

## ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan industri media massa mengharuskan pelaku bisnis media massa melakukan inovasi yang berbeda dari yang lain. Peralihan media tradisional menuju media digital mengakibatkan munculnya media massa *online* sebagai dampak dari zaman digitalisasi yang semakin berkembang, contohnya adalah media massa *online* detik.com, liputan6.com, kompas.com, dan okezone.com. Industri media massa *online* saat ini berlomba untuk menarik dan mendapatkan konsumen secara besar-besaran. Oleh karena itu, perlu diketahui sebenarnya apa saja hal-hal yang dibutuhkan oleh pengguna media massa *online* sehingga industri media massa *online* mampu menyajikan konten yang sesuai dengan keinginan pengguna, terutama dari segi *e-service quality* website tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam menggunakan media massa *online* dengan menggunakan Analisis Konjoin. Variabel-variabel yang digunakan dalam Analisis Konjoin disebut atribut dan sub-atributnya disebut level. Dalam penelitian ini, terdapat 9 atribut yang digunakan, masing-masing atribut memiliki 2 buah sub-atribut, kesembilan atribut tersebut adalah *informational fit-to-task*, *tailored communication*, *visual appeal*, *innovativeness*, *ease of use*, *emotional appeal*, *trust*, *consistent image*, dan *relative advantage*.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan telah berhasil menjangkau responden sebanyak 400 orang yang berasal dari seluruh Indonesia. Responden yang menjadi sampel penelitian adalah responden dengan karakteristik mengetahui media massa *online* detik.com, liputan6.com, kompas.com, dan okezone.com serta pernah mengunjungi keempat website media massa *online* tersebut.

Analisis Konjoin ini menggunakan prosedur *Full-profile* dengan menggunakan metode *rating*. Hasil yang diperoleh dari analisis preferensi ini menunjukkan atribut terpenting yaitu *consistent image* (nilai = 11,92%). Kombinasi terbaik yang diinginkan responden adalah website yang menyediakan informasi sesuai kebutuhan, memungkinkan untuk berinteraksi, desain website yang memuaskan secara visual, website memiliki inovasi tersendiri, website yang ramah atau *user*

*friendly* yang dapat membuat suasana hati pengguna menjadi ceria, website yang sangat memudahkan pengguna dalam pencarian informasi, website yang memiliki kehandalan informasi, website yang memiliki *image* sesuai dengan pandangan pengguna, dan website yang memiliki agen virtual untuk memudahkan pengguna dalam pencarian informasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, media massa *online* detik.com, liputan6.com, kompas.com, dan okezone.com dapat mempertimbangkan kombinasi preferensi yang telah disebutkan, lalu berfokus pada tiga atribut yang memiliki nilai tertinggi yaitu *Consistent Image*, *Relative Advantage*, dan *Emotional Appeal* untuk semakin ditingkatkan kualitasnya sehingga mampu menarik perhatian pengguna website.

**Kata Kunci:** Preferensi, Media Massa *Online*, Kualitas Layanan Elektronik, Analisis Konjoin