



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.

**ALAT UKUR EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN
INFORMASI FAKTUAL MELALUI VIDEO PENDEK
DI MEDIA SOSIAL
(EKSPERIMEN ALAT UKUR KARYA JURNALISTIK)**

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)

Kezia Maharani Sutikno

14140110078

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

**CONSTRUCTING THE TOOLS TO MEASURE FACTUAL
INFORMATION DELIVERY EFFECTIVENESS THROUGH
SHORT CLIP ON SOCIAL MEDIA
(AN EXPERIMENTAL STUDY ON MEASUREMENT TOOL
FOR JOURNALISM WORK)**

THESIS



Submitted as a requirement to obtain Bachelor Degree of Communication Science
(S.I.Kom)

Kezia Maharani Sutikno

14140110078

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAMME
FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY
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 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, 5 November 2018



Kezia Maharani Sutikno

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

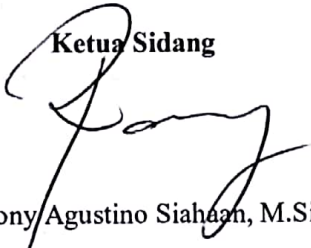
**“ALAT UKUR EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN INFORMASI FAKTUAL
MELALUI VIDEO PENDEK DI MEDIA SOSIAL
(EKSPERIMEN ALAT UKUR KARYA JURNALISTIK)”**

oleh

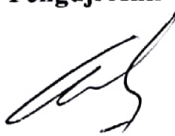
Kezia Maharani Sutikno

Telah diujikan pada hari Senin, 22 Oktober 2018, pukul 08.30 s.d 10.00 dan
dinyatakan LULUS dengan susunan penguji sebagai berikut


Ketua Sidang


(Rony Agustino Siahaan, M.Si.)

Penguji Ahli

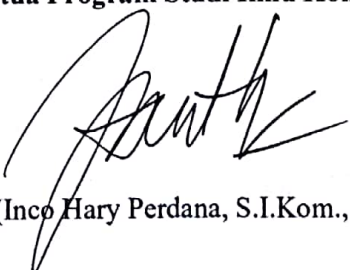

(Dr. B. Guntarto, M.A.)

Dosen Pembimbing


(Adi Wibowo Octavianto, S.Sos., M.Si.)

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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

iv

KATA PENGANTAR

Pertama-tama puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya sehingga seluruh pengerjaan berkaitan dengan penelitian ilmiah yang penulis lakukan, meliputi pengajuan topik dan proposal skripsi, pelaksanaan, pengambilan data, penyusunan, hingga penulisan laporan penelitian ilmiah berjudul “Alat Ukur Efektivitas Penyampaian Informasi Faktual Melalui Video Pendek (Eksperimen Alat Ukur Karya Jurnalistik)” ini dapat terselesaikan pada waktu yang tepat.

Selain dengan berkat dari Tuhan YME, penulis juga mendapat banyak dukungan dari banyak. Untuk itu, penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta, atas dukungan dan semangatnya, yang tak henti-hentinya mendukung dalam penyelesaian skripsi ini,
2. Bapak Adi Wibowo Octavianto, atas bimbingan dan ilmunya dalam proses pengerjaan skripsi,
3. Serta teman-teman lainnya yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian laporan penelitian ilmiah ini penulis selesaikan dengan waktu yang telah disediakan. Penulis mohon maaf apabila dalam laporan ini masih terdapat kekurangan atau kata-kata yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis menyadari ketidaksempurnaan laporan ini, sehingga kritik dan saran sangat dibutuhkan demi kesempurnaan pada kesempatan mendatang.

Tangerang, 5 November 2018



Kezia Maharani Sutikno

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TITLE PAGE	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
a. Kegunaan Akademis	9
b. Kegunaan Praktis	9
c. Keterbatasan Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Teori dan Konsep	12

2.3 Hipotesis Teoretis	20
2.4 Alur Penelitian	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian: Eksperimen	23
3.3 Unit Eksperimen (Satuan Percobaan)	25
3.4 Operasionalisasi Variabel	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.7 Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Subjek/Objek Penelitian	31
4.2 Hasil Penelitian	34
4.3 Pembahasan	44
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	48
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	52

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita yang disebarakan pada platform Twitter	2
Gambar 1.2 Video pendek yang diunggah pada platform Facebook	3
Gambar 1.3 Prediksi <i>Digital Revenue Streams</i> 2018	5
Gambar 1.4 Konsumsi Video Berdasarkan Platform	7

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

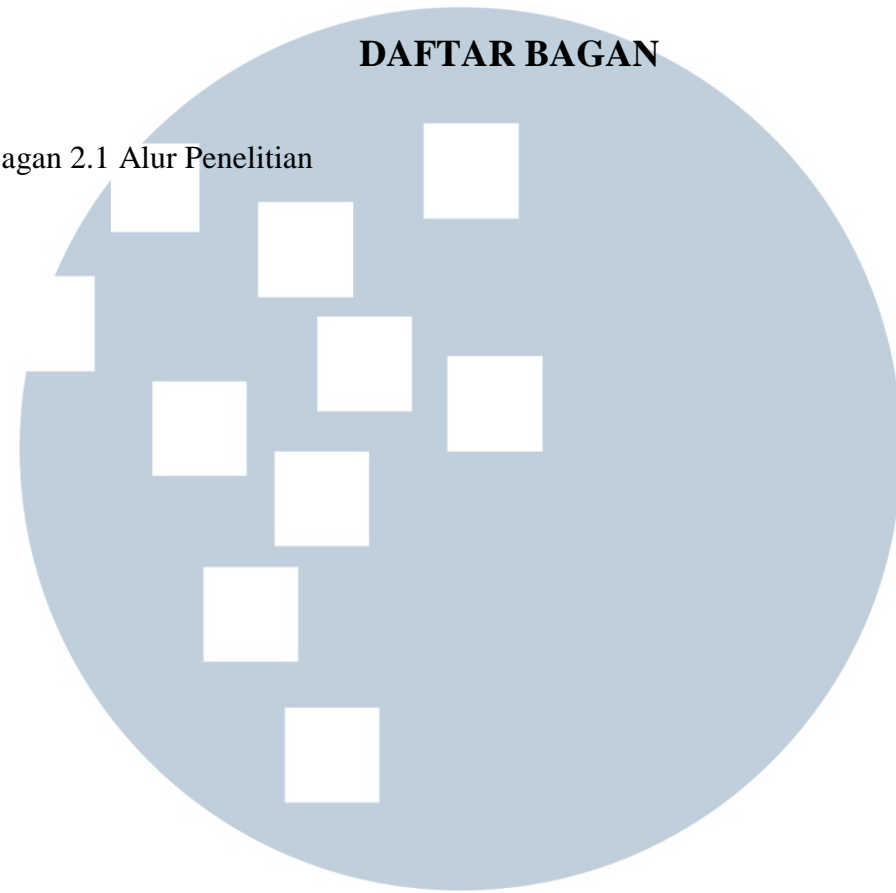
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 4.1 Identitas dan Demografi Subjek Penelitian	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Indikator Pemahaman (<i>Understanding</i>)	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Pemahaman (<i>Understanding</i>)	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Indikator Kesenangan (<i>Happiness</i>)	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Kesenangan (<i>Happiness</i>)	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Indikator Perubahan Sikap (<i>Attitude Change</i>)	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Perubahan Sikap (<i>Attitude Change</i>)	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Indikator Hubungan Baik (<i>Good Relationship</i>)	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Hubungan Baik (<i>Good Relationship</i>)	40
Tabel 4.10 Analisis Rata-rata	40
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Indikator Pemahaman (<i>Understanding</i>)	41
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Indikator Kesenangan (<i>Happiness</i>)	42
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Indikator Perubahan Sikap (<i>Attitude Change</i>)	42
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Indikator Hubungan Baik (<i>Good Relationship</i>)	43
Tabel 4.15 Skor Individual Subjek Penelitian	43

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Penelitian

21



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAK

ALAT UKUR EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN INFORMASI FAKTUAL MELALUI VIDEO PENDEK DI MEDIA SOSIAL (EKSPERIMEN ALAT UKUR KARYA JURNALISTIK)

Oleh: Kezia Maharani Sutikno

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan digitalisasi membuat media harus terus beradaptasi, meninggalkan bentuk-bentuk lama dan mengembangkan bentuk-bentuk baru demi permintaan konsumen yang juga terus berkembang. Sebagai salah satu alternatif penyebaran berita dalam situs daring sebuah media, media memanfaatkan media sosial serta bentuk baru seperti penggunaan video pendek untuk memaksimalkan proses penyampaian pesan. Namun, tingkat efektivitas penggunaan media video pendek ini perlu diukur untuk kemudian dapat dievaluasi ataupun digunakan secara maksimal sebagai media penyampaian pesan pada konsumen informasi.

Penelitian ini akan menggunakan teori Determinisme Teknologi yang menyebutkan bahwa perkembangan teknologi akan memengaruhi keputusan dan membentuk perilaku individu dalam mengonsumsi media, atas pengaruh determinasi teknologi, dan konsep Komunikasi Efektif oleh Tubbs & Moss sebagai fondasi dasar perumusan instrumen dalam penelitian ini, didukung konsep Efek Komunikasi pada model komunikasi Melvin DeFleur.

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen, dan desain penelitian yang akan digunakan dalam metode ini adalah Rancangan Perbandingan Kelompok Statis (*Static Group Comparison*) yaitu rencana eksperimen dengan dua kelompok, tanpa penugasan acak, dan hanya satu pascauji.

Berdasarkan hal-hal yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan data-data yang menggambarkan bahwa instrumen alat ukur efektivitas penyampaian pesan melalui video pendek di media sosial valid, reliabel, dan dapat digunakan. Namun, instrumen alat ukur ini masih memerlukan beberapa pengembangan dan penyempurnaan untuk penggunaan selanjutnya.

Kata kunci: media sosial, media, efektivitas pesan, alat ukur, video pendek, eksperimen

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

CONSTRUCTING THE TOOLS TO MEASURE FACTUAL INFORMATION DELIVERY EFFECTIVENESS THROUGH SHORT CLIP ON SOCIAL MEDIA

(AN EXPERIMENTAL STUDY ON MEASUREMENT TOOL FOR
JOURNALISM WORK)

By: Kezia Maharani Sutikno

The development of Science and Technology (IPTEK) and digitalization has made the media must continue to adapt, abandoning its' old forms and develop new forms to fulfil the consumer's demand that also continues to grow. As an alternative way on spreading news through online media sites, the media utilizes social media and new forms such as short clip form to maximize the message delivery process. However, the level of effectiveness of the use of short clip media needs to be measured so that it can be evaluated and used optimally as a medium for delivering messages to the consumers.

This research will use Technology Determinism theory which states that technological development will influence decisions and shape individual behavior in consuming media, on the influence of technological determination, and the concept of Effective Communication by Tubbs & Moss as the basic foundation to formulate instruments in this study, supported by the concept of Communication Effect on Melvin DeFleur's communication model.

This study uses an experimental method on Static Group Comparison research design, which is an experimental design with two groups, without random assignment, and one post-test.

Based on the done research, this study produces data that portrays that the measuring instrument for effectiveness of message delivery through short clip on social media is valid, reliable, and usable. However, this instrument of measurement still requires some development and refinement for further use.

Keyword: social media, media, message effectiveness, short clip, experimental research.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA