



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.

SOCIAL MEDIA, MOBILE MEDIA, dan NEWS

ENGAGEMENT

(Pemetaan *News Engagement* Generasi Millennials di
Kabupaten Tangerang)

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Muhammad Andika Adistra

14140110384

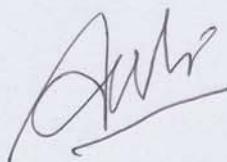
UMN
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
NUSANTARA
2018

HALAMAN 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 Oktober 2018



Muhammad Andika Adistra

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Social Media, Mobile Media, dan News Engagement (Pemetaan News engagement
Generasi Millennials di Kabupaten Tamgerang)”

oleh

Muhammad Andika Adistra

telah diujikan pada hari Rabu, 29 Oktober 2018
pukul 11.30 s.d. 13.00 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A.

Penguji Ahli

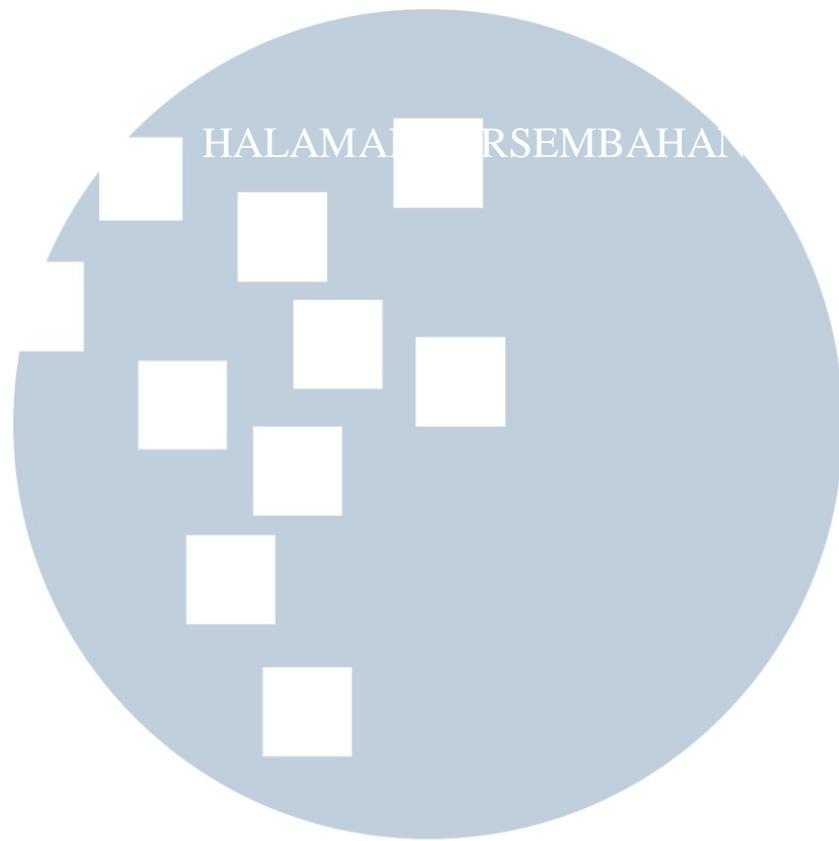
Dr. B. Guntarto, M. A.

Dosen Pembimbing

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

Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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



“To everyone who have always been there since

I have my thesis tittle until I can finished it!”.

Thank you for being a part of this journey.”

Barangsiapa yang menghendaki kebaikan di dunia maka dengan ilmu. Barangsiapa yang menghendaki kebaikan di akhirat maka dengan ilmu. Barangsiapa yang menghendaki keduanya maka dengan ilmu.

HR. Bukhori dan Muslim

KATA PENGANTAR

Positive and trust yourself. Setidaknya hal itu yang banyak ku pelajari dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Tidak gampang memang harus melakukan hal-hal yang tidak biasa dilakukan orang lain dan diri sendiri. Keluar dari zona nyaman dan mencoba sebuah perubahan dibidang penelitian Universitas Multimedia Nusantara. Namun tidak berarti membuat diriku mundur dan menghentikan proses penelitian, melainkan belajar untuk berpikir jernih dan berusaha dengan sepenuh tenaga. Meskipun begitu teman dan kerabat tetap memberikan dukungan serta motivasi. Untuk itu, puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis juga turut berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung selama pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini, kepada :

1. Orang tua dan kakak yang selalu mendampingi, mendoakan, dan memberikan dukungan sejak hari pertama menginjakkan kaki sebagai mahasiswa UMN sampai pada hari melangkahkan kaki keluar sebagai

S.I.Kom.

2. Bapak Adi Wibowo Octavianto, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi, yang selalu cermat, detail dalam memeriksa skripsi.

3. Bapak F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A. selaku ketua sidang yang telah memberikan penilaian yang baik serta membantu dalam teknis penulisan dan Bapak Dr. Bobi Guntarto selaku dosen penguji yang telah memberi masukan dan penilaian yang membangun.
4. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. serta dosen-dosen fakultas Ilmu Komunikasi lainnya yang telah membantu perjalanan peneliti selama 4 tahun menuntut ilmu di UMN.
5. Priska Olivia, suporter yang lebih dari suporter bola, selalu memberikan arahan, dan menjadi obat yang palling mujarab ketika sudah terpuruk.
6. Allogio boys, yang selalu menjadi penghibur lara.
7. Terongers, teman se-permainan sejak SMA: Adit teman yang tidak sengaja bertemu di tempat bimbel, Aji teman yang dikenal dengan ponarinya, Kelvin yang selalu soleh dan terus bertambah soleh, Najib teman bolos warnet sejak SMP, Prima teman kecil yang sekarang sudah bertubuh kekar, dan Fari yang ahli gitarnya melebih Synyster Gates.
8. Teman-teman bimbingan Pak Adi yang selalu rajin mengerjakan judul dan latar belakang. Semangat untuk #2018Bertoga!
9. *Other member of UMN Radio 2014*, pengisi hari-hari selama 3 tahun ini, baik senang maupun susah, dari jaman masih berat 68 Kg sampe sekarang menjadi 86 Kg. Kalian memang keluarga sesungguhnya di dunia perkuliahan, nanti kalau punya anak, kita harus ke Bali lagi.

10. UMN Radio *Fam*, yang sudah membantu penyebaran kuesioner skripsi ini.
11. Teman-teman *Jurnalistik* 2014 yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini : semua yang pernah ku *chat* atau pun tanyain soal serba serbi skripsi.
12. Dan kepada teman-teman serta pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas segala bantuan dan dukungannya selama ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembaca, universitas, serta pihak lainnya. Tentunya penulis juga menyadari akan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Tangerang, 5 Oktober 2018



Muhammad Andika Adistra

SOCIAL MEDIA, MOBILE MEDIA, dan NEWS ENGAGEMENT

(Pemetaan *News Engagement* Generasi *Millennials* di Kabupaten Tangerang)

ABSTRAK

Oleh : Muhammad Andika Adistra

Di tengah masyarakat informasi, berita sangat mudah didapatkan dari berbagai macam sumber. *Social media* menjadi salah satu bentuk perangkat yang membantu dalam penyebaran berita. Tidak hanya itu, generasi *millennials* sebagai salah satu pengguna *social media* pun ikut andil dalam proses pemberitaan.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat perilaku tingkatan *news engagement* generasi *millennials*. Beberapa teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *social media*, *mobile media*, *online news*, *news engagement*, dan generasi *millennials*. Penelitian menggunakan pendekatan *mixed method* dengan strategi penelitian *explanatory sequential mixed method*. Metode survei dan FGD digunakan untuk mendapatkan data. Metode survei dan FGD ditujukan kepada generasi *millennials* di Kabupaten Tangerang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beragam perilaku pada tingkatan *news engagement* generasi *millennials* di Kabupaten Tangerang yang dapat diketahui. Melalui proses kuantitatif ditemukan bahwa, *Level diverse news platform use* menjadi dimensi yang paling berpengaruh pada variabel *news engagements*. Selanjutnya peneliti juga melakukan proses FGD setelah menemukan outlier pada masa proses kuantitatif. Penelitian ini pun menemukan alasan-alasan para outlier memilih pilih yang sangat beda dengan orang lain.

Pada kelompok outlier dengan nilai tinggi berpendapat bahwa mereka secara aktif mencari konten berita pada *social media*. Sedangkan, outlier dengan nilai rendah memilih untuk menggunakan *social media* sebagai sarana berkomunikasi dan mereka hanya mengonsumsi berita di *social media* yang mempengaruhi hidup mereka.

Kata Kunci : *News Engagement, Social Media, Generasi Millennials*

SOCIAL MEDIA, MOBILE MEDIA, and NEWS ENGAGEMENT

(*Mapping of News Engagement Millennial Generation in Regency of Tangerang*)

ABSTRACT

By : Muhammad Andika Adistra

In the middle of information society era, people can access news from many type of source. Social media has become one of the platform to help the dissemination of news. Millennials generation as part of social media's user also take part in news reporting.

In this study, researcher mean to see millennials's behavior on the different levels of news engagement. Some of the theory and concept used in this study including social media, mobile media, online news, news engagement, and millennials generation. This study use mixed method approaches with explanatory sequential mixed method strategy. Survey and FGD are methods used in the data collection process. Survey and FGD aimed at millennials generation in Kabupaten Tangerang.

The result of this study show that there are different millennials' behavior shown on each level of news engagement in Kabupaten Tangerang. Through the quantitative process, researcher found that 'diverse news platform use' become the most significant dimension of news engagement. Furthermore, researcher also conduct focus group discussion with the outlier found from the quantitative process as the participant. This step found that every outlier have different reasoning with each other.

On the outlier group with the highest score, researcher found that they are actively looking for news content on social media. Whereas, the outlier group with the lowest score, choose to use social media as communication tool dan researcher found that they only consume news content on social media that are affecting or having some impact to their life.

Keywords : News Engagement, Social Media, Generasi Millennials

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Kegunaan Akademis	12

1.5.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.5.3 Kegunaan Sosial	13
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	14
 BAB II KERANGKA TEORI.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Teori.....	20
2.2.1 <i>Social Media</i>	20
2.2.2 <i>Mobile Media</i>	22
2.2.3 <i>Online News</i>	23
2.2.4 <i>News Engagement</i>	26
2.2.5 Generasi <i>Millennials</i> di Kabupaten Tangerang	30
2.3 Alur Penelitian	32
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	39

3.4 Operasionalisasi Variabel	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	45
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 Uji Normalitas.....	53
3.7.2 <i>Explore Outlier</i>	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Objek dan Subjek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden	57
4.2.2 Hasil Olah Data Responden.....	60
4.3 Pembahasan.....	105
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Simpulan	109
5.2 Saran	114
5.2.1 Saran Akademis	114

5.2.2 Saran Praktis	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Pertumbuhan Pengguna Internet.....	5
Gambar 1.2 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia.....	5
Gambar 1.3 <i>Levels of News Engagement</i>	10
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	33
Gambar 3.1 Pembagian Jumlah Penduduk Kabupaten Tangerang.....	38
Gambar 4.1 Hasil Survei APJII 2016.....	55

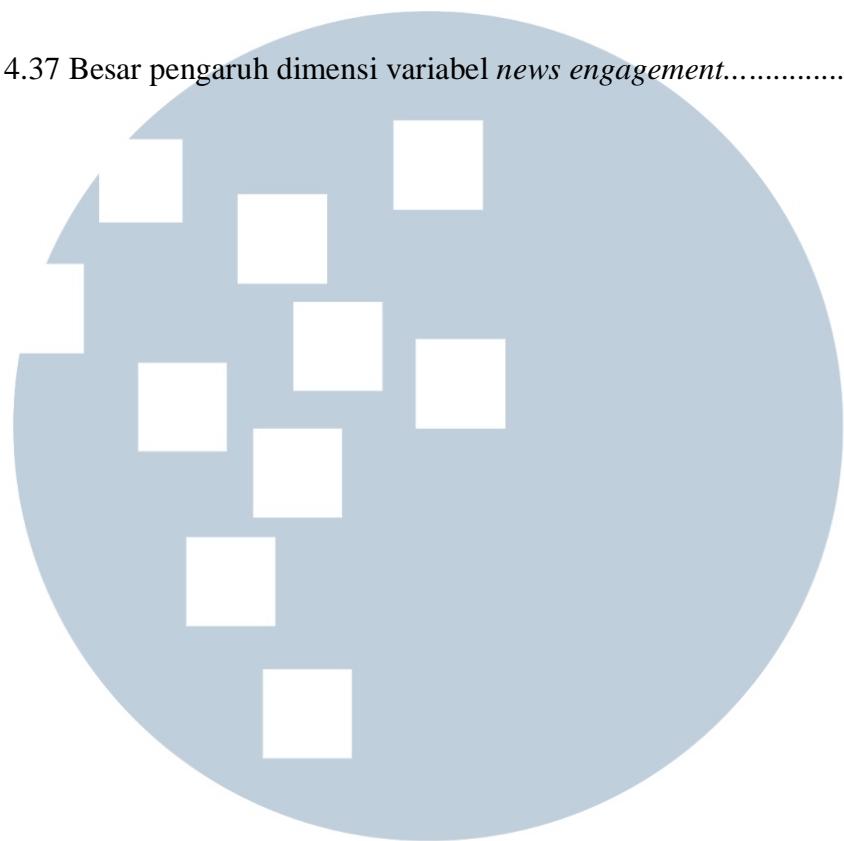
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	41
Tabel 3.2 Nilai Skala <i>Likert</i>	46
Tabel 3.3 Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i> Variabel <i>News Engagement</i>	49
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel <i>News Engagement</i>	52
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Domisili di Kabupaten Tangerang.....	58

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan <i>Social Media</i> yang dimiliki.....	59
Tabel 4.4 Tabulasi Data Pernyataan Variabel (<i>News Engagement</i>).....	60
Tabel 4.5 Pernyataan Variabel X1.....	64
Tabel 4.6 Pernyataan Variabel X2.....	65
Tabel 4.7 Pernyataan Variabel X3.....	66
Tabel 4.8 Pernyataan Variabel X4.....	67
Tabel 4.9 Pernyataan Variabel X5.....	68
Tabel 4.10 Pernyataan Variabel X6.....	69
Tabel 4.11 Pernyataan Variabel X7.....	70
Tabel 4.12 Pernyataan Variabel X8.....	71
Tabel 4.13 Pernyataan Variabel X9.....	72
Tabel 4.14 Pernyataan Variabel X10.....	73
Tabel 4.15 Pernyataan Variabel X11.....	74
Tabel 4.16 Pernyataan Variabel X12.....	75
Tabel 4.17 Pernyataan Variabel X13.....	76
Tabel 4.18 Pernyataan Variabel X14.....	77
Tabel 4.19 Pernyataan Variabel X15.....	78

Tabel 4.20 Pernyataan Variabel X16.....	79
Tabel 4.21 Pernyataan Variabel X17.....	80
Tabel 4.22 Pernyataan Variabel X18.....	81
Tabel 4.23 Pernyataan Variabel X19.....	82
Tabel 4.24 Pernyataan Variabel X20.....	83
Tabel 4.25 Pernyataan Variabel X21.....	84
Tabel 4.26 Pernyataan Variabel X22.....	85
Tabel 4.27 Pernyataan Variabel X23.....	86
Tabel 4.28 Pernyataan Variabel X24.....	87
Tabel 4.29 Pernyataan Variabel X25.....	88
Tabel 4.30 Pernyataan Variabel X26.....	89
Tabel 4.31 Pernyataan Variabel X27.....	90
Tabel 4.32 Pernyataan Variabel X28.....	91
Tabel 4.33 Uji Normalitas <i>Skewness-Kurtosis</i>	92
Tabel 4.34 Tabel <i>Outlier</i>	93
Tabel 4.35 Tabel Daftar <i>Outlier</i>	94
Tabel 4.36 Daftar Pertanyaan.....	95

Tabel 4.37 Besar pengaruh dimensi variabel *news engagement*.....103



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA