) Cepat, (4) Update, (5) Kapasitas luas, (6) Fleksibilitas, (7) Luas, (8) Interaktif, (9) Terdokumentasi, dan (10) (Asep

Samsul; Romlio, 2012). Hal itu merupakan karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan media lainnya. Berita pada media *online* diperbaharui setiap beberapa menit sehingga memungkinkan peristiwa-peristiwa besar yang baru saja terjadi bisa langsung diketahui oleh masyarakat. Kemudian dengan hadirnya media *online* memungkinkan munculnya variasi pemberitaan disertai gambar-gambar eksklusif dan menarik.

Jurnalistik Online (*online journalism*), *cyber journalism* adalah proses jurnalistik yang hasil liputannya disajikan melalui media internet (*cyber media*) atau didefinisikan sebagai pelaporan peristiwa yang diproduksi dan disebarluaskan melalui internet (Asep Samsul Romli, 2012). *Jurnalisme Online* menjelaskan jurnalisme *online* adalah suatu produk jurnalistik modern yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Prinsip dasar jurnalistik online : (1) Keringkasan (Brevity), (2) Adaptabilitas atau kemampuan beradaptasi (Adaptability), (3) Dapat dipindai (Scannability), (4) Interaktivitas (Interactivity), dan (5) Komunitas dan percakapan (Community and Conversation)

Karakteristik Jurnalistik *Online* sekaligus menjadi keunggulannya, dikemukakan James C. Foust dalam buku [Online Journalism. Principles and Practices of News for The Web](#) yaitu: (1) Audience Control, (2) Nonlinearity, (3) Storage and retrieval, (4) Unlimited Space, (5) Immediacy, (6) Multimedia Capability, dan (6) Interactivity. Karakteristik yang paling terasa adalah kemudahan bagi penerbit maupun pengguna untuk membuat peralihan waktu penerbitan dan pengaksesan. Tidak ada batasan waktu pengaksesan, kapan dan di manapun semua orang bisa mengakses. Isinya bersifat cepat

Kesadaran Sosial Generasi Milenial. *Generasi Millennial* atau *Generasi Y* adalah kelompok demografis (*cohort*) setelah *Generasi X*, sering dikelompokkan sebagai generasi yang lahir diantara tahun 1980 an sampai 2000 an. Dapat dikatakan generasi millennial adalah generasi muda ini yang saat ini berusia dikisaran 15 – 34 tahun.

Populasi penduduk Indonesia yang berusia antara 15-34 tahun saat ini sangat besar, 34,45%. Beberapa hasil riset menunjukkan karakteristik generasi milenial, diantaranya hasil riset yang dirilis oleh Pew Research Center menjelaskan keunikan generasi millennial adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop/musik. Kehidupan generasi millennial tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet, dan entertainment/hiburan. Di Indonesia, hasil survey *Alvara Research Center* tahun 2014 menunjukkan Generasi yang lebih muda, 15 – 24 tahun lebih menyukai topik pembicaraan yang terkait musik/film, olahraga, dan teknologi. Sementara generasi yang berusia 25 – 34 tahun lebih variatif dalam menyukai topik yang mereka perbincangkan, termasuk didalamnya sosial politik, ekonomi, dan keagamaan. Konsumsi internet penduduk kelompok usia 15 – 34 tahun juga jauh lebih tinggi dibanding dengan kelompok penduduk yang usianya lebih

tua. Gaya hidup anak muda cenderung hedonis terutama dikota-kota besar, memiliki cara tersendiri untuk meluapkan ekspresi mereka, dunia hidup mereka tidak bisa lepas dari hiburan dan teknologi terutama internet.

Generasi milenial tumbuh dalam iklim yang sangat “kental” dengan teknologi dan serbuan informasi yang cepat dan canggih. Generasi milenial cepat menerima dan mengadopsi informasi yang lebih cepat, tidak suka menjalani metode pelajaran tradisional. Generasi Millennial muncul untuk menjadi generasi teknologi yang paling canggih, yang mencakup teknologi muktahir seperti iPod, MP3s, kamera ponsel, PDA, kamera digital dan DVD Player. Generasi Millennial disebut sebagai anak-anak remote control karena mereka menghadapi perubahan yang terus menerus. Mereka selalu mencari tantangan, mempunyai rencana jangka panjang, optimistic, menghargai pengalaman pribadi dan punya pemikiran yang kritis.

Gaya belajar generasi millennial adalah berbasis indra (misalnya visual, audio dan lainnya) yang berbasis kepada kepribadian dan bakat mereka. Karena dalam kehidupan mereka sehari-hari teknologi sudah menjadi bagian dari hidup mereka dan merupakan abad informasi untuk mereka dalam mencerminkan pola pikir mereka dalam gaya belajar pada generasi millennial ini. Generasi ini memperlihatkan gaya belajar yang berbeda. Pembelajaran mereka tercermin lebih interaktif melalui kerjasama tim, pengalaman, kolaborasi dan kelompok berpikir, mandiri dan terstruktur dalam penggunaan teknologi.

Media massa online dengan berbagai pesannya, baik berita, feature, maupun editorial memberikan stimulus kepada generasi milenial. Pesan-pesan media massa online yang berkesesuaian dengan karakteristik, kebutuhan dan minat generasi milenial akan mendapat perhatian generasi milenial. Terpaan media massa online dengan pesan-pesan edukatifnya secara kontinu akan membangun kesadaran social generasi milenial.

Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) yang diperkenalkan George Gerbner menyatakan bahwa media massa (televisi) menjadi alat utama dimana para pemirsa belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Persepsi apa yang dibangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh media (televisi). Melalui kontak penonton dengan media (televisi), ia belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya, serta adat kebiasaannya.

Gerbner berpendapat bahwa media massa menamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain.

Penelitian kultivasi menekankan bahwa media massa merupakan agen sosialisasi dan menyelidiki apakah penonton televisi lebih mempercayai apa

yang disajikan televisi daripada apa yang mereka lihat sesungguhnya. Gerbner dan kawan-kawannya melihat bahwa film drama yang disajikan di televisi mempunyai sedikit pengaruh, tetapi sangat penting di dalam mengubah sikap, kepercayaan, atau pandangan penonton yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya (Nurudin, 2015).

Tantangan utama media dalam menyajikan produk jurnalistiknya adalah objektivitas. Lingkungan internal maupun eksternal berpotensi mempengaruhi objektivitas media dalam penyajian beritanya. Jurnalis, jajaran manajemen, dan *owner* media memiliki visi individual, *personality*, *interest*, dan *selective perception* berkecenderungan memiliki keberpihakan. Disisi lain, eksistensi media sebagai *social institution*, dimana media berkepentingasn untuk berinteraksi dan bermitra dengan lingkungan eksternal melahirkan *interest* dan *pressure* yang berujung pada keberpihakan. Dalam system demokrasi, dimana Masyarakat diberikan kebebasan untuk berekpresi dan menyampaikan pendapat, potensi keberpihakan media sangat kecil. Tetapi ketika media hidup di negara yang tidak demokratis, sedangkan media berkepentingan operasional bisnis industri mediana berjalan lancar dan mendapat support pemerintah, potensi keberpihakan media sangat besar. Keberpihakan menghasilkan ketidakobjetifan media dalam menghasilkan produk jurnalistiknya. Dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian, dimana media mendapat banyak *presser*, untuk memilih aman sangat mungkin media memilih memanipulasi kebenaran dan menyesatkan kesadaran Masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian menggunakan metode riset, yaitu *Metode Survei Eksplanatif*. Secara umum metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu *deskriptif* dan *eksplanatif* (analitik) (Nurudin, 2006). Format penelitian eksplanatif dimaksudkan untuk menggambarkan suatu generalisasi dan menjelaskan hubungan satu variable dengan variable yang lain. Penelitian dengan format eksplanasi dapat dilakukan melalui survey dan eksperimen (Burhan Bungin, 2013: 51). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan korelasi terpaan pesan media massa online dengan kesadaran social generasi milenial.

Penelitian dilakukan teerhadap pembaca portal berita Minews yang saat ini berjumlah lebih dari 5000 pembaca. Mata Milenial Indonesia (MMI) adalah mega portal berbasis media online dan tv streaming yang memiliki visi membentuk generasi milenial dan centenial Indonesia yang siap berkontribusi untuk negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan Pancasila. Sedangkan sampel yang didata berjumlah 95 orang, dengan kriteria pembaca yang berusia 15-35 tahun. Berdasarkan tujuan penelitian Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*.

Metode Analisis Data. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis regresi adalah suatu metode statistika yang dapat menggambarkan hubungan fungsional (sebab akibat)

dua variable. Analisis Regresi Linier Sederhana adalah analisis regresi yang menjelaskan pola hubungan linier dua variable, yang melibatkan satu variabel prediktor dan satu variabel kriterium.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Media online Mata Milenial Indonesia (MMI) hadir dengan visi membentuk generasi milenial dan centennial Indonesia yang siap berkontribusi untuk negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan Pancasila. MiNews.ID adalah mega portal berbasis media online dan tv streaming yang memadukan teks, video, infografis yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik serta Pedoman Pemberitaan Media Siber yang ditetapkan oleh Dewan Pers dan Komunitas Pers di Indonesia.

MINews berusaha menginspirasi generasi milenial dan centennial untuk merajut kembali kerukunan, keharmonisan dalam masyarakat, serta memupuk rasa cinta terhadap Tanah Air Indonesia melalui beragam informasi. MINews.id melihat informasi sebagai mata hati Indonesia. Karena Minews.id adalah matanya Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian terhadap portal berita MiNews cukup besar (62%), dimana 67% responden setiap hari mengakses MiNews, tetapi sebagian besar tidak rutin membaca berita (61%). Berita yang disajikan MiNews dinilai cukup menarik (67%), berbeda (43%), Layoutnya cukup menarik (47%), sering mengakses dokumentasi pemberitaan (68%), dan memperhatikan kanal-kanal pemberitaan (68%).

Pembaca milenial memberikan persepsi positif (61%), dimana pembaca tertarik membaca berita yang disajikan media online MiNews (68%), Pemberitaan yang disajikan oleh media *online* MiNews akan berdampak positif dengan menggunakan bahasa berita yang kaku dan formal (70%), sajian berita mudah dipahami dan mudah mengerti isi berita (68%), Gaya penulisan yang berbeda digunakan dalam pemberitaan MiNews tidak mengubah esensi berita yang disajikan (51%), Isi pemberitaan media *online* Minews menjadikan Minews cukup berbeda dengan media *online* lainnya (61%), Pemberitaan yang disajikan oleh media online Minews merupakan berita yang actual (46%) dan cukup actual dan factual (52%), dan lebih banyak menyajikan berita *soft news* (68%).

Pemberitaan media online MiNews berdampak besar terhadap pengetahuan pembaca cukup besar (52%). Pemberitaan yang disajikan berdampak pada pengetahuan tentang berbagai kejadian di seluruh dunia (59%), cukup dapat lebih mengetahui berita yang menarik dari dalam dan luar negeri (47%), dapat mengetahui gaya penulisan yang berbeda pada sebuah berita (68%), pengetahuannya cukup meningkat (64%), isi berita

sesuai dengan selera generasi milenial (57%), gambar yang disajikan mendukung isi berita (68%), berdampak pada wawasan pembacanya (51%).

Pembahasan

Perhitungan korelasi terpaan pesan media online dan kesadaran sosial generasi milenial dengan aplikasi SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Korelasi Pesan Media Online dan Kesadaran Sosial Generasi Milenial

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.623	.619	1.54521
a. Predictors: (Constant), Pesan Media Online				

Sumber : Data diolah SPSS 24

2. Signifikansi Korelasi Pesan Media Online dan Kesadaran Sosial Generasi Milenial

ANOVA^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	367.251	1	367.251	153.810	.000 ^b
	Residual	222.055	93	2.388		
	Total	589.305	94			
a. Dependent Variable: Kesadaran Sosial Generasi Milenial						
b. Predictors: (Constant), Pesan Media Online						

Sumber : Data diolah SPSS 24

Model summary hasil perhitungan Adjusted R Square menjelaskan bahwa korelasi antara korelasi pesan media online dan kesadaran sosial generasi milenial dalam kategori cukup kuat. Sedangkan berdasarkan table ANOVA, korelasi pesan media online dan kesadaran sosial generasi milenial signifikan pada level α 0.05

3. Model Persamaan Korelasi Pesan Media Online dan Kesadaran Sosial Generasi Milenial

Coefficients^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.195	1.409		-.138	.890
	Pesan Media Online	.485	.039	.789	12.402	.000
a. Dependent Variable: Kesadaran Sosial Generasi Milenial						

Sumber : Data diolah SPSS 24

Berdasarkan table coefficients dapat disusun model persamaan regresi linier

$$Y = - 0,195 + 0,485 X$$

Model tersebut menjelaskan bahwa terpaan pesan media massa online berkorelasi positif dengan kesadaran social generasi milenial. Dengan asumsi pesan media online dikemas secara menarik sesuai denganh minat dan kebutuhan generasi milenial, peningkatan terpaan pesan media massa online berdampak pada poeniingkatan kesadaran social generasi milenial.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan analisis hasil penelitian, penelitian tentang media massa online dan kesadaran sosial generasi milenial, dapat ditarik beberapa kesimpulan.

1. Generasi milenial memberikan perhatian cukup besar terhadap portal berita media online MiNews. Setiap hari mereka mengakses media online, walaupun tidak rutin membaca berita. Sajian berita MiNews dipersepsi positif, isi beritanya factual, actual, berbeda, dan mudah dipahami /dimengerti. Pemberitaan yang disajikan media online MiNews dapat memberikan dampak positif terhadap pembacanya.
2. Berita media online MiNews berkorelasi cukup kuat dan positif dengan kesadaran social pembacanya yang merupakan generasi milenial. Peningkatan terpaan berita media online MiNews berdampak positif pada peningkatan kesadaran social generasi milenial.
3. Media online MiNews telah melakukan fungsi media massanya dengan melakukan penyebar luasan produk jurnalistiknya untuk memperkaya pengetahuan dan kesadaran social, memberikan edukasi, mengkritisi masalah-masalah social, dan menyuguhkan hiburan kepada khalayak pembacanya, terutama kepada generasi milenial yang menjadi target penyebarluasan produk jurnalistiknya.
4. Model persamaan regresi linier yang menjelaskan dampak positif terpaan berita media massa online MiNews terhadap kesadaran social generasi milenial adalah $Y = - 0,195 + 0,485 X$.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana, 2008. ILMU KOMUNIKASI TEORI DAN PRAKTEK. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2008.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- McQuail, Denis. 2011. TEORI KOMUNIKASI MASSA MCQUAIL. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2005. KOMUNIKASI MASSA. (Bandung: Widya Padjajaran.
- Nasrullah, Rully. 2014. MEDIA SIBER, Kencana, Prenamedia Group.
- Nurudin. 2015. PENGANTAR KOMUNIKASI MASSA (Jakarta: PT RajaG rafindo Persada.

- Romli, Asep Syamsul. 2012. JURNALISTIK ONLINE: PANDUAN MENGELOLA MEDIA ONLINE. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Rosmawaty, 2010. MENGENAL ILMU KOMUNIKASI, PT. WIDYA PADJAJARAN, https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/492066/mod_resource/content/1/289430369.pdf
- Septiawan Santana K, 2005. JURNALISME INVESTIGASI, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sidharta, Lany. 1997. INTERNET EXPLORER 4.0 & OUTLOOK EXPRESS. Elex Media Komutindo.
- Vivian, John. 2008. TEORI KOMUNIKASI MASSA. Jakarta. Kencana.