

**PENGARUH TERPAAN BERITA INSTAGRAM ANI
YUDHOYONO TERHADAP TANGGAPAN KHALAYAK**
**(Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Terpaan Berita Instagram Ani
Yudhoyono pada Portal Berita Online terhadap Tanggapan Mahasiswa
Seluruh Universitas di Jalan Babarsari)**

Stefani Larisa Tri Arinta
Mario Antonius Birowo
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No.6, Yogyakarta 55281
arinstefani@gmail.com

***Abstract:** Penelitian ini bertujuan mengetahui ada tidaknya pengaruh terpaan berita instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online terhadap tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta. Sikap Ani Yudhoyono dalam menjawab setiap komentar dari para follower-nya di instagram yang bernada negatif menuai kontroversi, sehingga media online di Indonesia mengangkat kasus tersebut.*

Teori terpaan media dan Teori Stimulus-Respons (S-R) sebagai landasannya. Teori S-R menyebutkan adanya model peluru yang mengatakan bahwa media memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi khalayak. Hal ini dilihat dari terpaan beritanya. Pemberitaan tersebut tentu menimbulkan tanggapan yang berbeda dari khalayak. Proses pembentukan tanggapan dipengaruhi faktor lain, misalnya pengalaman pribadi.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara terpaan berita instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online terhadap tanggapan mahasiswa. Nilai korelasinya lemah, sebesar 0,332 dimana hasil signifikansinya 0,001. Hasil uji regresi sederhana menunjukkan pengaruh yang ditimbulkan dari pemberitaan instagram Ani Yudhoyono terhadap tanggapan mahasiswa Babarsari hanya sebesar 11%. Namun variabel Z (pengalaman pribadi) tidak memberikan pengaruh terhadap variabel X dengan variabel Y karena nilainya sebesar 0,007 atau 0,7% dengan hasil signifikansi sebesar 0,421.

***Key word:** terpaan media, instagram Ani Yudhoyono, tanggapan khalayak*

PENDAHULUAN

Kepopuleran instagram rupanya diminati oleh Ibu Negara Republik Indonesia Ani Yudhoyono. Ada ratusan foto yang sudah diunggahnya dengan jumlah *follower* (pengikut) mencapai ribuan. Ani Yudhoyono juga memanfaatkan kolom komentar untuk berinteraksi dengan *follower*-nya yang berkomentar mengenai foto unggahannya. Namun tak jarang ada *follower* yang menanggapi hasil jepretan Ani Yudhoyono dengan komentar negatif, sehingga membuat ibu negara tersulut emosi dan membalas komentar tersebut dengan kalimat pedas.

Sebagai seorang *public figure*, apalagi statusnya sebagai ibu negara, setiap tindakan yang Ani Yudhoyono lakukan tentu menjadi sorotan bagi masyarakat, termasuk jawaban-jawaban pedas yang Ani Yudhoyono berikan pada komentar negatif dari *follower*-nya di instagram. Sikap Ani Yudhoyono ini menarik perhatian pewarta berita dan menjadikannya sebagai bahan berita yang menimbulkan perbincangan hangat di kalangan masyarakat, khususnya bagi pengguna internet. Sikap Ani Yudhoyono tersebut kemudian menjadi kontroversi, baik di kalangan media maupun masyarakat.

Berita mengenai instagram Ani Yudhoyono pun ditulis di beberapa media massa, khususnya portal berita online. Peneliti telah mengecek portal berita online yang memberitakan terkait kasus kontroversial yang dialami oleh Ani Yudhoyono, misalnya *tempo.co*, *liputan6.com*, *vivanews.com*, dan *merdeka.com*. Semua garis besar dari isi berita pada portal berita online tersebut hampir sama, yaitu membahas sikap Ani Yudhoyono dalam menjawab komentar-komentar dari *follower*-nya dengan kalimat pedas. Bahkan portal berita online *merdeka.com* memberikan *hashtag*/ tagar (#) seperti berikut: #Instagram Ani Yudhoyono, agar memudahkan khalayak untuk menemukan berita yang diinginkan.

Pemberitaan yang gencar mengenai permasalahan tersebut di berbagai portal berita online dapat membuat masyarakat merasa terpengaruh isi dari pemberitaan di portal berita online terhadap sikap Ani Yudhoyono di instagram. Masyarakat pun tentu memiliki tanggapan yang berbeda-beda tentang kasus tersebut.

Penelitian mengenai pengaruh terpaan berita pernah dilakukan oleh Nikko Sugiyanto dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Media Massa Mengenai Konflik Antara Siswa SMAN 6 Jakarta dan Sejumlah Wartawan terhadap Sikap Guru Sekolah

Menengah Atas di Kota Yogyakarta”. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan mengukur sikap kognitif, afektif, dan konatif. Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh terpaan berita pengeroyokan pelajar SMA 6 pada sejumlah wartawan terhadap sikap guru-guru SMA di Yogyakarta.

Pemilihan portal berita online dibanding media massa lain didasarkan pada pengamatan peneliti yang melihat pemberitaan mengenai instagram Ani Yudhoyono lebih banyak ditulis di media online daripada media cetak ataupun media elektronik. Khalayak yang dipilih peneliti adalah mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta. Mahasiswa diasumsikan memiliki pemikiran yang kritis dalam menanggapi berbagai pemberitaan, sehingga diharapkan tidak mudah terpengaruh dengan isi pemberitaan di media massa.

Berawal dari masalah di atas, peneliti ingin melihat adakah pengaruh terpaan berita Ani Yudhoyono pada portal berita online terhadap tanggapan khalayak.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini menggunakan teori terpaan media dan teori S-R (stimulus-respons) sebagai landasannya. *Media exposure* (terpaan media) merupakan pencarian data *audience* tentang penggunaan media, meliputi jenis media, frekuensi penggunaan, ataupun intensitas penggunaan (Sari, 1993:29). Sementara itu teori S-R menjelaskan bahwa ketika ada suatu rangsangan yang diberikan kepada si penerima, maka penerima akan memberikan suatu respons atau tanggapan. Teori S-R menyangkut model peluru (komunikasi satu langkah), dimana media massa memiliki pengaruh atau efek media kepada khalayak. Model ini diasumsikan memiliki pengaruh yang besar dalam mengubah sikap dan perilaku khalayak. Teori S-R dimodifikasi kembali oleh Melvin DeFleur yang mengatakan bahwa teori tersebut dipengaruhi adanya variabel-variabel psikologis yang berasal dari terpaan media massa sehingga menimbulkan suatu respons atau efek tertentu.

Penelitian ini juga berhubungan dengan komunikasi massa. Menurut Harold Laswell, elemen-elemen komunikasi yaitu *who, says what, to whom, in which channel, dan with what effect* (Rianto, 2011:15). Selain kelima elemen di atas, terdapat dua elemen lagi yang dianggap sebagai elemen tambahan, yaitu gangguan (*noise*) dan

umpan balik (*feedback*). Sifat-sifat dalam komunikasi massa adalah sifat komunikator, sifat pesan, sifat media massa, sifat komunikasi, sifat efek, dan sifat umpan balik (Marhaeni, 2009:222). Penelitian ini menggunakan media online, maka elemen-elemen dasar dalam media online adalah *headline*, teks, gambar, grafik, dan *link* (Rosales, 2006:3).

Menurut Chilton R. Bush dalam buku *Jurnalistik: Petunjuk Teknik Menulis Berita* dikatakan bahwa berita adalah laporan mengenai peristiwa yang penting diketahui masyarakat dan juga laporan peristiwa yang semata-mata menarik karena berhubungan dengan hal yang menarik dari seorang atau sesuatu dalam situasi yang menarik. Namun tidak semua peristiwa layak dijadikan berita, maka berita harus mengandung nilai-nilai berita yaitu *timeliness*, *proximity*, *prominence*, *conflict*, *impact*, dan *human interest* (Junaedi, 2013:8-10).

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam buku *Psikologi Komunikasi*, sebelum terjadi tanggapan, manusia menerima sensasi pada alat inderanya. Sensasi merupakan tahap awal dalam menerima informasi. Tahap berikutnya adalah persepsi, yaitu proses pemberian makna terhadap sensasi/ stimuli yang diterima oleh alat indera. Persepsi adalah pengalaman mengenai objek, peristiwa, atau hubungan yang didapat dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2012:50). Setelah proses sensasi dan persepsi tersebut, kemudian muncullah tanggapan. Tanggapan merupakan respon (efek) komunikasi terhadap pesan yang ditawarkan (Gunadi, 1988:42). Menurut Onong Uchjana dalam buku *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, komunikasi memberikan efek atau tanggapan terhadap pesan yang disampaikan kemudian didefinisikan sebagai berikut: efek kognitif (berhubungan dengan pikiran atau penalaran), efek afektif (berkaitan dengan perasaan), dan efek konatif (berkaitan dengan perilaku).

Rangsangan yang berasal dari media massa bukan satu-satunya rangsangan yang menyentuh individu (Marhaeni, 2009:169-170). Ada faktor lain yang mempengaruhi khalayak, yaitu faktor internal (psikologi dan fisik) dan faktor eksternal (sosial kultural). Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya ingin melihat tanggapan khalayak berdasarkan efek kognitif dan afektif saja, aspek konatif dihilangkan karena peneliti tidak melihat perubahan perilaku yang ditimbulkan dari terpapar pemberitaan Instagram Ani

Yudhoyono pada portal berita online. Sesuai dengan Teori S-R yang menyebutkan bahwa munculnya respon juga dipengaruhi adanya variabel-variabel psikologis yang berasal dari terpaan media massa, maka peneliti hanya memasukkan faktor psikologis agar tujuan penelitian ini dapat terjawab. Sementara itu khalayak memiliki ciri-ciri berikut (Marhaeni, 2009:156): jumlah anggota luas, anonim, dan heterogen.

METODE

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif, sehingga penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu metode riset dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan datanya. Jenis metode survei yang digunakan adalah deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh universitas yang berada di Jalan Babarsari Yogyakarta yaitu Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPN), dan Universitas Proklamasi '45 (UP45) dengan jumlah total mahasiswa sebanyak 10963.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane, seperti berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1} = \frac{10963}{10963 (0,1)^2 + 1} = 99,09 = 99$$

Kemudian 99 responden tersebut dibagi ke tiga universitas dengan rumus *sampling per cluster*, yaitu:

$$n1 = \frac{N1}{N} \times n$$

n1	= jumlah sampel tiap universitas
N1	= jumlah populasi tiap universitas
N	= jumlah populasi keseluruhan
n	= jumlah sampel

Setelah dihitung hasilnya adalah UAJY 70 responden, UPN 24 responden, dan UP 45 5 responden. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Setelah data

didapat kemudian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, setelah itu dianalisis dengan analisis korelasi dan analisis regresi sederhana.

HASIL

Data responden pada penelitian ini mencakup umur, jenis kelamin, dan universitas. Responden paling banyak berada pada umur < 20 tahun dengan persentase 51,6%, responden berusia 21-23 tahun sebesar 38,3% sedangkan responden berumur > 24 tahun hanya sebesar 10,1%. Responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki yaitu sebanyak 52 responden sedangkan laki-laki sebanyak 47 responden. Sesuai dengan penghitungan sampel untuk tiap universitas yang telah ditentukan pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa responden dari UAJY sebesar 70,7%, UPN sebesar 24,2%, dan UP45 sebesar 5,1%.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel X (variabel bebas), variabel Y (variabel terikat), dan variabel Z (variabel kontrol). Pada penelitian ini, variabel X merupakan terpaan berita instagram Ani Yudhoyono yang terdiri dari 7 pertanyaan yaitu tentang frekuensi, intensitas, dan atensi. Variabel Y merupakan aspek kognitif dengan 15 pernyataan dan aspek afektif dengan delapan pernyataan. Variabel Z merupakan pengalaman pribadi yang terdiri dari tiga pernyataan.

a. Variabel X

Frekuensi terdiri dari 2 pertanyaan. Setelah mendapatkan data keseluruhan, selanjutnya adalah menentukan frekuensi data frekuensi secara umum dengan menggunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$i = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

Kemudian didapatkan data bahwa secara umum responden memiliki tingkat frekuensi yang tergolong sedang, sebesar 53%, terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online.

Intensitas terdiri dari 2 pertanyaan. Setelah mendapatkan data keseluruhan, selanjutnya adalah menentukan frekuensi data intensitas secara umum dengan

menggunakan rumus interval kelas. Hasilnya menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat intensitas yang tergolong sedang, sebesar 53%, terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online.

Atensi terdiri dari 3 pertanyaan. Setelah mendapatkan data keseluruhan, selanjutnya adalah menentukan frekuensi data atensi secara umum dengan menggunakan rumus interval kelas. Hasilnya menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat atensi yang tergolong tinggi, sebesar 45%, terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online.

b. Variabel Y

Kognitif terdiri dari 15 pernyataan. Setelah mendapatkan data keseluruhan, selanjutnya adalah menentukan frekuensi data kognitif secara umum dengan menggunakan rumus interval kelas. Kemudian didapatkan data bahwa secara umum responden memiliki tingkat kognitif yang tergolong tinggi, sebesar 57%, terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online.

Afektif terdiri dari 8 pernyataan. Setelah mendapatkan data keseluruhan, selanjutnya adalah menentukan frekuensi data afektif secara umum dengan menggunakan rumus interval kelas. Hasilnya menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat afektif yang tergolong sedang (sebesar 61%) terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online.

c. Variabel Z

Pengalaman pribadi terdiri dari 3 pernyataan. Setelah mendapatkan data keseluruhan, selanjutnya adalah menentukan frekuensi data pengalaman pribadi secara umum dengan menggunakan rumus interval kelas. Hasilnya menunjukkan bahwa secara umum responden yang menanggapi pemberitaan instagram Ani Yudhoyono karena faktor pengalaman pribadi tergolong sedang yaitu sebesar 59%.

Tabel 1 Hasil Uji Korelasi

		Tanggapan (Y)
Terpaan Berita (X)	Pearson Correlation	0,332
	Signifikansi	0,001
	Sampel	99

Berdasarkan data pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa perolehan nilai korelasi sebesar 0,332. Menurut Morissan (2012:380), nilai tersebut tergolong lemah.

Tabel 2 Tabel Summary Variabel X terhadap Variabel Y

		Tanggapan (Y)
Terpaan Berita (X)	R	0,332
	R Square	0,001

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 0,110. Artinya, pengaruh terpaan pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online terhadap tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta hanya sebesar 0,110 atau 11,0%.

Tabel 3 Tabel Coefficients Variabel X terhadap Variabel Y

		Tanggapan (Y)
Terpaan Berita (X)	Signifikansi	0,001
	Regresi	0,332

Berdasarkan data pada tabel tersebut memperlihatkan bahwa signifikansi dari variabel X atau terpaan pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online adalah sebesar 0,001. Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4 Tabel Summary Variabel X terhadap Variabel Y dengan dikontrol Variabel Z

		Tanggapan (Y)
Terpaan Berita (X)	R	0,082
	R Square	0,007

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel Z terhadap variabel Y adalah sebesar 0,007. Artinya, pengalaman pribadi hanya memberikan pengaruh sebesar 0,007 atau 0,7%.

Tabel 5 Tabel Coefficients Variabel X terhadap Variabel Y dengan dikontrol Variabel Z

		Tanggapan (Y)
Terpaan Berita (X)	Signifikansi	0,421
	Regresi	0,082

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa signifikansi variabel Z terhadap variabel Y adalah sebesar 0,421. Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel Z terhadap variabel Y karena hasil signifikansi sebesar $0,421 > 0,05$. Sementara itu, peningkatan variabel Y yang diakibatkan variabel Z sebesar 0,082 atau 0,82%.

Peneliti juga membuat tabulasi silang antara data responden dengan variabel X dan Y. Hasil tabulasi silang menyatakan bahwa tingkat frekuensi sedang adalah responden berumur 21-23 tahun, sedangkan tingkat kognitif tinggi adalah responden berumur < 20 tahun. Sementara itu perempuan memiliki tingkat atensi dan afektif lebih tinggi dibanding laki-laki. Responden dari UP 45 memiliki tingkat intensitas sedang, sedangkan responden dari UAJY memiliki tingkat kognitif tinggi.

PEMBAHASAN

Sebelum menyebarkan kuesioner, penulis menguji validitas dan reliabilitas dari tiap variabel pada kuesioner. Hasilnya adalah semua variabel terbukti valid karena r -hitung \geq r -tabel dan terbukti reliabel karena semua variabel $\geq 0,60$. Berdasarkan hasil data yang telah dianalisis, terdapat responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 responden dan laki-laki sebanyak 47 responden dengan kisaran umur < 20 tahun sampai > 24 tahun.

Penelitian ini didasari oleh pemberitaan mengenai Ani Yudhoyono yang terjadi pada akhir tahun 2013 hingga awal tahun 2014 lalu. Ketika itu ibu negara Ani Yudhoyono menghebohkan masyarakat dengan sikapnya saat membalas komentar dari *follower* di akun instagramnya. Ani Yudhoyono menjawab ketus komentar yang dinilai menyinggungnya. Pemberitaan yang gencar di media massa, khususnya media online, tentu menimbulkan berbagai tanggapan dari khalayak.

Jika media massa memberikan pengaruh besar kepada khalayak, maka hal ini bisa dilihat dengan mengukur terpaan berita dari media yang diterima oleh khalayak. Terpaan media dapat diukur berdasarkan frekuensi mengakses media, intensitas mengakses berita, dan atensi khalayak (Sari, 1993:29). Hasil yang diperoleh pada penelitian ini, tingkat frekuensi responden dalam mengakses dan mencari berita instagram Ani Yudhoyono tergolong sedang atau sebesar 53%, tingkat intensitas responden dalam mencari dan membaca berita instagram Ani Yudhoyono tergolong sedang atau sebesar 54%, dan tingkat atensi responden dalam mencari dan membaca berita instagram Ani Yudhoyono tergolong tinggi atau sebesar 45%. Hal tersebut dikarenakan berita ini memiliki nilai *prominence* tinggi karena menyangkut seorang ibu negara yang aktif bermain instagram dan mudah tersinggung.

Penelitian ini juga menggunakan teori stimulus-respons (S-R) yang menggambarkan mengenai proses aksi-reaksi, dimana ketika seorang penerima mendapatkan rangsangan maka penerima itu akan memberikan respons atau tanggapan. Teori S-R juga termasuk dalam model peluru yang mengasumsikan bahwa media massa memiliki pengaruh atau efek kepada khalayak, sehingga media dianggap memiliki pengaruh yang besar dalam mengubah sikap dan perilaku khalayak (Kriyantono,

2008:204). Tanggapan atau efek sendiri dibagi menjadi tiga yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif (Marhaeni, 2009:222). Namun penelitian ini tidak mencari tahu efek konatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden tergolong tinggi atau sebesar 57% responden dan tingkat afektif tergolong sedang yakni sebesar 61% responden.

Tanggapan responden terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono dipengaruhi oleh pengalaman pribadi masing-masing responden. Sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi tanggapan khalayak, salah satunya adalah faktor internal atau secara psikologi yaitu pengalaman pribadi. Hasil penelitian menunjukkan pengalaman pribadi tergolong sedang atau sebesar 59% responden.

Hasil tabulasi silang menyatakan bahwa tingkat frekuensi sedang adalah responden berumur 21-23 tahun, sedangkan tingkat kognitif tinggi adalah responden berumur < 20 tahun. Sementara itu perempuan memiliki tingkat atensi dan afektif lebih tinggi tinggi dibanding laki-laki. Responden dari UP 45 memiliki tingkat intensitas sedang, sedangkan responden dari UAJY memiliki tingkat kognitif tinggi.

Nilai korelasi penelitian ini tergolong lemah yaitu sebesar 0,332 dimana hasil signifikansinya sebesar 0,001 dengan artian pengaruh antara variabel X dan variabel Y signifikan dan positif. Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan dari pemberitaan instagram Ani Yudhoyono terhadap tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari hanya sebesar 11%. Namun variabel Z (pengalaman pribadi) tidak memberikan pengaruh terhadap variabel X dengan variabel Y karena nilainya sebesar 0,007 atau 0,7% dengan hasil signifikansi sebesar 0,421.

Jika mengacu pada teori yang digunakan dalam penelitian ini, yakni media massa memiliki pengaruh yang besar dalam mengubah sikap dan perilaku khalayak, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media memang memiliki pengaruh terhadap tanggapan yang diberikan khalayak, tetapi nilai korelasi antara variabel X dengan variabel Y hanya sebesar 0,332 sehingga dinyatakan hubungannya lemah. Hasil uji hipotesis pada penelitian juga menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, ada pengaruh antara terpaan pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online terhadap tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta.

Sementara itu secara keseluruhan, tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta menunjukkan bahwa tanggapan atau efek kognitif termasuk tinggi, artinya secara kognitif mahasiswa mengetahui kasus pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online. Tanggapan atau efek afektif mahasiswa terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono termasuk sedang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, hasil tabulasi silang menyatakan bahwa tingkat frekuensi sedang adalah responden berumur 21-23 tahun, sedangkan tingkat kognitif tinggi adalah responden berumur < 20 tahun. Sementara itu perempuan memiliki tingkat atensi dan afektif lebih tinggi dibanding laki-laki. Responden dari UP 45 memiliki tingkat intensitas sedang, sedangkan responden dari UAJY memiliki tingkat kognitif tinggi.

Sementara itu pengaruh antara terpaan pemberitaan instagram Ani Yudhoyono pada portal berita online terhadap tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta adalah sebesar 0,110 atau 11% dan signifikansi sebesar 0,001, tetapi hubungannya tergolong lemah karena sebesar 0,332. Pengalaman pribadi (variabel kontrol) yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap pembentukan tanggapan mahasiswa mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari Yogyakarta ternyata hanya memberikan pengaruh sebesar 0,007 atau 0,7% dengan signifikansi 0,421. Artinya pengalaman pribadi tidak memberikan pengaruh dalam membentuk tanggapan khalayak terhadap pemberitaan instagram Ani Yudhoyono.

Tanggapan mahasiswa seluruh universitas di Jalan Babarsari diukur menggunakan aspek kognitif dan aspek afektif. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tingkat kognitif responden terhadap pemberitaan tersebut tergolong tinggi, artinya sebesar 57% responden mengetahui secara jelas berita tersebut. Sementara itu tingkat afektif responden terhadap pemberitaan tersebut tergolong sedang.

Saran

Setelah melakukan penelitian dan menganalisis hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran agar penelitian selanjutnya dapat berjalan lebih baik. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih fokus melihat faktor apa saja yang mempengaruhi tanggapan khalayak, seperti diketahui hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pribadi (variabel kontrol) hanya sedikit mempengaruhi tanggapan khalayak. Kemudian penelitian berikutnya diharapkan masih dapat berfokus pada media online lagi karena banyak topik yang bisa diteliti, apalagi media online sedang berkembang saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 1998. *Psikologi Umum*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Barus, Sedia Wiling. 2010. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga: Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana Prenada Group: Jakarta.
- Erdiyana, Ardiyanto. 2005. *Komunikasi Massa*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Gunadi, YS. 1988. *Himpunan Istilah Komunikasi Edisi Pertama*. PT Grasindo anggota IKAPI: Jakarta.
- Junaedi, Fajar. 2013. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Kencana: Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media: Jakarta.
- Küng, Lucy dan Robesrt Picard, Ruth Towse. 2008. *The Internet and The Mass Media*. SAGE Publications: Singapore.
- Marhaeni, Fajar. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Graha Ilmu: Jakarta.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga: Jakarta.
- Morrison. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Rianto, Puji dkk. 2011. *Panuan Riset Khalayak: Desain dan Metode Untuk Lembaga Penyiaran Publik*. PKMBP Puslitbangdiklat LPR RRI: Yogyakarta.
- Rosales, Rey G. 2006. *The Elements of Online Journalism*. iUniverse: USA.
- Sari, Endang S. 1993. *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Andi Offset: Yogyakarta.

- Singarimbun, Masni dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. PT Pustaka LP3ES: Jakarta.
- Uchjana, Onong. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Widyamartaya, Aloys dan Vero Sudiati. 2005. *Menjadi Wartawan Muda*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Wolk, Rolan De. 2001. *Introduction to Online Journalism: Publishing News and Information*. Prentice Hall: United Kingdom.

Sumber Skripsi:

- Handriatmaja, Clara Devi. 2013. *Citizen Journalism dalam Pemberitaan Bencana di Instagram*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sugiyanto, Nikko. 2012. *Pengaruh Terpaan Berita Media Massa Mengenai Konflik Antara Siswa SMAN 6 Jakarta dan Sejumlah Wartawan terhadap Sikap Guru Sekolah Menengah Atas di Kota Yogyakarta*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wiraningtyas, Maria Kirana. 2012. *Pengaruh terpaan Pemberitaan Pawiwahan Ageng Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat terhadap Sikap masyarakat Yogyakarta*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sumber Website:

- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses 3 Juli 2014 pukul 15.35 dari <http://www.uajy.ac.id/tentang-uajy/sekilas-uajy/>
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses 3 Juli 2014 pukul 15.40 dari <http://www.uajy.ac.id/tentang-uajy/visi-misi/>
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses 3 Juli 2014 pukul 15.50 dari <http://www.uajy.ac.id/tentang-uajy/strukturorganisasi/universitas/>
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses 26 Agustus 2014 pukul 23.03 dari <http://www.uajy.ac.id/>
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Diakses 3 Juli 2014 pukul 16.28 dari http://www.upnyk.ac.id/index.php?data=detail_menu.php&id=28
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Diakses 13 Agustus pukul 20.01 dari http://www.upnyk.ac.id/index.php?data=detail_menu.php&id=32
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Diakses 4 Juli pukul 16.03 dari http://www.upnyk.ac.id/index.php?data=detail_menu.php&id=34
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Diakses 26 Agustus 2014 pukul 23.05 dari http://www.upnyk.ac.id/index.php?data=detail_menu.php&id=32
- Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta. Diakses 4 Juli pukul 20.04 dari <http://up45.ac.id/home/page/Sejarah#.U7akSpSSz8o>
- Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta. Diakses 4 Juli 2014 pukul 16.37 dari <http://up45.ac.id/home/page/Visi dan Misi#.U7Z1IZSSxQg>
- Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta. Diakses 4 Juli pukul 16.39 dari <http://up45.ac.id/home>
- Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta. Diakses 26 Agustus 2014 pukul 23.06 dari <http://up45.ac.id/>

Sumber Artikel dalam Internet:

- Chandra, Bobby. 2014. Ekspresi Sewot Ani SBY di Instagram. (diakses 8 April 2014 pukul 19.50 dari <http://www.tempo.co/read/news/2014/01/20/078546694/7-Ekspresi-Sewot-Ani-SBY-di-Instagram>)
- Fadil, Iqbal. 2014. Gaya Sensitif Ibu Ani di Instagram Mudah Sewot oleh Kritik. (diakses 8 Maret 2014 pukul 14.43 dari <http://www.merdeka.com/peristiwa/gaya-sensitif-ibu-ani-di-instagram-mudah-sewot-oleh-kritik.html>)
- Gatra, Sandro. 2014. Ani: Ibu Jokowi dan Ibu Ahok Ke mana ya Koq Saya yang Dimarahi. (diakses 8 April pukul 18.45 dari <http://nasional.kompas.com/read/2014/01/15/1413088/Ani.Ibu.Jokowi.dan.Ibu.Ahok.ke.Mana.Ya.Koq.Saya.yang.Dimarahi>)
- Kusumadewi, Anggi dan Santi Dewi. 2014. Permintaan Maaf Ani Yudhoyono di Instagram Disorot Media Asing. (diakses 8 April pukul 18.58 dari <http://nasional.news.viva.co.id/news/read/475808-permintaan-maaf-ani-yudhoyono-di-instagram-disorot-media-asing>)
- Mahardi, Denni. 2014. Dari Instagram Komentar Ibu Ani Soal Banjir Lanjut ke Path. (diakses 8 April pukul 20.06 dari <http://tekno.liputan6.com/read/803471/dari-instagram-komentar-ibu-ani-soal-banjir-lanjut-ke-path>)