

ABSTRACT

M. Aris Saiful Amin 150531100071. Communication Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. "THE EFFECT OF REPORTING ON THE RESULTS OF JOKOWI'S PERFORMANCE THROUGH MEDIA ON ELECTABILITY IN THE PRESIDENTIAL ELECTION IN 2019 (Study of the Rejoagung Village Community, Jombang Regency)"

The increase of media using is not new phenomena in Indonesia. Since its development in 2012, community's interest to the media has increased. Social media which were initially only used as a medium to socialize with friends and close relative, then start to penetrate communication between individuals and institutions. Seeing this phenomenon, political parties and candidates begin to look at social media as a tool for interacting with the public, including to promote parties or candidates who they will carry out. In this year, presidential election candidate number 01 Jokowi-Ma'ruf is supported by several people who is the owner of the media.

Therefore, the writer want to know how much the role of the media in influencing voters in the village of Rejoagung to choose Jokowi who is supported by several people who is the owner of the media in the 2019 presidential election.

Based on the results of the study, it was found that the coefficient of determination (Rsquare) was 0.206 or 20.6%. (Rsquare) is intended as how much the ability of independent variables to influence the dependent variable. This shows that the reporting of Jokowi's performance has an effect of 20.6% on the level of Jokowi's electability in the 2019 election in Rejoagung Village.

Keywords: News, Mass Media, Electability

ABSTRAK

M. Aris Saiful Amin 150531100071. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. “PENGARUH PEMBERITAAN HASIL KINERJA JOKOWI DI MEDIA TERHADAP ELEKTABILITAS DALAM PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2019 (Studi Pada Masyarakat Desa Rejoagung Kab. Jombang)

Semakin maraknya penggunaan media sudah bukan hal yang baru di Indonesia. Sejak mengalami kemajuan di tahun 2012, keterikatan masyarakat terhadap media semakin meningkat. Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat, kini mulai menembus komunikasi antara individu dengan institusi. Melihat fenomena ini, partai politik dan kandidat mulai melirik media sosial sebagai suatu alat untuk berinteraksi dengan masyarakat, termasuk untuk mempromosikan partai atau calon yang akan diusungnya. Pada pilpres tahun ini paslon nomor urut 01 Jokowi-Ma'ruf didukung oleh beberapa orang yang mempunyai media.

Karena itu penulis ingin mengetahui seberapa besar peran media dalam mempengaruhi pemilih di Desa Rejoagung untuk memilih Jokowi yang didukung oleh beberapa orang yang memiliki media pada pilpres 2019.

Berdasarkan dari hasil penelitian didapatkan bahwa koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0,206 atau 20,6 %. (Rsquare) dimaksudkan sebagai seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan hasil kinerja Jokowi berpengaruh sebesar 20,6% terhadap tingkat elektabilitas Jokowi pada pilpres 2019 di Desa Rejoagung.

Kata kunci : Berita, Media Massa, Elektabilitas

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Pemberitaan Media Massa	6
2.2 Pemberitaan Hasil Kinerja Jokowi.....	7
2.3 Media Massa	11
2.4 Elektabilitas Jokowi	15
2.5 Pilpres 2019.....	16
2.6 Penelitian Terdahulu	16

2.7 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Definisi Konseptual.....	22
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3.1 Variabel Penelitian	24
3.3.2 Definisi Operasioanal.....	24
3.4 Jenis Sumber Data.....	25
3.5 Populasi.....	26
3.6 Sampel.....	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7.1 Kuesioner Atau Angket.....	29
3.7.2 Dokumentasi	29
3.8 Validitas dan Reliabilitas	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Reliabilitas	30
3.9 Teknik Analisis Data.....	31
3.10 Teknik Pengukuran Data.....	32
3.11 Uji Hipotesis	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	34
4.1 Profil Desa Rejoagung	34
4.2 Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Rejoagung	35
4.3 Keberpihakan Masyarakat Terhadap Pilihan Presiden	36
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
5.1 Analisis Data	37

5.1.1 Uji Validitas	37
5.1.2 Uji Reliabilitas	39
5.2 Penyajian Data	41
5.2.1 Identitas Responden	41
5.2.2 Tanggapan Responden Tentang Kinerja Jokowi.....	44
5.2.3 Tanggapan Responden Tentang Keterpilihan Jokowi.....	57
5.3 Analisa Regresi	66
5.3.1 Analisis Pengaruh Berita Jokowi Terhadap Elektabilitas	66
5.3.2 Uji Hipotesis	66
5.3.3 Pengambilan Keputusan Uji Regresi	68
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian	69
5.4.1 Pembahasan Uji Validitas Dan Reliabilitas	69
5.4.2 Pembahasan Analisis Regresi	70
BAB VI PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran.....	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	16
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Perhitungan Sampel Tiap Dusun Menggunakan Rumus Slovin.....	28
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Variabel Independen	37
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitasvariabel Dependen.....	38
Tabel 5.3 Reliability Statistics	39
Tabel 5.4 Frekuensi Berdasarkan Dusun	40
Tabel 5.5 Frekuensi Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 5.6 Frekuensi Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 5.7 Frekuensi Berdasarkan Kelamin	42
Tabel 5.8 Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 5.9 Frekuensi Berdasarkan Agama	43
Tabel 5.10 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 8	43
Tabel 5.11 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 9	44
Tabel 5.12 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 10	45
Tabel 5.13 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 11	45
Tabel 5.14 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 12	46
Tabel 5.15 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 13	47
Tabel 5.16 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 14	48
Tabel 5.17 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 15	48
Tabel 5.18 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 16	49
Tabel 5.19 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 17	50
Tabel 5.20 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 18	50

Tabel 5.21 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 19	51
Tabel 5.22 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 20	52
Tabel 5.23 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 21	53
Tabel 5.24 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 22	54
Tabel 5.25 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 23	54
Tabel 5.26 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 24	56
Tabel 5.27 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 25	57
Tabel 5.28 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 26	57
Tabel 5.29 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 27	58
Tabel 5. 30 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 28	59
Tabel 5.31 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 29	60
Tabel 5.32 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 30	60
Tabel 5.33 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 31	61
Tabel 5.34 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 32	62
Tabel 5.35 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 33	63
Tabel 5.36 Frekuensi Responden Berdasarkan Soal 34	63
Tabel 5.37 Descriptive Statistics.....	65
Tabel 5.38 Corelations	65
Tabel 5.39 Model Summary.....	67
Tabel 5.40 Anova ^a	68
Tabel 5.41 Coefficients ^a	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peresmian Tol Trans Jawa oleh Presiden.....	9
Gambar 2.2 Saham Free Port 51% Milik Indonesia	10
Gambar 3.1 Hitungan Penentuan Sampel Melalui Web Surveysystem.Com	27
Gambar 5.1 Uji R Tabel	39
Gambar 5.2 Hasil Real Count Di Desa Rejoagung.....	65
Gambar 5.3 t tabel	70

