

**PENGARUH BERITA KINERJA PEMERINTAH DI *NEW MEDIA* TERHADAP CITRA JOKOWI PADA MAHASISWA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



SKRIPSI
Diajukan Kepada
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Strata I

Disusun Oleh:

ROBBY ALI HASAN
NIM 14210092

Dosen Pembimbing:

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP 19661209 199403 1 004

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2018

ABSTRAK

Robby Ali Hasan, 14210092. Pengaruh Berita Kinerja Pemerintah Di *New Media* Terhadap Citra Jokowi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia (FPSB UII), skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

New Media merupakan salah satu media audio visual baru yang belakangan ini semakin banyak peminatnya di Indonesia dan fungsi utama *new media* adalah sebagai sarana informasi. Ketertarikan masyarakat terhadap berita di *new media* memberikan stimulus yang berbeda-beda memengaruhi respon dari penontonya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses & effects* dan teori pendukung perbedaan individual. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai pelengkap data dengan jumlah responden sebanyak 86 responden. Analisis data menggunakan analisis *Chi Square*.

Berdasarkan penelitian, hipotesis yang terbukti adalah hipotesis nol (H_0), yaitu tidak terdapat pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Hal ini ditunjukkan dengan hasil *chi square* atau kai kuadrat yang lebih kecil dari nilai pada tabel distribusi *chi square*. Pengaruh antara intensitas terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi dapat dikatakan sangat lemah atau tidak signifikan.

Kata kunci : Terpaan, Berita, *New media*, Citra, Jokowi, *uses & effect* dan *chi square*.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robby Ali Hasan
NIM : 14210092
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **“PENGARUH BERITA KINERJA PEMERINTAH DI *NEW MEDIA* TERHADAP CITRA JOKOWI PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 8 November 2018

Yang menyatakan,



Robby Ali Hasan
NIM 14210092



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Alamat: Jl. Marsda Adi Sucipto, Sleman, Yogyakarta 55281.
Telp. (0274) 515856. Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum W. W

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Robby Ali Hasan
NIM : 14210092
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : PENGARUH BERITA KINERJA PEMERINTAH DI
NEW MEDIA TERHADAP CITRA JOKOWI PADA
MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU
SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 8 November 2018

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP: 19680103 199505 1 001

Pembimbing

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si
NIP: 19661209 199403 1 004



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B- 191/Un.2/DD/PP.05.3/01/2019

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGARUH BERITA KINERJA PEMERINTAH DI NEW MEDIA TERHADAP
CITRA JOKOWI PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU
SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Robby Ali Hasan
NIM/Jurusan : 14210092/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 4 Januari 2019
Nilai Munaqasyah : 90,66 / A -

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP 19661209 199403 1 004

Penguji II,

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 19680103 199503 1 001

Penguji III,

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP 19710328 199703 2 001

Yogyakarta, 4 Januari 2019

Dekan,



Dr. H. Tugjannah, M.Si.
NIP 19600316 198703 2 001

HALAMAN MOTTO

“ Hari Mu Adalah Hari Ini”.



Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Kedua orang tercinta yaitu orang tuaku, Bapak Nurhasan dan Almh. Kusrini
- Keluarga besar Mbah Warlan Ali dan Kakek Mayuk
- Adikku tersayang Fauziah Ayu Izmi Hani yang terus mendukung saya dalam belajar dan berkarya serta Kakakku Imanan Sodiqo'an yang rajin mendoakan
- Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Teman – teman prodi KPI di Fakultas dakwah dan Komunikasi yang begitu unik dan baik.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan begitu banyak rahmat, nikmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Berita Kinerja Pemerintah Di New Media Terhadap Citra Jokowi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia** dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa tercurah kepada Baginda besar Rasulullah Muhammad Shalallahu'Aalaihi Wasallam.

Peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
4. Dosen pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si. dan Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
5. Seluruh dosen dan karyawan di prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terimakasih atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
6. Segenap staff dan Mahasiswa FPSB UII yang telah membantu dan membagi ilmunya melalui penelitian ini.

7. Bapak Nurhasan dan Almh. Ibu Kusrini yang tak pernah henti mendoakan, mendukung, menyayangi, memotivasi, sehingga penulis dapat berkuliah dengan baik.
8. Keluargaku tercinta Simbah Sutirah, Lik Sundari, Lik Eka, Lik Yani, Lik Anwar, Lik Endang, Pakde Bambang dan Om Syamsuri yang selalu mendoakan, memotivasi dan menyemangati penulis.
9. Tias Beki Novisari terimakasih telah menemani, mendoakan, menyemangati, menolong dan selalu bisa diandalkan dalam keadaan apapun.
10. Sahabat dan orang-orang super KPB Salma, Mega, Giska, Cipek, Irul Fadil, Fiki, Wisnu, Hadi, Rifky, Rizki terimakasih atas doa, semangat dan rasa keluarga selama 4 tahun bersama di kampus.
11. Keluarga besar SUKA TV terutama generasi 7 terimakasih atas pengalaman, ilmu dan bantuannya selama ini, kalian keluarga keduaku.
12. Teman-teman KPI angkatan 2014.

Akhir kata penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 8 November 2018
Penulis

Robby Ali Hasan
NIM. 14210092

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	8
1. Batasan Masalah	8
2. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
D. Kajian Pustaka	10

E. Kerangka Teori	14
1. Teori Penggunaan dan Efek (<i>Uses and Effect</i>).....	16
2. Teori Perbedaan Individual (<i>Individual Defferences</i>)	19
3. Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	23
4. Citra	26
5. Tinjauan Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i> Terhadap Citra Jokowi.....	30
F. Kerangka Pemikiran atau Disain Penelitian.....	31
G. Hipotesis	32
H. Sistematika Pembahasan	32
BAB II: METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Definisi Konseptual	35
C. Definisi Operasional	39
D. Populasi dan Sampel	41
E. Instrumen Penelitian	46
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
H. Analisis Data	56
BAB III: GAMBARAN UMUM PEMERINTAHAN JOKOWI DAN FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA UII.....	60

A.	Pemerintahan Jokowi	60
1.	Profile	60
2.	Biografi Singkat.....	61
3.	Visi dan Misi Pemerintahan	63
B.	Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.....	64
1.	Profile	64
2.	Visi, Misi dan Tujuan	65
3.	Identitas	67
BAB IV:	PENGARUH INTENSITAS TERPAAN BERITA KINERJA PEMERINTAH DI <i>NEW MEDIA</i> TERHADAP CITRA JOKOWI	68
A.	Deskripsi Data Penelitian	68
1.	Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	71
2.	Citra Jokowi	75
3.	Hasil Wawancara	80
B.	Pengujian Hipotesis	82
C.	Pembahasan dan Intepretasi Hasil Penelitian.....	86
BAB V:	PENUTUP	92
A.	Kesimpulan	92
B.	Saran	93
	DAFTAR PUSTAKA	94
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1 Oprasionalisasi Variabel X	39
Tabel 2 Oprasionalisasi Variabel Y	40
Tabel 3 Populasi Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2014.....	43
Tabel 4 Kisi-kisi Penyusunan Instrumen Variabel X.....	46
Tabel 5 Kisi-kisi Penyusunan Instrumen Variabel Y	48
Tabel 6 Skor Jawaban Instrumen Pada Variabel Penelitian.....	51
Tabel 7 Uji Validitas Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	53
Tabel 8 Uji Validitas Citra Jokowi.....	54
Tabel 9 Reliabilitas Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	55
Tabel 10 Reliabilitas Citra Jokowi.....	56
Tabel 11 Data Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 12 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 13 Data Responden Berdasarkan Prodi	70
Tabel 14 Frekuensi Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	72
Tabel 15 Durasi Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	73
Tabel 16 Atensi Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	73
Tabel 17 Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di <i>New Media</i>	74
Tabel 18 Kesan Dalam Citra Jokowi.....	76
Tabel 19 Kepercayaan Dalam Citra Jokowi.....	77
Tabel 20 Sikap Dalam Citra Jokowi	78
Tabel 21 Citra Jokowi	79

Tabel 22 Tabulasi Silang Variabel X dan Y.....	82
Tabel 23 Perhitungan <i>Chi Square</i> atau Kai Kuadrat	85
Tabel 24 Distribusi <i>Chi Square</i> atau Kai Kuadrat	85
Gambar 1 Kerangka Berpikir Peneliti	31
Gambar 2 Foto Jokowi	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern abad 21 saat ini kehidupan masyarakat sangat dinamis dimana untuk mengakses berbagai informasi sangat bergantung pada perkembangan teknologi komunikasi berupa media massa. Selain itu teknologi komunikasi dalam hal ini media massa juga bisa menjadi media pembelajaran dan penambahan wawasan informasi bagi masyarakat.¹

New media yang kini sangat digemari oleh masyarakat merupakan contoh perkembangan teknologi dan perkembangan internet yang luar biasa belakangan ini. Adanya *new media* memungkinkan setiap orang dapat mengakses informasi hanya dengan bermodalkan *smartphone* atau sebuah perangkat komputer lainnya. *New media* mudahnya dipahami sebagai media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik. *New media* atau media digital dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi karena *new media* memiliki kecepatan dalam interaksi, lebih efisien, murah, dan sangat mudah untuk mendapatkan informasi terbaru atau ter-update.²

¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm.150.

² M. Sos Mondry, *Pemahaman teori dan praktik jurnalistik* (Bogor Selatan: Penerbit Ghalia Indonesia, 2008), hlm.13.

Berdasarkan informasi dari lembaga survei Niel son Co penonton televisi telah tumbuh sejak tahun 1949 dan mencapai puncaknya pada tahun 2010.³ Data tersebut menunjukkan bahwa televisi merupakan salah satu media massa yang sangat diminati dan menjadi pilihan banyak orang dalam beragam kegiatan seperti mencari informasi ataupun hiburan dan sebagainya hingga tahun 2010. Namun hal ini dalam beberapa tahun belakangan mengalami perubahan dalam hal statistik penonton dimana Niel son Co menemukan penurunan grafik jumlah penonton televisi yang disinyalir karena berkembangnya teknologi digital dan internet sehingga masyarakat sekarang terutama anak muda beralih menggunakan *new media* dalam mencari informasi dan memenuhi kebutuhannya.

Migrasi pengguna televisi atau media konvensional lainnya dalam memperoleh informasi ke *new media* juga dapat merujuk kepada data pengguna internet di Indonesia. Populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 262 juta orang. Lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017, setidaknya begitu menurut laporan teranyar Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Bahkan Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi tetapi juga membeli barang, memesan transportasi, hingga berbisnis dan berkarya.⁴

³ *Nasib Televisi Di Era Internet | Republika Online*, <http://www.republika.co.id/berita/koran/teraju/16/01/13/o0vsw59-nasib-televisi-di-era-internet>, diakses pada 15 Maret 2018.

⁴ Kompas Cyber Media, "Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?", *KOMPAS.com* (22 Februari 2018), <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>, diakses pada 28 Juli 2018.

Salah satu fungsi yang utama *new media* adalah sebagai sarana informasi. Berita adalah laporan tercepat mengenai informasi berupa fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk.⁵ Dari beberapa media massa yang ada saat ini *new media* dinilai sebagai media yang paling efektif dalam menyebarkan berita. Sifat *audio visual* juga kemudahan aksesnya pada media ini menjadikan kekuatan dalam menarik simpati masyarakat. Berita dapat memengaruhi sikap, perilaku, bahkan tataran yang lebih jauh efeknya hingga dapat memengaruhi sistem-sistem sosial maupun sistem budaya masyarakat.⁶ Alasan diatas yang melatarbelakangi peneliti tertarik memilih berita di *new media* sebagai hal yang perlu diteliti.

Seiring dengan fungsinya *new media* saat ini digunakan juga sebagai penyedia informasi, yang memegang peran yang penting dalam kehidupan politik. Aktivitas pemberitaan dalam melaporkan peristiwa-peristiwa pemerintahan sering memberi dampak yang signifikan bagi perkembangan politik. *New media* juga kerap digunakan sebagai alat komunikasi politik, maka *new media* bisa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi tentang kebijakan pemerintahan, kondisi politik dalam negeri, aktivitas jalinan komunikasi dengan negara-negara lain sebagai kebijakan politik luar negeri. Sedangkan dalam kehidupan di masyarakat, *new media*

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm.130.

⁶ Arifin S. Harahap, *Jurnalistik Televisi: Teknik Memburu dan Menulis Berita* (Jakarta: PT INDEKS, 2007), hlm 150.

berfungsi seperti media massa yaitu sebagai sarana kontrol sosial terhadap kebijakan yang dilakukan pemerintah.

Media massa memiliki peran penting dalam pembentukan mobilisasi dan pemeliharaan konflik antar kelompok atau individu dikarenakan hampir seluruh masyarakat dapat memperoleh informasi yang sedang hangat diperbincangkan melalui media massa seperti *new media* dan lain-lain. Media massa mampu berperan untuk membentuk keragaman budaya, ini merupakan salah satu pengaruh media terhadap sistem nilai, persepsi, dan tindakan manusia.⁷

Seperti yang kita ketahui bahwa di Indonesia pada tahun 2018 ini telah memasuki masa pemilihan umum (Pemilu) serentak. Menurut info dari komisi pemilihan umum (KPU), Indonesia akan melaksanakan Pemilu daerah, pemilu legislatif hingga puncaknya pemilu presiden pada 2019 mendatang.⁸ Sayangnya menjelang pesta demokrasi tersebut kerap muncul pemberitaan mengenai kinerja pemerintah yang menimbulkan berbagai persepsi di tengah masyarakat begitu pula di kancah perpolitikan karena pemberitaan yang berbeda-beda. Munculnya fenomena *hoax* atau berita bohong dari berbagai pihak baik pro pemerintah dan oposisi pemerintah menambah rumit pemahaman di masyarakat mengenai kebenaran suatu berita, alhasil berdasarkan hasil survei litbang Kompas sejak tahun 2015 terus terjadi peningkatan perbedaan persepsi antara masyarakat yang

⁷ *Ibid*, hlm78.

⁸ KPU, <https://www.kpu.go.id/>, diakses pada 26 Juli 2018.

menonton berita melalui televisi dengan mereka yang mendapat berita melalui *new media* mengenai citra pemerintahan Jokowi.⁹

Dalam hal berpolitik, politikus dan aktivis politik harus melaksanakan komunikasi politik untuk memperoleh dukungan masa atau dukungan pendapat umum. Pemberitaan tentang kinerja pemerintah ternyata terus menerus menjadi hal yang menarik diberitakan oleh media kepada masyarakat. Dari sudut pandang pemerintah pemberitaan kinerja pemerintah yang positif tentu menjadi hal yang sangat penting sebagai langkah menjaga elektabilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Singkatnya pemerintah tentu butuh alat pencitraan dan salah satunya melalui pemberitaan kinerja pemerintah. Sedangkan lawan politik juga tentu sangat membutuhkan media untuk memberitakan bahwa masih banyaknya kekurangan dan kelemahan pemerintah guna membentuk opini dan persepsi bahwa perlu adanya perbaikan atau perlu adanya penggantian pemerintah yang ada.

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna memengaruhi, mengubah perilaku atau pandangan penerima pesan. Ketertarikan masyarakat terhadap berita di *new media* memberikan stimulus yang berbeda-beda memengaruhi respon dari penontonya. Dimana efek-efek tersebut sangat beragam macamnya. Salah satunya mengubah persepsi atau pandangan yang menonton.

⁹ *Media Sosial Penggerak Aktif Isu Publik Halaman all - Kompas.com*, <https://nasional.kompas.com/read/2015/10/26/15010071/Media.Sosial.Penggerak.Aktif.Isu.Publik?page=all>, diakses pada 15 Maret 2018.

Sehingga pemberitaan dalam bentuk positif (biasanya dibuat oleh pro pemerintah) maupun negatif (biasanya yang dibuat oleh kontra pemerintah) di *new media* mengenai pemerintahan Jokowi membuat khalayak dapat menilai bagaimana Jokowi dalam menjalankan kegiatan pemerintahan seperti pencapaian, kegagalan, prestasi, cara mengatur negara dan menentukan kebijakan dan lain-lain serta sifat kepemimpinan islamnya apakah sudah sesuai dengan apa yang tercermin pada visi dan misinya pada saat kampanye dulu hingga sekarang.

Dalam penelitian ini mahasiswa fakultas psikologi dan ilmu sosial budaya universitas islam Indonesia (FPSB UII) dijadikan sebagai subjeknya. Alasan dipilihnya mahasiswa sebagai subjek adalah label yang melekat pada mahasiswa sebagai agen kontrol sosial, agen perubahan dan *iron stock* peneliti nilai cocok karena pembahasannya mengenai perpolitikan yang menyangkut kehidupan masyarakat dan juga masa depan bangsa. Selain itu sebagai seorang muslim tentu mahasiswa FPSB UII sendiri sedikit banyak memiliki pengetahuan keagamaan seperti bagaimana harusnya sifat pemimpin ketika bekerja dalam pandangan islam dan bagaimana cara menanggapi berita atau informasi sesuai dengan firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Hujarat ayat 6 yang artinya:¹⁰

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

¹⁰ Al-Quran, 46:6. Semua terjemahan ayat Al-Quran di skripsi ini diambil dari Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Sahabat Press, 2015).

Dari beberapa hal tadi peneliti berharap pemilihan populasi dan sampel yang tepat akan membantu serta memperkaya ilmu pengetahuan sebagai data dalam penelitian ini.

Dengan media dan masyarakat yang terus menerus mengekspos pemberitaan kinerja pemerintah Jokowi, khususnya di *new media* ini akan memberi pengetahuan terhadap persepsi khalayak mengenai realitasnya. Pemberitaan yang marak diperbincangkan oleh hampir semua media ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti adakah dampak dari menonton pemberitaan kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Pembentukan persepsi mahasiswa tentang citra pemerintahan Jokowi ini dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya terpaan pemberitaan tentang kinerja pemerintah. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti :

“Pengaruh Berita Kinerja Pemerintah Di *New Media* Terhadap Citra Jokowi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia”.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar tidak keluar dan bias dari konsep yang telah direncanakan, peneliti merasa perlu untuk membatasi masalah penelitian. Peneliti membatasi masalah penelitian dengan hanya membahas adakah pengaruh terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya maka peneliti menjadikan mahasiswa FPSB UII sebagai populasi penelitian ini. Alasannya adalah sebagai berikut :

- a. UII merupakan universitas islam dengan peringkat tertinggi di Yogyakarta berdasarkan data yang dirilis Kementerian riset, teknologi dan pendidikan tinggi, yaitu peringkat 41 dalam peringkat perguruan tinggi non-politeknik di Indonesia tahun 2017.¹¹
- b. UII merupakan universitas Islam dengan peringkat tertinggi di Yogyakarta berdasarkan data yang dirilis Webometrics, yaitu menempati peringkat 20 sebagai universitas terbaik di Indonesia.¹²

¹¹ “Daftar 100 Peringkat Perguruan Tinggi Non-Politeknik di Indonesia tahun 2017”, Direktorat Jenderal Kelembagaan Iptek dan Dikti (18 Agustus 2017), <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/2017/08/18/daftar-100-peringkat-perguruan-tinggi-non-politeknik-tahun-2017/>, diakses pada 22 Mei 2018.

¹² *Indonesia | Ranking Web of Universities*, <http://www.webometrics.info/en/Asia/indonesia%20>, diakses pada 22 Mei 2018.

Pengumpulan data penelitian ini direncanakan selesai pada tanggal 31 Agustus 2018. Batasan waktu pemberitaan mengenai kinerja pemerintah dimulai ketika Jokowi dilantik menjadi Presiden pada 20 oktober 2014 hingga 31 agustus 2018 Sesuai dengan rancangan waktu penelitian.

Pemberitan di *new media* juga dibatasi agar tidak terlalu luas dan menyebabkan bias. Maka Pemberitaan yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi pemberitaan mengenai kinerja pemerintahan Jokowi baik itu prestasi, mauapun kemampuan kerjanya yang kemudian akan diperjelas pada bab selanjutnya. *New media* yang dimaksud terdiri atas media sosial (*facebook*, *instagram* dan *twitter*), *website*, portal berita dan *youtube*.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, hal yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* pada mahasiswa FPSB UII?
2. Adakah pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab sesuai dengan rumusan masalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* pada mahasiswa FPSB UII?
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII?

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini adalah sebagai acuan bagi penelitian berikutnya yang ingin membahas mengenai pengaruh berita di *new media* terhadap citra Pemerintah, lembaga, tokoh, partai atau lainnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para praktisi atau pekerja media sebagai penambah sumber keilmuan. Dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengembangan pemberitaan oleh para praktisi.

D. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengarah pada adakah pengaruh terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Penelitian relevan sejenis dengan penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Galuh Lukitasari, Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2014 yang berjudul “Pengaruh Pemberitaan Di Televisi Terhadap Citra Partai Politik”. (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tentang Korupsi PKS di Televisi Tahun 2013 Terhadap Citra PKS di kalangan mahasiswa FKI jurusan ilmu

komunikasi angkatan 2011 UMS). Penelitian ini menggunakan teori jarum suntik, Teori ini mencoba menjelaskan bagaimana persuasi yang datang dari media memegang peran penting dalam, mengubah cara manusia berpikir, bertindak, maupun berperilaku. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh terpaan berita terhadap persepsi Responden. Dan hasil penelitian ini hipotesis alternatif diterima.¹³

Penelitian lainnya adalah penelitian Vincencia Evita Puspita Sari, Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2012 dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Korupsi di Media Televisi terhadap Persepsi Staff dan Karyawan Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta tentang Pejabat Negara”. (Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Berita Korupsi Angelina Sondakh dalam Kasus Wisma Atlet di TV One dan Metro TV Terhadap Persepsi Staff dan Karyawan Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta tentang Pejabat Negara Bergender Perempuan). Teori efek terbatas digunakan dalam penelitian sebagai teori utama. Teori efek terbatas adalah teori yang menyatakan bahwa media memiliki efek yang minim atau terbatas. Hasil penelitian yang dilakukan di Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta, menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh

¹³ Galuh Lukitasari, *Pengaruh Pemberitaan Di Televisi Terhadap Citra Partai Politik, Skripsi* (Surakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014).

terpaan berita terhadap persepsi responden dalam hal ini staff dan karyawan BPPM DIY.¹⁴

Penelitian relevan lainnya yaitu jurnal karya Ghea Alifia Putri, Universitas Riau, Pekanbaru pada tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Berita Kasus Kekerasan Seksual Pada Anak Di Televisi Terhadap Tingkat Kecemasan Orangtua Di SD Al-Ulum”. Teori kultivasi merupakan teori utama pada penelitian ini karena peneliti berasumsi bahwa terpaan berita atau pengaruh menonton berita berperan dalam memberikan perubahan terhadap perilaku penonton karena terbentuknya persepsi realitas sosial yang kemudian ia tiru. Hasil dari penelitiannya ini menunjukkan bahwa minimnya dampak dari berita itu terhadap Tingkat Kecemasan Orangtua Di SD Al-Ulum. Hal ini dikarenakan orangtua dari siswa SD Al-Ulum didominasi oleh Pegawai negeri sipil dan pegawai swasta, jadi tidak banyak waktu untuk menonton berita yang ditayangkan terkait kasus kekerasan terhadap anak.¹⁵

Penelitian terakhir yang peneliti jadikan salah satu referensi karena kesamaan media yang diteliti adalah hasil penelitian berupa skripsi karya Titan Armaya, Universitas Diponegoro Semarang tahun 2014 yang berjudul “Terpaan Pemberitaan Media Massa Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada

¹⁴ Vincencia Sari, *Pengaruh Terpaan Berita Korupsi di Media Televisi terhadap Persepsi Staff dan Karyawan Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta tentang Pejabat Negara, Skripsi* (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Atma Jaya, 2012).

¹⁵ Ghea Putri, “Pengaruh Terpaan Tayangan Berita Kasus Kekerasan Seksual Pada Anak Di Televisi Terhadap Tingkat Kecemasan Orangtua Di SD Al-Ulum”, *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau (JOM FISIP UNRI)*, 2 (2015).

Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin Terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi Sebagai Capres”.¹⁶ Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori dependensi efek komunikasi massa. Teori yang dikembangkan oleh Sandra ball-rokeach dan Melvin I. de fleur memfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya efek media massa. Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, audience menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang keadaan masyarakat. Jenis dan tingkat ketergantungan akan dipengaruhi oleh jumlah kondisi struktural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konfliknya atau tidak stabilnya masyarakat tersebut. Jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini meliputi efek kognitif, afektif, behavioral.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe eksplanatori dengan populasi sebanyak 36.711 penduduk yang berada di kelurahan Sendangmulyo, Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik multistage random sampling diambil sampel sebanyak 100 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan pemberitaan media massa tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin,

¹⁶ Titan Armaya, *Terpaan Pemberitaan Media Massa Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin Terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi Sebagai Capres, Skripsi* (Semarang: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2014).

namun tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres.

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas peneliti tertarik untuk meneliti adakah sebuah efek pemberitaan di *new media* yang dimungkinkan memengaruhi persepsi mahasiswa akan citra Jokowi. Pemilihan pemberitaan kinerja pemerintah di media *new media* menjadi topik penelitian ini dalam kaitannya untuk mengetahui bagaimana persepsi penonton/pengakses yaitu mahasiswa FPSB UII dalam memandang citra Jokowi setelah diterpa berita dari *new media* sebagai sumber berita selama pemerintahan Jokowi berlangsung. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Galuh Lukitasari dan Vincencia Evita Puspita Sari adalah pada objek yang diteliti sedangkan persamaannya terletak pada hipotesis persepsi yang akan terbentuk pada penonton. Sedangkan dengan penelitian milik Ghea Alifia Putri dan Titan Armaya selain objek juga subjeck yang diteliti, teori utama yang digunakan pun berbeda karena peneliti mengutamakan teori *uses dan effects*.

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian, teori menjadi bagian yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan karena teori menjadi landasan pemikiran dalam setiap penelitian. Selama lebih dari satu generasi dalam penelitian tentang efek media massa, terhadap perkembangan pemikiran mengenai proses efek tersebut. DeFleur, mencetuskan teori yang disebut "*cultural norms*".¹⁷ Teori ini beranggapan bahwa

¹⁷ Cangara, *Pengantar ilmu komunikasi*, hlm. 149.

media tidak hanya memiliki efek langsung terhadap individu, tetapi juga memengaruhi kultur, pengetahuan kolektif, dan norma serta nilai-nilai dari suatu masyarakat. Media massa telah menghadirkan seperangkat citra (*images*), gagasan, dan evaluasi dari mana *audience* dapat memilih dan menjadikan acuan bagi perilakunya.¹⁸

Dalam bukunya Sendjaja mengelompokan teori-teori efek media menjadi dua bagian. Pertama, adalah teori efek yang berlangsung dalam waktu lama, umumnya tidak terencana, lebih bersifat tidak langsung dan kolektif, sebagai tambahan, fokus perhatian pada pendekatan ini tidak pada pesan yang terpisah atau berdiri sendiri, melainkan pada keseluruhan sistem yang serupa.¹⁹ Dengan demikian, kita akan mengacu pada hal-hal seperti sosialisasi, transmisi dan dukungan terhadap nilai-nilai sosial, kecenderungan media untuk menyiratkan ideologi tertentu, pembentukan situasi bagi pendapat umum, perbedaan distribusi pengetahuan dalam masyarakat, perubahan jangka panjang dalam hal budaya, kelembagaan, bahkan struktur masyarakat. *Agenda setting*, *spiral of silence*, termasuk dalam kategori ini.²⁰ Berangkat dari hal tersebut, terdapat teori yang akan digunakan sebagai landasan teori yaitu sebagai berikut:

¹⁸ Sasa Sendjadja, *Teori Komunikasi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hlm.254.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid*, hlm.25.

1. Teori Penggunaan dan Efek (*Uses and Effect Theory*)

Diatas telah dijelaskan tentang efek dari sudut pandang media itu sendiri, yaitu pengaruh media terhadap *audience* baik secara individu maupun masyarakat. Kedua adalah efek yang dihasilkan, memandaang dari perspektif yang berbeda dalam hubungan antara media massa, *audience* dan efek.²¹ Teori yang termasuk dalam kategori ini adalah *uses and gratifications* dan *uses and effect*. Fokus pada penelitian ini menggunakan *uses & effect theory*.

Individu atau seseorang akan memenuhi kebutuhan informasinya dengan melakukan aktifitas menonton atau mengakses berita di *new media*. Penggunaan media tersebut memungkinkan akan memengaruhi dan memberikan dampak bagi para penggunanya. Dalam penelitian ini media yang digunakan adalah *new media*. Pendekatan ini sesuai dengan Teori *Uses and Effect*.

Teori *Uses and Effect* ini pertama kali ditemukan oleh Sven Windahl pada tahun 1979.²² Adanya teori ini merupakan sintesis dari teori sebelumnya, yaitu *Uses and Gratification Theory* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep “*uses*” (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan

²¹ *Ibid*, hlm.537.

²² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm.287.

penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi.

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti “*exposure*” yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lainnya pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi (*content*) tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi. Fokus teori ini lebih kepada pengertian yang kedua yang mana penggunaan media dimaknai lebih kompleks.

Dalam *uses and gratification*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sementara pada *uses and effect*, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media dan tingkat akses kepada media akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.²³

Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya dari teori ini. Pengaruh antara penggunaan dan hasilnya, dengan memperhitungkan pula isi media memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu:²⁴

²³ Sasa Senjaja, *Teori Komunikasi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2002), hlm.215.

²⁴ *Ibid*, hlm.215.

- a. Pada kebanyakan teori efek tradisional, karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut menggunakan efek.
- b. Dalam berbagai proses hasil lebih merupakan akibat penggunaan dari pada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengembalikan, mencegah, atau mengurangi aktifitas lainnya.
- c. Bahwa hasil ditentukan sebagian oleh media (melalui perantara penggunanya) dan sebagian lain dari penggunaan media itu sendiri.
- d. Asumsi dasar dari teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu.

Dalam penelitian ini, responden dianggap telah mendapatkan informasi yang cukup mengenai Pemerintahan Jokowi setelah melakukan aktifitas menonton/mengakses berita di *new media*, sehingga penelitian ini bukan lagi menanyakan kepuasan akan informasi tentang Pemerintahan Jokowi melainkan adakah efek atau pengaruh terhadap citra Jokowi.

Kesimpulannya, dapat dikatakan bahwa menonton dan memahami isi dari sebuah berita merupakan proses aktif yang di dalamnya melibatkan banyak faktor. Keterlibatan faktor-faktor itu bertujuan untuk memperoleh pemahaman baik dan benar. Sama halnya dengan menonton berita mengenai kinerja pemerintah di *new media* maka seseorang akan banyak memperoleh informasi dan semakin tinggi pula pengetahuan tentang Pemerintahan Jokowi.

2. Teori Perbedaan Individual (*Individual Differences Theory*)

Media massa dapat mewujudkan bermacam-macam (stimulus) sehingga tanggapan *audience* yang dihasilkannya juga akan berbeda-beda. Melvin DeFleur, dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Suprpto, menguraikan ke dalam empat perumusan khusus yang merupakan ringkasan pemikiran kontemporer tentang pengaruh media massa, yaitu teori perbedaan individu, teori kategori sosial, teori hubungan sosial, dan teori norma-norma budaya.²⁵ Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori perbedaan individu sebagai teori tambahan atau teori pendukung.

Teori perbedaan individual adalah teori yang dikemukakan oleh Melvin Defleur. Teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu. Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika berkaitan dengan kepentingannya konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Sehingga tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak itu tidak seragam

²⁵ Tommy Suprpto, *Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi* (Yogyakarta: CAPS, 2011), hlm.21.

melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.²⁶

Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, faktor lainnya dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula. Dari lingkungan yang dipelajarinya itu, mereka menghendaki seperangkat sikap, nilai dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain.²⁷

Teori perbedaan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda dengan watak-watak yang dimilikinya. Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Tetapi dengan berpegang tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian (yakni menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama) teori tersebut tetap akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap pesan tertentu (jika variabel antara bersifat seragam).

²⁶ Uchjana Effendy, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, hlm.275.

²⁷ *Ibid.*

Teori perbedaan individual menyebutkan bahwa khalayak yang secara selektif memperhatikan suatu pesan komunikasi, khususnya jika berkaitan dengan kepentingannya, akan sesuai dengan sikapnya, kepercayaannya dan nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan komunikasi itu akan diubah oleh tatanan psikologisnya.

3. Tinjauan Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di *New media*

a. Terpaan

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Dimana intensitas yang dimaksud disini adalah kemungkinan suatu berita atau informasi mendapatkan perhatian. Terpaan media menyangkut seberapa banyak media berhasil menjangkau khalayak, berapa banyak orang membaca koran, mendengarkan radio, menonton televisi ataupun mengakses *new media*. Terpaan media dapat membawa perubahan dalam perilaku publik yang menyangkut kesan, kepercayaan dan sikap seseorang.²⁸

Menurut Ardianto dan Erdinaya, “terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.”²⁹

²⁸ Siswanto Sutojo, *Building the Corporate Mass* (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm.91.

²⁹ Ardianto dan Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hlm.2.

Sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi atensi atau perhatian khalayak terhadap suatu tayangan yang dalam penelitian ini adalah tayangan berita mengenai kinerja pemerintah Jokowi.

Kesuksesan suatu pesan ditentukan antara lain oleh frekuensi dan intensitas stimuli. Frekuensi berarti perulangan. Hal ini didukung oleh pernyataan Jalaluddin Rakhmat yaitu apabila suatu hal disajikan secara berulang-ulang akan dapat menarik perhatian dan akhirnya memengaruhi bawah sadar seseorang.³⁰ Sementara itu orang akan memberi perhatian terhadap apa yang menarik dan terlihat lebih menonjol.

Dari pemahaman oleh para ahli tentang terpaan media tersebut, seperti dalam buku Jalaluddin Rakhmat, Rosergen menjelaskan bahwa “peneliti mencari data dan mengukurnya berdasarkan jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu dengan konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.”³¹

Sedangkan indikator jenis media sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, yaitu *new media*. Menurut Erdinaya Ardiyanto Dimensi yang bisa dijadikan indikator sebuah terpaan meliputi: ³²

³⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm.66.

³¹ *Ibid.*

³² Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm.52.

1. Frekuensi

Frekuensi penggunaan media diukur dengan mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali (hari) seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali (minggu) seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan), serta berapa kali (bulan) seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan).

2. Durasi

Durasi penggunaan media dapat dilihat dari berapa lama khalayak mengikuti suatu program.

3. Atensi

Atensi (perhatian) dinilai dari ketertarikan pada berita yang disampaikan media. Atensi adalah proses mental ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

b. Tinjauan Berita Kinerja Pemerintah di *New media*

Adanya arus informasi yang begitu deras mengakibatkan manusia harus terus menerus mengikuti informasi dan fenomena yang ada. Media alternatif yang bersifat *mobile* menjadi hal yang memenuhi itu semua yang kemudian dikenal dengan *new media*. *New media* adalah media baru yang

bersifat audio dan visual menjadikan media ini menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat dalam memperoleh sebuah informasi.

Secara etimologis dalam bahasa Inggris, berita (*news*) berasal dari kata *new* (baru).³³ Jadi berita adalah peristiwa-peristiwa atau hal yang baru. Prof. Mitchel V. Charnley dalam bukunya "*Reporting*" mendefinisikan berita sebagai berikut: "Laporan tentang fakta dan opini yang menarik perhatian dan penting, yang dibutuhkan oleh sekelompok masyarakat".³⁴ Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk.³⁵

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa berita adalah laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat yang aktual, menarik, berguna dan disebarluaskan melalui media massa : surat kabar, majalah, radio, televisi dan *new media*.

Kinerja pemerintah pada dasarnya merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai sebuah pemerintahan berkaitan dengan hal ini pemerintahan Jokowi dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dalam KBBI Kinerja dapat diartikan sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan atau

³³ Masduki, *Jurnalistik radio: menata profesionalisme reporter dan penyiar* (Yogyakarta: LKIS, 2001), hlm.10.

³⁴ *Ibid*

³⁵ Uchjana Effendy, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*.

kemampuan kerja³⁶. Sedangkan kata pemerintah dalam KBBI dapat diartikan system yang menjalankan wewenang dan kekuasaan mengatur kehidupan sosial, ekonomi, dan politik suatu negara atau bagian-bagiannya, sekelompok orang yang secara bersama-sama memikul tanggung jawab terbatas untuk menggunakan kekuasaan atau penguasa suatu negara (bagian negara).³⁷

Berdasarkan pengertian kinerja pemerintahan di atas, maka kinerja pemerintahan berarti sekelompok orang dalam organisasi dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam suatu negara dalam rangka mencapai tujuan yaitu mewujudkan visi dan misi suatu negeri yang menjalankan fungsi atau tugas pemerintahan. Adapun kesan-kesan buruk yang muncul di masyarakat dalam memerintah merupakan tanda-tanda peringatan adanya kinerja yang merosot. Kesan-kesan itu juga berlaku sebaliknya kesan baik dimasyarakat bisa jadi sebuah tanda pemerintah dalam keadaan kinerja yang naik.

Kesimpulan dari apa yang dimaksud dengan berita kinerja pemerintah pada penelitian ini adalah sebuah laporan atau informasi terkait capaian pemerintah, kemampuan kerja pemerintah, prestasinya

³⁶ Arti kata kinerja - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/kinerja>, diakses pada 30 Oktober 2018.

³⁷ Arti kata perintah - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/perintah>, diakses pada 30 Oktober 2018.

ataupun kegagalan yang dilakukan pemerintah dalam mencapai visi dan misinya.

Pemberitaan di *new media* yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi pemberitaan mengenai kinerja pemerintahan Jokowi melalui *new media* yang terdiri atas media sosial (*facebook, instagram dan twitter*), *website*, portal berita dan *youtube*.

4. Citra

Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia, atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya.³⁸

Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi untuk khalayak di mana informasi tersebut membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra.³⁹

Citra ini dibentuk berdasarkan impresi atau pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu, sehingga pada akhirnya membangun suatu sikap mental.⁴⁰ Sikap mental ini nantinya akan dipakai sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan karena citra dianggap mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu.

³⁸ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm.98.

³⁹ Rakhmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, hlm.224.

⁴⁰ Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm.242.

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan, atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau yang tidak disukai dari objek tersebut.

Suatu citra bisa sangat kaya makna atau sederhana. Citra dapat berjalan stabil dari waktu ke waktu atau sebaliknya bisa berubah dinamis, diperkaya oleh jutaan pengalaman dimana berbagai jalan pikiran asosiatif. Setiap orang bisa melihat citra suatu objek berbeda-beda, tergantung pada persepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut.⁴¹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa citra ialah suatu kesan setiap orang atau individu yang merupakan hasil pengetahuan dan pengalaman yang dialaminya terhadap suatu institusi perusahaan atau sosok figur.

Menurut Mc Luhan, media massa merupakan perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi, yaitu realitas tangan kedua (*second hand reality*).⁴² *New media* menampilkan tokoh-tokoh atau lembaga tertentu,

⁴¹ *Ibid*, hlm.244.

⁴² Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm.225.

dan mengesampingkan yang lainnya. Dengan hal ini, maka kita dalam membentuk citra berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan oleh media massa.

Menurut Siswanto Sutojo citra menggambarkan sekumpulan kesan (*impressions*), kepercayaan (*beliefs*), dan sikap (*attitudes*), yang ada di didalam benak khalayak terhadap perusahaan, lembaga atau *figure*. Pembentukan citra dapat diukur dengan menggunakan dimensi yang dapat diuraikan menjadi indikator penilaian citra, yaitu:⁴³

a. Kesan

Kesan yang didapat oleh khalayak terhadap pemerintah merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai alat pengukur citra. Kesan seorang pemimpin pemerintahan akan peneliti hubungkan dengan sifat pemimpin dalam islam yang ada pada pemimpin pertama umat islam yaitu rasulullah Muhammad sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Ahzab ayat 21 yang artinya:⁴⁴

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.”

Dari firman tersebut Allah menyampaikan kepada umat manusia untuk mengambil suri tauladan pada diri rasulullah yang mana 4 sifat

⁴³ Siswanto Sutojo, *Building the Corporate Mass* (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm.92.

⁴⁴ Al-Quran, 33:21. Semua terjemahan ayat Al-Quran di skripsi ini diambil dari Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Sahabat Press, 2015).

yang ada pada pemimpin islam itu adalah adalah *shidiq* (benar), *amanah* (dapat dipercaya), *fatolah* (cerdas) dan *tabligh* (menyampaikan).⁴⁵

b. Kepercayaan

Kepercayaan timbul karena adanya suatu rasa percaya kepada pihak lain yang memang memiliki kualitas yang dapat mengikat dirinya, seperti tindakan yang konsisten, kompeten, jujur, adil, bertanggungjawab, suka membantu dan rendah hati. Kepercayaan khalayak terhadap pemerintah diimplementasikan dari kredibilitas pemerintah dan kepedulian pemerintah pada khalayak yang ditujukan melalui *performance* pemerintah pada pengalaman menjalin hubungan dengan rakyat diwilayah tertentu. Kepercayaan ini juga terkait dengan sifat pemimpin dalam islam yaitu *shidiq* (benar), *amanah* (dapat dipercaya), *fatolah* (cerdas) dan *tabligh* (menyampaikan).⁴⁶

c. Sikap

Dimensi lain dari pengukuran citra pemerintahan adalah sikap, dimana sikap masyarakat dapat menunjukkan bagaimana sebenarnya masyarakat menilai suatu pemerintahan. Jika masyarakat bersikap baik, maka citra pemerintahan itu baik. Sebaliknya, jika sikap yang ditunjukkan negatif, berarti citra pemerintahan tersebut juga kurang di mata masyarakat.

⁴⁵ Halim al-Majidi, *Keindahan akhlak Rasullulah* (Jakarta: Penerbit malay, 2013), hlm.87.

⁴⁶ Halim al-Majidi, *Keindahan akhlak Rasullulah* (Jakarta: Penerbit malay, 2013), hlm.87.

Proses pembentukan sikap berlangsung secara bertahap, yakni dengan pengalaman pribadi, asosiasi dan proses belajar sosial.

5. Tinjauan Terpaan Berita Kinerja Pemerintah di *New media* Terhadap Citra Jokowi

Terpaan yang diartikan kegiatan mendengar, melihat membaca pesan-pesan berita di *new media* dalam kaitanya kegiatan para mahasiswa FPSB UII dalam mengakses berita kinerja pemerintah. Kegiatan tersebut akan menimbulkan ketertarikan mahasiswa FPSB UII terhadap berita kinerja pemerintah baik yang dibuat oleh pro pemerintah (positif) ataupun kontra pemerintah (negatif). Kemudian terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* memberikan stimulus yang berbeda-beda yang diharapkan memengaruhi respon dari mahasiswa FPSB UII. Citra Jokowi yang terbentuk dalam benak mahasiswa FPSB UII diharapkan berdasarkan informasi yang diterima dari berita kinerja pemerintah di *new media* yang mana bekerja untuk membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra tentang sosok Jokowi.

Penggunaan teori *uses and effect* yang mengasumsikan kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan *new media* dimungkinkan juga benar karena penggunaan *new media* tidak selalu berkaitan dengan kebutuhan akan informasi. Karakteristik individu, harapan dan persepsi setiap mahasiswa terhadap berita di *new media* dan tingkat aksesnya akan membawa mahasiswa FPSB

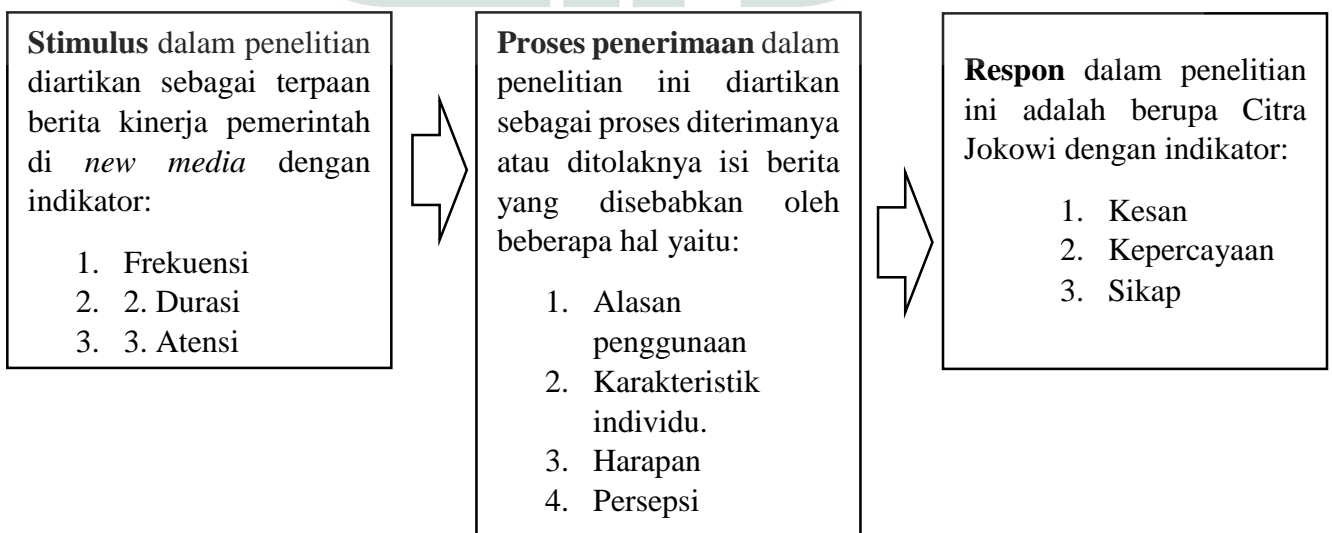
UII kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi berita kinerja pemerintah di *new media*. Ketika mahasiswa FPSB UII memutuskan untuk menerima informasi terkait berita kinerja pemerintah baik positif dan negatif sangat dimungkinkan akan memengaruhi persepsinya mengenai citra Jokowi. Sebaliknya ketika mahasiswa FPSB UII tidak menerima informasi yang ia terima lewat berita kinerja pemerintah karena suatu faktor lain yang memengaruhinya dimungkinkan akan melemahkan atau menghilangkan pengaruh stimulus terhadap pembentukan citra Jokowi.

F. Kerangka Pemikiran atau Disain Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengangkat permasalahan mengenai terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* sebagai objek penelitian yang dihubungkan dengan pembentukan citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII.

Sebagaimana kerangka teori yang telah diuraikan sebelumnya diatas. Maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat penulis gambarkan sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Berpikir Peneliti



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴⁷

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas maka disimpulkan hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini yakni:

Ho : Tidak terdapat pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UIL.

Ha : Terdapat pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UIL.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti membagi beberapa hal penting kedalam lima bab pembahasan penelitian, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, kerangka pemikiran, hipotesis dan sistematika pembahasan.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.64.

BAB II : METODE PENELITIAN

Terdiri dari jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan analisis data.

BAB III: GAMBARAN UMUM

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai variable yang diteliti yaitu Pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII.

BAB IV: TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini hasil penelitian dan temuan akan diuraikan oleh peneliti, antara lain : karakteristik responden hasil penelitian, terpaan berita, citra Jokowi, analisis data penelitian, dan interpretasi hasil.

BAB V : PENUTUP

Peneliti menarik kesimpulan dari hasil temuan dan analisis penelitian yang didapat serta memberikan saran sebagai masukan dari peneliti. Peneliti mencantumkan daftar pustaka yang telah dipakai sebagai rujukan dan menyertakan lampiran – lampiran terkait penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan serangkaian proses penelitian, pengolahan data, dan analisis penulis menarik kesimpulan terkait dengan hasil penelitian yang sudah diperoleh. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa FPSB UII mendapat terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* yang cukup. Mahasiswa cukup aktif mengakses dan mengikuti berita kinerja pemerintah di *new media*. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata dari variabel terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* yaitu sebesar 68,6% dalam kategori sedang atau cukup berdasarkan interval yang telah ditentukan.
2. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang terbukti adalah hipotesis nol (H_0), yaitu tidak terdapat pengaruh berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Hal ini ditunjukkan dengan hasil *chi square* atau kai kuadrat yang lebih kecil dari nilai pada tabel distribusi *chi square*. Pengaruh antara terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* terhadap citra Jokowi dapat dikatakan sangat lemah atau tidak signifikan dikarenakan minimnya dampak terpaan dalam pembentukan ataupun perubahan citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII. Dengan demikian dalam hal ini mahasiswa FPSB UII dalam menilai citra Jokowi tidak disebabkan oleh terpaan berita kinerja pemerintah di *new media*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain

di luar terpaan berita kinerja pemerintah di *new media* yang turut memengaruhi pembentukan citra Jokowi pada mahasiswa FPSB UII.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait penelitian yaitu:

1. Bagi mahasiswa FPSB UII diharapkan dapat lebih peduli terhadap isu-isu sosial maupun pemerintahan dan semakin selektif dalam menerima sebuah berita karena tak jarang berita hoax tersebar dan *viral* di *new media* dengan begitu diharapkan mahasiswa dapat terus berperan sebagai agen control dan juga berperan sebagai *iron stock* bangsa Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini, atau mengkaji variabel lain serta dengan metode penelitian yang lebih baik dan lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab Suci :

Al-Quran

Buku :

al-Majidi, Halim, *Keindahan akhlak Rasullulah*, Jakarta: Penerbit malay, 2013.

Ardianto, Elvinaro, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.

Ardianto dan Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

----, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2000.

Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.

Dermawan Wibisono, *Riset bisnis: panduan bagi praktisi dan akademisi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Effendi, Sofian dan Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2014.

Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang: UMM Press, 2010.

Harahap, Arifin S., *Jurnalistik Televisi: Teknik Memburu dan Menulis Berita*, Jakarta: PT INDEKS, 2007.

Kountur, Ronny, *Metode Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2007.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006.

Kriyantono, Rachmat dan Burhan Bungin, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

M.A, Morisson, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2012.

- Masduki, *Jurnalistik radio: menata profesionalisme reporter dan penyiar*, Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Mondry, M. Sos, *Pemahaman teori dan praktik jurnalistik*, Bogor Selatan: Penerbit Ghalia Indonesia, 2008.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- , *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Senjaja, Sasa, *Teori Komunikasi*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2002.
- , *Teori Komunikasi*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.
- Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Surva*, Jakarta: LP3S, 2011.
- Soemira, Soleh dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suprpto, Tommy, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Surjaweni, Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*, ttp: Penerbit Ardana Media, 2008.
- Sutojo, Siswanto, *Building the Corporate Mass*, Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004.
- Toho, Miftah, *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Internet dan Artikel :

- Arti kata kinerja - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, <https://kbbi.web.id/kinerja>, diakses pada 30 Oktober 2018.
- Arti kata perintah - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, <https://kbbi.web.id/perintah>, diakses pada 30 Oktober 2018.
- “Daftar 100 Peringkat Perguruan Tinggi Non-Politeknik di Indonesia tahun 2017”, *Direktorat Jenderal Kelembagaan Iptek dan Dikti*, 18 Agustus 2017, <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/2017/08/18/daftar-100-peringkat-perguruan-tinggi-non-politeknik-tahun-2017/>, diakses pada 22 Mei 2018.

“Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya-Universitas Islam Indonesia”, *Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia*, <https://fpsc.uui.ac.id/>, diakses pada 30 Oktober 2018.

Indonesia | Ranking Web of Universities, <http://www.webometrics.info/en/Asia/indonesia%20>, diakses pada 22 Mei 2018.

KPU, <https://www.kpu.go.id/>, diakses pada 4 November 2018.

Media, Kompas Cyber, “Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?”, *KOMPAS.com*, 22 Februari 2018, <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>, diakses pada 28 Juli 2018.

Media Sosial Penggerak Aktif Isu Publik Halaman all - Kompas.com, <https://nasional.kompas.com/read/2015/10/26/15010071/Media.Sosial.Penggerak.Aktif.Isu.Publik?page=all>, diakses pada 15 Maret 2018.

Nasib Televisi Di Era Internet / Republika Online, <http://www.republika.co.id/berita/koran/teraju/16/01/13/o0vsw59-nasib-televisi-di-era-internet>, diakses pada 15 Maret 2018.

Profil Joko Widodo - Tirto.ID, <https://tirto.id/m/joko-widodo-g3>, diakses pada 30 Oktober 2018.

Sejarah – Universitas Islam Indonesia, <https://www.uui.ac.id/profil/sejarah/>, diakses pada 22 Mei 2018.

Skripsi dan Jurnal :

Armaya, Titan, *Terpaan Pemberitaan Media Massa Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin Terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi Sebagai Capres*, Skripsi, Semarang: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2014.

Lukitasari, Galuh, *Pengaruh Pemberitaan Di Televisi Terhadap Citra Partai Politik*, Skripsi, Surakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Putri, Ghea, “Pengaruh Terpaan Tayangan Berita Kasus Kekerasan Seksual Pada Anak Di Televisi Terhadap Tingkat Kecemasan Orangtua Di SD Al-Ulum”, *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau (JOM FISIP UNRI)*, 2, 2015.

Sari, Vincencia, *Pengaruh Terpaan Berita Korupsi di Media Televisi terhadap Persepsi Staff dan Karyawan Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta tentang Pejabat Negara*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Atma Jaya, 2012.