SIKAP MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN LGBT DI MEDIA ONLINE EDISI JANUARI-FEBRUARI 2016)

(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Laili Usria
NIM : 12730069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI YOGYAKARTA

2016

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

TÜVRheinland® CERT ISO 9001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	**: Laili Usria**
NIM	**: 12730069**
Prodi	**: Ilmu Komunikasi**
Konsentrasi	**: *Public Relations***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 14 Juni 2016

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
42413ADF608852446
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Laili Usria
NIM. 12730069

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

TÜVRheinland CERT ISO 9001

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Laili Usria
NIM : 12730069
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

SIKAP MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN LGBT DI MEDIA ONLINE EDISI JANUARI-FEBRUARI 2016
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Juni 2016
Pembimbing

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP.196903172008011013

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : Un.02/DSH/PP.00.9/179/2016

Tugas Akhir dengan judul : SIKAP MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN LGBT DI MEDIA ONLINE EDISI JANUARI-FEBRUARI 2016 (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LAILI USRIA
Nomor Induk Mahasiswa : 12730069
Telah diujikan pada : Selasa, 21 Juni 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji II

Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

Yogyakarta, 21 Juni 2016
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Dr. H. Kamsi, M.A.
NIP. 19570207 198703 1 003

MOTTO

“Banyak hal yang bisa menjatuhkanmu.

Tapi satu-satunya hal yang benar-benar

dapat menjatuhkanmu adalah

sikapmu sendiri”

(R.A Kartini)

“ Be a freak, don’t be mundane”

Jadilah sesuatu yang berbeda dan lain daripada yang lain !!!

- Negeri Van Oranje-

“ Hidup ada dalam keadaan yang kita usahakan untuk ada”

- Laili usria-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Penulis persembahkan

untuk almamater tercinta,

Program Studi Ilmu komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji syukur atas rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, saudara, sahabat, serta para pengikut beliau sampai hari kemudian.

Atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Sikap Mahasiswa Terhadap Pemberitaan LGBT di Media Online Edisi Januari-Februari 2016 (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Sosiologi angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi ilmu Komunikasi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa terlaksananya proses penulisan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H Kamsi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Drs. H. Bono Setyo, M. Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, serta dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis

dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Ibu Rika Lusri Virga, S.IP., M.A., Selaku dosen pembimbing akademik, yang senantiasa membimbing penulis dan memberikan nasehat selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Terimaksih atas ilmu yang telah diberikan selama ini, serta seluruh karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
5. Seluruh mahasiswa Program Studi Sosiologi angkatan 2014 yang telah bersedia menjadi sumber data yang baik dan membantu terlaksananya penelitian.
6. Ayahanda M. Sobri dan ibunda Nur Istiqlaliyah, terimakasih atas semua kasih sayang, bimbingan, dukungan serta do'a yang senantiasa tercurahkan untuk penulis.
7. Ibu Nyai Hj. Dhurroh Nafisah yang selalu menjadi inspirasi bagi penulis, Teimakasih atas didikan dan kesabarannya dalam mendidik penulis dilingkungan Krapyak.
8. Saudara-saudara penulis, Ummi Mahbubah, Muhammad Dalhar, dan Kun Mukarromah, terimakasih karena selalu menjadi panutan dan motivator bagi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
9. Segenap keluarga besar Ali Hamim, Terimakasih atas perhatian, do'a dan dukungannya selama ini.

10. Sahabat-sahabat tercinta, : Hibban, Babee, Dani, Oneng, Ratna, Ika, Anis, Cicu, Hendris, Endri, Djindan, Hamdi, Galuh, Faruq, dan semua anggota korp Blangkon 2012, Terimakasih telah memberikan banyak cerita, pengalaman hidup, dan tempat berbagi rasa selama penulis belajar di Yogyakarta. Semoga persahaban kita tetap terjaga.
11. Sahabat-Sahabat PMII Humaniora Park : Korp Rhoma Irama, Korp Palang, Korp Semar, Korp Karpet, Korp Pandawa, Korp Arimaja, Korp Gareng, Korp Hanoman, Korp Gamelan, dan Korp Senopati.
12. Kawan-kawan di komplek Hindun Anisah, Terutama kamar baru, Mbk Titis, Ummah, Sevina, Winda, Mbak Mudrikah, Mbak Fidza, Mbak Silta, Ayuk, Naqiya, Farah, Tutik, Mbak Santi, Nurgiyati, Ulvi, Khilda, Mbak Ulul, serta teman-teman seperjuangan, Lia, Rosydah, Isna, Mbak ima. Terimakasih selalu menemani dan mengisi hari-hari penulis dalam perjuangan menuntut ilmu
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012, Terimakasih atas canda tawa, kegokilan, serta bantuannya selama mengikuti proses perkuliahan.
14. Serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak di atas.

Wallahulmuafiq ilaa aqwamiththoriq....

Yogyakarta, 01 Ramadan 1437 H
06 Juni 2016 M

Penulis,

Laili Usria

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN ..... **ii**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
HALAMAN MOTTO ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xv**
ABSTRACT ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 9
D. Manfaat Penelitian 9
E. Tinjauan Pustaka 10
F. Landasan Teori 12
   1. Komunikasi Massa 12
   2. Teori Uses and Gratification 14
   3. Social Judment Theory 16
   4. Media Massa 18
   5. Media Online 23
   6. Berita 25
   7. Jurnalisme Online 27
   8. Sikap 28
G. Kerangka Pemikiran 39

H. Metode Penelitian 40
1. Desain Penelitian 40
2. Definisi konseptual dan Definisi Operasional 41
3. Populasi dan Sampel 47
4. Metode Pengumpulan Data 48
5. Jenis Data 49
6. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas 50
7. Metode Analisis Data 53
I. Hipotesis 57

BAB II GAMBARAN LOKASI PENELITIA

A. Gambaran Umum Prodi Sosiologi 58

BAB III PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Deskripsi Penelitian 63
B. Uji Coba alat Ukur 65
C. Hasil Uji Coba Alat Ukur 65
D. Analisis Penelitian 68
E. Pembahasan 124

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 128
B. Saran 129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Tiga Komponen Sikap.....35

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Nilai Item Skala likert 54

Tabel 2 Daftar Mahasiswa Aktif Sosiologi 62

Tabel 3 Deskripsi Subjek Penelitian 64

Tabel 4 Blueprint Distribusi Item Skala Sikap 66

Tabel 5 Blueprint Distribusi Skala Pemberitaan 67

Tabel 6 Pengamatan pada Judul Berita LGBT 68

Tabel 7 Pengamatan pada Berita LGBT 70

Tabel 8 Pengamatan pada Berita LGBT 71

Tabel 9 Pengamatan pada Berita LGBT 73

Tabel 10 Ingatan pada Berita LGBT 75

Tabel 11 Pengamatan terhadap Gambar LGBT 76

Tabel 12 Ingatan terhadap Berita LGBT 78

Tabel 13 Skor Total Item Komponen Kognitif 80

Tabel 14 Penilaian terhadap Judul Berita LGBT 82

Tabel 15 Perasaan terhadap Pemilihan Judul Berita 84

Tabel 16 Penilaian terhadap Berita LGBT 85

Tabel 17 Perasaan terhadap Berita LGBT 87

Tabel 18 Perasaan terhadap Pemilihan Gambar Beria LGBT 89

Tabel 19 Perasaan terhadap Judul Berita LGBT 90

Tabel 20 Penilaian terhadap Gambar Berita LGBT 92

Tabel 21 Penilaian terhadap Berita LGBT 94

Tabel 22 Penilaian terhadap Gambar pada Berita LGBT 96

Tabel 24 Skor Total Item Komponen Afektif 98

Tabel 25 Kecenderungan Berperilaku terhadap Berita LGBT 99

Tabel 26 Kecenderungan Respektif terhadap Berita LGBT 101

Tabel 27 Kecenderungan Berperilaku terhadap Berita LGBT.....103

Tabel 28 Kecenderungan Berperilaku terhadap Berita LGBT.....104

Tabel 29 Skor Total Item Komponen Konatif 106

Tabel 30 Rata-rata Komponen Sikap 109

Tabel 31 Indikator Akurat pada Pemberitaan LGBT.....110

Tabel 32 Indikator Nyata pada Pemberitaan LGBT 111

Tabel 33 Indikator Penting pada Pemberitaan LGBT.....112

Tabel 34 Indikator Objektif pada Pemberitaan LGBT.....113

Tabel 35 Indikator Objektif pada Pemberitaan LGBT.....114

Tabel 36 Indikator Nyata pada Pemberitaan LGBT 115

Tabel 37 Indikator Cepat pada Pemberitaan LGBT.....116

Tabel 38 Indikator Penting pada Pemberitaan LGBT.....117

Tabel 39 Indikator Penting pada Pemberitaan LGBT.....118

Tabel 40 Indikator Objektif pada Pemberitaan LGBT.....119

Tabel 41 Indikator Objektif pada Pemberitaan LGBT.....120

Tabel 42 Indikator Akurat pada Pemberitaan LGBT.....121

Tabel 43 Indikator Objektif pada Pemberitaan LGBT.....122

DAFTAR BAGAN

Kerangka Pemikiran.....39

ABSTRACT

In this globalization era, technology grows very fast, especially internet media. Through this media, everyone can connect to each other. This condition can affect the mass media growth. Nowadays, there are many internet-based portal media, known as online media. Through this media, people can acces information easily, wherever and whenever.

The mass media will unwittingly affect a person. The more intense someone uses mass media, the more he cannot avoid the influence. How media affects a person is through preaching.

In the early 2016, almost all media, especially online media, reported LGBT phenomenon. It began with the existence of several groups that supported LGBT, resulted in various response to the incident. Therefore, media reported this phenomenon in various versions which lead to various effects to the readers. Many have refused, but some agreed with LGBT. It was an interesting phenomenon to researcher. The purpose of this study is to know the trend of negative attitude toward LGBT news.

This study is conducted on second year students of Sociology, Faculty of Social Sciences and Humanity, Islamic State University of Sunan Kalijaga Yogyakarta. This research is a quantitative research by distributing questionnaires to 47 respondents. Once the data is obtained, the researcher analyzes the data by finding the average score of each statement item. Result from this study shows an average value of 2.40. This value belongs to the quite-negative attitude, means there is a tendency of negative attitudes of Sociology Student toward the news LGBT in online media.

Keywords : LGBT, News, Online Media, Attitudes

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi berkembang sangat pesat. Melalui teknologi tersebut, berbagai komunitas didunia saling terhubung atau dapat terhubung satu sama lain, yang kemudian membentuk konsep desa global *(global village),* dimana kehadiran teknologi telah menghilangkan sekat pemisah diantara manusia (Morrisan, 2010 :38).

Pesatnya kemajuan teknologi dan arus globalnya, menjadikan media internet sebagai sebuah media yang paling diminati. Kehadiran internet membuat sebagian orang bekerja menjadi lebih praktis, cepat dan tanpa mengenal jarak, dimanapun dan kapanpun. Dengan menggunakan media internet, berbagai informasi dengan sangat mudah dan cepat bisa disebar luaskan maupun diakses.

Menurut data terbaru dari *We Are Social*, pengguna internet aktif di seluruh dunia kini mencapai angka 3,17 miliar. Dari tahun ke tahun, jumlah pengguna internet bertumbuh hingga 7,6 persen (techinasia.com). Sedangkan di Indonesia sendiri, dilansir dari Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang (kominfo.go.id). Kehadiran smartphone-*pun* menjadikan seseorang lebih mudah dalam mengakses informasi melalui

media internet. Menurut data yang ada, terdapat 85 % dari total pengguna internet di Indonesia mengakses internet dengan menggunakan mobile phone. Sementara bila dilihat dari katagori usia, mobile phone paling tinggi digunakan oleh mereka yang berusia 18-25 tahun.

Perkembangan teknologi internet yang semakin *massif* mempengaruhi pula pada perkembangan media massa. Media massa kini berkembang menjadi berbagai macam bentuk tidak hanya berupa media cetak seperti koran, majalah, atau media elektronik seperti berita di televisi namun, berkembang pula media massa yang berbasis internet, yang kemudian dikenal dengan media massa online. Dari media tersebut, munculah portal-portal berita online, seperti detik.com, tempo, republika, bbc.com, dll. Melalui portal berita online tersebut, seseorang dapat lebih mudah mengakses informasi baik yang bersifal lokal, nasional, bahkan internasional hanya dengan menggunakan handphone dan gedget, dimanapun dan kapanpun.

Tingginya angka pengguna media massa online akan memberikan dampak tersendiri bagi penggunanya. Media massa, menurut menurut Feton dalam Umaimah (2013:214), mampu menyediakan beragam informasi yang dibutuhkan dan menentukan pembentukan realitas pemikiran dan pandangan tertentu tentang dunia dan realitas sosialnya. Oleh sebab itu, media dapat mempengaruhi cara berfikir dan bertindak seseorang. Melalui media massa, seseorang tanpa sadar akan digiring oleh definisi yang ditanamkan oleh media tersebut, yang membuat kita

mengubah definisi mengenai realitas sosial atau memperteguh asumsi yang kita miliki sebelumnya. yang dituangkan melalui pemberitaan dari media tersebut.

Awal tahun 2016, media massa di Indonesia ramai dengan pemberitaan LGBT. LGBT merupakan kepanjangaan dari Lesbian, Gay, Bisexsual, dan Transgender. Merujuk pada Istilah LGBT adalah : Lesbian, adalah orientasi seksual seorang perempuan yang hanya mempunyai hasrat sesama perempuan. Gay**,** merupakan orientasi seksual seorang pria yang hanya mempunyai hasrat sesama pria. Bisex, orientasi seksual seorang pria/wanita yang menyukai dua jenis kelamin baik pria/wanita. Sedangkan Transgender, merupakan sebuah orientasi seksual seorang pria/wanita dengan mengidentifikasi dirinya menyerupai pria/wanita *(misal:waria)*

Istilah LGBT sudah ada sejak tahun 1973 dan berkembang secara *massif* di Indoesia. Namun, isu sosial ini baru mencuat dan menghiasi pemberitaan media massa saat mulai banyaknya kelompok yang mendukung keberadaan LGBT secara terang-terangan. Seperti yang dilakukan oleh lembaga konseling yang ada di UI *'Resource Center On Sexuality Studies* (SGRC)' yang mendukung adanya LGBT di area kampus. Sikap tersebutpun memunculkan banyak respon terhadap keberadaan LGBT di Indonesia.

Saat ini belum diketahui secara jelas berapa jumlah LGBT di Indonesia, karena para LGBT menutup diri. Namun, menurut data yang diperoleh dari kementrian kesehatan tahun 2012, jumlah LGBT di

kepada wanita, malah kamu ini adalah kaum yang melampaui batas. (QS. 7:81)" (al-A'raaf: 80-81).

Ayat diatass dijadikan dasar bagi para tokoh agama menolak kelompok LGBT yang ada di Indonesia. LGBT dianggapa sebagai sesuatu yang melanggar batas. Disamping itu, Majlis Ulama Indonesia (MUI) telah memutuskan bahwa LGBT diharamkan. Aktivitas LGBT juga dinilai MUI bertentangan dengan Fatwa MUI Nomor 57 Tahun 2014 tentang lesbian, gay, sodomi, dan pencabulan. Dalam fatwa ini dinyatakan bahwa homoseksual, baik lesbian maupun gay dan sodomi hukumnya adalah haram dan merupakan bentuk kejahatan (Kompas.com).

Munculnya fatwa haram terkait LGBT di Indonesia memberikan dampak yang besar bagi kelompok minoritas ini. Kelompok LGBT memperoleh banyak diskriminasi dari banyak kalangan yang tidak setuju dengan keberadaan mereka. Penolakan muncul dengan berbagai macam versi, mulai dari aksi turun jalan, aksi pengucilan, provokasi melalui media sosial, kekerasan dan lain sebagainya.

Contoh paling nyata terkait dekriminasi terhadap kelompok LGBT adalah kasus penggusuran pondok waria yang berda di desa Jagalan, Banguntapan, Bantul, DIY.

Pondok pesantren Al fatah merupakan pondok pesantren waria satu-satunya yang ada di dunia yang berdiri sejak tahun 2008. Selama berdirinya pondok tersebut, belum pernah ada laporan dari warga setempat yang merasa tergangu dengan adanya pondok pesantren waria (Tempo.co).

Namun, setelah maraknya pemberitaan LGBT di media massa, secara paksa pondok pesantren ini ditutup oleh pemerintah setempat dengan alasan bertentangan dengan nilai-nilai islam (Bcc. com)

Disisi lain, peraturan undang-undang Indonesia yang hanya menetapkan dua gender saja, yaitu pria dan wanita menjadikan posisi kelompok LGBT tidak diakui. Hal ini dapat ditafsirkan dari pencantuman tegas tentang pria dan wanita dalam undang-undang perkawinan (UU No. 1/1974) dan ketentuan serupa mengenai isi kartu penduduk yang ditetapkan dalam Undang-undang administrasi kependudukan (UU No. 23/2006). Ketentuan ini bagi orang transgender menjadi masalah,karena perbedaan antara pernyataan gender dengan penampilan mereka dapat menyulitkan dalam hal memperoleh layanan jasa, melakukan perjalanan, mengurus izin usaha dan lain sebagainya.

Merujuk pada Hak Asasi Manusia (HAM) yang tercantum dalam amandemen UUD 1945 dan UU No 39 tahun 1999, bahwa negara menjamin hak asasi setiap warga negaranya. Hak asasi tersebut meliputi hak untuk hidup, hak berkeluarga dan melanjutkan keturunan, hak mengembangan diri, hak memperoleh keadilan, hak atas kebebasan pribadi, hak atas rasa aman, dan hak atas kesejahteraan. Semua hak tersebut adalah hak dasar manusia, dan siapapun harus menghormatinya, tanpa melihat suku, ras, jenis kelamin, mayoritas maupun minoritas.

Namun, realitas yang ada menunjukan bahwa Indonesia masih lemah dalam pemenuhan hak asasi terhadap warga negaranya, khususnya

terhadap kelompok minoritas, seperti LGBT. Arus Pelangi, sebuah lembaga swadaya masyarakat yang membela hak-hak kaum lesbian, gay, biseksual, dan transgender (LGBT), menemukan bahwa nyaris 90% kaum LGBT di Jakarta, Yogyakarta, dan Makassar mengalami kekerasan dan diskriminasi. Tindak kekerasan dikategorikan menjadi lima bagian, yakni aspek fisik, psikis, seksual, ekonomi, dan budaya (bbc.com). Tingginya prosentase tersebut menunjukan lemahnya negara dalam melindungi kelompok minoritas.

Para penggiat LGBT dan HAM sepakat bahwa hidup dan berhubungan sejenis merupakan hak individu yang boleh dilakukan siapa pun asal tidak merugikan orang lain. Hubungan sejenis suka sama suka bukan suatu pelanggaran, bahkan suatu pilihan hidup asasi seseorang (Republika.co.id).

Berbagai versi pemberitaan yang muncul dimedia online tersebut mendapat respon sikap yang beragam dari khalayak. Tidak sedikit yang beranggapan bahwa kelompok LGBT sejajar dengan kaum heteroseksual. Namun, banyak yang menduga kelompok ini melanggar kodrat alamiah manusia.

Berbagai deskriminasi dan respon yang muncul dalam menanggapi isu LGBT tidak lepas dari peran media massa dalam memberikan informasinya. Secara sosio-psikologis, Arus informasi yang terus menerus menerpa kehidupan kita akan menimbulkan berbagai pengaruh. Semakin *intens* individu diterpa oleh pemberitaan di media massa, maka ia tidak

akan lepas dari pengaruh tersebut. Pengaruh tersebut bisa berupa perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan tingkah laku. Arus informasi yang cepat menyebabkan kita tidak mampu menyaring pesan yang datang. Akibatnya, kita tanpa sadar informasi tersebut sedikit demi sedikit mempengaruhi kita.

Tanggapan dari adanya pemberitaan LGBT yang cenderung negatif menjadi fenomena yang manarik untuk diteliti, yaitu untuk melihat kecenderungan sikap pembaca berita online terhadap pemberitaan LGBT. Menurut Sarwono (2000) sikap merupakan hal sangat penting untuk dipelajari, karena pada hakekatnya sikap akan menentukan seseorang berperilaku terhadap suatu objek.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian terhadap mahasiswa sosiologi UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2014, mengingat mahasiswa sosiologi dalam dunia akademis lebih banyak mempelajari perilaku masyarakat, dan gejala-gejala penyimpangan sosial. Sehingga mahasiswa sosiologi akan lebih objektif dalam menanggapi realitas sosial terkait isu LGBT. Ilmu sosiologi juga membantu seseorang lebih mudah menerima perbedaan pendapat juga sudut pandang tentang cara hidup masing-masing orang. Agar penelitian ini lebih spesifik dan terarah, maka penelitian pada pemberitaan LGBT di media online dibatasi pada edisi Januai-Februari 2016. Adapun judul penelitian ini adalah: "**Sikap Mahasiswa Terhadap Pemberitaan LGBT di Media Online Edisi Januari-Februari 2016 (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa**

Sosiologi Angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta) "

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Apakah ada kecenderungan sikap negatif mahasiswa program studi sosiologi angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga terhadap pemberitaan LGBT di media online?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya kecenderungan sikap negatif mahasiswa program studi sosiologi angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Humanior UIN Sunan Kalijaga terhadap pemberitaan LGBT di media online.

D. Maanfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademik

   Penelitian ini disumbangkan kepada UIN Sunan Kalijaga, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.

   Bagi pihak lain, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi, untuk dijadikan acuan penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pembaca untuk membangun pola pikir yang lebih bijak terhadap pemberitaan dimedia online.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka dalam penelitian merupakan landasan dari penelitian yang akan diteliti. Penelitian yang akan dilakukan harus berdasar pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang masih relevan. Tujuannya adalah untuk memberikan perbandingan terkait penelitian yang akan diteliti dengan peneltian sebelumnya. Berikut hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian yang diangkat peneliti :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Kris Yunita Wati mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Judul skripsi tersebut adalah *" Pengaruh Terpaan Tayangan Rohani " Solusi Life" di O'Channel terhadap Sikap Religius Khalayak "*

Penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan apakah ada hubungan tayangan solusi life di O'channel dengan sikap religius Jemaat GPDI Sejahtera. Dari hasil penelitian, diperoleh data bahwa adanya hubungan yang sangat rendah antara pengaruh terpaan tayangan solusi life terhadap sikap religius jamaat GPDI Sejahtera.

Penelitian ini bersifat eksplanatif dengan menggunakan metode penelitian adalah metode survey terhadap 105 responden. Persamaan

penelitian terletak pada tema yang diangkat, yaitu sama-sama melakukan penelitian terhadap efek media terhadap perubahan sikap. Sedangkan perbedaan terletak pada sifat penelitian, yaitu penulis menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Susan Widyanti mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini berjudul *"Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tawuran Antar Pelajat di Televisi Terhadap Sikap Pelajar SMA Negeri di Kota Yogyakarta (Studi Deskriptif Kuantitatif Pemberitaan Kasus Tawuran Antar Pelajar SMA Negeri 70 dengan SMA Negeri 6 Jakarta Periode 24 september 2012 – 30 September 2012 Terhadap Sikap Pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta)".*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh terpaan pemberitaan terhadap sikap pelajar SMA Negeri di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pemberitaan di televisi memberikan pengaruh yang lemah terhadap sikap SMA Negeri Yogyakarta.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan model deskriptif. Variabel yang digunakan adalah terpaan pemberitaan (X) dengan Variabel Sikap (Y).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mas Ruchan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta 2014. Judul penelitannya adalah : *" Pengaruh Pemberitaan*

Persiba Bantul di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat Terhadap Minat Menonton Pertandingan ke Stadion "

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara dua variabel, yaitu variabel (X) Pengaruh Pemberitaan dengan variabel (Y) Minat Menonton. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan sebesar 10,6 % antara pemberitaan dan minat menonton.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel yang telah dipilih. Pengambilan sampel dengan menggunkan cara purposive sample. Persamaan dengan penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian yang digunakan. Perbedaan terletak pada variabel (Y) , dimana peneliti mengambil variabel berupa sikap sedangkan penelitian ini mengambil variabel minat menonton.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa melibatkan banyak hal, mulai dari komunikator, komunikan, media massa, proses menafsirkan pesan *(decoder), feedback* yang lebih kompleks karena melibatkan khalayak dalam jumlah yang relatif besar atau tidak sedikit (Nurudin, 2007:16-17), karena itulah, komunikasi massa termasuk salah satu pola komunikasi yang cukup unik.

Definisi terkait komunikasi massa telah banyak dikemukakan oleh para tokoh. Salah satu definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukan oleh Bittner dalam Elvinaro (2004:3) menjelaskan komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Surat kabar, radio, televisi, majalah, dll). Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, jika tidak menggunakan media massa maka tidak bisa disebut sebagai komunikasi massa. Pendapat Serupa terkait Komunikasi Massa dikemukakan oleh Tan dan Wright (dalam Liliweri, 1991), bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yaitu Gerbner yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat indusrti (Ardianto, 2004 : 4). Dari definisi Gerber ini tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jarak

waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Dari berbagai defini yang telah dikemukan diatas, nampak tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi tersebut satu sama lain saling melengkapi. Hal ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan secara tidak langsung dapat diketahui ciri komunikasi massa yang membedakan dari bentuk komunikasi lain. Adapun ciri-ciri dari komunikasi massa adalah sebagai berikut :

- Komunikator terlembagakan
- Pesan bersifat Umum
- Komunikatornya Anonim dan Heterogen
- Stimulassi alat indra Terbatas
- Umpan Balik Tertunda

2. Teori Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* (penggunaan dan kepuasan) merupakan salah satu teori yang paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini ditemukan oleh Elihu katz, Jay Blumler, Michael Gurevitch pada tahun 1974 (Morrisan, 2013 :78) . Lima dasar asusmsi teori dari *uses and gratification* yaitu :

a. Khalayak aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. Khalayak dipandang sebagai seorang partisipan yang aktif dalam proses komunikasi. Khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apa yang media siarkan. Khalayak memilih dan menggunakan isi media berdasarkan motivasi, tujuan dan kebutuhan personal mereka.

b. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan oleh Khalayak. Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh khalayak sendiri. Karena sifatnya yang aktif, maka tidak ada seorangpun yang dapat menentukan apa yang diinginkan terhadap isi media. Dengan demikian, khalayak memiliki kewenangan penuh dalam proses komunikais massa.

c. Media bersaingan dengan sumber kepuasan lain. Media bukanlah satu-satunya sumber pemuas kebutuhan. Banyak faktor yang dapat menjadi alat pemuas kebutuhan bagi khalayak. Oleh sebab itu, media bersaing dengan sumber kepuasan lain.

d. Khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media. Adanya peran khalayak yang aktif dalam menggunakan media menjadikan munculnya kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif dalam diri khalayak, kemudian akan dilanjutkan dengan pilihan secara sadar terhadap media yang akan digunakan.

e. Penilain Isi media ditentukan oleh khalayak sendiri. Menurut teori *uses and gratification,* yang dapat menetukan isi dari media adalah khalayak itu sendiri.

3. *Social Judment Theory* (Teori Pertimbangan Sosial)

Teori pertimbangan sosial dikembangkan oleh Muzafer Sherif. Dalam buku EM Griffin (2003:187) Menyebutkan bahwa teori pertimbangan sosial merupakan suatu proses pertimbangan suatu isu atau objek sosial yang berpatokan pada kerangka tujukan yang dimiliki oleh seseorang. Melalui kerangkan rujukan tersebut menjadi patokan dalam menentukan bagaimana seseorang memposisikan suatu pesan yang diterima.

Menurut Muzafer Sherif, ada 3 macam kerangka rujukan yang digunakan seseorang dalam merespon suatu stimulus yang dihadapi, yakitu :

a. Lattitude of acceptance (Zona Penerimaan)

Pada zona penerimaan terdiri dari pendapat yang masih diterima dan ditoleransi. Kadar persepsi yang menerima pesan menegaskan bagaimana penerima mampu menerima pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, *Persuader* mampu merubah sikap seseorang yang dibujuk.

b. Lattitude of Rejection (Zona Penolakan)

Pada zona ini, menckup gagasan yang ditolak karena rasional bertentangan dengan persepsi. Dalam hal ini, *persuader* tidak dapat merubah sikap seseorang.

c. *Lattitude of non Commitment* (Zona Ketidakterlibatan)

Pada zona ini, suatu pesan tidak diterima dan tidak ditolak. Dalam hal ini, penerima pesan memposisikan diri sebagai seseorang yang netral, yakni tidak menolak maupun menerima. Sehingga penerima berada pada kondisi tidak adanya tanggapan atau keputusan dari suatu bujukan.

Secara ringkas, teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap isu sosial atau fenomena sosial merupakan hasil dari pertimbangan yang terjadi dalam diri seseoang tersebut. Proses mempertimbangkan suatu isu sosial atau fenomena sosial berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki oleh orang tersebut. Dengan kerangka rujukan tersebut seseorang akan mempertibangkan pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

suatu pesan yang diterima ataupun ditolak didasarkan pada pertimbangan persepsi dan keterlibatan ego seseorang terhadap pesan tersebut. Ketika seseorang menerima suatu pesan, baik verbal maupun non-verbal, mereka dengan segera melakukan judgment (Menilai) dimana pesan yang diterima akan ditempatkan dalam

persepsinya dengan cara membandingkan dengan pesan-pesan yang diterima selama ini.

4. Media Massa

a. Definisi Media Massa

Media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas (Tamburaka, 2013 :13) Disisi lain, Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma - norma (McQuil, 1987:1).

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang membaca tidak hanya orang-perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di kehidupan masyarakat.

Media massa dalam Elvianro (2004 : 39) memiliki ciri khas, yaitu kemampuan untuk memikat khalayak secara serempak *(simultaneous)* dan serentak *(Instantaneuos).*

b. Fungsi Media Massa

Fungsi dari media massa adalah (McQuail, 1994 : 70) :

1) Informasi

   Media massa berfungsi sebagai penyedia informasi tentang suatu peristiwa dan kondisi dalam masyarakat.

2) Korelasi

   Media massa berfungsi untuk menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan, melakukan sosialisasi, mengkoordinasikan beberapa kegiatan, membentuk kesepakatan, menentukan urutan perioritas dan memberikan status relatif.

3) Kesinambungan

   Mengekspresikan budaya dominant dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus, serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

4) Hiburan

   Media massa berfungsi sebagai penyedia hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi, meredakan ketegangan social.

5) Mobilisasi

Media massa mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan. Ekonomi, pekerjaan dan agama.

c. Jenis Media Massa

Media massa dapat dibedakan atas tiga kelompok, meliputi media cetak, media elektronik, dan media online (Mondry:2008 :11)

1) Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi ini. Contoh dari media cetak adalah Surat kabar, majalah, tabloid.

2) Media Elektronik

Media elektronik muncul karena perkembangan teknologi modern yang berhasil memadukan konsep media cetak, berupa penulisan naskah dengan suara, bahkan kemudian dengan gambar melalui layar televisi.Media massa elektronik meliputi televisi, radio dan film.

3) Media Online

Media online merupakan media yang menggunkan internet. Contoh dari media ini adalah : Website, portal berita, blog dan media sosial.

d. Efek Pesan Media Massa

1) Efek Kognitif

Dampak ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan oleh khalayak. Dengan kata lain, dampak ini berkaitan dengan penyampaian informasi, pengetahuan dan kepercayaan yang diberikan oleh media massa (Riswandi, 2009 : 113)

Melalui media massa, kita dapat mengetahui informasi apa saja, dan kapan saja. Menurut Mc. Luhan, media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang peristiwa, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi. Disini, pesan yang disampaikan media ditujukan kepeda pemikiran khalayak, dengan kata lain, tujuan dari pesan media adalah berkisar pada upaya untuk memberi tahu saja, tidak lebih dari itu (Ardianto, 2007 : 5).

Karena media massa melaporkan dunia nyata dengan selektif, maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias dan tidak cermat. Oleh karena itu muncullah *stereotipe*, yaitu gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi atau masyarakat yang tidak berubah-ubah, bersifat klise dan seringkali timpang dan tidak benar (Ardianto, 2004: 53)

2) Dampak Afektif

Dampak pesan media massa sampai pada tahap afektif bila pesan yang disebarkan media mampu mengubah apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh khalayak (Riswandi, 2009 : 114). Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif, tujuan dari komunikasi massa ini bukan sekedar untuk memberi tahu, tapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan senang, sedih, gembira, iba, marah dan lain sebagainya (Ardianto, 2007 : 54)

3) Efek Konatif / Behavioral

Dampak pesan media sampai pada tahap konatif bila pesan-pesan yang disebarkan oleh media massa mendorong khalayak untuk melakukan tindakan tertentu (Riswandi, 2009 : 114)

Setiap pesan yang disampaikan oleh media massa kepada khalayak tidak selalu mendatangkan efek yang sama. Menurut teori belajar sosial dari bandura, orang cenderung meniru perilaku yang diamati. Stimulus cenderung menjadi teladan bagi perilakunya (Ardianto : 2007 : 57).

5. Media Online

Media online atau yang biasa disebut juga dengan digital media merupakan media yang tersaji secara online di internet. Pengertian online dibagi menjadi dua pengertian, yaitu secara umum dan secara khusus.

Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui interne,t berisikan teks, foto, video dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, website, blog, whatsapp, dan media sosial masuk dalam katagori media online.

Pengertian media online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas (Romli, 2012 : 34). Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, website, radio online, TV-online, pers online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya.

Salah satu jenis desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan

namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas online didalamnya.

Joseph R. Dominick dalam buku *The Dynamics of Mass Communication, Media In Transition* menjelaskan beberapa kelebihan yang terdapat dalam media *online* dibandingkan dengan surat kabar cetak tradisional, diantaranya adalah

a. Surat kabar cetak memiliki keterbatasan ruang sehingga jumlah berita hanya bisa dicetak pada satu edisi saja, sedangkan suratkabar *online* hampir tidak memiliki batasan. Jumlah teks, transkrip wawancara, tabel-tabel besar bisa diakomodasi dengan mudah.
b. Suratkabar *online* bisa terus diperbaharui setiap saat, sementara suratkabar cetak dibatasi oleh tenggat waktu (*deadlines*).
c. Suratkabar *online* bisa dibuat secara interaktif dengan memasukkan alamat *e-mail, bulletin boards, chat rooms* yang memungkinkan pembaca untuk segera memberikan respons. Sebagian lainnya dilengkapi dengan fasilitas pencari arsip dan link ke situs lain.
d. Suratkabar *online* bisa menyajikan foto, video dan audio klip untuk melengkapi berita dan iklan, sebagian lain menawarkan jaringan sosial.
e. Suratkabar *online* bisa memasukkan fasilitas yang memungkinkan pembaca ikut mengirimkan isis seperti teks, audio, dan juga video (Kunandar, 2012 : 220-221).

6. Berita

a. Definisi Berita

Istilah *news*, berasal dari bahasa inggris yang berarti "berita". Berasal dari *"new"* (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dengan arti segala yang baru merupakan informasi yang penting bagi khalayak. Dengan kata lain, semua hal yang baru merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita.

Romli (2004) dalam Mondry mendefinisikan berita merupakan laporan peristiwa yang memilki nilai berita *(News Value)* – aktual, faktual, penting dan menarik (2008 : 132). Pengertian lain terkait berita dikemukakan oleh Hornbby (1977) menjelsakan bahwa berita sebagai laporan tentang apa yang terjadi paling mutakhir (sangat baru), baik tentang peristiwa maupun faktanya. Dr, Williard G. Blayer mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca (Tamburaka,2013: 134).

b. Unsur Berita

Media massa dalam menyajikan sebuah informasi (berita) memiliki aturan, yang kemudian disebut sebagai kode etik jurnalistik. Dalam aturan kode etik jurnalistik, berita yang disebarkan haruslah akurat, cepat, nyata, penting, manarik dan objektif (Kusumaningrat, 2012 : 47)

“ wartawan indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, sertaa tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri, tulisan berisi prestasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya. “

Berikut ini kode etik jurnalistik dalam menulis berita :

1) Akurat, yakni berita yang ditulis harus teliti, cermat dan benar
2) Cepat, yakni *actual* atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita *(news)* yakni sesuatu yang baru,
3) Nyata *(factual),* yakni informasi tentang sesuatu yang fakta, bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri atas kejadian nyata *(releven),* pendapat *(opinion),* dan pernyataan *(statemen)* sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian, sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
4) Penting**,** menyangkut kepentingan orang banyak, misalnya peristiwa langka berpengaruh pada hidup masyarakat luas. Seperti kebijakan pemerintah, kenaikan harga dan sebagainya.
5) Menarik, mengundang orang untuk membaca berita yag kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian orang selain aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan banyak orang, juga berita yang bersifat menghibur, mengandung keganjilan, atau berita *human interest.*

6) Objektif, berita yang dibuat harus selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, dan bebas dari prasangka.

7. Jurnalisme Online

Jurnalisme online muncul pada tanggal 1 januari 1998, ketika Mark Drudge menulis cerita perselingkuhan presiden Amerika Serikat Bill Clinton dan Monica Lewinsky. Waktu itu Drudge berbekal laptop dan modem langsung menyiarkan berita skandal tersebut via internet. Khalayak yang mengakses internet bisa tahu rincian berita tentang skandal Bill Clinton tersebut.

Jurnalisme Online memiliki kelebihan-kelebihan yang menawarkan peluang untuk menyampaikan berita atau informasi jauh lebih besar daripada bentuk jurnalissme konvensional, seperti surat kabar. Deuze menyatakan bahwa perbedaan online dari rekan tradisonalnya terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh wartawan cyber. “online joutnalist” harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus memungkinkan runag pilihan-pilihan publik untuk menanggapi berinteraksi, atau bahkan menyususn (customize) cerita-cerita tertentu dan harus mempertimbangkan cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip, sumber dan lain-lain melalui hyperlinks (Santana, 2005 :137)

secara detail, keunggulan jurnalisme online dikemukakan oleh James C Foust dalam bukunya berjudul Online Jurnalism : Principles

dan practices of news for the web (2005) yakni : 1) Audience control (Audiensi dalam memilih berita), 2) Nonlinearity (tiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan), 3) Storage dan Retrieval 9 Berita dapat tersimpan dan diakses kembali dengan mudah), 4)Unlimited Space (Memungkinkan jumlah berita jauh lebih lengkap dari media lain) 5) Immadiately (Cepat dan langsung) 6). Multimedia capability (Bisa menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya) 7) Interactivity (Memungkinkan adanya partisipasi pembaca)

sedangkan Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasikan lima perbedaan untama yang ada apda jurnalisme online dengan media massa tradisional, yaitu : kemampuan internet untuk mengkombinasikan semua media, kurangnya tirani penulis atas pembaca, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatiaan khalayak, internet dapat membut proses komunikasi berlangsung sinambungan, dan interaktifitas web (Santana, 2005 : 137)

8. Sikap

a. Definisi Sikap

Sikap merupakan suatu sindrom atau kumpulan gejala dalam merespon stimulus atau objek, sehingga sikap melibatkan pikiran, perasaan, perhatian dan gejala kejiwaan lain. Sikap secara nyata menunjukan adanya kesesuaian terhadap stimulus tertentu

yang dalam kehidupan sehari-hari merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus sosial (Notoatmojo, 2005 : 174).

Terbentuknya sikap tidak terlepas dari pembelajaran yang dilakukan oleh seseorang, yakni melalui pengamatan, pengalaman dan kesimpulan yang dibuat terhadap suatu objek tertentu sehingga terbentuklah sikap. Sikap memiliki variasi nilai, dimana sikap bisa berupa suka, netral, tidak suka atau positif, netral, negatif. Hal tersebut merupakan nilai dari sikap.

Senada dengan pernyataan tersebut, Kotler dan Keller (2009:186) menguraikan bahwa sikap adalah evaluasi dalam waktu lama tentang yang disukai dan yang tidak disukai seseorang, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan terhadap beberapa objek.

Sikap belum merupakan tindakan atau aktivitas, akan tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku. Sikap masih merupakan suatu reaksi tertutup bukan merupakan reaksi terbuka atau tingkah laku yang terbuka (Notoatmojo, 2005 : 83)

Sikap manusia telah didefinisikan dalam berbagai versi oleh para ahli. Definisi pertama dikemukakan oleh tokoh Louis Thustone (1928) , Rensis Likert (1932) dan Charles Osgood mendefinisikan bahwa sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak *(Favorable)* maupun perasaan

tidak mendukung atau tidak memihak *(Unfavorable)* terhadap objek tersebut. Secara spesifik, Thurston memformulasikan sikap sebagai derajat efek positif atau efek negatif terhadap sutau objek psikologi.

Definisi kedua diwakili oleh para ahli seperti Chave (1928), Bogardus (1931), LePierre (1934), Mead (1934) dan Gordon Allport (1935), mendefinisikan sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Reaksi terjadi apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.

Kelompok pemikir ketiga adalah kelompok yang berorientasi kepada skema triadik *(Triadic scheme),* menurut kerangka pemikiran ini suatu sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif, dan konatif yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap suatu objek. Secord & Backman (1964) mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (Afeksi), Pemikiran (Kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek dilingkungan sekitarnya. (Azwar,1995 :4-5)

Dari berbagai definisi dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk

berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap obyek sikap. Obyek sikap bisa benda, orang, dan sebagainya. Sikap haruslah diikuti oleh kata ”terhadap” atau ”pada” obyek sikap. Kedua, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu ; menentukan apa yang disukai, diharapkan, diinginkan ; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari. Ketiga, sikap relatif lebih menetap. Keempat, sikap mengandung aspek evaluatif ; artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Kelima, sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.

b. Bentuk Sikap

Beberapa bentuk sikap menurut Kasali dalam E-Komunikasi Vol I No.2 Tahun 2013 Universitas Kristen Petra Surabaya, yakni :

1) Sikap positif

Sikap positif ditandai dengan anggukan kepala audience ketika membaca pesan yang diampaikan tertawa, tersenyum, kadang-kadang menggunakan kata setuju, benar dan sebagainya. Siti Partini dalam psikologi sosial (1990 : 63), menambahkan bahwa sikap positif menunjukkan atau memperlihatkan

menerima, mengakui, menyetujui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.

2) Sikap Netral

Orang yang mempunyai sikap netral pada umumnya belum mengenal betul mengenai permasalahan atau objek sikap (Pesan) yang disampaikan. Dalam hal ini, sikap netral ditandai dengan jawaban netral atau ragu-ragu dari responden.

3) Sikap Negatif

Sikap negatif ditandai dengan menggelengkan kepala ketika audience membaca pesan yang kita sampaikan, tersenyum sinis, dan kadang menggunakan kata-kata tidak setuju, membantah dan sebagainya. Dalam hal ini, Siti Partini dalam psikologi sosial (1990: 63) juga menambahkan sikap penolakan atau tidak menyetujui terhadap suatu objek.

c. Komponen Sikap

Mengikuti skema triadik, struktur sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang, yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif (Azwar, 1995 : 24)

1) Komponen Kognitif

Komponen kognitif merupakan tanggapan kognitif individu mengenai pengetahuan dan pemikiran ketika mereka membaca, melihat dan mendengar pesan yang dikomunikasikan. Komponen kognitif berkenaan dengan hal-

hal yang diketahui individu atau pengalaman individu baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dengan objek sikap. Dengan kata lain, kompenen kognitif dari sikap dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan dan pengamatan serta pemahaman yang diperolehnya melalui objek sikap yang dikomunikasikan. Asumsinya adalah bahwa pemikiran-pemikiran ini mencerminkan proses atau reaksi kognitif penerimaan dan membantu bentuk akhir penerimaan atau penolakan terhadap suatu hal yang dikomunikasikan.

Pada dasarnya, kognisi merupakan suatu pemahaman terhadap sebuah kemampuan untuk memperoleh pengetahuan. Kognisi biasanya digunakan untuk mengetahui bagaimana cara berfikir manusia. Pada gejala kognisi, kita tidak dapat mengamati secara langssung sikap dari seseorang, yang bisa dilakukan adalah dengan mengamati pola perilakunya, yaitu : Pengamatan, dan ingatan (Danarjati, 2013: 15).

Pengamatan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seseorang dalam mengamati atau mencari sesuatu terhadap suatu objek yang berguna untuk memahami sebuah pengetahuan dari fenomena untuk mendapatkan informasi penting (Danarjati, 2013 :15). Sedangkan ingatan merupakan kekuatan jiwa untuk menerima, menyimpan, dan memproduksi pesan-kesan (Danarjati, 2013:18).

2) Komponen Afektif

Komponen afektif berkenaan dengna perasaan, emosi, keinginan dan kebutuhan seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Reaksi emosional komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi objek termaksud (Azwar, 1995 : 26).

Perasaan seseorang terhadap objek sikap sangat dipengaruhi oleh kognisinya. Perasaan suka, tidak suka atau perasaan senang, tidak senang banyak ditentukan oleh keyakinan seseorang, namun, belum tentu, seseorang yang memiliki keyakinan sama akan menunjukaan perasaan yang sama. Hal ini disebabkan karena masing-masing individu memiliki situasi latar belakang yang berbeda (Ferrinadewi, 2008:98). Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Pada intinya, kompoenen afektif ini menunjukan arah sikap, yakni positif dan negatif. Aspek afeksi dari sikap dapat dilihat dari adanya penilaian dan perasaan terhadap suatu objek (Faturochman, 2006 : 14).

Penilaian merupakan sikap seseorang terhadap objek, baik berbentuk positif/negatif yang ditunjukan dalam bentuk verbal

maupun non-verbal (Faturochman, 2006:44). sedangkan perasaan adalah suatu peristiwa kejiwaan yang dialami oleh seseorang dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif (Danarjati, 2013:28)

3) Komponen Kotanif

Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Maksudnya, bagaimana orang berperilaku dalam situasi tertentu dan terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh bagaimana kepercayaan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut. Kecenderungan berperilaku secara konsisten, selaras dengan kepercayaan dan perasaan ini membentuk sikap individual. Karena itu, adalah logis untuk mengharapkan bahwa sikap seseorang akan dicerminkan dalam bentuk tendensi perilaku terhadap objek (Azwar, 1995 : 27)

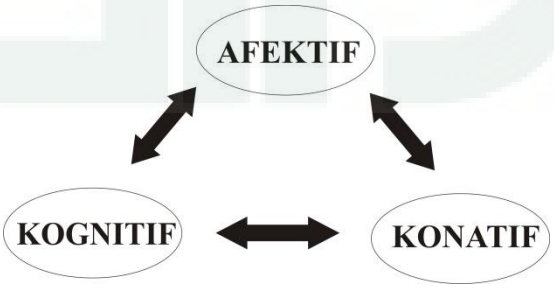
Menurut Faturochman (2006) aspek konasi bisa dilihat dari kecenderungan berperilaku dan tindakan respektif kepada objek sikap. Kecenderungan berperilaku merupakan kecenderungan seseorang untuk merespon atau bereaksi

terhadap objek tertentu (Riswandi, 2013:12). Tindakan respectif menurut riswandi (2013 :13) merupakan sikap saling hormat dan menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan.

Secara singkat, komponen kognitif merupakan keyakinan dan pengetahuan terhadap objek, komponen afektif merupakan kesukaan atau perasaan terhadap suatu objek, sedangkan komponen konatif, merupakan tindakan terhadap suatu objek. Ketiga kompenen tersbutlah yang menjadi landasan dalam usaha menyimpulkan sikap yang dicerminkan oleh jawaban terhadap setiap skala sikap. Ketiga komponen sikap tersebut, yakni komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif digambarkan pada gambar di bawah ini :

Gambar 1

Tiga komponen pembentuk sikap



Dari gambar diatas, terlihat jelas terdapat hubungan erat dan interaksi diantara ketiga komponen sikap. Individu akan

merasa nyaman apabila ketiga komponen tersebut bersesuaian atau harmoni. Jika terdapat ketidak sesuaian, berarti terjadi disonansi yang akan menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman.

d. Konsep Sikap dalam Ajaran Islam

Dalam ajaran Islam, seseorang diharuskan memiliki sikap yang baik dalam menerima maupun menanggapi sebuah informasi yang datang kepada dirinya. Melihat bahwa semua informasi bisa didapat dari mana saja. Berbagai media menyebarkan berita yang belum tentu benar adanya. Oleh sebab itu, seorang umat Islam diwajibkan untuk berhati-hati dalam menerima setiap informasi dari suatu media. Karena informasi yang didapat seseorang dari sebuah media akan sangat berpengaruh terhadap si penerima informasi. Bagaimana pun, seseorang mengambil keputusan berdasarkan kepada pengetahuan, dan pengetahuan bergantung kepada informasi yang sampai kepadanya. Jika informasi itu akurat, maka seseorang akan mengambil keputusan dengan tepat. Namun sebaliknya, jika informasi yang diterima tidak akurat akan mengakibatkan munculnya keputusan yang tidak tepat. Dan giliran selanjutnya, muncul kedhaliman di tengah masyarakat.

Hal tersebut dijelaskan dalam al-quran mengenai sikap umat islam dalam menanggapi informasi dari suatu media, yakni tertera pada QS. Al Hujurat ayat 6 :

H. Metodologi Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2006 : 60).

Metode kuantitatif merupakan metode yang menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Metode ini mempunyai prinsip objektivitas. Prinsip ini menganggap bahwa terdapat keteraturan atau hukum-hukum yang dapat digeneralisasikan dalam fenomena sosial. Dengan demikian tidak mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil penelitian dianggap sebagai hasil representasi dari sebuah populasi. Dengan demikian akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variable yang diteliti (Azwar, 1998 : 5)

Pada penelitian kali ini, kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa program studi sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

a. Definisi Konseptual

konsep secara umum dapat didefinisikan sebagai representasi dari suatu objek atau gejala sosial. konsep semacam gambaran singkat realitas sosial, dipakai untuk mewakili suatu realitas yang kompleks (Eriyanto, 2011 : 175) Konsep pada penelitian ini adalah

1) Pemberitaan di Media Massa Online

Berita sebagai laporan tentang apa yang terjadi paling mutakhir (sangat baru), baik tentang peristiwa maupun faktanya. Dr, Williard G. Blayer mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca (Tamburaka, 2013:134). Berita yang disebarkan kepada publik haruslah akurat, cepat, nyata, penting, menarik dan objektif.

a) akurat, yakni berita yang ditulis harus teliti, cermat dan benar
b) cepat, yakni *actual* atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita *(news)* yakni sesuatu yang baru,
c) nyata *(factual)*, yakni informasi tentang sesuatu yang fakta, bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri atas kejadian nyata *(rell even)*, pendapat *(opinion)*, dan pernyataan sumber berita. Dalam unsur ini terkandung

pula pengertian, sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

d) penting, menyangkut kepentingan orang banyak, misalnya peristiwa langka berpengaruh pada hidup masyarakat luas. Seperti kebijakan pemerintah, kenaikan harga dan sebagainya.

e) Menarik, mengundang orang untuk membaca berita yag kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian orang selain aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan banyak orang, juga berita yang bersifat menghibur, mengandung keganjilan, atau berita *human interest*

f) Objektif, berita yang dibuat harus selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, dan bebas dari prasangka.

2) Sikap

Sikap merupakan bentuk evaluasi atau reaksi terhadap suatu objek, baik mendukung atau tidak mendukung maupun menerima atau menolak. Pada penelitian ini, definisi konseptual komponen-komponen sikap dibatasi secara jelas, yaitu sebagai berikut :

a) Komponen Kognitif

Komponen kognitif merupakan tanggapan kognitif individu mengenai pengetahuan dan pemikiran ketika mereka membaca, melihat dan mendengar pesan yang

dikomunikasikan. Komponen kognitif berkenaan dengan hal-hal yang diketahui individu atau pengalaman individu baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dengan objek sikap. Dengan kata lain, kompenen kognitif dari sikap dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan dan pengamatan serta pemahaman yang diperolehnya melalui objek sikap yang dikomunikasikan.

Pada dasarnya, kognisi merupakan suatu pemahaman terhadap sebuah kemampuan untuk memperoleh pengetahuan. Kognisi biasanya digunakan untuk mengetahui bagaimana cara berfikir manusia. Pada gejala kognisi, kita tidak dapat mengamati secara langssung sikap dari seseorang, yang bisa dilakukan adalah dengan mengamati pola perilakunya, yaitu : Pengamatan, dan ingatan (Danarjati, 2013: 15).

Pengamatan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seseorang dalam mengamati atau mencari sesuatu terhadap suatu objek yang berguna untuk memahami sebuah pengetahuan dari fenomena untuk mendapatkan informasi penting (Danarjati, 2013 :15). Sedangkan ingatan merupakan kekuatan jiwa untuk menerima, menyimpan, dan memproduksi pesan-kesan (Danarjati, 2013:18).

b) Komponen Afektif

Komponen afektif berkenaan dengan perasaan, emosi, keinginan dan kebutuhan seseorang terhadap suatu objek sikap. Komponen afektif memiliki beragam respon ekspresi, mulai dari senang atau tidak senang, sampai menerima atau tidak menerima. Inti pada komponen afektif ini menunjuk pada arah sikap positif atau negatif. Aspek afeksi dari sikap dapat dilihat dari adanya penilaian dan perasaan terhadap suatu objek (Faturochman, 2006 : 14)

Penilaian merupakan sikap seseorang terhadap objek, baik berbentuk positif/negatif yang ditunjukan dalam bentuk verbal maupun non-verbal (Faturochman, 2006:44). sedangkan perasaan adalah suatu peristiwa kejiwaan yang dialami oleh seseorang dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif (Danarjati, 2013:28)

c) Komponen Kotanif

Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Menurut Faturochman (2006) aspek konasi bisa dilihat dari kecenderungan berperilaku dan tindakan respektif kepada objek sikap. Kecenderungan berperilaku

merupakan kecenderungan seseorang untuk merespon atau bereaksi terhadap objek tertentu (Riswandi, 2013:12). Tindakan respectif menurut riswandi (2013 :13) merupakan sikap saling hormat dan menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah kegiatan menurukan dari abstrak ke konkret. Konsep yang abstrak dapat dioperasionalkan menjadi indikator-indikator yang diamati secara empiris (Eriyanto,2011 : 177).

1) Pemberitaan di Media Massa Online

a) Akurat

Berita LGBT ditulis dengan cermat dan benar oleh wartawan.

b) Cepat

Berita LGBT merupakan suatu fenomena sosial yang yang terbaru / sedang terjadi

c) Nyata

Berita LGBT merupakan suatu informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya

d) Penting

Pemberitaan LGBT sangat penting, karena merupakan peristiwa yang memilki pengaruh penting bagi kehidupan banyak orang.

e) **Menarik**

Pemberitaan LGBT manarik perhatian banyak orang, karena bersifat menghibur, mengandung keganjilan, dan bersifat human interest.

f) **Objektif**

Berita LGBT ditulis selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, dan bebas dari prasangka oleh wartawan.

2) **Sikap**

a) **Kognitif**

(1) Pengamatan*:* Diukur apakah mahasiswa mengamati pemberitaan LGBT di media online, baik dari segi judul, isi berita maupun gambar pada berita.

(2) Ingatan : Diukur apakah mahasiswa mampu menerima, menyimpan, dan memproduksi pesan-kesan terhadap pemberitaan LGBT di media online, baik dari segi judul, isi berita maupun gambar pada berita.

b) **Afektif**

(1) Penilaian : Diukur apakah mahasiswa memberikan penilain (verbal-non verbal) terhadap berita LGBT dimedia online, baik dari segi judul, isi berita maupun gambar pada berita.

(2) Perasaan : Diukur apakah mahasiswa memberikan tanggapan terhadap pemberitaan LGBT dimedia online,

baik itu senang atau tidak senang, terhadap judul berita, isi berita, maupun gambar pada berita.

c) **Konatif**

(1) Kecenderungan berperilaku : Diukur apakah mahasiswa memiliki kecenderungan untuk berperilaku setelah membaca berita LGBT di media online

(2) Respectif : diukur apakah mahasiswa mampu menghargai dan saling menghormati terhadap objek sikap, yaitu pemberitaan LGBT di media online.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti (Kriyantono, 2009 : 151). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Sosiologi angkatan 2014 Fakultas ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta. Alasan peneliti memilih populasi ini didasarkan pada pengamataan peneliti bahwa mahasiswa sosiologi angkatan 2014 memiliki kecenderungan untuk sering berinteraksi dengan masyarakat, baik dalam penelitian terkait gejala sosial maupun tugas-tugas lainnya. Adapun jumlah mahasiswa aktif program studi sosiologi angkatan 2014 berjumlah 48 orang.

b. Sampel

Pada dasarnya, sampel merupakan bagian dari populasi yang memperoleh perlakuan penelitian yang secara keseluruhan mempunyai sifat yang sama dengan populasi. Sampel merupakan wakil yang bersifat representatif dari populasi, khususnya dalam hal "pendataan" (Bulaeng, 2004 : 156). Sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan representatif dari populasi yang diteliti. Karena riset kuantitatif bersifat dapat digeneralisasi.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *total sampling*. Teknik *total sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel dikarenakan jumlah populasi yang kecil. Dengan demikian, sampel dari penelitian ini adalah, seluruh mahasiswa aktif program studi sosiologi angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang berjumlah 48 orang.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarkan kepada

responden (orang-orang yang menjawab menjadi yang diselidiki) (Narbuko, 2010:76).

b. Dokumentasi

Selain dengan teknik pengumpulan data berupa penyebar kuesioner, pada penelitian kali ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dokumenter. Teknik ini adalah cara mengumpulkan informasi berupa data–data dokumen, arsip, berita-berita surat kabar, dll. Hal ini dapat dijadikan sebagai sebuah alat bukti dan juga dapat dijadikan sebagai daya ingat ketika ada informasi atau data-data yang kurang.

c. Studi Pustaka

Merupakan suatu kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dari suatu teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi pustaka. Selain itu, peneliti dapat memperoleh informasi tentang penelitian penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian.

5. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan (Kriyantono, 2009 : 41). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden mahasiswa aktif Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Yogyakarta. Tujuan penyebaraan angket adalah untuk mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2001 : 129). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui observasi atau studi pustaka dan dokumentasi.

6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan kemampuan sejauh mana ketepatan dan kecermatan sutu alat ukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Alat ukur dinyatakan mempunyai validitas tinggi apabila menghasilkan data yang akurat dalam menggambarkan variabel yang diukur sehingga sesuai dengan dengan tujuan pengukuran. Maksudnya, jika suatu alat ukur menghasilkan data yang relevan dengaan tujuan pengukuran, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi, begitupun sebaiknya (Azwar, 2012 :)

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi *(content validity)*. Menurut Azwar (2012), dalam konsep validitass isi mencangkup pengertian validitas tampang *(face validity)*. Validitas tampang merupakan validitas yang perlu dipenuhi pertama kali sebelum layak membahas sisi lain dari

kualitas tes. Validitas tampang dilakukan dengan melihat tampilan item-item. Setelah dilakukan penilaian terhadap kelayakan tampulan item-item, kemudian analisis yang lebih dalam dilakukan untuk menilai kelayakan isi item sebagai jabaran dari aspek keperilakuan atribut yang diukur, Validitas isi dilakukan dengan analisis rasional atau *professional judgment.* Penilain terhadap validitas tampang dan *professional judgment* pada penelitian ini dilakukan oleh dosen pembimbing skripsi.

Azwar mengatakan bahwa uji validitas dilakukaan dengan menggunakan batasan $r_{xy} \geq 0{,}03$. semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,03 dianggap memuaskan, sebaliknya item yang memilki koefisien korelasi kurang dari 0,03 dapat diinteroretasikan sebagai item yang memilki daya deskriminasi rendah. Apabila item memilki daya deskriminasi $\geq$ 0,03 jumlahnya melebihi jumlah item yang telah direncanakan untuk dijadikan skala, maka dapat dipilih item-item yang memilki indeks daya deskriminasi tinggi. Sebaliknya, Apabila jumlahnya tidak mencukupi jumlah yang telah direncanakan, maka dapat mempertimbangkan penurunan batas kiteriaa dari 0,03 menajadi 0,25 (Azwar, 2013)

b. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan kemampuan sutu pengukuran untuk menghasilkan daya yang terpercaya dan konsisiten. reliabilitas mengandung makna seberapa tinggi kecermatan suatu pengukuran. Suatu pengukuran mampu menghasilkan data yang memilki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliable. Islitah reliabel sering dikenal juga denga istilah kepercayaan, kestabilan, konsisten dan keajegan. walaupun banyak istilah yang digunakan, namun gagasan pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana suatu pengukuran menghasilkan data yang dapat dipercaya (Azwar 2012)

Azwar (2012) mengatakan bahwa hasil sutu pengukuran dapat dipercaya apabilamenunjukan hasil yang relatif sama dalam beberapa kali pengukuran. Kelompok subjek yang digunakan juga harus sama selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah. Apabila terjadi perbedaan besar yang tidak dapat ditolensi dalam setiap kali pengukuran, maka pengukuran tersebut tidak dapat dipercaya dan dikatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan nternal consistency dengan menggunakan *Cronbach's alpha coeffisisen.* Prosedur dalam pendekatan reliabilitas ini praktis karena koefisian alpha diperoleh hanya dengan sekali penyajian skala pada sekelompok responden. (azwar, 2013). Reliabilitas

dinyatakan oleh koefisen reliabilitas yang angkanya berada pada rentang 0 sampai 1,00. Apabila koefisisen reliabilitas semankin mendekati angka 1,00, maka tingkat reliabilitas alat ukur semakin tinggi. Sebaliknya, jika koefisisen semakin rendah dan mendekati angka 0, maka tingkan reliabilitas alat ukurrendah (Azwar, 2013).

7. Motode Analisis Data

a. Skala Pengukuran

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala likert digunakan sebagai alat untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi sekelompok orang terhadap fenomenal sosial tertentu (Sugiyono, 2012 : 93). Pada skala *likert*, variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item instrument yang berupa pertanyaan. dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai kapasitas mulai dari yang sangat positif hingga sangat negatif . Berikut jawaban setiap instrumen :

Tabel 1

Nilai Item Skala *Likert*

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak setuju (STS)	1

b. Analisis Tabulasi Sederhana

Dalam Analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh diolah ke bentuk presentase, dengan rumus sebagai berikut :

$$\mathrm{P} = \frac{fi}{\sum fi} + 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase Responden yang memilih katagori tertentu

Fi= Jumlah Responden yang memilih katagori tertentu.

∑*fi*= Banyaknya jumlah Responden

c. Skor RataRata

Jawaban responden dari pernyataan yang diberikan, diberi bobot. Cara menghitung skor adalah dengan menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobot dibagi dengan total frekuensi.

Rumus : $\mathrm{X} = \frac{\sum fi.wi}{\sum fi}$

Keterangan :

X = rata-rata berbobot

fi = Frekuensi

wi = bobot

Setelah itu, digunakan retang skala penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel bobot alternatif jawaban yang terbentuk dari teknik skala peringkat terdiri dari kisaran antara 1 sampai 4 yang menggambarkan posisi sangat negatif ke posisi yang positif. Selanjutnya dihitung rentang skala dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rs} = \frac{R\ (\ bobot\ )}{M}$$

Keterangan :

Rs	=Rentang skala
R (Bobot)	= Bobot terbesar- bobot terkecil
M	= Banyaknya katagori bobot

Rentang skala *Likert* yang dipakai dalam penelitian ini adalah 1 hingg 4, maka rentang skala penilaian yang didapat adalah :

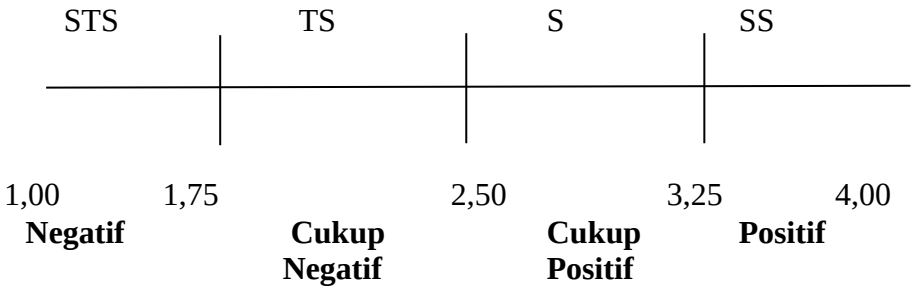
$$\text{R} = \frac{4-1}{4} = 0{,}75$$

Sehingga posisi keputusannya menjadi :

Keterangan :

STS	: Sangat Tidak Setuju	(Masuk skala 1,00 1,75)
TS	: Tidak Setuju	(Masuk Skala 1,75 2,50)
S	: Setuju	(Masuk Skala 2,50 3,25)
SS	: Sangat Setuju	(Masuk Skala 3,25 4,00)

Setelah ditentukan rentang skala *likert*, maka hasil yang diperoleh kemudian dikonversikan kedalam rentang skala tersebut. Dalam hal ini, semakin rendah skor nilai, maka sikap khalayak terhadap pemberitaan LGBT semakin negatif, begitupun sebaliknya. Kecenderungan sikap mahasiswa terhadap pembeitaan LGBT dirumuskan oleh peneliti dalam katagori sikap negatif, sikap cukup negatif, sikap netral, sikap cukup positif dan sikap positif. Sehingga posisi rentang skala untuk menentukan kecenderungan sikap khalayak terhadap pemeberitaan LGBT dimedia online menjadi :



I. Hipotesis

Dalam sebuah penelitian kuantitatif, dibutuhkan adanya hipotesis. Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji terlebih dahulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal. Karena masih bersifat sementara, hipotesis harus diuji melalui riset dengaan mengumpulkan data empiris.

Agar Penelitian in dapat terarah sesuai yang diharapkan, maka penulis merumuskan hipotesis, yaitu :

Ha : Ada kecenderungan sikap negatif mahasiswa program studi sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Yogyakarta terhadap pemberitaan LGBT dimedia online.

Ho : Tidak ada kecenderungan sikap negatif mahasiswa program studi sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta terhadap pemberitaan LGBT dimedia online.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan peneliti, dengan judul *" Sikap Mahasiswa terhadap Pemberitaan LGBT di Media Online Edisi Januari-Februari (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)"* dengan melibatkan 47 responden dari mahasiswa sosiologi angkatan 2014, dari data yang diambil, dapat disimpulkan bahwa terdapat kecenderungan sikap negatif dengan nilai sebesar 2,40 yang mana nilai tersebut pada skala sikap masuk pada kategori cukup negatif. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima, atau Ha diterima. Pada penelitian ini, terjadi keterkaitan antara tiga komponen sikap, yaitu komponen kognitif, afektif dan konatif, dimana ketiga komponen menunjukan pada skala sikap cukup negatif. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat keterkaitan yang sangat erat antara tiga komponen, yang mana satu dengan yang lain saling mempengaruhi. Penelitian ini juga membuktikan teori *Uses and Gratification*, dimana khalayak memilki peran aktif, selektif terhadap semua informasi yang disampaikan oleh media. Khalayak bebas menentukan sikap mereka terhadap pemberitaan yang ada di media online.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Media

Bagi pemilik media hendaknya menampilkan pemberitaan yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Karena berdasarkan hasil penelitian ini, menurut mahasiswa sosiologi, pemberitaan di media online cenderung negatif, dilihat dari aspek keakuratan, kecepatan, faktualitas, kepentingan, kemenarikan dan keobjektifitasan.

2. Bagi pembaca berita

Hendaknya, bagi pembaca berita harus lebih selektif dalam membaca berita, dan lebih berhati-hati, jangan mudah terpengaruh dengan pemberitaan yang ada.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah tinjauan pustaka dengan teori-teori yang lebih lengkap. Selain itu, subjek yang digunakan bisa lebih bervariasi agar hasil yang didapatkan semakin kuat. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan lebih memperhatikan penyusunan alat ukur agar tidak terjadi kesalahan saat pengambilan data. Karena masih kurangnya skripsi yang membahas tentang tema ini, diharapkan bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian melalui sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qu'an

Al-Qur'an dan terjemahnya. Bandung: PT Syaamil Cipta Media.

Buku

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Azwar, Saifuddin. 1997. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Azwar, Saifuddin. 2011. *Reliabilitas dan Validitas.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Bran, Stanley J, Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa : Dasar, Pergolakan dan Massa Depan.* Jakarta : Salemba Humanika

Bugin, Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group

Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer.* Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta

Burton, Graeme. 2008. *Yang Tersembunyi Di Balik Media*. Jalasutra: Yogyakarta

Danrjati, dkk. 2013. *Pengantar Psikologi Umum.* Yogyakarta : Graha Ilmu

Faturochman. 2006. *Pengantar Psikologi Sosial.* Yogyakarta : Pustaka

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Goup

Kusumaningrat, Hikmat, Purnama Kusumaningrat. 2012. *Jurnalistik : Teori dan Praktik.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

McQuail, Denis. 2010. *Teori Komunikasi Massa McQuail.* Jakarta : Salemba Humanika

Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik.* Bogor : Ghalia Indonesia

Morissa, dkk. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia

Morrisan. 2010. *Psikologi Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia

Mulia, Musdah. 2010. *Islam dan Hak Asasi Manusia : Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : Naufan Pustaka

Notoatmojo. 2005. *Prinsip Dasar Konstruksi Sosial dalam Dinamika Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Partini, Siti. 1990.*Psikologi Sosial.* Yogyakarta : Percetakan Studing

Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Riswandi. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Riswandi. 2009. *Ilmu komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Romli, M, Asep Samsul. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online.* Bandung : Nuansa Cendekia

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta : Graha Ilmu

Sarwono, S.W. 2000. *Teori-teori Psikologi Sosial*. jakarta : Raja Grafindo Persada

Sugiyono. 2003. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitaf-kualitatif*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung : Alfabeta

Susanto. 2006. Metode Penelitian Sosial. Surakarta : LPP UNS dan UNS Press

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Skripsi

Wati, Krina Yunita. 2009. " Pengaruh Terpaan Tayangan Rohani Solusi Life di O'channel Terhadap Sikap Religius Khalayak (Survey Terhadap Jemaat Gereja Pantekosta di Indonesia GpdI Sejahtera Tanggerang, Banten Periode Januari-Maret 2009)". Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta

Ruchan, Ma. 2014. " Pengaruh Pemberitaan Persiba Bantul di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat Terhadap Minat Menonton Pertandingan ke Studion (Survei pada Anggota Paserbumi kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Widyanti, Ayu Susan. 2013. " Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tawuran Antar Pelajat di Televisi Terhadap Sikap Pelajar SMA Negeri di Kota Yogyakarta (Studi Deskriptif Kuantitatif Pemberitaan Kasus Tawuran Antar Pelajar SMA Negeri 70 dengan SMA Negeri 6 Jakarta Periode 24 september 2012 – 30 September 2012 Terhadap Sikap Pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta)". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta

Jurnal

Ade Siswanta 2014. " Analisis Sikap dan Perilaku konsumen Terhadap Pemilihan Rumah Tinggal Pada kawasan Sunset Garden di kota Denpasar Bali". Jurnal Spektran Vol. 2 No 1. Hal. 44-51

Hamim 2009. " Pengaruh Terpaan Berita Kejahatan di Televisi Terhadap sikap Waspasa dan Cemas Pada Ibu rumah Tangga ". Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 1. No 1. Hal 37-45

Lukman Hakim 2011. " Analisis Sikap Terhadap Aturan lalu Lintas Pada Komunitas Bermotor (Analysis Ob The Attitudes Toward Traffic Regulations In Motorcycle Communities) ". Jurnal Psikologi Indonesia Vo. VIII, No.2. Hal. 93-103

Prasisca Agustina 2013. " Dampak Tayangan (Drama Korea) Boys Before Flowers di Televisi Dalam Perubahan Sikap dan Perilaku Remaja (Studi efek

Media Massa Pada Anak-Anak Remaja di SMPN 1 Tenggarong)". Jurnal Ilmu Komunikasi. Hal. 249-262

Susanta 2006. " Sikap : Konsep dan Pengukuran". Jurnal Administrasi Bisnis Volume 2, No. 2. Januari. Hal 94-106

Internet

http://m.tempo.co/read/news/2013/11/24/205532048/pesantren-waria-yogyakarta-satu-satunya-di-dunia

http://nasional.kompas.com/read/2016/02/17/14134511/MUI.dan.Ormas.Islam.LGBT. H aram

http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2014/08/140814_lgbt_indonesia

http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/02/160225_indonesia_ponpes_waria_ditutup

http://www.bintang.com/lifestyle/read/2425441/ini-alasan-kaum-lgbt-indonesia-makin-pede-tampil-di-muka-umum

http://www.suarasikap.com/2016/03/posisimedia.html

https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-2015

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/2496/Being_LGBT_in_Asia_Indonesia_Country_Report_Bahasa_language.pdf

www.komnasperempuan.or.id/wp-content/uploads/2008/

http://www.slideshare.net/intersehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-pukakom-ui

LAMPIRAN

Kuesioner Try Out

KUESIONER

Assalamu'alaikum wr. wb

Dalam kesempatan ini saya meminta kesediaan anda untuk meluangkan waktu serta berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah saya susun. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sikap mahasiswa sosiologi terhadap pemberitaan LGBT. Kuesioner ini diperlukan dalam rangka menyusun tugas akhir untuk program Strata-1 Ilmu Komunikasi.

Sebelum mengisi kuesioner ini, isilah form kesediaan mengikuti penelitian pada kolom yang telah disediakan dan bacalah petunjuk pengerjaan dengan baik. semua data yang anda berikan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk menyususn penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisispasi yang anda berika, saya ucapkan terimaksih.

Hormat Saya,

Laili Usria

FORM KESEDIAAN MENGIKUTI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :.....

Usia :.....Tahun

Angkatan :

Jenis Kelamin : Perempuan/ laku-laki

Asal daerah :

Telah membaca semua pengantar dan petunjuk dengan cermat dan bersedia menjadi responden dan ikut berpartisispasi memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Yogyakarta, 2016

(.....)

PETUNJUK UMUM PENGERJAAN

1. Pada buku kuesioner ini terdapat 2 skala, yaitu A dan B. Masing-masing skala terdiri dari sejumlah pernyataan. bacalah pernyataan-pernyataan tersebut dengan teliti.
2. Berilah tanda ceklis (√) pada setiap jawaban yang sesuai dengan keadaan anda yang sesungguhnya

   Keterangan :

   SS : Sangat setuju TS : Tidak Setuju

   S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
3. Semua jawaban adalah benar, selama jawaban tersebut sesuai dengan pendapat, pikiran atau perasaaan anda.
4. Periksa kembali jawaban anda sebelum kuesioner ini dikembalikan, jangan sampai ada jawaban yang terlewatkan.

PERTANYAAN KHUSUS

1. Apakah anda pernah mengakses pemberitaan dimedia online ?

   a. Pernah b. Tidak Pernah
2. Apakah anda pernah membaca pemberitaan LGBT periode januari-februari dimedia online ?

   a. Pernah b. Tidak Pernah

SKALA A (Pemberitaan LGBT di media online)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Menurut saya, Berita LGBT sudah ditulis dengan cermat oleh wartawan				
2.	Menurut saya, pemberitaan LGBT yang tersebar dimedia online benar adanya				
3.	LGBT merupakan suatu fenomena baru yang sedang diberitakan oleh media				
4.	Fenomena LGBT diberitakan oleh media sesuai dengan keadaan yang sebenarnya				
5.	Pemberitaan LGBT merupakan suatu informasi yang penting				
6.	Infomasi LGBT menyangkut kepentingan orang banyak				
7.	Pemberitaan LGBT menarik perhatian banyak orang				
8.	Pemberitaan LGBT bersifat menghibur				
9.	Pemberitaan LGBT mengandung keganjilan				
10.	Berita LGBT ditulis dengan objektif oleh wartawan				
11.	Pemberitaan yang ada terkait LGBT ditulis secara seimbang oleh wartawan				
12.	Wartawan menulis berita LGBT tidak memihak salah satu kelompok (pro/kontra)				
13.	Dalam menulis berita LGBT, wartawan tidak memasukan opini mereka kedalam pemberitaan				
14.	Menurut saya, berita LGBT yang tersebar di media online dilebih-lebihkan oleh wartawan				
15.	LGBT merupakan berita lama yang diberitakan kembali oleh media				
16.	Fenomena LGBT diberitakan sesuai dengan kepentingan media				

17.	Pemberitaan LGBT merupakan suatu informasi yang umum				
18.	Infomasi LGBT menyangkut kepentingan minoritas				
19.	Berita LGBT ditulis dengan subjektif, sesuai dengan ideologi media				
20.	Wartawan menulis berita LGBT dengan berat sebelah				
21.	Wartawan memasukan beberapa opini mereka saat menulis berita LGBT				
22.	Berita LGBT yang ada di media online tidak sepenuhnya benar				
23	Wartawan dalam menulis berita LGBT memihak salah satu kelompok				

SKALA B (Sikap)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
	KOGNITIF				
1.	Sebelum membaca berita LGBT, saya melihat judulnya terlebih dahulu				
2.	Saya dapat menerima maksud dari judul-judul berita yang memberitakan tentang LGBT				
3.	Saya hanya membaca berita LGBT dimedia online				
4.	Saya menyimpan informasi LGBT untuk diri saya sendiri dan tidak memberitahukannya kepada orang lain				
5.	Saya mengamati dengan seksama perkembangan pemberitaan LGBT di media online				
6.	Saya dapat mengingat apa yang diberitakan di media online terkait LGBT				
7.	Dari pengamatan saya, seseorang akan lebih				

	toleran setelah membaca berita terkait LGBT				
8.	Saya menaruh kesan positif terhadap isi berita yang memberitakan tentang LGBT				
9.	Saya memperhatikan berita LGBT untuk memperoleh informasi				
10.	Saya memperhatikan gambar terlebih dahulu sebelum mulai membaca berita LGBT				
11.	Ketika saya membaca berita, saya langsung membaca inti berita tanpa melihat judulnya terlebih dahulu				
12.	Saya tidak dapat menerima maksud dari judul-judul tentang LGBT, karena pemilihan judulnya ambigu				
13.	Saya acuh terhadap perkembangan berita LGBT di media online				
14.	Berita LGBT mengandung banyak unsur yang menyimpang, jadi saya tidak ingin mengingatnya				
15.	Saya tidak paham dengan simbol atau gambar yang ada pada berita LGBT				
16.	Saya menaruh kesan negatif terhadap LGBT karena pemberitaannya mengandung banyak unsur kekerasan				
17.	Saya jarang melihat ada gambar pada berita LGBT				
18.	Seseorang akan tetap menolak LGBT meskipun telah membaca berita LGBT di media online				
19.	Saya sangat sibuk, sehingga jarang membaca berita terkait LGBT				
20	Saat membaca berita, saya tidak melihat gambar terlebih dahulu				
AFEKTIF					
21.	Saat saya paham dengan judul berita LGBT, saya mengangguk				

22.	Saya senang dengan pemilihan judul LGBT yang singkat, padat dan jelas				
23.	Terkadang saya tersenyum saat membaca berita LGBT karena beritanya menarik				
24.	Saya lebih menyukai pemberitaan LGBT daripada pemberitaan lainnya				
25.	Saya senang dengan pemilihan gambar pada berita LGBT yang menampilkan adegan sesama jenis				
26.	Saya senang membaca berita LGBT, karena saya memperoleh informasi baru				
27.	Saya tertawa saat melihat gambar LGBT dimedia online yang menampilkan pasangan sesama jenis				
28.	Saya setuju dengan pemilihan judul LGBT yang singkat padat dan jelas				
29.	Saya menggeleng-gelengkan kepala saat saya tidak paham dengan judul berita LGBT				
30	Saya tidak suka dengan pemilihan judul LGBT yang terlalu frontal				
31.	Saya merinding ketika melihat gambar pada berita LGBT, karena menampilakan pasangan sesama jenis				
32.	Saat membaca berita LGBT, saya mengerutkan dahi, karena beritanya tidak sesuai yang saya bayangkan				
33.	Saya tidak suka dengan pemilihan gambar pada berita LGBT yang monoton menampilakan adegan sesama jenis				
34.	Saya lebih suka membaca berita politik daripada harus membaca berita tentang LGBT				
35.	Saya tidak setuju dengan dengan pemilihan judul pada berita LGBT, karena masih ambigu				
36.	Saya tidak suka membaca berita LGBT karena				

	menyita waktu bermain saya				
KONATIF					
37.	Saya sering mencari informasi LGBT di media online				
38.	Sudah seharusnya kita menghargai kelompok LGBT, karena tidak sepenuhnya mereka salah				
39.	Saya membaca berita LGBT hingga selesai, karena saya ingin mengetahui informasi secara lengkap				
40.	Kita harus menghormati kelompok LGBT, karena LGBT adalah sebuah pilihan				
41.	Setelah membaca berita, saya mengajak teman-teman saya untuk membela kelompok LGBT				
42.	Setelah membaca berita, saya menceritakan apa yang saya baca kepada teman-teman saya				
43.	Di indonesia, seharusnya ada undang-undang yang menghargai keberadaan kelompok LGBT				
44.	Saya tidak bisa menerima kelompok LGBT, karena agama saya tidak memperbolehkan hubungan sesama jenis				
45.	Saya malas jika harus menacari berita LGBT dimedia online, karena tugas kuliah saya banyak				
46.	Menurut saya berita LGBT tidak menarik, karena terlalu dilebih-lebihkan oleh media, sehingga saya tidak membacanya				
47.	Tidak seharussnya kelompok LGBT dipandang sebagai sesuatu yang negatif				
48.	Saya tidak tertarik ikut campur dalam membela kelompok LGBT				

Dimohon untuk diperiksa kembali.

pastikan tidak ada jawaban yang terlewatkan

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih

Seleksi Aitem Skala Berita

A. Hasil Analisis Awal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,801	,797	23

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A01	53,42	46,992	,241	.	,799
A02	53,08	40,992	,814	.	,768
A03	53,00	47,455	,118	.	,805
A04	53,17	40,697	,803	.	,768
A05	53,00	43,091	,506	.	,785
A06	52,83	46,697	,288	.	,797
A07	52,92	45,902	,205	.	,803
A08	54,33	46,788	,275	.	,797
A09	53,33	54,970	-,648	.	,838
A10	53,58	43,174	,630	.	,780
A11	53,58	42,811	,676	.	,778
A12	53,08	49,356	-,086	.	,812
A13	53,25	54,205	-,508	.	,838
A14	53,92	41,538	,533	.	,782
A15	54,00	43,273	,599	.	,781
A16	53,67	43,515	,414	.	,790
A17	53,75	47,114	,195	.	,800
A18	53,75	43,295	,549	.	,783
A19	53,83	46,515	,315	.	,796
A20	53,42	39,720	,859	.	,762
A21	53,58	48,629	-,022	.	,814
A22	53,92	40,811	,684	.	,772
A23	53,75	42,750	,783	.	,775

B. Hasil nalisis Setelah Diseleksi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,914	,917	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A02	27,42	37,356	,888	.	,897
A04	27,50	37,727	,795	.	,901
A05	27,33	39,879	,514	.	,913
A10	27,92	39,356	,719	.	,905
A11	27,92	39,902	,648	.	,907
A14	28,25	38,205	,555	.	,913
A15	28,33	40,061	,609	.	,909
A16	28,00	40,545	,396	.	,919
A18	28,08	39,356	,643	.	,907
A19	28,17	43,061	,345	.	,917
A20	27,75	37,114	,814	.	,900
A22	28,25	37,114	,752	.	,902
A23	28,08	39,720	,770	.	,904

Seleksi Aitem Skala Sikap

A. Hasil Analisis Awal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,885	,893	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A01	112,08	164,265	,588	.	,880
A02	112,25	164,932	,349	.	,883
A03	112,75	160,205	,617	.	,878
A04	113,50	168,455	,276	.	,884
A05	113,08	161,720	,766	.	,878
A06	112,58	167,174	,462	.	,882
A07	112,83	169,424	,197	.	,885
A08	112,83	167,061	,233	.	,885
A09	112,17	171,242	,261	.	,884
A10	112,58	174,811	-,113	.	,889
A11	112,25	172,205	,081	.	,886
A12	112,58	169,538	,274	.	,884
A13	112,42	156,811	,755	.	,876
A14	112,67	159,515	,790	.	,877
A15	112,83	164,333	,497	.	,881
A16	112,92	159,902	,499	.	,880
A17	112,83	175,970	-,176	.	,890
A18	113,25	165,841	,363	.	,883
A19	112,67	166,970	,340	.	,883
A20	112,67	175,515	-,182	.	,889
A21	112,08	161,174	,804	.	,877
A22	112,33	160,424	,609	.	,879
A23	113,00	161,455	,725	.	,878
A24	112,58	165,356	,449	.	,882
A25	112,33	166,424	,497	.	,881

A26	113,58	169,902	,246	.	,884
A27	113,17	169,424	,157	.	,886
A28	113,75	169,477	,261	.	,884
A29	112,67	168,061	,276	.	,884
A30	112,83	162,515	,606	.	,879
A31	113,08	162,629	,702	.	,879
A32	112,67	160,606	,463	.	,881
A33	112,67	166,424	,497	.	,881
A34	112,75	170,023	,160	.	,886
A35	113,58	170,083	,164	.	,885
A36	113,58	164,992	,471	.	,881
A37	113,08	169,356	,183	.	,885
A38	113,08	167,720	,272	.	,884
A39	113,58	169,538	,274	.	,884
A40	113,17	167,424	,255	.	,885
A41	112,42	163,902	,613	.	,880
A42	113,42	170,083	,095	.	,888
A43	112,17	167,606	,303	.	,884
A44	112,83	159,242	,519	.	,880
A45	113,33	164,788	,333	.	,883
A46	113,58	168,629	,251	.	,884
A47	112,75	182,205	-,398	.	,897
A48	112,92	159,356	,822	.	,876

B. Hasil Analisis Setelah Diseleksi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,935	,941	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A01	59,08	108,265	,588	.	,933
A03	59,75	103,114	,735	.	,930
A05	60,08	105,356	,841	.	,930
A13	59,42	101,538	,798	.	,929
A14	59,67	105,152	,734	.	,931
A15	59,83	107,424	,562	.	,933
A16	59,92	103,902	,537	.	,935
A21	59,08	104,811	,889	.	,929
A22	59,33	103,333	,726	.	,931
A23	60,00	105,818	,739	.	,931
A24	59,58	108,447	,500	.	,934
A25	59,33	109,515	,545	.	,934
A30	59,83	106,333	,644	.	,932
A31	60,08	106,992	,698	.	,932
A32	59,67	103,879	,531	.	,935
A33	59,67	109,697	,528	.	,934
A41	59,42	108,811	,541	.	,934
A43	59,17	109,970	,374	.	,936
A44	59,83	103,061	,574	.	,934
A48	59,92	106,811	,626	.	,932

KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER

Assalamu'alaikum wr. wb

Dalam kesempatan ini saya meminta kesediaan anda untuk meluangkan waktu serta berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah saya susun. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sikap mahasiswa sosiologi terhadap pemberitaan LGBT. Kuesioner ini diperlukan dalam rangka menyusun tugas akhir untuk program Strata-1 Ilmu Komunikasi.

Sebelum mengisi kuesioner ini, isilah form kesediaan mengikuti penelitian pada kolom yang telah disediakan dan bacalah petunjuk pengerjaan dengan baik. semua data yang anda berikan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk menyususn penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisispasi yang anda berika, saya ucapkan terimaksih.

Hormat Saya,

Laili Usria

FORM KESEDIAAN MENGIKUTI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :.....

Usia :.....Tahun

Angkatan : 2014

Jenis Kelamin : Perempuan/ laku-laki

Asal daerah :

Telah membaca semua pengantar dan petunjuk dengan cermat dan bersedia menjadi responden dan ikut berpartisispasi memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Yogyakarta, 2016

(.....)

PETUNJUK UMUM PENGERJAAN

5. Pada buku kuesioner ini terdapat 2 skala, yaitu A dan B. Masing-masing skala terdiri dari sejumlah pernyataan. bacalah pernyataan-pernyataan tersebut dengan teliti.
6. Berilah tanda ceklis (√) pada setiap jawaban yang sesuai dengan keadaan anda yang sesungguhnya

   Keterangan :

   SS : Sangat setuju TS : Tidak Setuju

   S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
7. Semua jawaban adalah benar, selama jawaban tersebut sesuai dengan pendapat, pikiran atau perasaaan anda.
8. Periksa kembali jawaban anda sebelum kuesioner ini dikembalikan, jangan sampai ada jawaban yang terlewatkan.

PERTANYAAN KHUSUS

3. Apakah anda pernah mengakses pemberitaan dimedia online ?

   b. Pernah b. Tidak Pernah
4. Apakah anda pernah membaca pemberitaan LGBT periode januari-februari dimedia online ?

   b. Pernah b. Tidak Pernah

SKALA A (Pemberitaan LGBT di media online)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Menurut saya, pemberitaan LGBT yang tersebar dimedia online benar adanya				
2.	Fenomena LGBT diberitakan oleh media sesuai dengan keadaan yang sebenarnya				
3.	Pemberitaan LGBT merupakan suatu informasi yang penting				
4.	Berita LGBT ditulis dengan objektif oleh wartawan				
5.	Pemberitaan yang ada terkait LGBT ditulis secara seimbang oleh wartawan				
6.	Menurut saya, berita LGBT yang tersebar di media online dilebih-lebihkan oleh wartawan				
7.	LGBT merupakan berita lama yang diberitakan kembali oleh media				
8.	Fenomena LGBT diberitakan sesuai dengan kepentingan media				
9.	Infomasi LGBT menyangkut kepentingan minoritas				
10.	Berita LGBT ditulis dengan subjektif, sesuai dengan ideologi media				
11.	Wartawan menulis berita LGBT dengan berat sebelah				
12.	Berita LGBT yang ada di media online tidak sepenuhnya benar				
13	Wartawan dalam menulis berita LGBT memihak salah satu kelompok				

SKALA B (Sikap)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
KOGNITIF					
1.	Sebelum membaca berita LGBT, saya melihat judulnya terlebih dahulu				
2.	Saya hanya membaca berita LGBT dimedia online				
3.	Saya mengamati dengan seksama perkembangan pemberitaan LGBT di media online				
4.	Saya acuh terhadap perkembangan berita LGBT di media online				
5.	Berita LGBT mengandung banyak unsur yang menyimpang, jadi saya tidak ingin mengingatnya				
6.	Saya tidak paham dengan simbol atau gambar yang ada pada berita LGBT				
7.	Saya menaruh kesan negatif terhadap LGBT karena pemberitaannya mengandung banyak unsur kekerasan				
AFEKTIF					
8.	Saat saya paham dengan judul berita LGBT, saya mengangguk				
9.	Saya senang dengan pemilihan judul LGBT yang singkat, padat dan jelas				
10.	Terkadang saya tersenyum saat membaca berita LGBT karena beritanya menarik				
11.	Saya lebih menyukai pemberitaan LGBT daripada pemberitaan lainnya				
12.	Saya senang dengan pemilihan gambar pada berita LGBT yang menampilkan adegan sesama jenis				
13.	Saya tidak suka dengan pemilihan judul LGBT yang terlalu frontal				

14.	Saya meriding ketika melihat gambar LGBT dimedia online yang menampilkan pasangan sesama jenis				
15.	Saat membaca berita LGBT, saya mengerutkan dahi, karena beritanya tidak sesuai yang saya bayangkan				
16.	Saya tidak suka dengan pemilihan gambar pada berita LGBT yang monoton menampilakan adegan sesama jenis				
KONATIF					
17.	Setelah membaca berita, saya mengajak teman-teman saya untuk membela kelompok LGBT				
18.	Di indonesia, seharusnya ada undang-undang yang menghargai keberadaan kelompok LGBT				
19.	Saya tidak bisa menerima kelompok LGBT, karena agama saya tidak memperbolehkan hubungan sesama jenis				
20.	Saya tidak tertarik ikut campur dalam membela kelompok LGBT				

Dimohon untuk diperiksa kembali.

pastikan tidak ada jawaban yang terlewatkan

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih

Statistika Deskriptif

Frequency Kognitif

Statistics

		Kognitif 1	Kognitif 2	Kognitif 3	Kognitif 4	Kognitif 5	Kognitif 6	Kognitif 7
N	Valid	47	47	47	47	47	47	47
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Kognitif1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,1	2,1	2,1
	2	3	6,4	6,4	8,5
	3	30	63,8	63,8	72,3
	4	13	27,7	27,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Kognitif2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	18	38,3	38,3	42,6
	3	22	46,8	46,8	89,4
	4	5	10,6	10,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Kognitif3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	23	48,9	48,9	53,2
	3	19	40,4	40,4	93,6
	4	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Kognitif4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	10,6	2,1	2,1
	2	30	63,8	63,8	89,4
	3	11	23,4	23,4	25,5
	4	1	2,1	10,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Kognitif5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	6,4	6,4
	2	21	44,7	44,7	44,7
	3	19	40,4	40,4	93,6
	4	1	2,1	2,2	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Kognitif6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	12,8	12,8
	2	22	38,3	38,3	51,1
	3	18	46,8	46,8	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Kognitif7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	8,5	8,5	8,5
	2	24	51,1	51,1	59,6
	3	18	38,3	38,3	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Frekuency Afektif

Statistics

		Afektif 8	Afektif 9	Afektif 10	Afektif 11	Afektif 12	Afektif 13	Afektif 14	Afektif 15	Afektif 16
N	Valid	47	47	47	47	47	47	47	47	47
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Afektif8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,1	2,1	2,1
	2	12	25,5	25,5	27,7
	3	26	55,3	55,3	83,0
	4	8	17,0	17,0	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	31,9	31,9	31,9
	3	27	57,4	57,4	89,4
	4	5	10,6	10,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,1	2,1	2,1
	2	18	38,3	38,3	40,4
	3	21	44,7	44,7	85,1
	4	7	14,9	14,9	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	17,0	17,0	14,9
	2	32	68,1	68,1	83,0
	3	7	14,9	14,9	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	10,6	10,6	14,9
	2	35	74,5	74,5	89,4
	3	7	14,9	14,9	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	10,6	10,6	10,6
	2	19	40,4	40,4	51,1
	3	21	44,7	44,7	95,7
	4	2	4,3	4,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	24	51,1	51,1	55,3
	3	18	38,3	38,3	93,6
	4	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	23	48,9	48,9	53,2
	3	19	40,4	40,4	93,6
	4	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Afektif16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	17,0	17,0	17,0
	2	17	36,2	36,2	53,2
	3	19	40,4	40,4	93,6
	4	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Frekuency Konatif

Statistics

		Konatif17	Konatif18	Konatif19	Konatif20
N	Valid	47	47	47	47
	Missing	0	0	0	0

Frequency table

Konatif17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	12,8	12,8
	2	27	57,4	57,4	29,8
	3	12	25,5	25,5	87,2
	4	2	4,3	4,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Konatif18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	6,4	6,4	6,4
	2	25	53,2	53,2	40,4
	3	18	38,3	38,2	93,6
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Konatif19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	12,8	12,8
	2	22	46,8	46,8	59,6
	3	16	34,0	34,0	93,6
	4	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Konatif20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	8,5	8,5	8,5
	2	22	46,8	46,8	44,7
	3	16	34,0	34,0	91,5
	4	5	10,6	10,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Statistika Deskriptif

Frequency berita

Statistics

	Berita 1	Berita 2	Berita 3	Berita 4	Berita 5	Berita 6	Berita 7	Berita 8	Berita 9	Berita 10	Berita 11	Berita 12	Berita 13
Valid	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency table

Berita1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,1	2,1	2,1
	2	5	10,6	10,6	12,8
	3	31	66,0	66,0	78,7
	4	10	21,3	21,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	24	51,1	51,1	51,1
	3	19	40,4	40,4	91,5
	4	4	8,5	8,5	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	10,6	10,6	10,6
	3	31	66,0	66,0	76,6
	4	11	23,4	23,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	6,4	6,4	6,4
	2	24	51,1	51,1	57,4
	3	17	36,2	36,2	93,6
	4	3	6,4	6,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	27	57,4	57,4	61,7
	3	16	34,0	34,0	95,7
	4	2	4,3	4,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	12,8	12,8
	2	21	44,7	44,7	57,4
	3	19	40,4	40,4	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	19,1	19,1	19,1
	2	26	55,3	55,3	74,5
	3	12	25,5	25,5	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	25,5	25,5	25,5
	2	25	53,2	53,2	78,7
	3	9	19,1	19,1	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	12,8	12,8
	2	25	53,2	53,2	66,0
	3	16	34,0	34,0	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,8	12,8	12,8
	2	29	61,7	61,7	74,5
	3	12	25,5	25,5	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	6,4	6,4	6,4
	2	26	55,3	55,3	61,7
	3	17	36,2	36,2	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	6,4	6,4	6,4
	2	32	68,1	68,1	74,5
	3	11	23,4	23,4	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Berita13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	10,6	10,6	10,6
	2	25	53,2	53,2	63,8
	3	16	34,0	34,0	97,9
	4	1	2,1	2,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Curuculum Vitae

LAILI USRIA

Laily.uzria03@gmail.com | 085643755672

Jl. KH Ali Maksum Pondok Pesantren Krapyak

Sewon Bantul Yogyakarta

55011

Personal Details

Place and Date Birth	Jepara, 20 Desember 1993
Sex	Female
NIM	12730069
Religion	Islam
Hobby	Reading books, Tavelling, and writing

Formal Education

2012-2016	UIN Sunan Kalijaga (Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relation)*
2009-2012	MA Hasyim Asy'ari Bangsri-Jepara
2006-2009	MTs Matholi'ul Ulum Banjaragung-Bangsri
2000-2006	MI Matholi'ul Ulum Banjaragung-Bangsri

Informal Education

2012	Pondok Pesantren Krapyak yayasan Ali Maksum komplek Hindun Anisah
2009-2014	Pondok Pesantren Darut Ta'lim Bangsri-Jepara

Organitation

2014-2014	Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
2013-2014	Senat Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2012-2014	Badan Eksekutif (BEM) Jurursan Ilmu Komunikasi

2012-2013	Olah Raga Bela Diri Pencak Silat “CEPEDI” UIN Sunan Kalijaga

Achievment

2015	Juara Debat keperempuanan Lintas UIN Suka
2012	Juara II Pencak Silat Kelass C Putri Dewasa dalam Kejuaraan Muhammad Zain Cup IX se-DIY
2012	Juara I Lomba Pencak Silat kelas C se-Jawa Timur
2012	Juara II Lomba Pencak Silat Kelas C dalam PORSEMA NU VIII

Others

2016	Pelatihan Wirausaha Baru Produktif
2016	Workshop Jurnalistik Mahasiswa
2015	Magang di Harian Jogja (Harjog) selama 2 Bulan
2015	Panitia *A Photo Marathon National Photography Competition On Anti Corruption Education* 2015
2015	Panita Seminar Internasional ISAIS
2014	Panitia Ferstival Anti Korupsi 2014 tanggal 11 Desember yang diselenggrakan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK)
2013	Panitia Opak Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2013	Tim Penyusun Buku 9 Generasi Rayon Humaniora Park