



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

**PERAN MEDIA BARU DALAM MEMBENTUK OPINI
PUBLIK PADA POLITIK DI INDONESIA
(Studi Kasus *Trending Topic* #SAVEHAJILULUNG Di
Twitter)**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

WILLIAM ALEXANDER WIJAYA

11140110006

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI
MULTIMEDIA JOURNALISM FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA
TANGERANG
2015

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 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 pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 22 Agustus 2015

William Alexander Wijaya

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“ Peran Media Twitter Dalam Membentuk Opini Publik Pada Politik di Indonesia

“Studi Kasus *Trending Topic* #savehajilulung Di Twitter”

oleh

William Alexander wijaya

Telah diujikan pada hari senin 10 Agustus 2015 pukul 9.30 s.d 11.00 WIB dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Dr. Mediana Handayani, S.Sos., M.Si.

Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

Dr. Novita Damayanti, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Ilmu Komunikasi - UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN



Untuk Mama,Papa,*My Girl*

My Everything

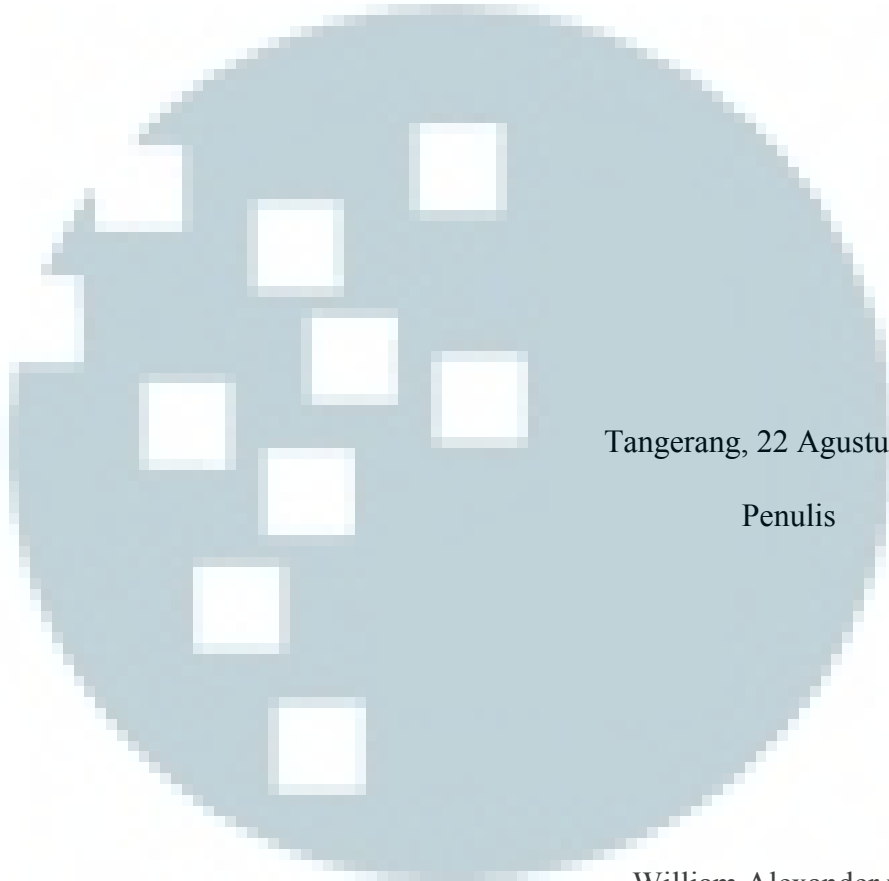
UMMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Selama melakukan kegiatan penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan pelajaran dan pemahaman mengenai peran media sosial dalam komunikasi politik di Indonesia. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan saran dalam penulisan penelitian skripsi ini, di antaranya adalah :

1. Ibu Novita Damayanti, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama proses pembuatan skripsi hingga selesai.
 2. Ibu Bertha Sri Eko, M., M.Si sebagai ketua prodi jurusan Ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan selama proses skripsi.
 3. Naomi Wongso, Edi Petrus yang merupakan ayah dan ibu penulis yang terus memberikan semangat dan bantuan selama proses kerja skripsi sampai pada selesainya pembuatannya.
 5. Para informan yaitu Yudha, Marcella, Benyamin yang telah menyediakan waktu dan memberi jawaban terhadap setiap pertanyaan yang diberikan oleh penulis.
- Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan turut membantu dalam pembuatan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis secara khusus dan pembaca secara umum. Mohon maaf

jika masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, karena itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun dalam penulisan ini.



UMMN

Peran Media Sosial Dalam Membentuk Opini Publik pada Politik di Indonesia

ABSTRAK

Oleh William Alexander Wijaya

Skripsi ini membahas tentang peran media baru yaitu sosial media secara khusus Twitter yang mampu membentuk opini publik yang beragam dengan penyebaran informasi secara luas dan cepat. Latar belakang dari masalah ini adalah perkembangan teknologi komunikasi yang terus berkembang dengan cepat menciptakan sebuah media baru, salah satu media baru yang paling banyak di adopsi oleh masyarakat Indonesia adalah Twitter. Twitter memiliki beberapa konten yang disajikan untuk para pengguna nya salah satunya *hashtag*, *hashtag* digunakan untuk menjadi topik tujuan dari tweet yang dihasilkan, salah satu *hashtag* yang populer di Indonesia belakangan ini adalah #savehajilulung. Dari *hashtag* ini dapat dilihat bahwa media sosial memainkan peranan penting dalam membentuk opini publik khususnya mengenai politik di Indonesia.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Computer mediated Communication dan teori bandwagon effect, teori CMC menjelaskan bagaimana komputer memfasilitasi interaksi komunikasi sedangkan bandwagon effect menjelaskan bagaimana adanya kecenderungan seseorang untuk mengikuti pendapat mayoritas.

Penelitian ini menggunakan metode secara kualitatif dengan paradigma post-positivist. Tujuan penelitian ini ingin melihat bagaimana peran Twitter sebagai sosial media yang memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik serta alasan dari individu yang terkait dalam berpartisipasi dalam topik #savehajilulung. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa alasan informan untuk berpartisipasi adalah karena adanya *banwagon effect* sedangkan Twitter sendiri berperan sebagai sebuah media untuk menyebarkan pandangan, pendapat serta untuk berbagi informasi bagi berbagai belahan masyarakat Indonesia.

Kata Kunci : *Bandwagon effect*, *Computer mediated Communication*, Opini, Peran, #savehajilulung.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	Hlm.
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	10
1.4 KEGUNAAN PENELITIAN.....	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	12
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	12
2.2 LANDASAN TEORI.....	17
2.2.1 KOMUNIKASI POLITIK.....	17
2.2.2 MEDIA SOSIAL.....	18
2.2.3 TEORI BANDWAGON EFFECT.....	20
2.2.4 TWITTER.....	21
2.2.5 OPINI PUBLIK.....	23
2.2.6 SOCIAL MEDIA ANALYSIS.....	27


2.3 KERANGKA PEMIKIRAN.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN.....	30
3.2 METODE PENELITIAN.....	31
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA	33
3.4 UNIT ANALISIS.....	36
3.4.1 INFORMAN.....	36
3.4.2 ALASAN MEMILIH UNIT ANALISIS.....	37
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	37
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA.....	38
3.7 TEKNIK KEABASAAN DATA.....	39
3.8 FOKUS PENELITIAN.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	41
4.2 HASIL PENELITIAN.....	43
4.2.1 ALASAN MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA TWITTER.....	45
4.2.2 FREKUENSI AKTIVITAS PENGGUNAAN TWITTER.....	45
4.2.3 SUMBER INFORMASI MENGENAI #SAVEHAJILULUNG.....	47
4.2.4 MOTIVASI BERPARTISIPASI DALAM #SAVEHAJILULUNG.....	49
4.2.5 PERAN TWITTER SEBAGAI MEDIA BEROPINI.....	51
4.2.6 DAMPAK #SAVEHAJILULUNG BAGI PENGGUNA TWITTER....	53
4.2.7 PENGERTIAN MENGENAI MAKNA #SAVEHAJILULUNG.....	54
4.3 PEMBAHASAN.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 SIMPULAN.....	60
5.2 SARAN.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	

PEDOMAN WAWANCARA
TRANSKRIP WAWANCARA
TWEETREACH
TOPSY
SCREENSHOT AKUN TWITTER



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DI INDONESIA.....	4
GAMBAR 1.2 PENGGUNA AKTIF TWITTER DI INDONESIA.....	6
GAMBAR 3.1 KEDUDUKAN STUDI KASUS.....	36
GAMBAR 4.1 TRENDING TOPIC #SAVEHAJILULUNG.....	46



UMMN

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 REVIEW PENELITIAN TERDAHULU.....	15
--	----

