

ABSTRAKSI

Tantra W Wardhana

D2C 308017

Judul: Hubungan Antara Intensitas Konsumsi Berita *Online* Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

Masuknya era internet membuat perubahan pada pola konsumsi media, perubahan yang dimaksud adalah semakin cepatnya pengiriman berita yang tidak mengenal batas. Sebaliknya, perkembangan media cetak mengalami penurunan, penyebabnya adalah beralihnya pola konsumsi konsumen dari memakai media cetak ke media internet sebagai sarana mendapatkan berita maupun informasi yang lebih aktual. Beragamnya tingkat pendidikan masyarakat secara tidak langsung akan berpengaruh pada pemilihan kualitas informasi dan pemilihan jenis media yang tepat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Suara Merdeka sebagai pelopor surat kabar di kota Semarang terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk tetap bertahan dalam persaingan antar media. Faktor apakah yang membuat Suara Merdeka tetap eksis? Loyalitas dari pembacakah? Apakah dengan banyaknya kemunculan situs berita *online* mempengaruhi loyalitas pembaca Suara Merdeka? Kemudian, bagaimanakah dengan tingkat pendidikan, apakah turut mempengaruhi loyalitas pembaca Suara Merdeka?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas konsumsi berita *online* terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka dan mengetahui hubungan antara tingkat pendidikan terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe *explanatory* dengan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* yang mengambil 100 responden. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode statistik Korelasi *Rank Kendall's Tau* (τ). Teknik ini digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara data ordinal dan data ordinal lainnya.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang rendah antara intensitas konsumsi berita *online* terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka dan tidak terdapat korelasi antara tingkat pendidikan terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka. Loyalitas sebagian besar pembaca Suara Merdeka tidak terpengaruh dengan tingginya tingkat intensitas konsumsi berita *online* maupun tingginya tingkat pendidikan pembaca. Ada pun loyalitas yang tinggi dari pembaca disebabkan oleh adanya rasa percaya terhadap merek (aspek kognitif), komitmen terhadap merek (aspek afektif), cenderung menggunakan merek yang sama dimasa yang akan datang (aspek konatif), serta pembelian ulang/berlangganan terhadap merek dan merekomendasikan merek kepada pihak lain (aspek perilaku).

Kata kunci: intensitas, tingkat pendidikan, loyalitas

ABSTRACT

Title: The Relationship Between The Intensity of Consumption of Online News and Education Levels Towards Of The Readers Suara Merdeka Daily Loyalty

The entry of the Internet era to make changes in media consumption patterns, changes in question is the more rapid delivery of news which knows no bounds. In contrast, the development of print media decline, the cause is a shift of consumption patterns of consumers of print media to the media using the internet as a means of getting news and information is more current. The diversity of public education will indirectly affect the selection of information quality and selection of appropriate media to meet the information needs. Suara Merdeka as the pioneer newspaper in the city of Semarang continue to adapt to developments in technology to stay afloat in the competition among media. What factors make Suara Merdeka still exist? Whether the loyalty of readers? Does the emergence of many online news sites affecting Suara Merdeka reader loyalty? Then, what about the level of education, are also affecting Suara Merdeka reader loyalty?

The purpose of this study was to determine the relationship between the intensity of consumption of online news towards of loyalty readers Suara Merdeka Daily and know the relationship between level of education towards of the readers Suara Merdeka Daily loyalty. Type of study is a type of explanatory approach to quantitative research methods. While the sampling technique with probability sampling method that took the 100 respondents. Testing the hypothesis in this study uses statistical methods Kendall's Tau rank correlation (τ). This technique is used to find the correlation coefficient between the data ordinal data and other ordinal.

The study findings suggest that there is low correlation between the intensity of consumption of online news towards of loyalty readers Suara Merdeka Daily and there is no correlation between level of education towards of the readers Suara Merdeka Daily loyalty. The loyalty of Suara Merdeka most readers are not affected by the high level of intensity of online news consumption and high levels of readers. There was a high loyalty of readers due to the presence of trust towards the brand (cognitive aspect), commitment to the brand (affective aspects), tend to use the same brand in the future (conative aspect), as well as repeat purchase / subscribe to the brand and recommend the brand to another party (behavioral aspects).

Keywords: intensity, education levels, loyalty

SUMMARY SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS KONSUMSI BERITA ONLINE
DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP LOYALITAS PEMBACA
SURAT KABAR CETAK SUARA MERDEKA**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**



**Tantra W Wardhana
D2C 308017**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2012**

BAB I

PENDAHULUAN

Media massa hadir memberikan informasi pada masyarakat setiap harinya dan di perkembangan media massa di Indonesia sangat pesat. Masuknya era internet membuat perubahan pada pola konsumsi media, perubahan yang dimaksud adalah semakin cepatnya pengiriman berita yang tidak mengenal batas. Sebaliknya, perkembangan media cetak mengalami penurunan, penyebabnya adalah beralihnya pola konsumsi konsumen dari memakai media cetak ke media internet sebagai sarana mendapatkan berita maupun informasi yang lebih aktual.

Beragamnya tingkat pendidikan masyarakat secara tidak langsung akan berpengaruh pada pemilihan kualitas informasi dan pemilihan jenis media yang tepat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Suara Merdeka sebagai pelopor surat kabar di kota Semarang terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk tetap bertahan dalam persaingan antar media.

Faktor apakah yang membuat Suara Merdeka tetap eksis? Loyalitas dari pembacakah? Apakah dengan banyaknya kemunculan situs berita *online* mempengaruhi loyalitas pembaca Suara Merdeka? Kemudian, bagaimanakah dengan tingkat pendidikan? Apakah turut mempengaruhi loyalitas pembaca Suara Merdeka?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas konsumsi berita *online* terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka dan tingkat pendidikan terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory* dengan pendekatan metode *probability sampling* dengan mengambil 100 responden. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode statistik Korelasi *Rank Kendall's Tau*. Teknik ini digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara data ordinal dan data ordinal lainnya.

BAB II

PROFIL PT. SUARA MERDEKA PRESS SEMARANG

PT. Suara Merdeka Press merupakan salah satu penerbit surat kabar tertua di Indonesia yang lahir pada tanggal 11 Februari 1950 setelah era kemerdekaan dengan misi memperdengarkan suara rakyat yang baru merdeka dan pada mulanya menggarap pasar sekitar wilayah Semarang dan sekitar sebanyak 5000 eksemplar.

Awalnya, Suara Merdeka merupakan koran perjuangan. Namun setelah berkembang selama 25 tahun, kesadaran pada fenomena baru harus dimunculkan. Orientasi akan produk Suara Merdeka ditanam menjadi orientasi pasar tanpa mengabaikan idealisme awal. Pemakaian teknologi bukan hanya sebagai alat pengganda, namun juga menjadi alat proses percepatan dan perkembangan. Penggunaan mesin cetak semakin hari membuat Suara Merdeka semakin berkembang tidak hanya pada jumlah eksemplar saja, melainkan wilayah pemasaran sampai pada Pulau Jawa.

Suara Merdeka telah menjadi surat kabar daerah yang memiliki loyalitas karena dalam penyampaian isi Suara Merdeka tetap memperhatikan aspek daerah pembaca yang meliputi sebagian besar daerah di Jawa Tengah. Namun hal tersebut bukan berarti bahwa Suara Merdeka telah menjadi satu-satunya penguasa pasar. Salah satu kompetitornya adalah Jawa Pos Grup yang merupakan jaringan surat kabar terbesar di Indonesia dan turut memasarkan suara kabar harian di daerah Jateng.

Selain Jawa Pos Grup, kompetitor lain adalah Solo Pos dari Solo dan Kedaulatan Rakyat dari Yogyakarta. Namun tingkat persaingan keduanya tidak lebih ketat dibanding persaingan dengan Jawa Pos Grup. Sebagai alternatif dari persaingan, Suara Merdeka merambah bisnis lainnya dibidang media massa lain seperti Otopspeed, Cempaka, Olga, Wawasan dan Suara Sakti FM. Selain itu, masuknya periode internet menuntut Suara Merdeka untuk ikut beradaptasi dan lahirlah Suara Merdeka CyberNews sebagai bentuk digital dari surat kabar Suara Merdeka.

BAB III
HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS KONSUMSI BERITA ONLINE DAN TINGKAT
PENDIDIKAN TERHADAP LOYALITAS PEMBACA SURAT KABAR CETAK SUARA
MERDEKA

Setelah dilakukan penelitian terhadap 100 responden di Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, selanjutnya akan diuraikan beberapa temuan penelitian mengenai intensitas konsumsi berita online dan tingkat pendidikan terhadap loyalitas pembaca surat kabar Suara Merdeka. Beberapa temuan antara lain :

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dari responden perempuan yaitu sebesar 54%.

2. Usia

Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi pada usia responden. Persentase tertinggi yaitu 77% ditempati oleh responden dengan kisaran usia 21-30 tahun, dimana rentang usia tersebut merupakan rentang usia produktif yang secara psikologis dianggap mampu mengambil keputusan termasuk dalam mengisi kuesioner.

3. Jenis Pekerjaan

Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi jenis pekerjaan. Sebanyak 53% responden memiliki jenis pekerjaan swasta dan persentase pada jenis pekerjaan ini merupakan persentase tertinggi.

B. Intensitas Konsumsi Berita Online

1. Waktu Luang untuk Membaca Berita Online dalam Sehari

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 39% responden tidak terlalu banyak meluangkan waktu untuk membaca berita online, dapat dikatakan bahwa frekuensi responden mengakses berita online dipengaruhi oleh ada tidaknya waktu luang yang dimiliki.

2. Frekuensi Konsumsi Berita Online dalam Sehari

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 44% responden memiliki frekuensi yang tidak terlalu banyak dan cenderung biasa saja dalam mengakses berita online dalam kesehariannya.

3. Aktifitas Lain saat Membaca Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 44% responden menyatakan perilaku tidak terlalu fokus (adanya aktifitas lain yang dilakukan) saat mengakses berita online. 30% responden lainnya menyatakan perilaku fokus saat mengakses berita online.

4. Tingkat Perhatian

Hasil penelitian menunjukkan 50% responden memiliki tingkat perhatian yang cukup sewaktu membaca berita online.

5. Membuka Situs Lain saat Membaca Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 41% responden juga membuka situs lain disaat yang bersamaan saat membaca berita online.

6. Situs Berita Online yang Sering Diakses

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detikcom adalah situs berita online yang paling banyak dan sering diakses oleh responden, hal tersebut ditunjukkan oleh persentase sebesar 31%. Portal berita online yang juga sering diakses adalah Yahoo News (15%) dan Kompas.com (12%).

7. Motivasi dalam Mengakses Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 79% responden menyatakan bahwa motivasi utama dalam mengakses berita online adalah untuk mengetahui informasi terkini dan aktual.

8. Tingkat Ketertarikan terhadap Jenis Berita

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis berita hiburan adalah yang paling diminati oleh responden dengan persentase 15%. Jenis berita nasional dan berita dunia menempati posisi kedua dan ketiga dengan persentase masing-masing 14% dan 13%.

9. Tingkat Ketertarikan terhadap Tampilan Situs Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 62% responden sangat setuju bahwa tampilan suatu situs berita online memiliki pengaruh dalam menarik minat kunjung dan baca para responden.

10. Pengaruh Tampilan Iklan Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 49% responden setuju bahwa tampilan iklan online dalam suatu situs berita mempengaruhi minat kunjung para responden.

11. Media untuk Mengakses Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komputer dan ataupun laptop merupakan media yang digunakan oleh 52% responden. Media lain yang juga digunakan adalah ponsel yaitu sebanyak 39%

12. Paham Pengoperasian Media untuk Mengakses Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 58% responden memahami cara pengoperasian media yang digunakan untuk membaca berita online.

C. Tingkat Pendidikan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa 82% responden telah menempuh jenjang pendidikan tinggi. Ada 4 jenis tingkat pendidikan tinggi diantaranya universitas, sekolah tinggi, akademi dan institut.

D. Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

1. Lama Berlangganan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 48% responden telah berlangganan Suara Merdeka selama kurun waktu 1-3 tahun.

2. Perilaku Sebelum Berlangganan Suara Merdeka

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 48% responden memilih Suara Merdeka ketika memutuskan untuk berlangganan suatu surat kabar untuk pertama kali.

3. Perilaku Sesudah Berlangganan Suara Merdeka

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 72% menyatakan akan tetap berlangganan harian Suara Merdeka sebagai surat kabar yang dikonsumsi.

4. Pembaca Membaca Keseluruhan Isi Suara Merdeka

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 45% responden tidak membaca keseluruhan isi dari Suara Merdeka dan cenderung membaca informasi yang diminati atau informasi yang bersal dari daerah masing-masing.

5. Rekomendasi Pembaca pada Orang Lain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57% responden telah merekomendasikan harian Suara Merdeka kepada orang-orang disekitar mereka yang belum berlangganan suatu surat kabar harian.

6. Rekomendasi Pembaca pada Pembaca Surat Kabar Lain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57% responden menyatakan telah merekomendasikan harian Suara Merdeka kepada orang-orang disekitar mereka yang berlangganan surat kabar harian lain.

7. Komitmen Pembaca

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 69% responden menyatakan akan tetap memilih harian Suara Merdeka Sebagai media cetak yang dikonsumsi setiap hari.

E. Tabulasi Silang

1. Hubungan antara Intensitas Konsumsi Berita Online terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

Tabulasi memperlihatkan bahwa tingkat intensitas konsumsi berita online yang rendah (60%), tinggi (68%), dan sangat tinggi (60%) berada pada loyalitas yang tinggi. Hal tersebut berarti bahwa untuk setiap tingkat intensitas konsumsi berita online memiliki tingkat loyalitas yang sama.

2. Hubungan antara Tingkat Pendidikan terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

Tabulasi memperlihatkan bahwa tingkat pendidikan menengah (66,7%) maupun tinggi (63,4%) berada pada loyalitas yang tinggi. Hal tersebut berarti bahwa untuk setiap tingkat pendidikan memiliki tingkat loyalitas yang sama.

BAB IV

UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN ANALISIS

Dalam bab ini disajikan analisa hasil perhitungan statistik dan pembahasan untuk menguji korelasi antara Hubungan antara Intensitas Konsumsi Berita Online (X_1) dan Tingkat Pendidikan (X_2) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y). Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan metode *Rank Kendall*. Adapun ketentuan dari hasil uji statistik mengenai signifikansi adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hubungan dinyatakan signifikan, Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hubungan dinyatakan tidak signifikan, Hipotesis Nol (H_0) diterima dan Hipotesis Alternatif (H_a) ditolak.

A. Hubungan antara Intensitas Konsumsi Berita Online terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Rank Kendall*, diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai tersebut kurang dari 0,05, maka hubungan dinyatakan signifikan. Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan, namun terdapat koefisien korelasi Tingkat Intensitas Konsumsi Berita Online (X_1) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y) yang rendah yaitu sebesar 0,268. Dengan demikian, secara statistik hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan negative antara Intensitas Konsumsi Berita Online (X_1) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y) tidak dapat diterima.

B. Hubungan antara Tingkat Pendidikan terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Rank Kendall*, diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,740. Karena nilai tersebut lebih dari 0,05, maka Hipotesis Nol (H_0) diterima dan Hipotesis Alternatif (H_a) ditolak, serta terdapat koefisien korelasi Tingkat Pendidikan (X_2) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y) yang sangat lemah yaitu sebesar -0,032. Dengan demikian, secara statistik

hipotesis yang menyatakan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Tingkat Pendidikan (X_2) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y) tidak dapat diterima.

C. Analisa Intensitas Konsumsi Berita Online dan Tingkat Pendidikan terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka

Berdasarkan hasil di atas dari variabel Intensitas Konsumsi Berita Online (X_1) dan Tingkat Pendidikan (X_2) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y), menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang rendah antara Intensitas Konsumsi Berita Online terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka dan tidak terdapat korelasi antara Tingkat Pendidikan terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka.

Namun hasil penelitian ini tidak membuktikan adanya penurunan konsumsi media cetak walaupun intensitas konsumsi berita online cukup tinggi. Hal tersebut berkaitan dengan loyalitas konsumen pada suatu merek. Dalam hal ini responden yang merupakan pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka berada dalam tingkatan *committed buyer*. Tingkatan tersebut merupakan tingkatan tertinggi dimana konsumen dinilai memiliki kesetiaan terhadap suatu produk dan memiliki kebanggaan ketika menggunakan produk tersebut. Faktor kedekatan juga menjadi pemersatu antara merek produk dengan pembaca, dalam hal ini adalah dekatnya Suara Merdeka yang berlokasi di Jawa Tengah dengan para pembacanya yang mayoritas berasal dari Jawa Tengah.

BAB V

PENUTUP

Dari hasil penelitian Hubungan antara Intensitas Konsumsi Berita Online (X_1) dan Tingkat Pendidikan (X_2) terhadap Loyalitas Pembaca Surat Kabar Cetak Suara Merdeka (Y), dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat korelasi yang rendah antara intensitas konsumsi berita online terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka. Tingginya intensitas konsumsi berita online tidak mempengaruhi loyalitas sebagian besar pembaca.
2. Tidak terdapat korelasi antara tingkat pendidikan terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka. Tingginya tingkat pendidikan tidak mempengaruhi loyalitas sebagian besar pembaca.
3. Tidak terbuktinya hipotesis awal yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan negatif antara intensitas konsumsi berita online terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka dan hubungan positif antara tingkat pendidikan terhadap loyalitas pembaca surat kabar cetak Suara Merdeka. Hal tersebut disebabkan oleh adanya loyalitas yang tinggi terhadap surat kabar cetak Suara Merdeka.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Biagi, Shierley. 2010. Media/Impact: Pengantar Media Massa. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, Stephen W. 2009. Teori Komunikasi (Edisi 9). Jakarta: Salemba Humanika.
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Andi Offset.
- West, Richard. 2008. Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zinkan, G., E. Arnold & L. Price. 2005. Consumer 2nd ed. Singapore: McGraw-Hill/Irwin.

Jurnal

- Cahaya, Kamil. 2005. Pola Perkembangan Media Cetak Indonesia 1990-2000. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 5.
- Dinarty SH Manurung, 2009, "Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati", Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Felix, K. 2007. Pengaruh Pendidikan dalam Dunia Kerja. Jurnal Psikologi Vol. 3 No. 2.
- Hammond, K. & M. D. Uncles. 2008. Consumer Loyalty and Consumer Loyalty Programs. Journal of Consumer Marketing. Vol. 20 No. 4.

Seminar

- Sularto, St. 2011. Tantangan Manajemen Industri Media Cetak di Era Konvergensi – Kuliah Umum Magister Ilmu Komunikasi Undip. 17 Maret 2011

Internet

Echnusa. 2009. Daftar Jumlah Pengguna Internet Dunia 1995-2008.

<http://nusantaranews.wordpress.com/2009/02/28/daftar-jumlah-pengguna-internet-dunia-1995-2008/>

Tanggal akses: 10 Juni 2011, 06. 55 WIB.

Konsumsi Media Cetak Turun 30 Persen. 2009.

http://rol.republika.co.id/berita/57734/Konsumsi_Media_Cetak_Turun_30_Persen

Tanggal akses: 10 Juni 2011, 07.17 WIB.

Maruli, Aditia. 2010. Indonesia Urutan Lima Pengguna Internet.

<http://www.antaraneews.com/berita/1283791173/indonesia-urutan-lima-pengguna-internet>

Tanggal Akses: 9 Juni 2011, 23.50 WIB.

Multimedia Tak Akan Matikan Media Cetak. (2008).

<http://pelajarsmart.blogspot.com/2008/01/perkembangan-multimedia.html>

Tanggal akses: 10 Juni 2011, 03.11 WIB.

Suryadi, Ardhi. 2010. Pengguna Internet Indonesia Capai 45 Juta.

<http://us.detikinet.com/read/2010/06/09/121652/1374756/398/pengguna-internet-indonesia-capai-45-juta>

Tanggal akses: 9 Juni 2011, 23.47 WIB.