

Terbit online pada laman web jurnal : <https://journal.ypmki.com/index.php/joseri/>

JOSERI

Journal of Sustainable Entrepreneur Regional Industry

| ISSN (Online) xxxx - xxxx |



Article

Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Pendapatan Industri Media Cetak (Studi Kasus Koran Harian Riaupos)

Muhamad Alsept Syarif^{1✉}, Jahrizal², Indri Yovita³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

✉ Corresponding author:
(cecepsyarif099@gmail.com)

Article info	Abstak
Volume 3 Issue 2 Received: 2 November 2025 Accepted: 5 Januari 2026 Publish Online: 8 Januari 2026 Online: at https://journal.ypmki.com/index.php/joseri	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh preferensi konsumen terhadap pendapatan industri media cetak, dengan studi kasus pada Koran Harian Riau Pos. Perubahan pola konsumsi informasi akibat perkembangan media digital menuntut industri media cetak untuk memahami preferensi pembacanya agar tetap mampu mempertahankan pendapatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh dari 100 responden melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri media cetak Riau Pos. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pendapatan media cetak dipengaruhi oleh bagaimana konsumen menilai dan memilih media tersebut. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan pemahaman terhadap preferensi konsumen menjadi faktor penting bagi industri media cetak dalam menyusun strategi pemasaran dan pengelolaan produk agar mampu bersaing di tengah perkembangan media digital.
Keywords:	abstrac
Consumer Preferences Revenue Print Media Riau Pos	This study aims to examine the effect of consumer preferences on the revenue of the print media industry, using the Riau Pos daily newspaper as a case study. Changes in information consumption patterns due to the rapid development of digital media require print media companies to understand reader preferences in order to maintain their revenue. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected from 100 respondents through questionnaires and

analyzed using simple linear regression, t-test, and coefficient of determination. The results indicate that consumer preferences have a positive and significant effect on the revenue of the Riau Pos print media industry. This finding suggests that print media revenue is influenced by how consumers perceive and choose the media. The study concludes that improving understanding of consumer preferences is an important factor for print media companies in formulating marketing strategies and managing their products to remain competitive in the digital media era.

1. INTRODUCTION

Media cetak merupakan media komunikasi berbasis hasil cetakan, seperti koran, majalah, tabloid, poster, baliho, dan flyer. Keberadaannya bermula dari penemuan huruf sebagai revolusi besar dalam dunia informasi, hingga berkembang menjadi surat kabar modern. Selama ratusan tahun, media cetak mendominasi penyebaran informasi dan menjadi media arus utama dalam industri bisnis informasi. Namun, perkembangan teknologi dan revolusi industri 4.0 mendorong terjadinya transformasi besar ke arah digital.

Internet menghadirkan kemudahan akses, kecepatan, serta jangkauan tanpa batas geografis. Masyarakat kini lebih memilih media digital karena lebih praktis, murah, dan dapat diakses melalui satu perangkat. Perubahan ini melahirkan era prosumsi, di mana publik tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga produsen informasi. Pergeseran tersebut berdampak signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih media. Data Dewan Pers (2023) menunjukkan bahwa dari 1.711 perusahaan media yang terverifikasi di Indonesia, 902 merupakan media digital, 423 media cetak, 369 televisi, dan 17 radio. Dominasi media digital mengindikasikan terjadinya disrupsi dalam industri media nasional. Media cetak mengalami penurunan eksistensi akibat perubahan preferensi masyarakat yang cenderung memilih media daring.

Meskipun demikian, media cetak masih memiliki segmen pembaca loyal, terutama kalangan usia lanjut, karena dinilai lebih detail dan kredibel. Data Badan Pusat Statistik (2024) juga menunjukkan bahwa tingkat kegemaran membaca masyarakat di beberapa provinsi Sumatera, termasuk Riau (70,26%), tergolong cukup baik dengan frekuensi membaca rata-rata 3–6 kali per minggu. Salah satu contoh media cetak yang terdampak transformasi digital adalah Riau Pos. Sejak terbit pertama kali pada 17 Januari 1991, oplahnya pernah mencapai 50.000 eksemplar pada tahun 1998. Namun, sejak 2012 jumlah oplah menurun akibat perkembangan media digital dan meningkatnya biaya produksi, hingga kini berada di kisaran 8.000–10.000 eksemplar. Riau Pos mulai merambah digital pada medio 2000-an dan secara serius mengembangkan platform digital sejak 2017 sebagai strategi konvergensi media.

Kondisi ini menunjukkan bahwa industri media cetak perlu melakukan inovasi dan transformasi, termasuk integrasi konsep phygital (physical-digital), untuk menjangkau generasi milenial dan generasi Z yang lebih adaptif terhadap teknologi. Strategi konvergensi media menjadi langkah penting dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing media cetak di era digital.

2. METHODS

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Penentuan lokasi penelitian didasarkan atas pertimbangan dari data yang di-peroleh bahwa kota Pekanbaru merupakan kota dengan jumlah industri media terbanyak di Provinsi Riau dan Kantor riaupos juga berlokasi di Kota Pekanbaru. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pembaca koran riaupos di kota Pekanbaru yaitu sebanyak 100 responden, Adapun sumber data pada penelitian ini adalah Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, Kantor riaupos dan jurnal-jurnal Ilmiah. metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka.

3. RESULT AND DISCUSSION

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen koran harian Riau Pos di Kota Pekanbaru. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan, serta frekuensi membaca.

Tabel 5.1 Distribusi Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	57	57
Perempuan	43	43
Jumlah	100	100

Tabel 5.2 Distribusi Usia Responden

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<17 tahun	13	13
17-25 tahun	40	40
26-35 tahun	18	18
36-45 tahun	25	25
>45 tahun	4	4
Jumlah	100	100

Tabel 5.3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMA/SMK	21	21
Diploma	17	17
S1	40	40
S2/S3	22	22
Jumlah	100	100

Tabel 5.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	35	35
ASN	15	15
Pegawai Swasta	27	27
Wiraswasta	12	12
Ibu Rumah Tangga	4	4
Lainnya	7	7
Jumlah	100	100

Tabel 5.5 Pendapatan Per Bulan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
<1.000.000	12	12
1.000.000-2.500.000	31	31
2.500.000-5.000.000	34	34
5.000.000-10.000.000	18	18
>10.000.000	5	5
Jumlah	100	100

Tabel 5.6 Frekuensi Membaca Riau Pos

Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
Setiap Hari	5	5
3-5 kali/minggu	7	7
1-2 kali/minggu	15	15
Beberapa kali/bulan	30	30
Jarang/tidak rutin	43	43
Jumlah	100	100

Preferensi konsumen memiliki nilai rata-rata 39,25 dengan standar deviasi 4,47 yang menunjukkan kategori baik. Variabel pendapatan media cetak berada pada kategori sedang menuju tinggi.

Tabel 5.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
Preferensi Konsumen	1.034	8.859	0.0

Tabel 5.14 Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square
0.667	0.445	0.439

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan media cetak dengan kontribusi sebesar 44,5%. Model regresi dinyatakan valid, reliabel, berdistribusi normal, serta bebas dari heteroskedastisitas.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh preferensi konsumen terhadap pendapatan media cetak, khususnya pada Harian Riau Pos. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa preferensi konsumen memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap peningkatan pendapatan media cetak.

Hasil pengujian linieritas menunjukkan bahwa hubungan antara preferensi konsumen dan pendapatan media cetak memiliki pola hubungan yang linier dan signifikan. Hal ini tercermin dari nilai signifikansi pada komponen linearity yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05. Meskipun masih ditemukan adanya penyimpangan dari linieritas yang sempurna, secara statistik hubungan linier antara kedua variabel tetap terbukti, sehingga penggunaan model regresi linier dalam penelitian ini dinilai sesuai.

Selanjutnya, berdasarkan pengujian asumsi klasik, khususnya uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot, terlihat bahwa sebaran titik residual tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak di atas serta di bawah garis nol.

Kondisi ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga dapat digunakan untuk analisis lanjutan.

Hasil uji t memperlihatkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan media cetak. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menandakan bahwa semakin tinggi tingkat preferensi konsumen, maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh media cetak. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor minat dan pilihan konsumen terhadap media cetak masih memiliki peranan penting meskipun industri media menghadapi tantangan dari perkembangan media digital.

Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa preferensi konsumen mampu menjelaskan sebesar 44,5% variasi perubahan pendapatan media cetak. Adapun 55,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian, seperti kebijakan harga, strategi pemasaran, kualitas konten, sistem distribusi, serta perubahan perilaku konsumsi masyarakat terhadap media digital. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen merupakan faktor penting, namun bukan satu-satunya penentu pendapatan media cetak.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa preferensi konsumen memiliki peran signifikan dalam menentukan keputusan konsumsi. Dalam konteks media cetak, semakin kuat preferensi konsumen terhadap suatu media, maka semakin besar peluang media tersebut untuk meningkatkan pendapatan dan mempertahankan eksistensi.

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri media cetak koran harian Riau Pos. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat preferensi konsumen terhadap kualitas berita, harga, tampilan, serta distribusi koran, maka semakin tinggi pula kecenderungan pembelian yang berdampak pada peningkatan omset sebagai indikator pendapatan.

Dengan demikian, preferensi konsumen memiliki peran penting dalam menentukan tingkat pendapatan media cetak, khususnya dalam meningkatkan volume penjualan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa upaya

peningkatan kualitas produk dan pemenuhan kebutuhan konsumen menjadi faktor strategis dalam menjaga dan meningkatkan pendapatan

5. ACKNOWLEDGMENTS

Dalam penelitian ini, penulis telah banyak dibantu oleh berbagai pihak yang terlibat dengan hasil penelitian ini. Adapun kampus tempat penulis mengenyam Pendidikan adalah di Universitas Riau, melalui penelitian ini tentunya memberikan dorongan sebagai Langkah awal penulis untuk terus belajar dan mempelajari hal-hal baru sesuai dengan keahlian di bidang masing-masing

6. REFERENCES

- Alif,. 2022. "LANDASAN TEORI." PKN stan e-Repository 8.
- Arnanto,.2025. "ANALISIS PERILAKU KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN." Repository.ub.ac.id 5-6.
- fandy,.2025. Sejarah Perkembangan Surat Kabar Periodisasi Perkembangannya. 10 3. Accessed 10 3, 2025. <https://www.gramedia.com>.
- Fitriyani,. 2017. "ANALISIS STRUCTURE, CONDUCT AND PERFORMANCE INDUSTRI MEDIA CETAK SURAT KABAR HARIAN." JOM Fekon, vol 4 no 1 1164.
- Ghozali,. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas diponegoro.
- Hutama,. 2023. "EKSISTENSI KORAN CETAK DI TENGAH DIGITALISASI MEDIA PADA DUA PERUSAHAAN KORAN DI PEKANBARU." JOM FISIP Vol.10 5.
- Ikhwan,. 2020. "INOVASI MEDIA CETAK DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (STUDI KASUS TRIBUN TIMUR)." Jurnal Mercusuar Volume 1 No 1 Juli 2020 70.
- Ikhwan,. 2020. "INOVASI MEDIA CETAK DI ERA REVOLUSI INDUSTTRI 4.0 (STUDI KASUS TRIBUN TIMUR)." Jurnal Mercusuar Volume 1 no 1 70.
- Kusuma,. 2016. "POSISI MEDIA CETAK DI TENGAH PERKEMBANGAN MEDIA ONLINE DI INDONESIA." JURNAL PERKOTAAN 57.
- Lutfiani, et al,. 2017. "PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP FURNITUR DI KOTA BANDA ACEH." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah 233.
- Mankiw,. 2019. Principles of Economics (8th Edition).
- Nasution,. 2016. "sejarah perkembangan media cetak dan elektronik dan digital." Universitas Negeri Gorontalo 1.
- Nur Fadilah Amin¹; Sabaruddin Garancang²; Kamaluddin Abunawas³. 2023. "KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN." JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer 18.
- Nurman, et al,. 2024. "Transformasi Digital Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Menghadapi Persaingan Global." Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 539.
- Pekanbaru.go.id. 2022. Penduduk Pekanbaru. Pekanbaru: <https://www.pekanbaru.go.id/search?query=kependudukan+kota+pekanbaru>.
- Ramadhan,. 2024. "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK OLAHAN IKAN." skripsi 7.
- Sugiyono,. 2017. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. bandung: alfabeta. —. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: ALFABET,cv. —. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syabhana, et al,. 2024. "EKONOMI INDUSTRI." Neraca jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi 179.
- Veriyanto dan Yasin,. 2023. "Sektor Industri Pada Pemetakan Peluang Ekonomi Makro Kota Surabaya." Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan 13-14.
- Widarjono,. 2018. Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.