PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE *DETIK.COM* TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN UMUM KARYAWAN MARA ADVERTISING YOGYAKARTA

(Studi Kuantitatif Terpaan Media *Online* Detik.com Periode Juni 2013 dengan Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)

Nama: Yohan

Dosen pembimbing: Widodo

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE *DETIK.COM* TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN UMUM KARYAWAN MARA ADVERTISING YOGYAKARTA

(Studi Kuantitatif Terpaan Media *Online* Detik.com Periode Juni 2013 dengan Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh :

YOHAN BAYU RIZKY ARDHIKA

07 09 03195 / KOM

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE *DETIK.COM* TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN UMUM KARYAWAN MARA ADVERTISING YOGYAKARTA

(Studi Kuantitatif Terpaan Media *Online* Detik.com periode Juni 2013 dengan Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

YOHAN BAYU RIZKY ARDHIKA

No. Mhs: 07 09 03195/KOM

Disetujui oleh:

Yohanes Widodo

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE *DETIK.COM* TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN UMUM KARYAWAN MARA ADVERTISING YOGYAKARTA (Studi Kuantitatif Terpaan Media *Online* Detik.com Periode Juni 2013 dengan Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)

Penyusun : Yohan Bayu Rizky Ardhika

NIM : 07 09 03195

Telah diuji dan dipertahankan di Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 15 Agustus 2013

Pukul : 15:30 wib

Tempat : Ruang Pendadaran Lt.1

TIM PENGUJI

Dr. Lukas Suryanto Ispandriarno, MA. .....

Penguji Utama

Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc. .....

Penguji I

Drs. M. Antonius Birowo, MA., Ph.D. .....

Penguji II

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Yohan Bayu Rizky Ardhika
No. Mahasiswa	: 07 09 03195
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh terpaan Media *Online* Detik.com Terhadap Tingkat pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta (Studi Kuantitatif terpaan Media *O*nline Detik.com dengan Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta

Menyatakan bahwa sesungguhnya tugas akhir ini adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri. Tugas akhir ini bukan merupakan hasil plagiarisme, pencurian hasil karya tulis milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara irisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran diri sendiri dan tidak atas paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta,

Saya yang menyatakan

Yohan Bayu Rizky Ardhika

Pengaruh Terpaan Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta. (Studi Kuantitatif Terpaan Media Online Detik.com Periode Juni 2013 Terhadap Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)

ABSTRAKSI

Media massa saat ini menjadi salah satu alat penyebarluasan informasi, karena sesuai dengan fungsinya yaitu menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, mempengaruhi, serta mengontrol masyarakat dan pemerintah.Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media *online* sebagai sarana memperoleh informasi di kalangan masyarakat umum semakin berjamur, hal itu dikarenakan media *online* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media lainnya, media online lebih cepat dalam menyajikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, serta memiliki audio visual. Saat ini ada banyak media *online* yang menyajikan berita-berita bevariasi yang bersifat ringan dan menghibur. Salah satunya adalah media *online* Detik.com. Detik.com adalah sebuah situs berita *online* yang menyajikan beragam informasi dan tips yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Terpaan media berbicara mengenai khalayak dalam penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan (*frequency)*, maupun durasi penggunaan (*longevity).* Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, ataupun kombinasi beberapa media (Ardianto & Komala, 2005:168).

Pengetahuan masyarakat tentang berbagai informasi dapat diperoleh dengan mudah melalui internet, misalnya saja dengan membuka situs-situs berita *online* seperti Detik.com, masyarakat akan mendapatkan informasi atau pengetahuan tentang suatu kejadian atau peristiwa yang ingin diketahuinya. Pengetahuan adalah suatu kesan dalam pikiran manusia sebagai hasil dari pengamatan, baik yang disengaja ataupun tidak, yang penting apa yang menjadi ingatan itu dapat dibuktikan kebenarannya (Syani, 1995:6). Dan pengetahuan umum yang dimaksud dalam judul berkaitan dengan isi dari media online detik.com yang berisi informasi-informasi dan berita-berita yang berasal dari berbagai bidang, seperti dengan berbagai rubrik yang telah disediakan oleh detik.com.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Dengan menggunakan kuesioner sebagai pedoman pengumpulan data. Kuesioner disebar ke 72 orang sampel anggota populasi, yang semuanya merupakan karyawan Mara Advertising Yogyakarta. Adapun pertimbangannya adalah karena Mara Advertising dalam mengembangkan usahanya bekerja sama dengan berbagai perusahaan media, baik itu media cetak, elektronik maupun *online.* Dan sala satu media yang dijadikan rekan usaha dari Mara Advertising adala media *online* Detik.com.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa jika terpaan media online detik.com meningkat maka tingkat pengetahuan karyawan Mara Advertising akan cenderung naik atau positif. Dengan demikian hipotesis awal diterima, sehingga terdapat pengaruh terpaan media online detik.com terhadap tingkat pengetahuan karyawan Mara Advertising. Dan variabel kontrol yang dimasukkan memperkecil pengaruh terpaan media terhadap tingkat pengetahuan.

Masing-masing aspek dalam data responden yaitu usia, pendidikan, pekerjaan, lingkungan dan sosial budaya dihitung korelasinya dengan tingkat pengetahuan dengan SPSS. Dari data yang diperoleh mayoritas tidak ada korelasi antara masing-masing variabel dan yang mempunyai korelasi hanya faktor sosial dan budaya. Variabel sosial budaya yang dimaksudkan dapat berupa kebiasaan dalam mengakses internet sedari kecil, budaya kerja yang memang tersedia untuk fasilitas tersebut. Budaya untuk selalu mengupdate sagala informasi melalui berbagai macam media tidak saja online.

I dedicated to my beloved family....my mom and dad, and also my little sister...

I also dedicated to my friends in Yogyakarta city...

MOTTO

- Hidup itu seperti musik yang harus dikomposisikan oleh telinga, perasaan, dan insting. Bukan oleh PERATURAN. (Samuel Butler)
- Segala Perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan padaku. Filipi 4: 13
- Lebih baik diasingkan daripada menyerah pada kemunafikan. (Soe Hok Gie)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah menganugrahkan segala karunia, rahmat serta kebaikan yang tak terkira, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi untuk mendapatkan gelas sarjana penulis yang berjudul ***"Pengaruh Terpaan Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta. (Studi Kuantitatif Terpaan Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)"***.

Pada pelaksanaannya hingga selesai penyusunan laporan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menghaturkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Yesus Kristus, atas semua berkat dan karunianya serta rejeki dan semangat yang diberikan-Nya selama penulis menjalani kuliah di Yogyakarta hingga penulis dapat menyelesaikan *study* Strata 1 ini. Big thanks, Lords.....
2. Mama tercinta, Nathalie Nurwi Andhini yang telah dengan sabar selalu memberi semangat pada penulis untuk menyelesaikan kuliah ini. Dan juga yang telah memberikan banyak waktu untuk doa-doanya agar penulis dengan lancar mengerjakan Laporan Skripsi ini.
3. Papa tersayang, Yusak Ruswadi yang telah mengeluarkan banyak biaya untuk kuliah penulis di Yogyakarta. Serta untuk nasehat-nasehat yang selama ini diberikan oleh penulis, walau banyak nasehat itu yang diabaiakan.

4. Adik satu-satunya Yosefta Clarencia Rizky Andhika, yang telah memberi semangat secara tidak langsung untuk penulis agar cepat menyelesaikan kuliah.
5. Pak Yohanes Widodo selaku dosen pembimbing penulis selama mengerjakan skripsi ini dari awal sampai akhir. Terima kasih atas kesabaran dan waktunya selama membimbing penulis.
6. Mara Advertising Yogyakarta sebagai obyek skripsi ini, khususnya Mbak Lina yang telah banyak membantu penulis selama mencari data dan menyebar kuisioner di Mara.
7. Teman-teman Atma Gangsta Familia, Edo (terimakasih buat tumpangan kostnya selama beberapa bulan terakhir dan menjadi bro kost yang baik, semoga cepat menyusul) , Herdy (terimakasih karena sering membuat aku bingung setiap utang-utangmu belum terbayar di tanggal tua), Gilang, Andre, Bimo (terimakasih karena sering menemani keluar malam mencari wifi buat download game), Komeng, Dimex (terimakasih sudah mau setiap saat menemani mondar-mandir dibawah panasnya Jogja), Tony, Eska, Penyo, Hoho, Pukon, Keyor, Bojes, Dony, Si Je, Nelson, Joshua, dan yang tidak bisa penulis sebut satu-satu. Terima kasih atas persahabatan kalian di kampus Fisip tercinta kita. Tetep ingat ya “Chaos or Not, depends on your interpretation” dude. Semoga kalian cepat menyusul kawan.
8. Keluarga kecil di kontrakan Jl. Temulawak 46, Nologaten-Sleman, Kodok, Om bowo, Budy Cahyadi, Jumbo, Agnes Tyas, Citra, Destika Anggun,

Alexa, Pique, Thoyib dan Laura yang telah mau tinggal bersama penulis dan selalu mendengarkan keluhan-keluhan penulis selama mengerjakan Laporan Skripsi ini. Kalian hebat sahabat.

9. Keluarga lain di NIMCO, Bang Andre, Gerson, Kodok, Ahong, Kiki Amelia, Kampleng, Anisa, Donny, Bolot yang telah memberikan pengalaman yang begitu berguna di dunia kerja untuk di masa depan.
10. Konspirasi 7113 (Dimex, Bimo, Tika, Dacong, Gilang). Terima kasih atas supportnya dan jangan lupakan visi misi konpirasi untuk tetap memajukan scene indie jogja.
11. Magic Ink Crew (MeQ, Ion, Mbak Ika, Cindy, Gending, Tato, Eska, huhum,dkk).
12. Ipin (Notebook tercinta) terimakasih atas kesetiaanmu menemani penulis hingga larut pagi walau kadang kamu membuat kesal karena lemot. Dandy (Mio kesayangan) terimakasih atas kesetiaanmu menemani penulis dari siang-malam, ujan-panas dan menghantarkan penulis kemanapun saja demi kelancaran skripsi ini. Printer PIXMA iP2770 asil menjual sepeda, terima kasih atas semangatmu mencetak hasil skripsi ini.
13. #Happydog Familia, Alexa, Pique, Thoyib, Laura, grevin, Ucok, Cheli, Messi, Keita, Amor yang telah membuat penulis selalu tersenyum setiap melihat kalian berkumpul dan bermain bersama.

DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Halaman Persetujuan ii

Halaman Pengesehan iii

Halaman Pernyataan Keaslian iv

Abstraksi v

Halaman Persembahan vi

Motto vii

Kata Pengantar viii

Daftar Isi ix

Daftar Gambar xii

Daftar Tabel xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 8

E. Kerangka Teoritis 8

F. Definisi Konsep 13

G. Hipotesis 19

H. Definisi Operasional 20

I. Metode Penelitian 30

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Detik.com 36

1. Profil Perusahaan 36
2. Portal Detik.com 37
3. Profil Pengakses Detik.com 38
4. Akuisisi trans Corp 38

B. Gambaran Umum PT. Mara Advrtising 39

1. Sejarah Singkat PT. Mara Advertising 39
2. Visi dan Misi PT. Mara Advertising 40
3. Tujuan PT. Mara Advertising 40
4. Strategi PT. Mara Advertising 41
5. Logo PT. Mara Advertising 41
6. Sumber daya Manusia PT. Mara Advertising 42
7. Produk PT.Mara Advertising 43
8. Klien PT. Mara Advertising 43

BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Uji Instrumen 45

1. Uji validitas 45
2. Uji Reliabilitas 59

B. Hasil Penelitian 50

1. Analisis deskriptif 50

a. Data Responden 50

b. Variabel Terpaan Pemberitaan 55
c. Variabel Tingkat Pengetahuan 62
i. Aspek Tahu 64
ii. Aspek Memahami 74
d. Analisis Regresi Linier Sederhana 81
e. Korelasi Variabel Kontrol dengan Tingkat Pengetahuan 85
2. Pembahasan 86
a. Data responden 86
b. Terpaan Media online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan Mara Advertising 88
c. Fungsi Variabel Kontrol Dalam Terpaan Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan Mara Advertising 91

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 92
B. Saran 94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Hubungan Antar Variabel 27

Gambar 2: Logo Perusahaan PT. Agrakom dan Detik.com 37

Gambar 3: Logo Perusahaa. PT. Mara Advertising 38

Gambar 4 : Hasil Analisis Antar Variabel 88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Daftar Karyawan PT Mara Advertising 27

Tabel 3.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Pemberitaan 46

Tabel 3.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan 47

Tabel 3.4 : Reliability Statistic Variabel Terpaan Pemberitaan 50

Tabel 3.5 : Reliability Staistic Variabel Tingkat Pengetahuan 50

Tabel 3. 6 : Pendidikan 51

Tabel 3.7 : Usia 52

Tabel 3.8 : Pekerjaan 53

Tabel 3.9 : Rekan Kerja Selalu update Tentang Informasi di Media Massa 57

Tabel 3.10 : Tersedia Fasilitas Untuk Mendapatkan Informasi Terbaru 54

Tabel 3.11 : Faktor Sosial Budaya Yang Mendukung 54

Tabel 3.12 : Tingkat Pengukuran Besarnya variabel Terpaan Media 56

Tabel 3.13 : Distribusi Frekuensi Aspek Frekuensi Membaca Secara Rinci 57

Tabel 3.14 : Distribusi Frekuensi Aspek Durasi Membaca 58

Tabel 3.15 : Daya tarik media *online* Detik.com 59

Tabel 3.16 : Ketertarikan konten berita yang terdapat dalam media *online* Detik.com 60

Tabel 3.17 : Ketertarikan Gaya bahasa dan penulisan di setiap artikel 61

Tabel 3.18 : Frekuensi mengakses media *online* Detik.com dalam sebulan terakhir 63

Tabel 3.19 : Matinya lampu pada saat berlangsungnya APEC terjadi di Padang .64

Tabel 3.20 : Harga solar mulai Juni 2013 menjadi Rp 5.500 65

Tabel 3.21 : Lutfi Hasan memiliki 2 orang istri saja 66

Tabel 3.22 : Setelah dari Real Madrid, kini Jose Mourinho melatih Chelsea 67

Tabel 3.23 : Penggeledahan KPK ke gedung BI terkait dengan kasus Century... 68

Tabel 3.24 : Lewiss Hamilton seorang pembalap F1 untuk tim Mc Claren 69

Tabel 3.25 : Nama album terbaru Iwan Fals yang baru dirilis 2013 adalah Raya 70

Tabel 3.26 : Zulkarnain Hasibuan yang menghamili remaja 17 tahun adalah ketua DPRD Padang 71

Tabel 3.27 : Nelson Mandela dilarikan ke rumah sakit karena penyakit stroke .. 72

Tabel 3.28 : Atiqah Hasilohan adalah nama pasangan Rio dewanto 73

Tabel 3.29 : Pemahaman tentang Piala Konfederasi 2013 75

Tabel 3.30 : Empat hal yang dipahami tentang PRJ 2013 76

Tabel 3.31 : Pemahaman tentang Marc Marquez 77

Tabel 3.32 : Pemahaman tentang Real Madrid 78

Tabel 3.33 : Pemahaman tentang Penyerangan istana presiden Afghanistan 79

Tabel 3.34 : Pemahaman nama personil cowboy junior 80

Tabel 3.35 : Koefisien Regresi Terpaan Berita Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan Mara Advertising 82

Tabel 3.36 : Model Regresi Linier Sederhana Terpaan Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan Mara Advertising 83

Tabel 3.37 : Anova Pengaruh Terpaan Media Online Detik.com Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan Mara Advertising 84