

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi mengakibatkan munculnya beragam jenis media komunikasi. Sayangnya, kajian-kajian mengenai pilihan media publik, khususnya dalam komunikasi masyarakat dengan pemerintah masih sangat terbatas. Padahal, informasi tersebut amat penting bagi perbaikan dan pengembangan pelayanan publik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dua hal, yakni (1) media yang dipilih oleh publik untuk berinteraksi dengan pemerintah, serta (2) faktor-faktor yang menentukan pilihan media tersebut. Berdasarkan telaah pustaka, terdapat tiga faktor penentu pilihan media yang diidentifikasi, yakni tingkat kekayaan media (TKM), serta gender dan pendidikan. Faktor yang pertama diuji dengan Teori Kekayaan Media, sedangkan kedua faktor di belakang diuji dengan Teori Kehadiran Sosial.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei, dengan kuisioner sebagai instrumen penelitian. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih responden, dimana sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa/i angkatan 2011 – 2016 yang tengah berkuliah di DKI Jakarta (N = 339). Sejumlah analisis statistik digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian, di antaranya statistik deskriptif, analisis korelasi, analisis regresi, serta uji F dan uji T.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan media yang paling banyak dipilih oleh responden (40,1%), disusul oleh *website* (25,7%) dan email (16%). Terdapat korelasi yang signifikan antara gender, pendidikan, dan TKM dengan pilihan media responden ($p < .05$). Model regresi yang digunakan juga signifikan ($p = .000$), dimana diketahui bahwa gender, pendidikan, dan TKM merupakan faktor yang menjelaskan 23% dari pilihan media responden. Adapun, hasil uji T dan uji F membuktikan bahwa seluruh hipotesis alternatif (H_1 , H_2 , H_3 , dan H_4) diterima, sedangkan H_0 ditolak.

Data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden penelitian memahami perbedaan-perbedaan karakteristik media, serta implikasinya terhadap efektivitas proses komunikasi.

Kata kunci: pilihan media, komunikasi masyarakat dengan pemerintah, teori kekayaan media, teori kehadiran sosial

ABSTRACT

Rapid advancements in communications technology posit a new potential for users: the ability to use various communications medium. However, academic research on media choice — especially in the field of citizen and government communications — remains scarce; whereas understanding it is imperative for the betterment of public services.

Therefore, this research aims to answer two questions: (1) to know the public's media choice in citizen and government communication, and (2) to know the factors that determine their media choice. Based on a literature review, three factors were identified to be tested, which are media richness, gender, and education. The first factor was tested with the Media Richness Theory, whereas the last two factors were tested with the Social Presence Theory.

The data was gathered by using surveys. Purposive sampling was employed to determine the respondents, which are college students (batch 2011 – 2016) who are currently undergoing their studies in universities at DKI Jakarta (N = 339). Statistical analysis such as descriptive statistics, correlations and regressions, and the F-test and T-test were conducted to answer the research questions.

Results indicate that social media is the most common medium used by respondents to interact with their municipal government (40,1%), followed by websites (25,7%) and email (16%). A significant correlation ($p < .05$) exists between the three independent variables.

Furthermore, the regression model used was also highly significant ($p = .000$), with an R^2 of .229. Therefore, media richness, gender, and education are factors that contribute 23% to the variance of media choice. Finally, results of the T-tests and F-tests prove that all the alternate hypotheses (H_1 , H_2 , H_3 , and H_4) are accepted, whereas the H_0 is rejected.

Overall, the data analysed shows that respondents have a fair understanding of the different degrees of channel characteristics, and its implications on the effectivity of communication processes.

Keywords: media choice, citizen and government communication, media richness theory, social presence theory