

**ANALISIS EFEK DEPENDENSI MEDIA TERHADAP
PEMBACA TERKAIT BERITA TAGAR TWITTER
#TOLAKOMNIBUSLAW (Pemberitaan daring di
cnnindonesia.com pada 4 Oktober 2020 dan detik.com pada 7
Oktober 2020)**

SKRIPSI



Oleh:

Zharifah Ardiana

NIM: 17240581

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2021

HALAMAN LOGO



HALAMAN JUDUL

**Analisis Efek Dependensi Media terhadap Pembaca Terkait Berita Tagar
Twitter #tolakomnibuslaw (Pemberitaan Daring di cnnindonesia.com pada 4
Oktober 2020 dan detik.com pada 7 Oktober 2020)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-Syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Jurusan Ilmu
Komunikasi



2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh **Zharifah Ardiana/17240581**
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh **Zharifah Ardiana/17240581** ini,

Telah dipertahankan di depan penguji pada,

Hari : Rabu

Tanggal : 28 Juli 2021

Pukul : 08.00-09.00



HALAMAN MOTTO

“Usaha tanpa do’a adalah sombong. Do’a tanpa usaha adalah bohong.”

(unknown)

“Yang penting yakin, halangan akan hilang dengan sendirinya.”

(Sumber Kencana)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, skripsi dengan judul, “Analisis Efek Dependensi Media terhadap Pembaca Terkait Berita Tagar Twitter #tolakomnibuslaw (Pemberitaan Daring di cnnindonesia.com pada 4 Oktober 2020 dan detik.com pada 7 Oktober 2020)” ini penulis persembahkan untuk:

Ibu Suyatmi dan Ayah Ardi Djatmiko sebagai penyemangat utama, orang tua, sahabat, dan teman diskusi pertama penulis.

Kakak Ardiany Fitri Sholekah dan Raditya Bagas, serta adik Sultan Ardi Laudira Risky, yang telah menjadi *support system* penulis paling setia dan rajin.

Diri sendiri yang tidak menyerah, yang sabar, dan masih bisa haha hihi di penghujung hari.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zharifah Ardiana

Alamat : Jln. Jagadan, Kel. Mangunsuman, Kec. Siman

No. Identitas (NIM) : 17240581

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“Analisis Efek Dependensi Media terhadap Pembaca Terkait Berita Tagar Twitter #tolakomnibuslaw (Pemberitaan Daring di cnindonesia.com pada 4 Oktober 2020 dan detik.com pada 7 Oktober 2020)” adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 6 Juli 2021
Yang Menyatakan,



Zharifah Ardiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul, “**Analisis Efek Dependensi Media terhadap Pembaca Terkait Berita Tagar Twitter #tolakomnibuslaw (Pemberitaan Daring di cnnindonesia.com pada 4 Oktober 2020 dan detik.com pada 7 Oktober 2020)**”

Adapun maksud dan tujuan dari disusunnya skripsi ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak petunjuk, bantuan, serta saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam membimbing selama pembuatan skripsi ini.
3. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberi ilmu yang bermanfaat sejak awal perkuliahan.
4. Bapak Slamet Santoso, SE, M.Si selaku Dosen Mata Kuliah Metode Penelitian Kuantitatif yang menjadi teman diskusi penulis
5. Keluarga, Kakak Betty yang sudah memberikan *support* terbesar, Kak Ana, Kak Fa, Kak Bin, Iqbal, Zamrony, Kintan, Mita, Rijal, Fahim, Febby, Anda, dan teman-teman yang sudah menjadi support system penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-Teman Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017, Rifha Susilowati, Salsa Okta, Dewi Bella, La Ode Sarlan, Dicky Zuhan, yang sudah menjadi teman bertukar pikiran.
7. Teman – Teman Himakom Masa Bakti 2018/2019 dan UKM PIK R Fajar Melati 2017/2018, dan teman-teman yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Semoga ilmu, bantuan, dan dorongan semangat mereka mendapat balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap kritik, saran, serta masukan untuk memperbaiki skripsi ini. Kemudian, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teori	6
1. New Media (Media Baru).....	6
2. Jurnalistik Online	7
3. Berita	8
4. Teori Efek Dependensi Media.....	9
B. Kerangka Pikir	10
C. Hipotesis.....	13

BAB III	14
METODE PENELITIAN.....	14
A. Tempat dan Waktu	14
B. Jenis Penelitian.....	14
C. Populasi dan Sampel	14
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	16
E. Teknik Pengumpulan Data.....	17
F. Teknik dan Instrumen	17
G. Uji Validitas dan Reabilitas	17
H. Teknik Analisis Data.....	19
I. Hipotesis Statistik	19
BAB IV	20
PEMBAHASAN	20
A. Deskripsi Berita.....	20
1. Deskripsi Berita cnnindonesia.com	20
2. Deskripsi Berita detik.com	21
B. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	22
C. Hasil Penelitian	28
1. Analisis Deskriptif cnnindonesia.com.....	28
2. Analisis Deskriptif detik.com.....	38
D. Pembahasan Hasil Penelitian	48
1. Perbandingan presentase	48
2. Keterbatasan	60
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
Lampiran 1 Rencana Penelitian	66
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	67
Lampiran 3 Tampilan Media Sosial Twitter cnnindonesia.com dan detik.com ...	72

Lampiran 4 Berita cnnindonesia.com terkait tagar #omnibuslaw..... 73
Lampiran 5 Berita detik.com terkait tagar #omnibuslaw..... 75
Lampiran 6 Tabulasi Data Mentah..... 77



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Indeks Reabilitas.....	18
Tabel 4.2 Uji Validitas cnnindonesia.com	22
Tabel 4.3 Uji Validitas detik.com	24
Tabel 4.4 Uji Reabilitas cnnindonesia.com.....	25
Tabel 4.5 Uji Reabilitas detik.com.....	27
Tabel 4.6 Statistik cnnindonesia.com	28
Tabel 4.7 Frekuensi Kognitif: Mendapat Informasi cnnindonesia.com.....	29
Tabel 4.8 Frekuensi Kognitif: Paham Fenomena cnnindonesia.com.....	29
Tabel 4.9 Frekuensi Kognitif: Mengerti Berita Relevan cnnindonesia.com.....	30
Tabel 4.10 Frekuensi Afektif: Merasa Kesal cnnindonesia.com	32
Tabel 4.11 Frekuensi afektif: Merasa Khawatir cnnindonesia.com.....	32
Tabel 4.12 Frekuensi Afektif: Merasa Kecewa cnnindonesia.com.....	33
Tabel 4.13 Frekuensi Behavior Membuat Tweet cnnindonesia.com.....	35
Tabel 4.14 Frekuensi Behavior Berbagi Informasi cnnindonesia.com.....	35
Tabel 4.15 Frekuensi Behavior: <i>Follow Up</i> Berita cnnindonesia.com	36
Tabel 4.16 Statistik Data detik.com	38
Tabel 4.17 Frekuensi Kognitif: Mendapatkan Informasi detik.com	39
Tabel 4.18 Frekuensi Kognitif Memahami Fenomena detik.com.....	40
Tabel 4.19 Frekuensi Kognitif Mengerti Berita detik.com relevan	40
Tabel 4.20 Frekuensi Afektif: Merasa Kesal detik.com	42
Tabel 4.21 Frekuensi Afektif: Merasa Khawatir detik.com.....	42
Tabel 4.22 Frekuensi Afektif: Merasa Kecewa detik.com.....	43
Tabel 4.23 Frekuensi Behavior Membuat Tweet detik.com	44
Tabel 4.24 Frekuensi Behavior: Berbagi Informasi detik.com.....	45
Tabel 4.25 Frekuensi Behavior: Mengikuti Perkembangan Berita detik.com.....	46
Tabel 4.26 Perbandingan Kognitif: Mendapat Informasi	48
Tabel 4.27 Perbandingan Efek Kognitif: Memahami Fenomena.....	49
Tabel 4.28 Perbandingan Efek Kognitif: Mengerti Berita Relevan.....	51
Tabel 4.29 Perbandingan Efek Afektif: Merasa Kesal.....	52
Tabel 4.30 Perbandingan Efek Afektif: Merasa Khawatir.....	53
Tabel 4.31 Perbandingan Efek Afektif: Merasa Kecewa.....	55
Tabel 4.32 Perbandingan Efek Behavior: Membuat <i>Tweet</i>	56
Tabel 4.33 Perbandingan Efek Behavior: Berbagi Informasi	57
Tabel 4.34 Perbandingan Efek Behavior: Mengikuti Perkembangan Berita	59

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Efek Kognitif cnnindonesia.com	31
Grafik 4.2 Efek Afektif cnnindonesia.com	34
Grafik 4.3 Efek Behavior cnnindonesia.com	37
Grafik 4.4 Efek Kognitif detik.com	41
Grafik 4.5 Efek Afektif detik.com	44
Grafik 4.6 Efek Behavior detik.com	47
Grafik 4.7 Efek Kognitif: Mendapat Informasi.....	49
Grafik 4.8 Efek Kognitif: Memahami Fenomena	50
Grafik 4.9 Efek Kognitif: Mengerti Berita Relevan.....	52
Grafik 4.10 Efek Afektif: Merasa Kesal	53
Grafik 4.11 Efek Afektif: Merasa Khawatir	54
Grafik 4.12 Efek Afektif: Merasa Kecewa	56
Grafik 4.13 Efek Behavior: Membuat <i>Tweet</i>	57
Grafik 4.14 Efek Behavior: Berbagi Informasi.....	58
Grafik 4.15 Efek Behavior: Mengikuti Perkembangan Berita.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rencana Penelitian	66
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	67
Lampiran 3 Tampilan Media Sosial Twitter cnnindonesia.com dan detik.com ...	72
Lampiran 4 Berita cnnindonesia.com terkait tagar #omnibuslaw.....	73
Lampiran 5 Berita detik.com terkait tagar #omnibuslaw.....	75
Lampiran 6 Tabulasi Data Mentah.....	77



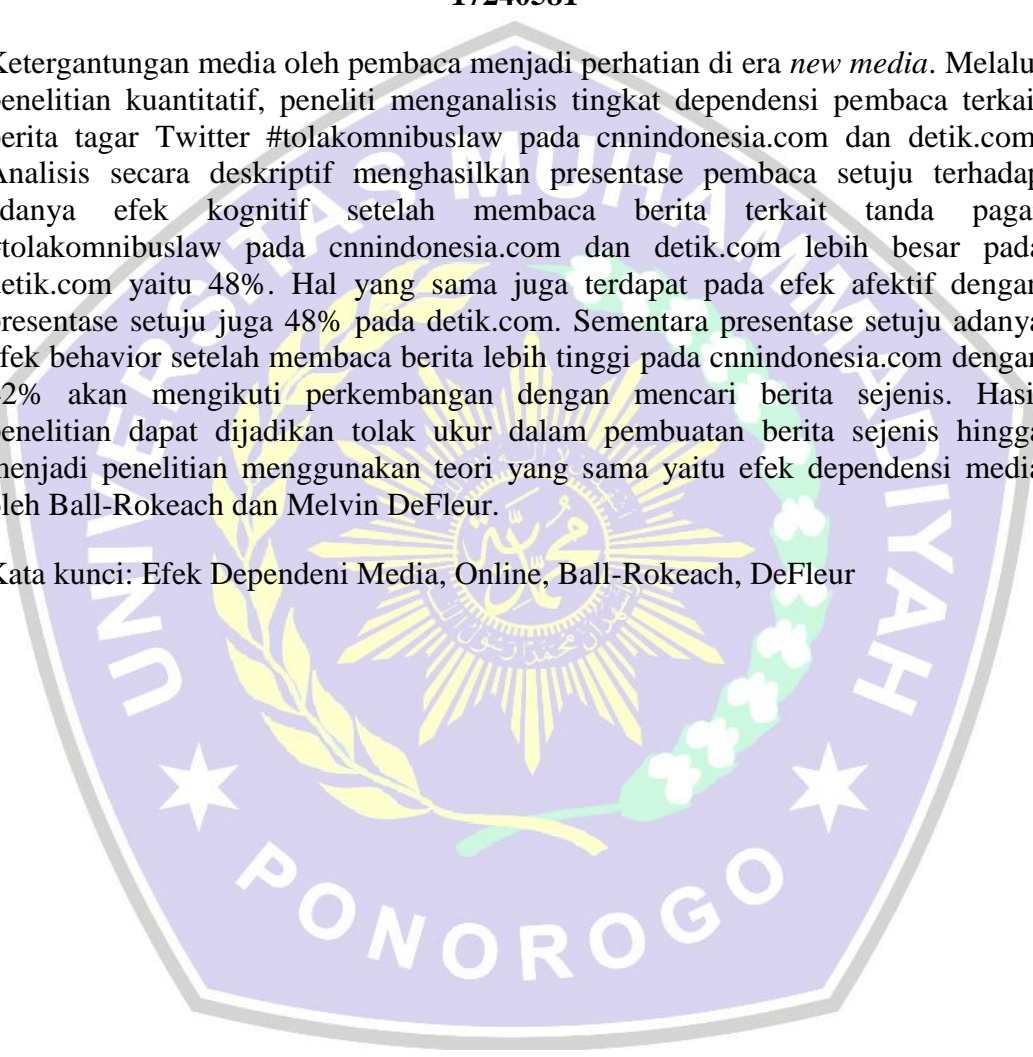
ABSTRAK

**Analisis Efek Dependensi Media terhadap Pembaca Terkait Berita Tagar
Twitter #tolakomnibuslaw pada cnnindonesia.com dan detik.com
(Pemberitaan Daring di cnnindonesia.com pada 4 Oktober 2020 dan
detik.com pada 7 Oktober 2020)**

**Zharifah Ardiana
17240581**

Ketergantungan media oleh pembaca menjadi perhatian di era *new media*. Melalui penelitian kuantitatif, peneliti menganalisis tingkat dependensi pembaca terkait berita tagar Twitter #tolakomnibuslaw pada cnnindonesia.com dan detik.com. Analisis secara deskriptif menghasilkan presentase pembaca setuju terhadap adanya efek kognitif setelah membaca berita terkait tanda pagar #tolakomnibuslaw pada cnnindonesia.com dan detik.com lebih besar pada detik.com yaitu 48%. Hal yang sama juga terdapat pada efek afektif dengan presentase setuju juga 48% pada detik.com. Sementara presentase setuju adanya efek behavior setelah membaca berita lebih tinggi pada cnnindonesia.com dengan 42% akan mengikuti perkembangan dengan mencari berita sejenis. Hasil penelitian dapat dijadikan tolak ukur dalam pembuatan berita sejenis hingga menjadi penelitian menggunakan teori yang sama yaitu efek dependensi media oleh Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur.

Kata kunci: Efek Dependensi Media, Online, Ball-Rokeach, DeFleur



ABSTRACT

Dependency Media Effect Analysis to readers of #tolakomnibuslaw news hastag on cnnindonesia.com and detik.com (Online News on cnnindonesia.com at October 4, 2020 and detik.com at October 7, 2020)

**Zharifah Ardiana
17240581**

Dependency media by reader of the news are being attention on new media era. From quantitative research, researcher analyzed dependency media effect to readers of #tolakomnibuslaw news hastag on cnnindonesia.com and detik.com. This descriptive analyzed result, percent the reader agree about cognitive effect after read news about #tolakomnibuslaw on cnnindonesia.com and detik.com are 48% on detik.com. The same result happened in percent that agree on affective effect, 48% on detik.com. Meanwhile percent that agree on behavior effect after read the news are higher on cnnindonesia.com, there are 42% would follow up on the topic and looked for the same kind of news This research's result can be a reference to make similar news or being base another reseach with Ball-Rokeach and Melvin DeFleur theory, which is dependency media.

Key words: Dependency Media, Effect, Online, Ball-Rokeach, DeFleur

