

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
TERHADAP SIKAP SISWA KOTA BATAM
MENGENAI INFORMASI *HOAX*
DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Pada Iklan Lawan Berita *Hoax* TransTV)

SKRIPSI



Oleh:

Shinta Oktavia Putri Arif

141110023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
TERHADAP SIKAP SISWA KOTA BATAM
MENGENAI INFORMASI *HOAX*
DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Pada Iklan Lawan Berita *Hoax* TransTV)

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Shinta Oktavia Putri Arif

141110023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 02 Februari 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Shinta Oktavia Putri Arif

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
TERHADAP SIKAP SISWA KOTA BATAM
MENGENAI INFORMASI *HOAX*
DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Pada Iklan Lawan Berita *Hoax* TransTV)

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh

**Shinta Oktavia Putri Arif
141110023**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 02 Februari 2019

**Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Sikap Siswa di Kota Batam Mengenai Informasi *Hoax* di Media sosial (Studi Pada Iklan Lawan Berita *Hoax* TransTV). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh iklan layanan masyarakat terhadap sikap. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan serta sebagai dasar penelitian selanjutnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Simple Random sampling*. Dengan kriteria responden merupakan siswa SMA dan SMK dengan rentang usia 15 samapai 18 tahun di Kota Batam, pernah menonton iklan layanan masyarakat “Lawan Berita *Hoax* TransTV” melalui *YouTube* dan pernah menerima *hoax* di media sosial. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Berdasarkan pengujian atas instrumen dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan valid ($r \text{ hitung} > 0,099$) dan reliable ($Alpha > 0,6$). Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,283 atau 28,3%. Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,297 yang berarti bahwa 29,7% variasi perubahan yang terjadi pada sikap siswa Kota Batam mengenai informasi *hoax* di media sosial. Sedangkan 70,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil uji t menunjukan, $t \text{ hitung} (12,887) > t \text{ tabel} (1,966)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan iklan layanan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap siswa Kota Batam mengenai informasi *hoax* di media sosial (studi pada iklan lawan berita *hoax* TransTV).

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, *Hoax*, Sikap

ABSTRACT

This study discusses "The Effect of Public Service Advertisements on Student Attitudes in the City of Batam Regarding Hoax Information on Social Media (Study on TransTV Hoax News Opponent Ads). This research was conducted with the aim to examine the effect of public service advertising on attitudes. This research is expected to have benefits for researchers to increase their knowledge and as a basis for further research. The sampling technique uses Simple Random sampling. With the criteria of respondents are high school and vocational students ranging in age from 15 to 18 years in Batam City, having watched public service advertisements "TransTV Hoax News Opponents" through YouTube and have received hoaxes on social media. Data collection techniques used in this study were questionnaires. Based on the testing of the instrument it can be stated that all the questions used are valid ($r_{count} > 0.099$) and reliable ($\text{Alpha} > 0.6$). The results of the analysis show that the regression coefficient is positive at 0.283 or 28.3%. While the value of the coefficient of determination is 0.297 which means that 29.7% of the variation in changes that occur in the attitude of Batam City students regarding hoax information on social media. While the remaining 70.3% is influenced by other variables not included in the research model. The results of the t test show, $t_{count} (12,887) > t_{table} (1,966)$ with a significance value of $0,000 < 0,05$. It can be concluded that public service ads have a positive and significant effect on the attitude of Batam City students regarding hoax information on social media (studies on adverts against TransTV hoax news).

Keywords: Public Service Advertisements, Hoax, Attitude

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari beberapa pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi selaku pembimbing Skripsi, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si
3. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Orang Tua Penulis, Herni Ritnawati, Budiarto Arif dan Fahrizan
6. Saudara, Shanti Oktavia, Adinda Putri, dan Fairuz Jannah
7. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam angkatan 2014
8. Teman-teman Kopkarkim BIDA, Faralita saputri dan Henni Lubis.
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Aamiin.

Batam, 02 Februari 2019

Shinta Oktavia Putri Arif

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teoritis	12
2.1.1. Teori SOR	12
2.1.2. Iklan	14
2.1.2.1. Definisi Iklan	14
2.1.2.2. Jenis Iklan	15
2.1.2.3. Pesan Iklan.....	15
2.1.3. Iklan Media Baru	17
2.1.4. Iklan Layanan Masyarakat.....	18

2.1.5. <i>Hoax</i>	21
2.1.6. Sikap	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Variabel Operasional Penelitian	30
3.2.1 Variabel Independen / Variabel Bebas (X).....	31
3.2.2 Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y)	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.1.1. Uji Normalitas.....	36
3.5.1.2. Uji Linearitas	36
3.5.1.3. Uji Heteroskedastisitas	37
3.5.2 Uji Hipotesis	37
3.5.2.1. Analisis Regresi Linear Sederhana	37
3.5.2.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.5.2.3. Uji t (Uji Parsial).....	38
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.1. Uji Validitas	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	40
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Profil Responden.....	43
4.1.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43

4.1.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	45
4.1.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.1.2.1	Hasil Uji Validitas	46
4.1.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.1.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.1.3.1	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	50
4.1.3.2	Hasil Uji Linieritas.....	51
4.1.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4.1.4	Hasil Uji Hipotesis.....	52
4.1.4.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	52
4.1.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.1.4.3	Uji t (Parsial).....	55
4.2	Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
RIWAYAT HIDUP.....		xliii

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Alasan Utama Mengakses Internet.....	2
Gambar 1.2 Bentuk <i>Hoax</i> dan Saluran Penyebaran Berita <i>Hoax</i> 2017.....	4
Gambar 1.3 Data Media Sosial Teraktif 2018	8
Gambar 2.1 Teori SOR	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Variabel operational Independen (X).....	31
Tabel 3.2 Variabel operational dependen (Y)	32
Tabel 3.3 Skala Likert	35
Tabel 3.4 Range Validitas	39
Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas	41
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Iklan Layanan Masyarakat	46
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan Layanan Masyarakat	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Konstanta dan Koefisien Regresi Linier Sederhana.....	53
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2) ILM terhadap Sikap.....	54
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Indikator-indikator ILM terhadap Sikap.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)	55

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Slovin</i>	34
Rumus 3.2 Regresi Linear Sederhana	37
Rumus 3.3 <i>Pearson product moment</i>	40
Rumus 3.4 <i>Conbrach alpha</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	xv
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Penelitian	xxi
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	xxx
Lampiran 4 Riwayat Hidup	xliii