

**SKRIPSI**  
**POLA PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN**  
**KONVENSIONAL OLEH PENDUDUK DI KABUPATEN**  
**CILACAP**



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh**  
**Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh:**

**Grace Paramitha**

**180906496**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**POLA PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN KONVENSIONAL OLEH  
PENDUDUK DI KABUPATEN CILACAP**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Konsentrasi Studi Komunikasi Massa  
dan Digital

Disusun oleh :

GRACE PARAMITHA

180906496

Disetujui oleh :



Dr. Ninik S. Rejeki M.C., Dra., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pola Penggunaan Media Digital dan Konvensional Oleh  
Penduduk di Kabupaten Cilacap

Penyusun : Grace Paramitha

NPM : 180906496

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada

Hari / Tanggal : Selasa, 30 Juli 2024

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 1, FISIP, UAJY

TIM PENGUJI

**Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.**

Penguji Utama

**Dr. MC. Ninik S. Rejeki, M.Si.**

Penguji I

**Brahma Putra Pratama, S.S., M.Si.**

Penguji II

**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Grace Paramitha

NPM : 180906496

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pola Penggunaan Media Digital dan Konvensional Oleh Penduduk di  
Kabupaten Cilacap

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 30 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Grace Paramitha

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kemurahan-Nya yang telah menyertai, membimbing, serta memberikan kekuatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini juga saya persembahkan kepada keluarga terkasih. Kepada Papah, Mamah, dan Gaby yang selalu memberikan banyak dukungan. Dukungan tersebut sangatlah penting dan berarti bagi saya sehingga saya bisa lebih semangat lagi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa saya persembahkan tugas akhir skripsi ini kepada para Dosen Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas segala ilmu serta bimbingan yang telah diberikan selama saya menempuh pendidikan S1.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, anugerah, serta kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pola Penggunaan Media Digital dan Konvensional Oleh Penduduk di Kabupaten Cilacap” sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam bentuk doa maupun hal lainnya sehingga penulis dapat menghadapi berbagai persoalan hingga akhirnya bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

1. Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, berkat, kemurahan, serta segala kebaikan yang telah diberikan dalam kehidupan saya.
2. Papah, Mamah, Gaby, dan keluarga terkasih yang selalu memberikan dukungan dan mengingatkan saya dalam mengerjakan skripsi.
3. Ibu Dosen Dr. Ninik S. Rejeki MC., Dra., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi sekaligus dosen pembimbing akademik yang selalu mendukung dan membimbing saya dari awal hingga akhir masa perkuliahan.
4. Seluruh Dosen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, terkhusus Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan banyak ilmu

serta pelajaran berharga sehingga saya dapat menjadi pribadi yang lebih baik.

5. Teman-teman seperjuangan, Rani, Ayu, Vanessa, Yudha, Ulul, dan Nafthael yang mendukung, menemani, dan menyemangati selama masa perkuliahan.
6. Orang-orang terkasih, Fabianus, Keke, Adven, Tassia, Angel, Debora, Anin, William, Jodi, Rico, Raka, Stevanus, Bagas, dan Ferry yang selalu mendukung, menolong, menemani, mengingatkan, dan memberikan semangat serta perhatian tanpa lelah.
7. Seluruh kerabat dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah turut serta mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi.

Semoga tugas akhir skripsi ini dapat mencapai tujuan dan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, dan membanggakan keluarga serta institusi. Penulis menyadari jika skripsi ini belum sempurna, maka segala kritik dan saran akan diterima dengan sangat terbuka.

Yogyakarta, 30 Juli 2024

Penulis

Grace Paramitha

## ABSTRAK

Proses komunikasi membutuhkan adanya media untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan. Khalayak juga dapat mencari informasi yang mereka butuhkan maupun mereka inginkan melalui penggunaan media, baik media digital maupun konvensional. Media digital meliputi video *streaming*/televi *streaming*, layanan musik digital/radio *streaming*, media sosial, dan portal berita *online* (website). Sementara media konvensional meliputi televisi, radio, dan koran/majalah cetak. Berdasarkan survei Nielsen tahun 2017 lalu, Generasi Z, Generasi Milenial, Generasi X, dan Generasi Baby Boomers memiliki porsi yang berbeda dalam penggunaan media digital dan konvensional. Di samping itu, media digital juga terus mengalami pertumbuhan pengguna sedangkan media konvensional tidak banyak mengalami perubahan. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola penggunaan media digital dan konvensional oleh penduduk di Kabupaten Cilacap.

Teori *uses and gratification* digunakan sebagai teori utama untuk mendukung penelitian ini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan satu variabel (variabel tunggal) yaitu pola penggunaan media. Data diperoleh melalui metode survei berupa kuesioner dengan subjek penelitian adalah penduduk yang ada di Kabupaten Cilacap. Sampel penelitian berjumlah 100 orang responden yang diperoleh dengan teknik *sampling purposive*. Data yang sudah didapatkan tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel serta grafik.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam pola penggunaan media digital dan media konvensional pada penduduk Generasi Z, Generasi Milenial, Generasi X, dan Generasi Baby Boomers yang ada di Kabupaten Cilacap. Penduduk di Kabupaten Cilacap cenderung lebih banyak menggunakan media digital terutama media sosial *Youtube* dan *Instagram* untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan dan informasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa teori *uses and gratification* relevan dengan fenomena pola penggunaan media ini karena khalayak bersifat aktif dan dapat menggunakan media secara bebas sesuai kebutuhannya. Pola penggunaan media yang berbeda juga turut menunjukkan bahwa setiap individu memiliki tingkat yang berbeda-beda dalam aktivitas penggunaan media tergantung kepentingan masing-masing.

**Kata Kunci:** Pola Penggunaan Media, Media Digital, Media Konvensional, *Uses and Gratification*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>21</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>21</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>21</b>
1. Manfaat Akademis.....	21
2. Manfaat Praktis.....	21
<b>E. Kerangka Teori .....</b>	<b>21</b>
1. Komunikasi Massa .....	21
2. Media Massa.....	24
3. Media Baru .....	27
4. Teori Uses and Gratification .....	29
<b>F. Kerangka Konsep.....</b>	<b>34</b>
1. Pola Penggunaan Media .....	34
2. Media Konvensional.....	38
1. Televisi.....	39
2. Radio.....	40
3. Koran/Majalah cetak.....	41

3. Media Digital.....	42
1. Video <i>streaming</i> /Televisi <i>streaming</i> .....	43
2. Layanan musik digital/Radio <i>streaming</i> .....	44
3. Portal berita <i>online</i> (website).....	45
4. Media Sosial .....	46
4. Khalayak.....	48
<b>G. Definisi Operasional.....</b>	<b>51</b>
<b>H. Metodologi Penelitian .....</b>	<b>56</b>
1. Jenis Penelitian .....	56
2. Metode Penelitian .....	57
3. Objek Penelitian .....	57
4. Subjek Penelitian .....	57
5. Teknik Pengumpulan Data .....	58
6. Skala Pengukuran Data.....	58
7. Populasi dan Sampel.....	59
a). Populasi .....	59
b). Sampel.....	60
c). Teknik Sampling .....	61
8. Teknik Analisis Data .....	63
9. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
a). Uji Validitas .....	63
b). Uji Reliabilitas .....	65
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>68</b>
<b>A. Keadaan Geografi .....</b>	<b>68</b>
<b>B. Penduduk dan Ketenagakerjaan .....</b>	<b>69</b>
<b>C. Pendidikan .....</b>	<b>71</b>
<b>BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>76</b>
<b>A. Identitas Responden .....</b>	<b>76</b>
<b>B. Hasil Temuan Penelitian .....</b>	<b>77</b>
<b>C. Pembahasan .....</b>	<b>154</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>173</b>

<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>173</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>174</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>176</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pola Penggunaan Media pada responden berusia 17 tahun ke atas.....	4
Tabel 1.2	Pola Penggunaan Media pada Generasi Z.....	5
Tabel 1.3	Pola Penggunaan Media pada Generasi Milenial.....	6
Tabel 1.4	Pola Penggunaan Media pada Generasi X .....	6
Tabel 1.5	Pola Penggunaan Media pada Generasi Baby Boomers .....	7
Tabel 1.6	Pola Penggunaan Media Televisi .....	8
Tabel 1.7	Pola Penggunaan Media Internet.....	9
Tabel 1.8	Penggunaan Media Sumber Informasi Masyarakat Indonesia Tahun 2022.....	11
Tabel 1.9	Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2022 .....	12
Tabel 1.10	Durasi Penggunaan Media Penduduk Indonesia Per-harinya di Tahun 2022.....	13
Tabel 1.11	Konten Hiburan di Internet yang Sering Dikunjungi di Tahun 2023	14
Tabel 1.12	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 1.13	Jumlah penduduk Kabupaten Cilacap tahun 2022 menurut kelompok umur dan jenis kelamin .....	50
Tabel 1.14	Univariat Pola Penggunaan Media.....	51
Tabel 1.15	Operasionalisasi Konsep Penelitian .....	52
Tabel 1.16	Jumlah penduduk Kabupaten Cilacap tahun 2022 menurut kelompok umur dan jenis kelamin .....	59
Tabel 1.17	Uji Validitas Variabel Pola Penggunaan Media .....	65
Tabel 1.18	Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 2.1	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Cilacap Tahun 2022 .....	69
Tabel 2.2	Status Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin Penduduk Kabupaten Cilacap Berumur 15 Tahun Ke Atas di Tahun 2022.....	71
Tabel 2.3	Jumlah Sekolah, Guru dan Murid di Kabupaten Cilacap.....	72
Tabel 3.1	Distribusi Responden dalam Tujuan Penggunaan Media Digital.....	78

Tabel 3.2	Distribusi Responden dalam Tujuan Penggunaan Media Konvensional .....	80
Tabel 3.3	Distribusi Responden dalam Kondisi Penggunaan Media Digital.....	99
Tabel 3.4	Distribusi Responden dalam Kondisi Penggunaan Media Konvensional .....	101
Tabel 3.5	Distribusi Responden dalam Situasi Penggunaan Media Digital.....	104
Tabel 3.6	Distribusi Responden dalam Situasi Penggunaan Media Konvensional .....	106
Tabel 3.7	Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Digital.....	108
Tabel 3.8	Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Digital.....	109
Tabel 3.9	Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Konvensional .....	111
Tabel 3.10	Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Konvensional .....	113
Tabel 3.11	Distribusi Responden dalam Tempat Penggunaan Media Digital ...	115
Tabel 3.12	Distribusi Responden dalam Tempat Penggunaan Media Konvensional .....	117
Tabel 3.13	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Koran/Majalah Cetak.....	120
Tabel 3.14	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Televisi Konvensional .....	123
Tabel 3.15	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Radio Konvensional .....	125
Tabel 3.16	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Video <i>Streaming/Televisi Streaming</i> .....	127
Tabel 3.17	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Layanan Musik Digital/Radio <i>Streaming</i> .....	129
Tabel 3.18	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Portal Berita <i>Online (Website)</i> .....	131
Tabel 3.19	Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Media Sosial .....	134

Tabel 3.20	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Video <i>Streaming</i> /Televisi <i>Streaming</i> .....	137
Tabel 3.21	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Layanan Musik Digital/Radio <i>Streaming</i> .....	140
Tabel 3.22	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Sosial .....	142
Tabel 3.23	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Portal Berita <i>Online</i> (Website) .....	144
Tabel 3.24	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Televisi Konvensional .....	146
Tabel 3.25	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Radio Konvensional .	148
Tabel 3.26	Distribusi Responden dalam Pilihan Media Koran/Majalah Cetak	150
Tabel 3.27	Distribusi Responden dalam Pola Penggunaan Media Digital dan Konvensional .....	152
Tabel 3.28	Tabulasi Silang Jenis Kebutuhan dengan Pilihan Media .....	155
Tabel 3.29	Tabulasi Silang Pilihan Media dengan Setiap Generasi .....	156
Tabel 3.30	Temuan Data Pola Penggunaan Media pada Generasi Z (10-19 tahun).....	158
Tabel 3.31	Temuan Data Pola Penggunaan Media pada Generasi Milenial (20-34 tahun).....	160
Tabel 3.32	Temuan Data Pola Penggunaan Media pada Generasi X (35-49 tahun).....	162
Tabel 3.33	Temuan Data Pola Penggunaan Media pada Generasi Baby Boomers (50-64 tahun).....	164

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Grafik Umur Responden Penelitian.....	76
Grafik 3.2 Distribusi Responden dalam Tujuan Penggunaan Media Digital.....	80
Grafik 3.3 Distribusi Responden dalam Tujuan Penggunaan Media Konvensional .....	83
Grafik 3.4 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Video <i>Streaming/Televisi Streaming</i> .....	84
Grafik 3.5 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Layanan Musik Digital/Radio <i>Streaming</i> .....	85
Grafik 3.6 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Media Sosial....	86
Grafik 3.7 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Portal Berita <i>Online (Website)</i> .....	87
Grafik 3.8 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Televisi Konvensional.....	88
Grafik 3.9 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Radio Konvensional.....	89
Grafik 3.10 Distribusi Responden dalam Frekuensi Penggunaan Koran/Majalah Cetak.....	90
Grafik 3.11 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Video <i>Streaming/Televisi Streaming</i> .....	92
Grafik 3.12 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Layanan Musik Digital/Radio <i>Streaming</i> .....	93
Grafik 3.13 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Media Sosial.....	94
Grafik 3.14 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Portal Berita <i>Online</i> (Website) .....	95
Grafik 3.15 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Televisi Konvensional.....	96
Grafik 3.16 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Radio Konvensional .....	97

Grafik 3.17 Distribusi Responden dalam Durasi Penggunaan Koran/Majalah Cetak Grafik .....	98
Grafik 3.18 Distribusi Responden dalam Kondisi Penggunaan Media Digital ..	100
Grafik 3.19 Distribusi Responden dalam Kondisi Penggunaan Media Konvensional.....	103
Grafik 3.20 Distribusi Responden dalam Situasi Penggunaan Media Digital ....	105
Grafik 3.21 Distribusi Responden dalam Situasi Penggunaan Media Konvensional .....	107
Grafik 3.22 Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Digital ....	109
Grafik 3.23 Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Digital ....	111
Grafik 3.24 Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Konvensional .....	113
Grafik 3.25 Distribusi Responden dalam Waktu Penggunaan Media Konvensional .....	115
Grafik 3.26 Distribusi Responden dalam Tempat Penggunaan Media Digital...	117
Grafik 3.27 Distribusi Responden dalam Tempat Penggunaan Media Konvensional.....	119
Grafik 3.28 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Koran/Majalah Cetak .....	122
Grafik 3.29 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Televisi Konvensional.....	124
Grafik 3.30 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Radio Konvensional.....	126
Grafik 3.31 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Video <i>Streaming/Televisi Streaming</i> .....	128
Grafik 3.32 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Layanan Musik Digital/Radio <i>Streaming</i> .....	130
Grafik 3.33 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Portal Berita <i>Online (Website)</i> .....	133
Grafik 3.34 Distribusi Responden dalam Jenis Isi Media Penggunaan Media Sosial .....	136



Grafik 3.35 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Video <i>Streaming</i> /Televisi <i>Streaming</i> .....	139
Grafik 3.36 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Layanan Musik Digital/Radio <i>Streaming</i> .....	141
Grafik 3.37 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Sosial.....	143
Grafik 3.38 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Portal Berita <i>Online</i> (Website) .....	145
Grafik 3.39 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Televisi Konvensional	147
Grafik 3.40 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Radio Konvensional...	149
Grafik 3.41 Distribusi Responden dalam Pilihan Media Koran/Majalah Cetak.	151
Grafik 3.42 Distribusi Responden dalam Pola Penggunaan Media Digital dan Konvensional.....	153

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 3.1 Temuan Data Pilihan Media pada Generasi Z .....	159
Bagan 3.2 Temuan Data Pilihan Media pada Generasi Milenial .....	161
Bagan 3.3 Temuan Data Pilihan Media pada Generasi X.....	163
Bagan 3.4 Temuan Data Pilihan Media pada Generasi Baby Boomers.....	165

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	185
Lampiran 2 Data Penelitian.....	197
Lampiran 3 Validitas.....	251
Lampiran 4 Reliabilitas .....	255
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	256