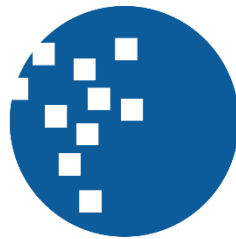


PEMETAAN MOTIF KONSUMSI AUDIENS BERITA *FACT-CHECKING* DI INSTAGRAM MAFINDO PADA IBU RUMAH TANGGA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Gabriella Amanda

0000033726

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

2023

PEMETAAN MOTIF KONSUMSI AUDIENS BERITA *FACT-CHECKING* DI INSTAGRAM MAFINDO PADA IBU RUMAH TANGGA



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S.I.kom

GABRIELLA AMANDA

00000033726

PROGRAM STUDI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriella Amanda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033726

Program studi : Jurnalistik

Skripsi dengan judul:

“Pemetaan Motif Konsumsi Audiens Berita *Fact-checking* di Instagram MAFINDO pada Ibu Rumah Tangga” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Januari 2023



Gabriella Amanda

U M M I N
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

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“Pemetaan Motif Konsumsi Audiens Berita Fact-checking di Instagram
MAFINDO pada Ibu Rumah Tangga”

Oleh

Nama : Gabriella Amanda
NIM : 00000033726
Program Studi : Jurnalistik
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Januari 2023

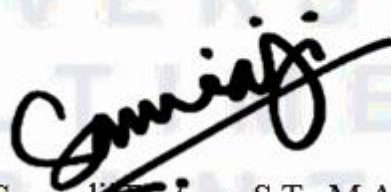
Pembimbing



Digitally signed by Adi
Wibowo Octavianto
Date: 2023.01.02
07:26:15 +0700'
Adobe Acrobat
version:
2022.003.20282

Adi Wibowo Octavianto S.Sos., M.Si.
0329107501

Ketua Program Studi



Samiadi Binfang, S.T., M.A.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pemetaan Motif Konsumsi Audiens Berita *Fact-Checking* di Instagram
MAFINDO pada Ibu Rumah Tangga”

Oleh

Nama : Gabriella Amanda

NIM : 00000033726

Program Studi : Jurnalistik

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 11 Januari 2023

Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Utami Diah Kusumawati, S. Hum, M. A.
0310068505

Penguji

Nona Evita, B.A., M. A.
0304048902

Pembimbing

Adf Wibowo Octavianto S.Sos., M.Si.
0329107501

Ketua Program Studi Jurnalistik

Samudra Bintang, S.T., M.A.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabriella Amanda
NIM : 00000033726
Program Studi : Jurnalistik
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : *~~Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“Pemetaan Motif Konsumsi Audiens Berita Fact-checking di Instagram MAFINDO pada Ibu Rumah Tangga”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 3 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Gabriella Amanda)

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan bimbingannya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi berjudul “Pemetaan Motif Konsumsi Audiens Berita Fact-checking di Instagram MAFINDO pada Ibu Rumah Tangga” sesuai dengan *deadline* yang diberikan.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini, terdapat banyak pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Banyak dukungan dan energi positif yang diberikan oleh sejumlah pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian semaksimal mungkin. Kehadiran pihak-pihak ini yang memberikan semangat dan inspirasi untuk menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Samiaji Bintang Nusantara S.T., M.A., selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Adi Wibowo Octavianto S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing mahasiswa, dosen seminar proposal (semester 6), dan dosen pembimbing skripsi (semester 7) yang selalu memberikan arahan, bimbingan, dan insight kritis dan komprehensif.
4. Ibu Utami Diah Kusumawati, S. Hum, M. A., selaku ketua sidang dan Ibu Nona Evita, B. A., M. A., selaku penguji sekaligus dosen yang selalu mendukung dari semester 2 hingga seterusnya.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengenyam pendidikan selama kurang lebih 16 tahun. *Thank you* emak dan babeh sudah memberikan kesempatan bagi anak gadisnya menjadi wanita berpendidikan. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada adik, yaitu Phillip atas kehadirannya yang selalu mewarnai hari-hari peneliti dalam mengerjakan skripsi.
6. Manusia-manusia di sekitar penulis selama masa sekolah dan perkuliahan, yaitu Winnie, Michelle, Jalu, Figo, Frengky, Vone, Katrin, Aloy, El, Willy,

Olivia, Erika, Onggo, Raras, Cila, Night, Feli, Ana, dan semua teman/kerabat yang sudah mendukung peneliti.

Permasalahan baru yang terus muncul akhirnya dikuatkan lewat ayat alkitab, yaitu: *Proverbs 3: 5-6* dan *Jeremiah 29:11*. Rencana Tuhan bukan rencana kita, berserah dan terus menjalankan usaha. Punya iman dan percaya bahwa semua akan indah pada waktu-Nya. Begitu banyak pengalaman dan pembelajaran yang peneliti dapatkan sepanjang proses pengerjaan skripsi.

Besar harapan peneliti bahwa hasil penelitian ini bisa menjadi sarana untuk mengembangkan riset dan pembahasan di lingkup jurnalistik, terutama yang berkaitan dengan teori *uses and gratification* dan pemetaan motif audiens.

Tangerang, 3 Januari 2023



Gabriella Amanda
(00000033726)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PEMETAAN MOTIF KONSUMSI AUDIENS BERITA FACT-CHECKING DI INSTAGRAM MAFINDO PADA IBU RUMAH TANGGA

(Gabriella Amanda)

ABSTRAK

Pemetaan terkait motif audiens berita *fact-checking* dari sudut pandang teori *uses and gratification* yang disebutkan para ahli masih belum ditemukan. Penelitian sebelumnya, yaitu Mardjianto, Setianto, Indrasari (2022) memetakan motif audiens berdasar pada dimensi motif ritual, instrumental, *viral-driven*, dan *verification*. Sementara itu, penelitian “Pemetaan Motif Konsumsi Audiens Berita Fact-checking di Instagram MAFINDO pada Ibu Rumah Tangga” mengadaptasi 10 (sepuluh) motif dari empat rujukan terdahulu, yaitu Rubin (1979), Lin (1993 & 1999), dan Bae (2017). Kesepuluh motif yang diadaptasi adalah *diversion*, *information*, *social interaction*, *social escapism motivation*, *entertainment*, *identity*, *parasocial interaction*, *surveillance*, *convenience motivation*, dan *social support motivation*. Populasi penelitian adalah ibu rumah tangga yang mengonsumsi berita *fact-checking* di media sosial Instagram MAFINDO (@turnbackhoaxid). Pemilihan subjek ibu rumah tangga berdasar pada hasil penelitian Mardjianto, Setianto, Indrasari (2022) dan pada umumnya konsumen berita *fact-checking* digambarkan sebagai orang yang suka dengan topik serius, seperti politik. Selain itu, pemilihan objek MAFINDO karena MAFINDO merupakan salah satu media yang aktif memberitakan berita *fact-checking* di berbagai platform, salah satunya Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif, melibatkan 120 responden valid. Menghasilkan kesimpulan bahwa kesepuluh motif dinilai sesuai, berdasarkan hasil *skoring* tiap motif. Motif yang paling dianggap sesuai adalah *surveillance*, *convenience*, dan *information* karena hasil skor selalu berada di atas rata-rata dan di atas nilai standar. Keterbatasan pada penelitian ini adalah hasil yang didapatkan hanya menggambarkan populasi penelitian.

Kata Kunci: audiens berita *fact-checking*, berita *fact-checking*, teori *uses and gratification*, motif konsumsi audiens, pemetaan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**AUDIENCE OF FACT-CHECKING NEWS CONSUMING
MOTIVE IN MAFINDO'S INSTAGRAM ON WORKING
HOUSEWIVES**

(Gabriella Amanda)

ABSTRACT

Descriptive study focusing on fact-checking news audiences from the uses and gratification theory that are mentioned by the experts has yet to be found. Previous research by Mardjianto, Setianto, and Indrasari (2022) mapped audience motives based on the dimensions of ritual, instrumental, viral-driven, and verification motives. Meanwhile, this study adapted motives from previous studies by Rubin (1979), Lin (1993 & 1999), and Bae (2017), which generate ten motives of "audience gratification": diversion, information, social interaction, social escapism motivation, entertainment, identity, parasocial interaction, surveillance, convenience motivation, and social support motivation. This research population is housewives or working housewives whose consume fact-checking news on Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO)'s Instagram (@turnbackhoaxid). Method used in this research is a quantitative survey, involving 120 valid respondents. Result of the survey shows that ten out of ten motives scoring are considered relevant with the audience's gratification sought. The most relevant motives are surveillance, convenience motivation, and information. The limitation of this study is that the results only describe the study's population.

Keywords: *fact-checking news audiences, fact-checking news, uses and gratification theory, news audiences consuming motive, mapping.*

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 ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.6 Keterbatasan Penelitian	5
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori	9
2.3 Hipotesis Teoritis	17
2.4 Alur Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian	20
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28

3.6	Teknik Pengukuran Data.....	30
3.7	Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Subjek/Objek Penelitian	35
4.2	Hasil Penelitian	36
4.3	Pembahasan	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		51
5.1	Simpulan.....	51
5.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN.....		57

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2	Konstruk Gratifikasi	13
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel	24
Tabel 4.2.1	Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dan Motif Audiens ...	38
Tabel 4.2.2	Tabulasi Silang Frekuensi Konsumsi dan Motif Audiens ...	43
Tabel 4.3	Nilai Motif Sesuai Nilai Rata-rata	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4	Alur Penelitian	19
Gambar 3.6	Uji Reliabilitas	31
Gambar 4.1	Profil Instagram MAFINDO	36
Gambar 4.2.1	Usia	37
Gambar 4.2.2	Pendidikan Terakhir	38
Gambar 4.2.3	Domisili	40



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Draf Kuesioner Penelitian	57
Lampiran II	Data Responden	63
Lampiran III	Hasil Uji Reliabilitas	65
Lampiran IV	Poster Rekrutmen Responden	65
Lampiran V	Email Kerja Sama dengan MAFINDO	66
Lampiran VI	Hasil Uji Turnitin	67
Lampiran VII	Formulir Konsultasi Skripsi	68

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' with a grid of squares inside, and the letters 'M', 'N', and 'A' below it.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA