



**Pengaruh Intensitas Membaca Berita Tentang Kebijakan
Ekonomi Jokowi di Viva.co.id dan Citra Jokowi terhadap
Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kinerja Jokowi di
Bidang Ekonomi**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun :

Nama : Ahmad Khairul Nuzuli

NIM : 14030112120013

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

ABSTRAKSI

Judul : Pengaruh Intensitas Membaca Berita Tentang Kebijakan Ekonomi Jokowi di Viva.co.id dan Citra Jokowi terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kinerja Jokowi di Bidang Ekonomi

Sebagai media massa media online juga melaksanakan fungsi kontrol sosial sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Fungsi kontrol sosial ini diwujudkan melalui pemberitaan tentang potret kinerja pemerintahan. Jokowi sebagai sosok pemerintah yang memegang jabatan Presiden Republik Indonesia, juga tidak terlepas dari sorotan media termasuk Viva.co.id salah satunya kebijakan Jokowi di bidang ekonomi. Intensitas masyarakat membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi berpotensi mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi. Selain itu citra Jokowi juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id dan citra Jokowi terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi. Dasar pemikiran yang digunakan adalah Teori Efek Kognitif Media Massa dan *Expectancy Value Theory*. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Penelitian ini menggunakan teknik *Non-probability sampling* dengan metode accidental sampling dalam menentukan sampel. Jumlah sampel sebanyak 50 responden yang telah memenuhi kriteria pembaca Viva.co.id yang berumur di atas 17 Tahun di Kota Semarang. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear sederhana bantuan SPSS.

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel intensitas membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id (X1) tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi (Y) dan menunjukkan hasil yang tidak signifikan, dengan hasil Sig/signifikansi senilai 0.257 atau probabilitas lebih besar dari 0,05. Uji Hipotesis kedua menunjukkan variabel Citra Jokowi (X2) berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi (Y) dengan nilai Sig/signifikansi senilai 0.000 atau probabilitas lebih kecil dari 0,05 serta kontribusi pengaruh sebanyak 64%. hal ini menandakan kontribusinya tergolong tinggi.

Saran yang dapat diberikan adalah Presiden Jokowi harus lebih mempertahankan dan meningkatkan citra baiknya kepada masyarakat. Masyarakat yang memiliki pengalaman positif dengan kinerja Jokowi akan menghasilkan persepsi dan citra yang positif juga terhadap Jokowi.

Keywords: Intensitas Membaca Berita, Citra, Tingkat Kepercayaan, Kinerja Pemerintah

ABSTRACT

Title : Effect of Intensity Reading News About the Economic Policy Jokowi in Viva.co.id and Image Jokowi to Public Trust Level Jokowi Regarding performance in the Economy

As an online media mass media also performs the function of social control, as mandated by Law No. 40 of 1999 on the Press. Social control is realized through reporting on the performance of the government portraits. Jokowi as a government figure who holds the office of President of the Republic of Indonesia, can not be separated from the media spotlight, including Viva.co.id one Jokowi economic policy. Intensity of the public to read the news about economic policy Jokowi potentially affect their trust level regarding the performance Jokowi in economics. In addition Jokowi image can also affect the level of public confidence.

This study aims to determine determine the effect intensity of reading news about economic policy in Viva.co.id and Image Jokowi to Public Trust Level Jokowi Regarding performance in the Economy . The rationale used is the Cognitive Effects of Mass Media Theory and Expectancy Value Theory. This type of research is explanatory research. This study using the technique of Non-probability sampling with accidental sampling method to determine the sample. The total sample of 50 respondents who met the criteria Viva.co.id readers aged over 17 years in the city of Semarang. Analysis of the data used is simplistic linear regression SPSS.

The first hypothesis test results show that the variable intensity of reading news about economic policy Jokowi in Viva.co.id (X1) does not affect the level of public trust the performance of Jokowi in the economy (Y) and showed no significant results, with the result Sig / significance worth 0257 or probability greater than 0.05. The second hypothesis test showed Jokowi image variables (X2) and highly significant positive effect on the level of public trust in the performance of Jokowi in the economy (Y) with the Sig / significance worth 0.000 or probability of less than 0.05 and contributions effect as much as 64%. this indicates a relatively high contribution.

Advice can be given is the President Jokowi must be to maintain and enhance the good image to the public. People who have had positive experiences with the performance of Jokowi will generate a positive perception and image also against Jokowi.

Keywords: Intensity Reading News, Image, level of trust, the government's performance in the economic field

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beragam berita dari media massa baik media cetak, media elektronik, maupun media online yang memiliki nilai berita yang tinggi sampai yang rendah selalu menerpa masyarakat. Viva.co.id merupakan salah satu portal berita yang dikelola oleh PT. Viva Media Baru, anak perusahaan PT Visi Media Asia Tbk yang juga mengelola bisnis penyiaran (antv, tvOne, Sport One, viva+) milik Bakrie & *Brothers* yang diluncurkan pada 2008.

Sebagai media massa media online juga melaksanakan fungsi kontrol sosial sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Fungsi kontrol sosial ini diwujudkan melalui pemberitaan tentang potret kinerja pemerintahan. Jokowi sebagai sosok pemerintah yang memegang jabatan sebagai Presiden Republik Indonesia, juga tidak terlepas dari sorotan media termasuk Viva .co.id.

Selama setahun memerintah Presiden Joko Widodo menjadi sorotan publik terutama media massa salah satunya Viva.co.id. Berdasarkan survei Pindai.org mengatakan institusi yang persentase pemberitaannya lebih ke arah negatif adalah Viva.co.id

Dalam berbagai pemberitaan Viva.co.id khususnya di bidang ekonomi, kinerja Jokowi dikritik beberapa pihak karena dianggap tidak sesuai dengan yang diharapkan. Jokowi di awal pemerintahannya ini pun harus menelan pil pahit terjadinya perlambatan ekonomi global.

Selain banyaknya berita yang menilai kebijakan ekonomi Jokowi bertolak belakang dengan program ekonomi pemerintah mengenai peningkatan kesejahteraan, ekonomi mandiri dan peningkatan daya saing produk dalam negeri yang menjadi harapan masyarakat. Hal senada juga ditunjukkan dengan menurunnya citra Jokowi di masyarakat. Namun terlepas dari pemberitaan media massa dan fakta mengenai citra Jokowi, tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintahan Jokowi justru mengalami peningkatan.

1.2 Perumusan Masalah

Janji Jokowi dalam meningkatkan kesejahteraan, ekonomi yang mandiri dan meningkatkan daya saing produk dalam negeri telah menjadi harapan masyarakat dan hal itu berhasil membuat dia terpilih menjadi presiden pada pemilu 2014. Namun realitanya kinerjanya dalam pemerintahan dinilai beberapa pihak tidak sesuai dengan yang diharapkan. Viva.co.id sebagai media massa juga kerap mengekspos berita mengenai kritikan sejumlah pihak akan kebijakan ekonomi yang diambil Jokowi.

Selain itu berbagai survey juga menilai citra Jokowi cenderung fluktuatif dan bahkan mengalami penurunan. Namun terlepas dari pemberitaan media massa dan fakta mengenai citra Jokowi, tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintahan Jokowi justru mengalami peningkatan. Berdasarkan fakta diatas, rumusan masalah yang dirumuskan yaitu:

1. Apakah intensitas membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi?
2. Apakah citra Jokowi mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi?

II. PEMBAHASAN

2.1 Pengaruh Intensitas Membaca Berita Tentang Kebijakan Ekonomi Jokowi di Viva.co.id Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kinerja Jokowi di Bidang Ekonomi.

Dari hasil signifikansi penelitian uji statistik Regresi Linear sederhana menunjukkan intensitas membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id (X1) tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi (Y). Hasil tersebut tidak konsisten dengan teori efek kognitif media masa. Wilbur Schramm dalam Rakhmat (2013 : 221) mengatakan efek kognitif media massa adalah dimana informasi yang anda peroleh telah menstruktur dan mengorganisasikan realitas. Informasi yang disampaikan media massa dianggap sebagai segala sesuatu yang menyebabkan perubahan dari apa yang diketahui, dipahami, atau dipresepsikan khalayak. Efek ini berkaitan dengan informasi, pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan.

Hasil yang tidak signifikan ini sesuai dengan teori proses selektif media massa. Menurut Morrissan (2010 :71), menjelaskan bahwa orang akan berupaya secara sadar atau tidak sadar untuk membatasi atau mengurangi ketidaknyamanan melalui tiga proses selektif (*selective*

processes) yang saling berhubungan. Ketiga proses tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penerimaan informasi selektif (*selective exposure* atau *selective attention*) merupakan proses dimana orang hanya menerima informasi yang sesuai dengan sikapnya atau kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya. Menurut teori ini orang cenderung atau lebih suka membaca artikel media massa yang mendukung apa yang telah dipercayainya atau diyakininya. Hasil penelitian ini bisa kita lihat bahwa tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi tinggi. Hal ini yang membuat intensitas membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id menjadi rendah, karena pemberitaannya cenderung negatif. Masyarakat hanya akan membaca dan menerima berita yang mereka percaya akan menyeleksi berita tersebut sikap dan kepercayaan yang dimiliki sebelumnya.
2. Proses ingatan selektif, mengasumsikan bahwa orang tidak akan mudah lupa atau sangat mengingat yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan sebelumnya. Teori ini menjelaskan bahwa pembaca akan cenderung lebih ingat bahkan hingga detailnya, berita mengenai kinerja Jokowi yang mereka nilai baik, dibandingkan berita kinerja Jokowi yang mereka nilai buruk. Karena mereka sebelumnya telah percaya mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi.
3. Presepsi selektif. Orang akan memberikan interpretasinya terhadap setiap pesan yang diterimanya sesuai dengan sikap dan kepercayaan yang sudah

dimiliki sebelumnya. Dimana dalam hal ini orang akan tetap memberi interpretasi positif terhadap berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id walaupun berita tersebut cenderung negatif. Karena mereka sebelumnya telah percaya mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi.

Teori ini menunjukkan bahwa pada dasarnya orang membatasi efek komunikasi massa dengan cara menyaring isi media sehingga isi media tidak mempengaruhi sikap yang signifikan pada diri individu (Morrissan, 2010: 71-72). Dimana responden yang sebelumnya memiliki kepercayaan terhadap kinerja Jokowi di bidang ekonomi akan cenderung menyeleksi (memfilter) berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi yang mereka terima dari media massa salah satunya Viva.co.id. Mereka cenderung tetap berinterpretasi positif dan percaya dengan kinerja Jokowi di bidang ekonomi sesuai dengan kepercayaan yang sudah mereka miliki sebelumnya.

3.2 Pengaruh Citra Jokowi Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kinerja Jokowi di Bidang Ekonomi.

Hasil signifikansi uji statistik Regresi Linear sederhana menunjukkan citra Jokowi (X₂) berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi (Y). Hal ini selaras dengan *Expectancy Value Theory* oleh Phillip Palmgreen (Littlejohn, 2009 : 426). *Expectancy Value Theory* menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan fungsi nilai (*value*) dari hasil yang diharapkan dari sebuah perbuatan. Perilaku seseorang akan menghasilkan sesuatu, semakin tinggi nilai yang diharapkan,

semakin tinggi pula keinginan untuk mewujudkan perilaku tertentu. Teori ini memiliki tiga komponen dasar yakni: Individu merespon informasi baru tentang suatu hal atau tindakan dengan menghasilkan suatu keyakinan dari hal atau tindakan tersebut. Setiap individu memberikan sebuah nilai (*value*) pada setiap sifat dimana keyakinan tersebut terbentuk. Sebuah harapan (*expectation*) terbentuk atau termodifikasi berdasarkan hasil perhitungan antara keyakinan (*beliefs*) dan nilai-nilai (*value*) (Klandersman, 1997:26). *Expectancy Value Theory* yang dalam penelitian ini dikaitkan dengan konteks citra Jokowi sebagai nilai dan tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi sebagai wujud perilaku yang dipengaruhi nilai

Menurut Rakhmat (2013 : 222) Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima. Masyarakat yang menerima informasi akan memberikan citra pada Jokowi dengan harapan adanya kemungkinan berpengaruh pada kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi. Dengan kata lain kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi akan muncul ketika citra Jokowi positif dimata masyarakat.

Selain itu yang patut diperhatikan bahwa citra Jokowi memberikan kontribusi pengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi sebesar 64,4 % hal ini menandakan kontribusinya tergolong tinggi. Ini menunjukkan bahwa citra Jokowi

mempunyai kontribusi yang tinggi terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi.

III. Penutup

Setelah mengkaji tentang pengaruh intensitas membaca berita tentang kebijakan ekonomi Jokowi di Viva.co.id dan citra Jokowi terhadap tingkat kepercayaan masyarakat mengenai kinerja Jokowi di bidang ekonomi, maka saran yang akan dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat hendaknya menjadi pembaca yang cerdas dalam menerima pemberitaan dan melakukan proses memfilter serta menyeleksi informasi dari media massa. Masyarakat harus berfikir kritis dan tidak mudah menerima begitu saja realitas yang dibangun oleh media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Klandermans, Elie. 1997. *The Social Psychology of Protest*. Cambridge, Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi; Theories of Human Communication; Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, M.A. *Teori Komunikasi Massa, PT Ghalia Indonesia*, Bogor 2010.
- Rakhmat, J.2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.