



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

ANALISIS AKTIVITAS AUDIENS BERITA SOSIAL DAN POLITIK DI MEDIA DETIK.COM



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Yovi Syarifa

14140110275

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 02 November 2018



Yovi Syarifa

HALAMAN PENGESAHAN

“Analisis Aktivitas Audiens Berita Sosial dan Politik di Media Detik.Com”

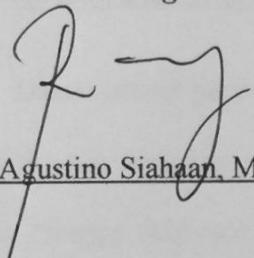
Oleh

Yovi Syarifa

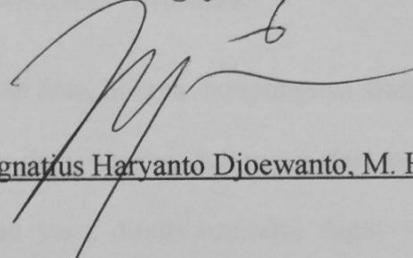
Telah diujikan pada Rabu, 24 Oktober 2018, pukul 13.00 s.d. 14.30 dan

dinyatakan lulus dengan susunan pengaji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Rony Agustino Siahaan, M. Si.

Pengaji Ahli

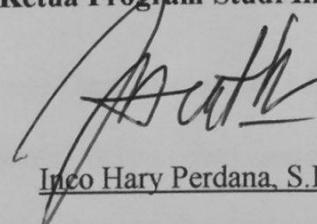

Ignatius Haryanto Djoewanto, M. Hum.

Dosen Pembimbing


Veronika, S.Sos., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

KATA PENGANTAR

Selalu ada usaha dan permohonan doa di balik setiap hasil yang ada. Puji dan Syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan segala rahmat dan karunianya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Aktivitas Audiens Berita Sosial dan Politik Di Media Detik.com” dapat peneliti selesaikan. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proses persiapan, pengumpulan data, hingga rampungnya skripsi ini, peneliti tidak berjuang sendiri melainkan juga disertai dukungan dari berbagai pihak. Hingga akhirnya seluruh tantangan yang dirasa mustahil dapat peneliti lewati. Maka dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih untuk menggambarkan syukur peneliti atas peran serta:

1. Lupita Wijaya, M. A. dan Veronika, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai.
3. Imando Surya dan Tiara Ayu, selaku sahabat dan rekan tercinta yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini serta tiada henti memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.

4. Putri Diana dan Ajeng Sekar, selaku rekan seperjuangan yang senantiasa memberi dukungan semangat kepada penulis.

Semoga apa yang dilakukan oleh penulis tidak sia-sia dan tidak mengecewakan orang-orang yang mendukung dan bermanfaat sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 02 November 2018

Yovi Syarifa



ANALISIS AKTIVITAS AUDIENS BERITA SOSIAL DAN POLITIK DI MEDIA DETIK.COM

ABSTRAK

Oleh: Yovi Syarifa

Kemunculan media *online* semakin menunjukkan kemajuan dan telah berperan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi. Hal ini karena media *online* memberi banyak kemudahan bagi berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya sebagai sumber informasi dan sarana komunikasi yang mudah dan cepat. Bahkan media *online* dianggap telah memberi kontribusi dari tutupnya sejumlah media cetak maupun beralihnya media cetak ke edisi digital. Banyaknya informasi yang disajikan dari beragam media massa, khususnya media *online* merupakan dampak yang tak dapat dihindarkan. Terlebih lagi, media massa memiliki efek yang tidak hanya mempengaruhi sikap seseorang tetapi juga dapat mempengaruhi perilaku bahkan tataran yang lebih jauh seperti sistem sosial dan budaya masyarakat. Untuk itu, audiens harus lebih selektif dalam memilih dan menggunakan media. Fenomena tersebut menarik peneliti untuk mengetahui aktivitas audiens terhadap berita sosial dan politik di media *Detik.com*. Berangkat dari teori *Uses and Gratifications 2.0*, peneliti berusaha menelaah lebih dalam mengenai konsep audiens aktif yang digagas oleh Levy dan Windahl (1984). Di mana terdapat serangkaian aktivitas audiens dalam penggunaan media yang dibentuk melalui dua dimensi, yaitu dimensi orientasi audiens (selektivitas, keterlibatan, dan kegunaan) dan temporal (sebelum, selama, dan sesudah eksposur). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *Focus Group Discussion (FGD)*, partisipan terdiri dari enam orang (pria dan wanita) berusia 21-23 tahun. Mengacu pada konsep tipologi aktivitas audiens, terdapat serangkaian aktivitas audiens yang beragam dalam memilih berita sosial dan politik di media *Detik.com*. Di mana audiens tidak selalu terarah pada tujuan awal ketika hendak menggunakan media guna memenuhi motif sosial atau psikologinya. Kepuasan audiens dalam mencari dan menggunakan berita sosial dan politik tidak hanya dipengaruhi oleh diri sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh teknologi yang ada. Dengan demikian, aktivitas audiens dalam memilih dan menggunakan berita sosial dan politik sangat beragam. Sehingga tidak semua audiens aktif dalam derajat yang sama dalam proses komunikasi.

Kata Kunci: Media *Online*, *Detik.com*, *Uses and Gratifications 2.0*, Audiens Aktif, Studi Kasus.

ANALYSIS OF STUDENT ACTIVITIES IN SOCIAL AND POLITICAL NEWS OF DETIK.COM

ABSTRACT

By: Yovi Syarifa

The appearance of online media increasingly showing the progress and has played a major role to fulfil information needs. This is because online media give more convenience for community life, especially as a source of information and means of communication that easy and fast to use. Online media is considered to have contributed to the closing of print media and switch to digital edition. The amount of information presented from various mass media, especially online media is an unavoidable impact. Moreover, mass media has an effect that not only affects a person's attitude but also can influence behavior and even more advanced levels such as the social and cultural systems of society. For this reason, the audience must be more selective in choosing and using media. This phenomenon attracts researchers to find out the audience's activity on social and political news on *Detik.com* media. Departing from the theory of Uses and Gratifications 2.0, researchers tried to examine more deeply the concept of active audiences initiated by Levy and Windahl (1984). Where there is a series of audience activities in the use of media formed through two dimensions, namely the dimensions of audience orientation (selectivity, involvement, and usability) and temporal (before, during, and after exposure). This research is a descriptive qualitative study with a case study method. This study used Focus Group Discussion (FGD) data collection techniques, participants consisted of six people (men and women) aged 21-23 years. Referring to the typology concept of audience activity, there are a variety of diverse audience activities in choosing social and political news on *Detik.com* media. Where the audience is not always directed at the initial goal when trying to use the media to meet their social or psychological motives. Satisfaction of the audience in finding and using social and political news is not only influenced by themselves, but also influenced by existing technology. Thus, the activity of the audience in choosing and using social and political news is very diverse. So that not all audiences are active in the same degree in the communication process.

Keywords: Online Media, *Detik.com*, Uses and Gratifications 2.0, Active Audience, Case Studies.

DAFTAR ISI

	hlm
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
a. Kegunaan Akademis.....	7
b. Kegunaan Praktis.....	8
c. Kegunaan Sosial	8
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	8
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	 10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Konseptual	13
2.3 Alur Penelitian	32
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Jenis Dan Sifat Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian.....	36

3.4 Informan	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Keabsahan Data.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Subjek Penelitian.....	48
4.1.1 Partisipan 1	51
4.1.2 Partisipan 2	52
4.1.3 Partisipan 3	52
4.1.4 Partisipan 4	53
4.1.5 Partisipan 5	53
4.1.6 Partisipan 6	54
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Selektivitas	58
4.2.2 Keterlibatan (<i>Involved</i>).....	64
4.3.3 Kegunaan (<i>Utility</i>).....	72
4.3 Pembahasan.....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Simpulan	103
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Akademis.....	103
5.2.2 Saran Praktis.....	104

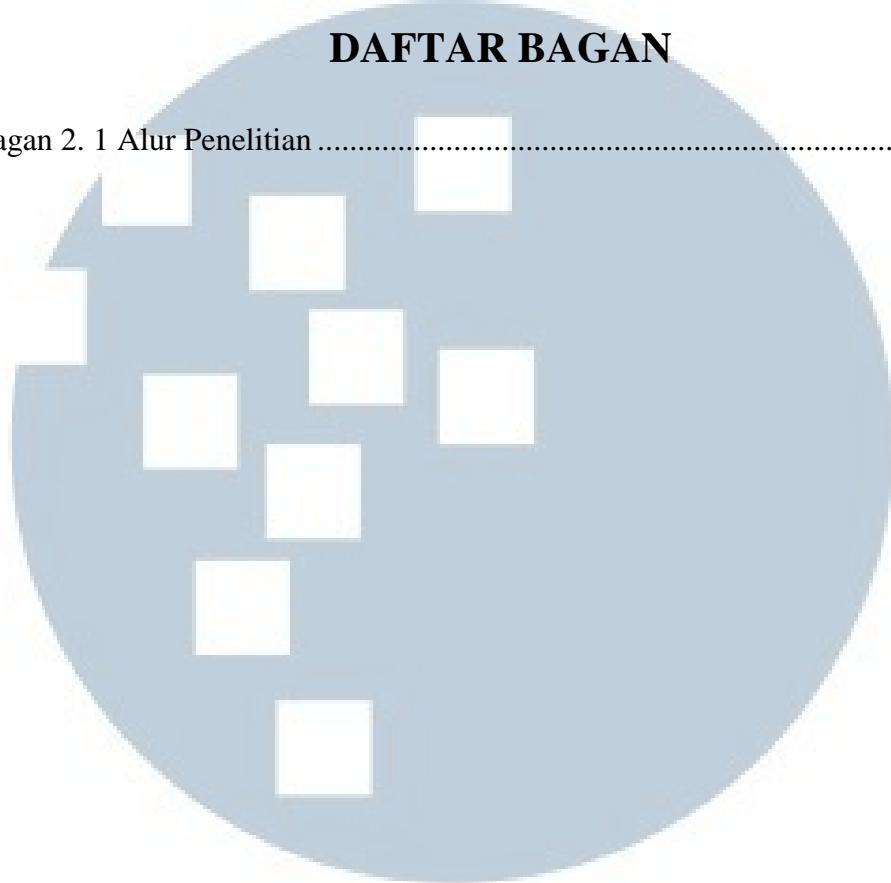
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Alur Penelitian 32



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kelompok Demografis	51
Gambar 4. 2 Broadcast Massages	55
Gambar 4. 3 Grup FGD.....	55
Gambar 4. 4 Menetapkan tanggal dan Tempat Pelaksanaan FGD.....	56
Gambar 4. 5 Saat FGD Sedang Berlangsung	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. 2 Kebutuhan Audiens dalam Menggunakan Media.....	22
Tabel 2. 3 Tipologi Aktivitas Audiens Levy and Windahl (1984)	28
Tabel 2. 4 Subtipe Aktivitas Audiens Levy dan Windahl (1984)	30
Tabel 4. 1 Persamaan dan Perbedaan Aktivitas Partisipan Berdasarkan Dimensi Orientasi Selektivitas Audiens	82
Tabel 4. 2 Persamaan dan Perbedaan Aktivitas Partisipan Berdasarkan Dimensi Orientasi Keterlibatan Audiens	90
Tabel 4. 3 Persamaan dan Perbedaan Aktivitas Partisipan Berdasarkan Dimensi Orientasi Kegunaan Audiens.....	96
Tabel 4. 4 Tingkat Keaktifan Partisipan Meningkat	100
Tabel 4. 5 Tingkat Keaktifan Partisipan Menurun.....	101

