

SKRIPSI

**PENGARUH INTENSITAS MEMBACA BERITA TENTANG
OMNIBUS LAW DI CNN INDONESIA DAN TAGAR
#TOLAKOMNIBUSLAW DI TWITTER TERHADAP
KEPERCAYAAN MASYARAKAT KEPADA PEMERINTAH**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (S1)



Oleh :

Vania Al Kautsar 17.96.0261

Dosen Pembimbing :

Ahmad Khairul Nuzuli, M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH INTENSITAS MEMBACA BERITA OMNIBUS LAW
DI CNN INDONESIA DAN TAGAR #TOLAOKMNIBUSLAW
DI TWITTER TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN
MASYARAKAT KEPADA PEMERINTAH

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan Oleh :

Vania Al Kautsar

17.96.0261

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Ahmad Khairul Nuzuli, M.I.Kom.

(NIK.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi

Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom

Erik Hadi Saputra, S.Kom.,M.Eng.

NIK. 19032125

NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Vania Al Kautsar
NIM : 17.96.0261
Program Studi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 24 Desember 2020

Yang Memberikan Pernyataan




Vania Al Kautsar

NIM. 17.96.0261

ABSTRAK

Sejak pengesahan Omnibus Law di Indonesia pada tanggal 5 Oktober 2020, masyarakat banyak yang tidak setuju dengan metode baru tersebut. Banyaknya media yang menyajikan berita tersebut salah satunya CNN Indonesia yang menyajikan berita tentang Omnibus Law. Selain itu para pengguna media sosial twitter juga melakukan aksi atas ketidak setujuan tersebut dengan penggunaan tagar #tolakomnibuslaw yang sempat trending di twitter. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian survei, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas membaca berita omnibus law dan tagar #tolakomnibuslaw terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Jumlah Populasi sebanyak 105 responden merupakan penduduk berusia 15-45 tahun di Kecamatan Candi Sardonoharjo, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Menggunakan teknik *purposive sampling* dan quota sampling. Data primer dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi kalsik, dan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Intensitas membaca berita berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dengan nilai uji korelasi $0,007 < 0,05$, dan uji regresi $0,007 < 0,05$ (2) Penggunaan tagar #tolakomnibuslaw berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dengan nilai uji korelasi $0,000 < 0,05$ dan uji regresi $0,000 < 0,05$. (3) Intensitas membaca berita omnibus law dan tagar #tolakomnibuslaw berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dengan nilai uji korelasi $0,000$ dan $0,007 < 0,05$ dan uji regresi $0,050$ dan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Intensitas Membaca Berita, Kepercayaan, Omnibus Law, Pemerintah, Twitter

ABSTRACT

Since the ratification of the Omnibus Law in Indonesia on October 5, 2020, many people have disagreed with the new method. The number of media that presented the news, one of which was CNN Indonesia, which presented news about the Omnibus Law. In addition, Twitter social media users also took action against this disagreement by using the hashtags #tolakomnibuslaw which was trending on Twitter. This can affect the level of public trust in the government.

This research is a quantitative study with a survey research design, which aims to determine the effect of the intensity of reading omnibus law news and the hashtags #tolakomnibuslaw on the level of public trust in the government. Total population: 105 respondents are residents aged 15-45 years in Candi Sardonoharjo district, Sleman Regency, Yogyakarta. Using purposive sampling technique and quota sampling. Primary data were analyzed using validity test, reliability test, calcic assumption test, and multiple linear regression with the help of the SPSS program.

The results of this study indicate that: (1) The intensity of reading news has a significant effect on the level of public trust in the government with a correlation test value of $0.007 < 0.05$, and a regression test of $0.007 < 0.05$ (2) The use of the hashtags #tolakomnibuslaw has a significant effect to the level of public trust in the government with a correlation test value of $0.000 < 0.05$ and a regression test of $0.000 < 0.05$. (3) The intensity of reading the omnibus law news and the hashtags #tolakomnibuslaw has a significant effect on the level of public trust in the government with correlation test values of 0.000 and $0.007 < 0.05$ and regression tests of 0.050 and $0.000 < 0.05$.

Keywords: News Reading Intensity, Trust, Omnibus Law, Government, Twitter

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga selesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom. Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi
4. Ahmad Khairul Nuzuli, M.I.Kom., Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mendampingi dan memberikan arahan sehingga laporan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.
5. Keluarga yang telah memberikan motivasi dan dukungan secara spiritual maupun material yang belum bisa dibalas sampai sekarang.

6. Teman-teman yang telah memberikan dukungan spiritual sehingga dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan yang telah mendukung dan memotivasi terselesainya laporan ini.

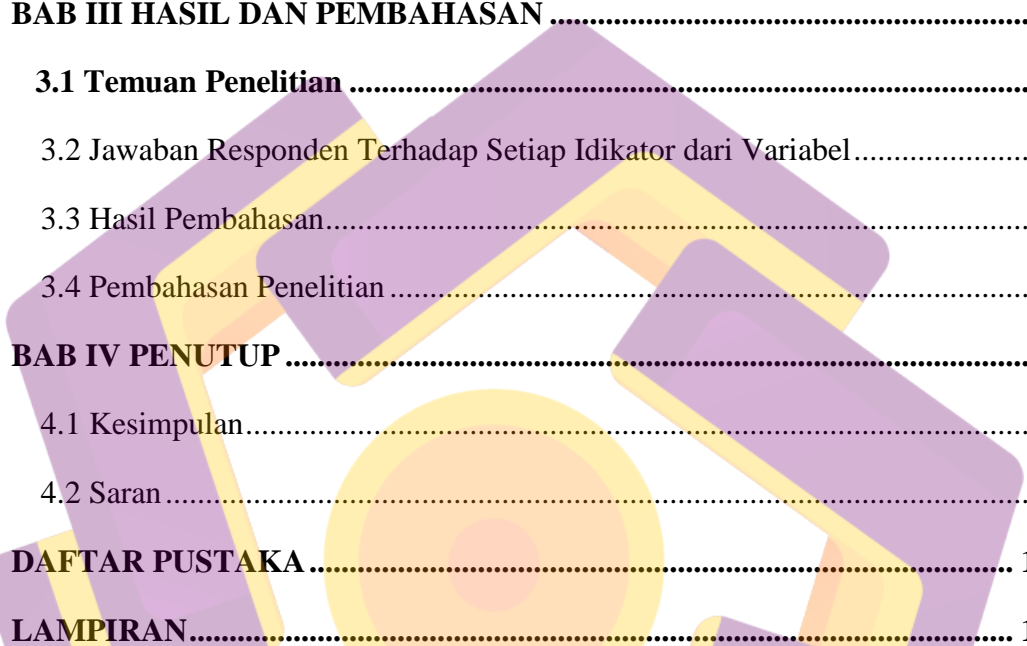
Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran sangat diharapkan demi pengembangan ke arah yang baik. Besar harapan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 24 Desember 2020

Vania Al Kautsar

DAFTAR ISI

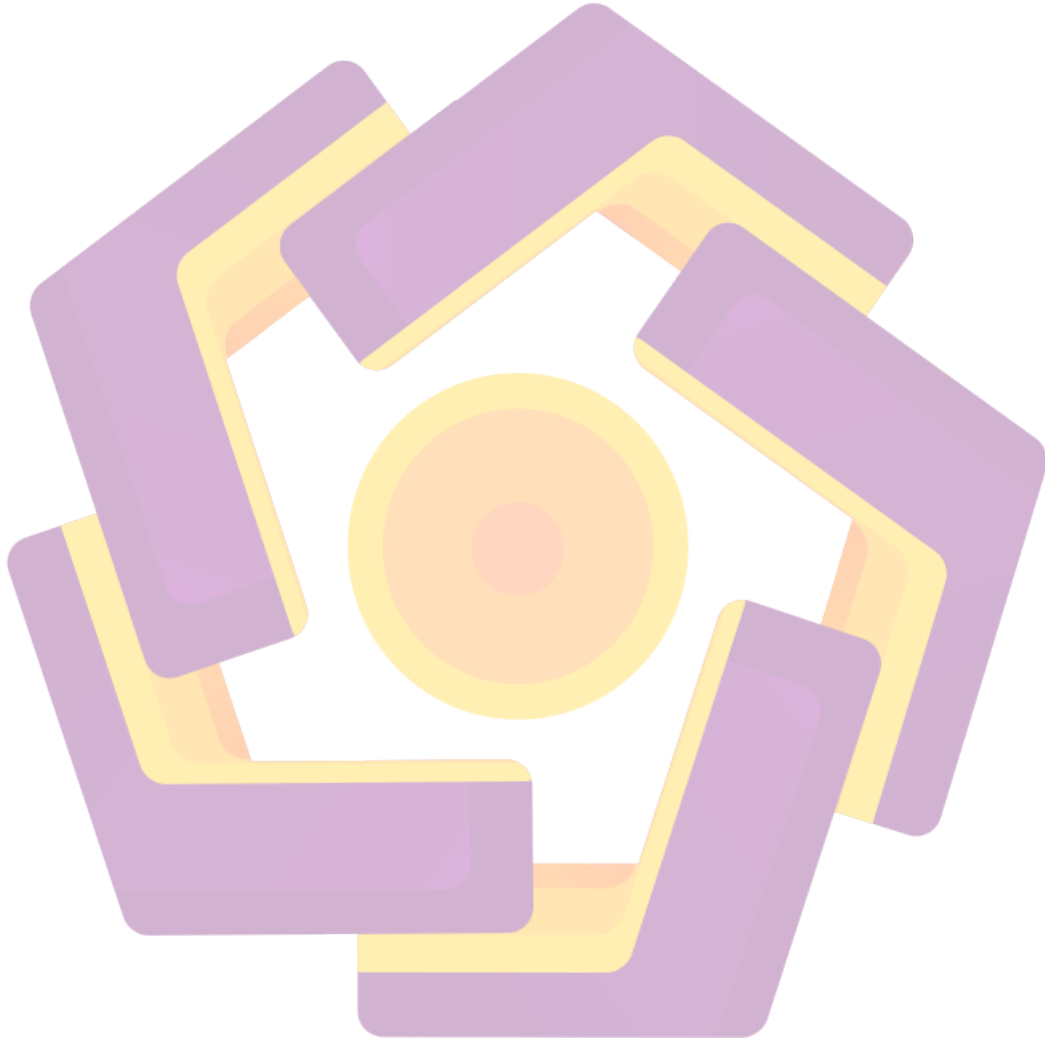
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Tinjauan Pustaka	10
1.5 Hipotesis Penelitian	22
1.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	23
1.7 Metodologi Penelitian	25
1.7.1 Jenis Penelitian	25
1.7.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	26
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	29
1.7.4 Skala Pengukuran	29
1.7.5 Teknik Analisis Data	30
1.7.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	30



BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	32
2.1 Profil Objek Penelitian	32
2.2 Logo Objek, Visi dan Misi	36
2.3 Pemberitaan Omnibus Law di CNN Indonesia	37
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	46
3.1 Temuan Penelitian	46
3.2 Jawaban Responden Terhadap Setiap Indikator dari Variabel.....	52
3.3 Hasil Pembahasan.....	72
3.4 Pembahasan Penelitian	93
BAB IV PENUTUP	98
4.1 Kesimpulan.....	98
4.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar 1.1 Pengguna Twitter di Indonesia di klaim terbanyak	2
Daftar Gambar 1.2 Teori “Uses and Gratification	13
Daftar Gambar 2.1 Logo CNN Indonesia	36



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>State of The Arts</i>	11
Tabel 1.2 Definisi Operasional	25
Tabel 1.3 Skala Pengukuran Likert.....	29
Tabel 1.4 Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 2.1 Topik Berita Bulan Oktober di CNN Indonesia.....	36
Tabel 3.1 Nilai Jawaban Pertanyaan Dimensi Motif Berita.....	62
Tabel 3.2 Nilai Jawaban Pertanyaan Dimensi Media Online	62
Tabel 3.3 Nilai Jawaban Pertanyaan Dimensi Efek Membaca Berita	63
Tabel 3.4 Nilai Jawaban Pertanyaan Penggunaan Tagar #tolakomnibuslaw.....	66
Tabel 3.5 Nilai Jawaban Pertanyaan Dimensi Efek	71
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	72
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 3.8 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 3.9 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 3.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	77
Tabel 3.11 Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 3.12 Hasil Uji Linear Beganda.....	79
Tabel 3.13 Hasil Uji Korelasi X1 dengan Y	81
Tabel 3.14 Hasil Uji Regresi X1 dengan Y	82
Tabel 3.15 Hasil Uji Korelasi X2 dengan Y	83
Tabel 3.16 Hasil Uji Regresi X2 dengan Y	84
Tabel 3.17 Hasil Uji Korelasi X1, X2 dengan Y	85
Tabel 3.18 Hasil Uji Regresi X1, X2 dengan Y.....	87
Tabel 3.19 Hasil Uji t (Uji Parsial)	89
Tabel 3.20 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	90

Tabel 3.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	90
Tabel 3.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
Tabel 3.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91



DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	46
Grafik 3.2 Deskripsi Usia Responden.....	47
Grafik 3.3 Deskripsi Intensitas Membaca Berita	48
Grafik 3.4 Deskripsi Situs Berita	48
Grafik 3.5 Deskripsi Akun Twitter	50
Grafik 3.6 Deskripsi Omnibus Law	51
Grafik 3.7 Deskripsi Motif Berita (Isi Berita).....	52
Grafik 3.8 Deskripsi Motif Berita (Kepercayaan Berita).....	54
Grafik 3.9 Deskripsi Motif Berita (Pengetahuan Berita)	54
Grafik 3.10 Deskripsi Motif Berita (Kebutuhan Informasi)	55
Grafik 3.11 Deskripsi Motif Berita (Informasi Berita)	56
Grafik 3.12 Deskripsi Penggunaan Media Online (Kebutuhan)	57
Grafik 3.13 Deskripsi Penggunaan Media Online (Tujuan)	58
Grafik 3.14 Deskripsi Efek Membaca Berita (Kepuasan Informasi).....	59
Grafik 3.15 Deskripsi Efek Membaca Berita (Memenuhi Informasi)	59
Grafik 3.16 Deskripsi Efek Membaca Berita (Ketertarikan Informasi).....	61
Grafik 3.17 Deskripsi Penggunaan Tagar #tolakomnibuslaw (Penggunaan tagar).....	64
Grafik 3.18 Deskripsi Penggunaan Tagar #tolakomnibuslaw (Pengaruh tagar)....	65
Grafik 3.19 Deskripsi Efek (Pengaruh Kepercayaan).....	67
Grafik 3.20 Deskripsi Efek (Kepercayaan Menurun)	68
Grafik 3.21 Deskripsi Efek (Kepercayaan Meningkat).....	69
Grafik 3.22 Deskripsi Efek (Berdampak)	70