



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keinginan
Mengunjungi Kembali Pada *Website* Tribun Jabar**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Oleh

Sharikka Kintani Jasmine Tandara

6081901133

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keinginan
Mengunjungi Kembali Pada *Website* Tribun Jabar**

Skripsi

Oleh

Sharikka Kintani Jasmine Tandara

6081901133

Pembimbing

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Sharikka Kintani Jasmine Tandara
Nomor Pokok : 6081901133
Judul : Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keinginan Mengunjungi Kembali Pada *Website* Tribun Jabar

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 19 Januari 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: _____

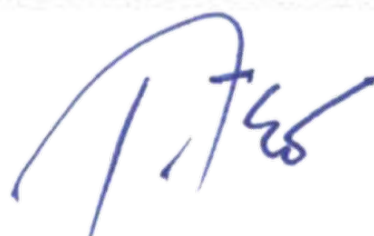

Sekretaris
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: _____


Anggota
Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.:

: _____


Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sharikka Kintani Jasmine Tandara
NPM : 6081901133
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keinginan
Mengunjungi Kembali Pada *Website* Tribun Jabar

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Januari 2023



Sharikka Kintani Jasmine Tandara

ABSTRAK

Nama : Sharikka Kintani Jasmine Tandara

NPM : 6081901133

Judul : Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keinginan Mengunjungi Kembali Pada *Website* Tribun Jabar

Fenomena perkembangan teknologi yang kian pesat turut mengubah berbagai lini kehidupan masyarakat tak terkecuali cara mengonsumsi informasi. Hal tersebut ditunjukkan melalui banyaknya perusahaan koran konvensional yang melakukan transisi menuju koran *online* yang sekaligus membuat popularitas koran *online* meningkat dan perlahan-lahan menggeser posisi koran konvensional sebagai cara memperoleh berita paling umum. Tribun Jabar merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan berita konvensional yang memulai bisnisnya di sektor koran konvensional yang kini memperluas bisnisnya ke koran *online*. Produk koran online yang dimiliki Tribun Jabar berbentuk *website* dengan tautan *Tribunjabar.id*. Di tengah era *website* koran tersebut, *traffic* menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh perusahaan. *Traffic* sendiri dilihat dari intensitas pengunjung dalam mengunjungi sebuah *website*. Melalui penelitian terdahulu, kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap keinginan mengunjungi kembali. Maka dari itu, penulis ingin mengetahui apakah kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap keinginan mengunjungi kembali pada *website* Tribun Jabar.

Pada penelitian ini, empat aspek kualitas informasi yang digunakan adalah *completeness* (kelengkapan), *format* (format), *accuracy* (keakuratan), dan *currency* (kekinian). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah total 100 responden. Data dari responden tersebut kemudian diolah untuk diujikan ke uji-uji seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi dapat mempengaruhi keinginan mengunjungi kembali pada *website* Tribun Jabar. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien regresi linear sederhana yang menunjukkan hasil positif. Maka dari itu, jika kualitas informasi tinggi, maka keinginan untuk mengunjungi kembali pada *website* Tribun Jabar pun akan tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran dari penulis yaitu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas kelengkapan informasi milik *website* Tribun Jabar serta mencari tahu lebih lanjut mengenai keinginan para pengunjung agar *website* Tribun Jabar dapat menjadi favorit banyak orang.

Kata kunci: *Kualitas Informasi, Keinginan Mengunjungi Kembali*

ABSTRACT

Name : Sharikka Kintani Jasmine Tandara

NPM : 6081901133

Title : *The Effect of Information Quality on the Desire to Revisit the Tribun Jabar Website*

The phenomenon of increasingly rapid technological developments has changed various lines of people's lives, including the way of consuming information. This is shown by the fact that many conventional newspaper companies are making the transition to online newspapers, which increased the popularity of online newspapers and has slowly shifted the position of conventional newspapers as the most common way of obtaining news. Tribun Jabar is one of the many conventional news companies that started their business in the conventional newspaper sector which is now expanding its business to online newspapers. The online newspaper product owned by Tribun Jabar is in the form of a website with the link Tribunjabar.id. In the midst of the newspaper website era, traffic became one of the things the company considered. Traffic itself is seen from the intensity of visitors in visiting a website. Through previous research, the quality of information has an influence on the intention to revisit. Therefore, the author wants to know whether the quality of information has an influence on the desire to revisit the Tribun Jabar website.

In this study, four aspects of information quality were completeness, format, accuracy and currency. This study used a quantitative method with a questionnaire data collection technique. Respondents in this study totaled 100 respondents. The data from the respondents then processed to be tested on tests such as validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, correlation test, coefficient of determination, t test, and simple linear regression.

The results of this study indicate that the quality of information can affect the desire to revisit the Tribun Jabar website. This can be seen from the results of the simple linear regression coefficient which shows positive results. This means that if the quality of the information is high, then the desire to revisit the Tribun Jabar website will also be high.

Based on the results of the research conducted, the author's suggestion is to maintain or even improve the quality of the completeness of the information on the Tribun Jabar website and find out more about the wishes of visitors so that the Tribun Jabar website can become a favorite of many people.

Keywords: *Information Quality, Revisit Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keinginan Mengunjungi Kembali Pada *Website* Tribun Jabar” sebagai salah satu syarat untuk menempuh jenjang pendidikan S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, yaitu Alm. Bapak Yogi Tandara dan Ibu Tanti Sri Lestari serta adik kandung Kalyca Lathissha Tandara yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, dan kasih sayang secara materil maupun non-materil kepada penulis.
2. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
3. Ibu Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan serta dukungan kepada penulis sejak awal penulisan hingga pada berakhirnya skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang senantiasa memberikan ilmu, pengetahuan, dan wawasan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
5. Pihak Tribun Jabar khususnya Bapak Diky Hadian selaku *Advertising Manager* yang telah memberikan kesempatan bagi penulis dengan bersedia meluangkan waktu, izin, serta bantuan untuk dapat melakukan penelitian hingga skripsi ini selesai.
6. Muthi Audreyla Noermandhiastari Rahadyan selaku partner berdiskusi selama penulisan skripsi sekaligus sebagai sahabat yang selalu memberikan bantuan, semangat, serta canda tawa selama di bangku perkuliahan.
7. Vilia, Getha, Sheren, Febianne, Febianna, Alifia, Nanda, Rizkia, Reysha, Prilly, dan Tio selaku sahabat peneliti di bangku perkuliahan yang kerap membantu sekaligus memberikan semangat selama penulisan skripsi.
8. Brigita Diva, Mayrin Anbar, Denisa Nadhifa, dan Rifani Marsyah selaku sahabat peneliti selama masa sekolah yang sedari awal kerap memberikan semangat, dukungan, dan canda tawa.
9. Seluruh pihak yang terlibat selama proses penulisan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, maupun perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian dalam menambah wawasan

mengenai pengaruh kualitas informasi terhadap keinginan mengunjungi kembali pada *website* berita *online*.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
2.1 Teori dan Konsep.....	11
2.1.1 Kualitas Informasi Dalam Pemasaran.....	11
2.1.2 Kualitas Informasi Pada <i>Online News</i>	13
2.1.3 Keinginan Mengunjungi Kembali.....	17
2.2 Metodologi.....	19
2.2.1 Jenis penelitian.....	19
2.2.2 Model penelitian dan hipotesis.....	20
2.2.3 Metode penelitian.....	20
2.2.4 Jenis data dan teknik pengumpulan data.....	21
2.2.5 Populasi dan Sampel.....	22
2.2.6 Teknik Sampling.....	23
2.2.7 Variabel operasional.....	24
2.2.8 Skala pengukuran.....	27
2.2.9 Uji validitas.....	28
2.2.10 Uji reliabilitas.....	29
2.2.11 Analisis deskriptif.....	29
2.2.12 Uji normalitas.....	30
2.2.13 Uji heterokedastisitas.....	30
2.2.14 Uji korelasi.....	31
2.2.15 Koefisien determinasi.....	31
2.2.16 Uji t.....	32
2.2.17 Uji regresi linear sederhana.....	33
BAB III.....	34
3.1 Hasil.....	34
3.2 Pembahasan Hasil.....	34
3.2.1 Uji validitas.....	34

3.2.2 Uji reliabilitas.....	37
3.2 Gambaran Responden	38
3.3 Analisis Deskriptif.....	42
3.2.3 Uji Normalitas.....	61
3.2.4 Uji Heterokedastisitas	63
3.2.4 Regresi Linear Sederhana.....	70
3.2.5 Analisis Koefisien Korelasi	51
3.2.6 Koefisien Determinasi	51
3.2.7 Uji t.....	51
3.3 Temuan.....	72
<i>BAB IV</i>	75
4.1 Kesimpulan	75
4.2 Saran.....	76
4.3 Implikasi	77
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	78
<i>LAMPIRAN</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak	5
Gambar 1.2 Logo Tribun Jabar	7
Gambar 1.3 Tampilan <i>Website</i> Tribun Jabar	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 2.2 Rumus Sampel Lemeshow	21
Gambar 3.1 Grafik P-Plot	62
Gambar 3.2 Grafik Uji Heterokedastisitas	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Predikator Kualitas Informasi	14
Tabel 2.2 Variabel Operasional	22
Tabel 2.3 Skor Skala Likert	26
Tabel 2.4 Tabel Interpretasi	28
Tabel 2.5 Interpretasi Koefisien Korelasi	29
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keinginan Mengunjungi Kembali	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	36
Tabel 3.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 3.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 3.6 Profil Responden Berdasarkan Domisili	39
Tabel 3.7 Waktu Terakhir Kali Mengunjungi Website Tribun Jabar	39
Tabel 3.8 Seberapa Sering Anda Mengunjungi Website Tribun Jabar	40
Tabel 3.9 Website Tribun Jabar Selalu Menyediakan Berita Secara Lengkap	41
Tabel 3.10 Website Tribun Jabar Menyediakan Berita Dengan Cakupan Luas	42
Tabel 3.11 Website Tribun Jabar Menyediakan Informasi yang Saya Butuhkan Mengenai Berita Terkini	43
Tabel 3.12 Kategori Dimensi Completeness	44
Tabel 3.13 Website Tribun Jabar Memberitakan Informasi yang Benar	45
Tabel 3.14 Informasi yang Saya Peroleh Dari Website Tribun Jabar Untuk Berita Bebas Dari Kesalahan	46
Tabel 3.15 Informasi yang Diberikan oleh Website Tribun Jabar Selalu Akurat	47
Tabel 3.16 Kategori Dimensi Accuracy	47
Tabel 3.17 Website Tribun Jabar Menyediakan Informasi Dengan Bentuk Yang Baik	48

Tabel 3.18 Website Tribun Jabar Menampilkan Informasi Dengan Tata Letak Yang Baik	49
Tabel 3.19 Informasi yang Saya Baca di Website Tribun Jabar Tampil Secara Jelas di Layar	50
Tabel 3.20 Kategori Dimensi Format	51
Tabel 3.21 Website Tribun Jabar Selalu Tercepat Dalam Memberitakan Informasi Terkini	52
Tabel 3.22 Website Tribun Jabar Selalu Menjadi yang Terdepan Dalam Memberitakan Kejadian/peristiwa Terkini	53
Tabel 3.23 Informasi dari Website Tribun Jabar Selalu Up to Date	54
Tabel 3.24 Kategori Dimensi Currency	55
Tabel 3.25 Website Tribun Jabar Merupakan Situs Berita Pilihan Pertama Saya Ketika Saya Perlu Membaca Berita	55
Tabel 3.26 Saya Suka Menggunakan Website Tribun Jabar	56
Tabel 3.27 Bagi Saya Website Tribun Jabar Adalah Situs Berita Terbaik Untuk Membaca Berita Terkini	57
Tabel 3.28 Saya Yakin Website Tribun jabar Adalah Situs Web Portal Berita Favorit Saya	58
Tabel 3.29 Kategori Variabel Keinginan Mengunjungi Kembali	59
Tabel 3.30 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 3.31 Hasil Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 3.32 Hasil Regresi Linear Sederhana	65
Tabel 3.33 Koefisien Korelasi X-Y	67
Tabel 3.34 Interpretasi Koeisien Korelasi	67
Tabel 3.35 Koefisien Determinasi	68
Tabel 3.36 Hasil Uji t	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

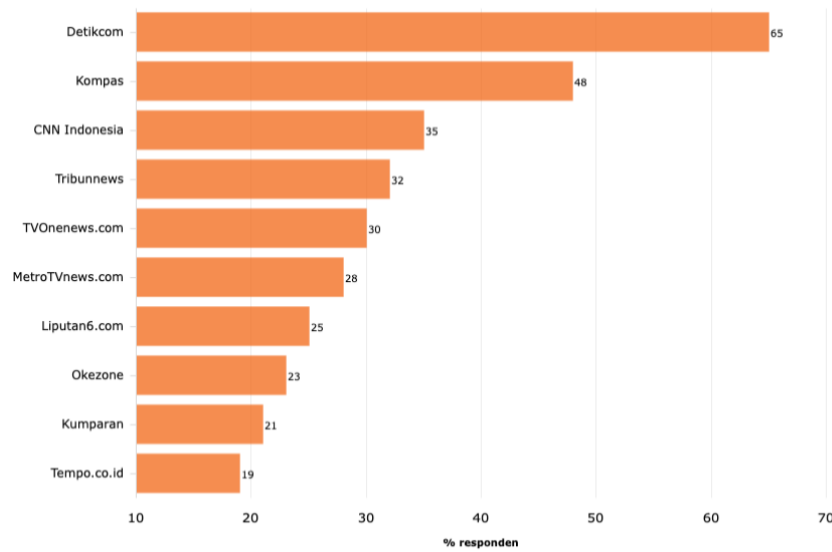
Fenomena perkembangan teknologi *digital* sejatinya telah merevolusi setiap lini kehidupan masyarakat di berbagai bidang kehidupan. Banyaknya perubahan yang terjadi kerap didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi dan internet. Dampak dari internet tersebut telah mengubah wajah aktivitas maupun bisnis tertentu yang ditandai dengan adanya teknologi maupun inovasi bisnis digital pada hal-hal tertentu. Perubahan tersebut berlangsung dengan cepat, sehingga menuntut masyarakat untuk senantiasa beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis yang pada akhirnya turut mengubah pola dan gaya hidup masyarakat. Banyak kegiatan atau cara yang kemudian mengalami pergeseran tren dari penggunaan media konvensional ke media *digital*. Contohnya cara mengonsumsi informasi, dimana dahulu media cetak berupa koran, majalah, dan brosur menjadi media informasi yang paling banyak tersebar di khalayak umum. Media cetak juga menjadi cara untuk memperoleh informasi paling umum dan paling tua diantara media massa lainnya. Kemudian secara perlahan, muncul media elektronik dengan sistem audio seperti radio dan televisi yang lebih modern. Lalu kini, keduanya seolah-olah dirajai oleh kemunculan media dengan sistem online dengan kemunculan perangkat digital seperti ponsel, komputer, dan laptop yang dapat dengan mudahnya mengakses saluran internet.

Kemunculan media digital kian menggerus eksistensi media cetak yang makin hari makin meredup. Media digital dianggap mampu menghadirkan fasilitas yang canggih dan lebih cepat dalam memperoleh informasi karena media digital merupakan hasil dari inovasi dan implementasi teknologi *digital*. Sebut saja koran, sebagai media cetak yang paling populer sekaligus paling banyak beredar di masyarakat yang kini berubah mulai ditinggalkan akibat majunya teknologi media. Di Indonesia, sebuah survey yang dilakukan oleh Nielsen pada tahun 2017 menunjukkan bahwa koran menempati urutan kelima sebagai media yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dibawah televisi, media luar ruang, internet, dan radio (Romadhoni, 2018). Berangkat dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa persaingan media massa terutama di Indonesia kini semakin ketat sehingga sektor bisnis media cetak tentunya perlu menyusun strategi untuk mempertahankan roda bisnisnya di era digital seperti sekarang ini. Menurut Flew (2002) dan Hastjarjo (2008) bahwa terdapat tiga pendorong bagi organisasi media konvensional untuk mengembangkan media digital, yaitu (1) penghematan biaya dalam menyimpan dan mendistribusikan informasi; (2) pemberian nilai tambah dari segi kuantitas maupun kualitas pada media konvensional; dan (3) kemungkinan bergesernya sistem distribusi massal kepada sistem distribusi yang berfokus kepada keinginan dan kebutuhan konsumen sebagai individu (Praditya, 2012). Ketiga alasan tersebut tentunya cukup kuat untuk mendorong sektor bisnis media cetak untuk melakukan peralihan dari media konvensional menuju ke media *digital*.

Adalah surat kabar digital, sebagai bukti dari berkembangnya teknologi digital di bidang informasi, sekaligus jawaban atas tantangan teknologi bagi industri

media cetak. Kemunculan surat kabar digital tersebut hadir dalam berbagai bentuk, seperti *electronic paper* atau *e-paper* maupun *website*. Hal yang membedakan surat kabar digital dengan surat kabar cetak yaitu surat kabar digital dapat diakses di mana saja dan kapan saja asalkan terdapat koneksi internet, sehingga suatu surat kabar digital dapat menjangkau lebih banyak pembaca lebih cepat dan lebih luas dibandingkan dengan surat kabar edisi cetak (Praditya, 2012). Hal tersebutlah yang kemudian menjadi salah satu keunggulan surat kabar *digital*, dimana sebuah berita atau informasi lebih cepat tersampaikan kepada pembaca jika dibandingkan dengan surat kabar konvensional. Dengan demikian jika terdapat berita yang dianggap penting untuk disajikan semacam *breaking news*, dapat ditampilkan dengan mudah di dalam surat kabar digital, tidak halnya pada surat kabar konvensional (Praditya, 2012). Selain itu, pembaca surat kabar digital biasanya dapat mengakses berita-berita terdahulu yang terdapat didalam arsip surat kabar digital dan membaca berita-berita terkait (berdasarkan *keywords*), jika dibandingkan membaca surat kabar konvensional yang terbit secara berkala (Praditya, 2012). Beragamnya keunggulan yang ditawarkan tersebutlah yang kemudian membuat surat kabar cetak perlahan-lahan ditinggalkan. Ditambah lagi fakta bahwa kemudahan akses internet menjadi bagian penting dari cara masyarakat mengkonsumsi berita dan pertumbuhan konsumsi *online* telah menyebabkan penurunan berita cetak (Pettersson & Söderström, 2015). Mudahnya pembaca dalam mengakses dan membaca berita melalui *website* dan semakin meningkatnya jumlah pembaca berita melalui media digital secara *online*, semakin meningkatkan pula popularitas situs-situs portal berita di internet (Praditya, 2012).

Dewasa ini, di Indonesia banyak bermunculan edisi digital atau *online* dari beberapa surat kabar populer di Indonesia. Koran Tempo, Pikiran Rakyat, Sindo, dan Tribun merupakan contoh surat kabar konvensional yang kini memiliki surat kabar versi *online*. Media-media tersebut melebarkan sayap bisnisnya dengan menghadirkan portal berita di internet dalam rangka mengikuti laju perkembangan teknologi sekaligus tetap terkoneksi dengan para pembacanya. Fenomena kemunculan banyaknya portal berita tersebut diyakini karena portal berita menjadi sumber penyedia informasi yang saat ini sedang naik daun, seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan tentunya dunia maya di dalamnya (Romadhoni, 2018). Kini, arus informasi tidak lagi dikuasai oleh lini mainstream surat kabar, tabloid, majalah, radio, dan televisi (Romadhoni, 2018). Hal tersebut kemudian dibuktikan dengan laporan dari Reuters Institute *Digital News Report 2022* melalui Databoks dimana mayoritas masyarakat Indonesia mengkonsumsi media daring sebagai sumber berita dengan persentase sebesar 88% (Pahlevi, 2022). Dari banyaknya media *online* yang bermunculan, Databoks telah merangkum sepuluh media *online* yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia per tahun 2022.



Gambar 1.1 Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak (2022)

Sumber: Databoks

Dilansir dari Reuters Institute Digital News Report 2022 melalui Databoks, Gambar 1.1 menunjukkan media daring yang dikonsumsi paling banyak dipegang oleh Detikcom di posisi pertama dengan perolehan sebanyak 65% responden. Posisi tersebut kemudian disusul oleh Kompas dan CNN Indonesia di peringkat kedua dan ketiga dengan perolehan sebesar 48% dan 35%. Tribunnews menempati posisi keempat dengan perolehan sebesar 32%. Lalu, posisi kelima diduduki oleh TVOnenews.com dengan perolehan sebesar 30%. Selanjutnya, yaitu media *online* dengan peringkat enam hingga sepuluh, mendapatkan kurang dari 30% dari jumlah keseluruhan.

Data pada Gambar 1.1 di atas juga menunjukkan bahwa terlepas dari ketersediaan portal berita *online* yang luas dan fluktuasi frekuensi kunjungan, sedikit yang diketahui mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

pembaca (Toma et al., 2018). Terkait dengan hal tersebut, Wixom dan Todd (2005) menyatakan bahwa kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna (Toma et al., 2018, 343). Menurut Nelson et al., Wixom dan Todd, dan Xu et al., seperti dikutip oleh Toma et al. (2018), kualitas informasi terdiri dari aspek-aspek seperti, *completeness, format, accuracy, dan currency*. Selain itu, menurut McKinney et al., (2002) seperti dikutip oleh Kabadayi & Gupta (2011), kualitas informasi yang baik meningkatkan kepuasan pembaca dengan pengalaman *online*. Pemahaman mengenai kepuasan pembaca akan membantu untuk mendapatkan wawasan yang lebih banyak mengenai fenomena niat pembaca untuk mengunjungi kembali (Toma et al., 2018). Niat mengunjungi kembali pembaca menyiratkan bahwa konten situs web cukup kuat untuk membuat konsumen kembali (Kabadayi & Gupta, 2011). Membuat pengunjung mengunjungi web kembali sangat penting untuk menciptakan loyalitas yang kuat sehingga dapat meningkatkan keuntungan finansial dari penjualan iklan atau sponsor (Kabadayi & Gupta, 2011). Maka dari itu, pemangku kepentingan surat kabar *online* perlu fokus untuk meningkatkan kunjungan ke situs *web* mereka yang akan membantu mereka menarik iklan *online* dari berbagai organisasi (Toma et al., 2018). Peningkatan iklan *online* menjadi penting karena iklan merupakan sumber pendapatan utama pada portal berita *online* dimana angkanya bergantung pada jumlah pengunjung yang dapat ditarik.

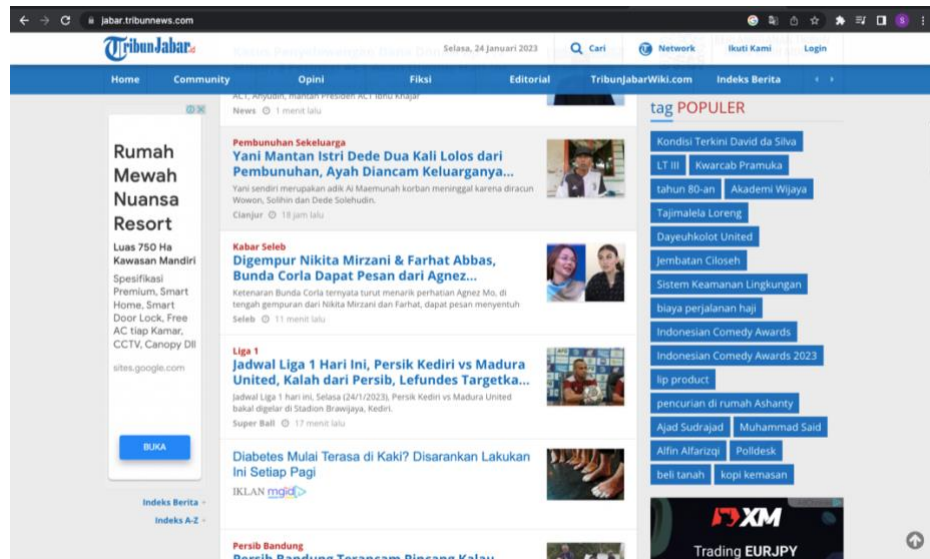
Untuk menarik jumlah kunjungan pada sebuah *website*, sejumlah surat kabar *online* akhirnya bersaing dengan surat kabar lainnya dengan menghadirkan beragam kelebihan dan keunikannya tersendiri. Dari sejumlah surat kabar online yang ada, terdapat satu media *online* berskala nasional yang memiliki keunikan

berupa banyaknya kanal berita daerah yang dimiliki. Media online yang dimaksud yaitu Tribun Network yang memiliki lebih dari 23 kanal berita *online* daerah yang tersebar luas di Indonesia, seperti Tribun Jabar, Tribun Aceh, Tribun Medan, Tribun Papua, dan masih banyak lagi. Tribun Network melalui portal beritanya, yaitu Tribunnews, berhasil menempati posisi keempat pada media *online* yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia berdasarkan data pada Gambar 1.1.



Gambar 1.2 Logo *Website* Tribun Jabar

Khususnya Tribun Jabar, sebagai bagian dari Tribun Network yang merupakan salah satu surat kabar tersohor di Jawa Barat. Tribun *Network* sendiri menerbitkan Tribun Jabar untuk pertama kalinya pada tahun 2005 di Bandung dan hingga saat ini versi cetaknya masih diterbitkan di sebagian provinsi Jawa Barat. Namun, seiring berkembangnya zaman, muncul media *online* Tribun Jabar dengan nama *Tribunjabar.id* yang masih terintegrasi dengan *website* Tribunnews.



Gambar 1.3 Tampilan *Website* Tribun Jabar

Dalam kiprahnya, Tribun Jabar banyak menyajikan berita seputar peristiwa terkini dengan mengangkat isu-isu yang beragam, mulai dari isu publik, politik, gaya hidup, hiburan, kesehatan, hingga olahraga. Dalam menyajikan beritanya sendiri, Tribun Jabar menyuguhkan berita dengan perspektif dan nilai lokal sehingga dapat berada secara dekat dengan pembaca. Hal tersebut membuat Tribun Jabar memiliki keunikan tersendiri sebagai *platform* dengan spesialisasi berita lokal. Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui apakah kualitas informasi pada *website* Tribun Jabar memiliki pengaruh terhadap minat mengunjungi kembali oleh pembaca atau pengunjung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, muncul pertanyaan terkait penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pendapat pengunjung mengenai kualitas informasi pada *website* Tribun Jabar?
2. Bagaimana kualitas informasi mempengaruhi keinginan mengunjungi kembali pada *website* Tribun Jabar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat dicetuskan tujuan penelitian berupa:

1. Untuk mengetahui pendapat pengunjung mengenai kualitas informasi pada *website* Tribun Jabar.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas informasi dalam keinginan mengunjungi kembali pada *website* Tribun Jabar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun pihak-pihak yang dimaksud yaitu:

1. Manfaat bagi Perusahaan
 - Perusahaan dapat mengetahui apakah kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat mengunjungi kembali pada *website* Tribun Jabar.

- Perusahaan dapat mengemukakan solusi baru untuk tetap dapat mempertahankan minat mengunjungi kembali para pengunjung *website*.

2. Manfaat bagi Peneliti

Penulis dapat menerapkan ilmu dan wawasan yang telah dipelajari selama ini di bangku kuliah sekaligus mampu menambah pengetahuan yang lebih dalam mengenai kualitas informasi pada surat kabar *online*.