PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI TELEVISI MENGENAI KENAIKAN HARGA TIKET PESAWAT TERHADAP MINAT TERUS MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI UDARA

(Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017)

(Skripsi)

Oleh

ADAM JORDAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI TELEVISI MENGENAI KENAIKAN HARGA TIKET PESAWAT TERHADAP MINAT TERUS MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI UDARA
(Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017)

Oleh

Adam Jordan

Kebutuhan akan informasi yang terus meningkat akan membuat manusia terus mencari informasi baru yang belum ia ketahui. Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak dan sangat efektif untuk memberikan informasi dibandingkan dengan media lainnya. Informasi mengenai kenaikan harga tiket pesawat menyita perhatian masyarakat karena mengalami kenaikan harga tiket mencapai 40-120% dari harga sebelumnya. Hal ini berimbas pada penurunan jumlah penumpang yang menyebabkan kerugian yang cukup besar untuk perusahaan penerbangan, dan seluruh sektor pendukung seperti hotel, restoran hingga pariwisata domestik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teori kultivasi yang disesuaikan dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukan bahwa terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat berpengaruh terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara sebesar 51.69%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Melalui penelitian ini diketahui bahwa ketika seseorang mendapatkan terpaan dengan frekuensi dan durasi yang tinggi dapat mempengaruhi minat seseorang dalam suatu hal. Dengan nilai yang didapat, tentunya hal ini menunjukan bahwa televisi masih disukai dan dijadikan pilihan oleh masyarakat untuk mengakses informasi termasuk mengenai kenaikan harga tiket pesawat.

Kata Kunci: Terpaan Informasi, Televisi, Kenaikan Harga Tiket Pesawat, Minat.

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE EXPOSURE OF INFORMATION ON TELEVISION REGARDING THE INCREASE IN AIRPLANE TICKET PRICES TO THE CONTINUED INTEREST IN USING AIR TRANSPORTATION SERVICES (Study On Comer Students Majoring In Medical Education Malahayati University Batch 2017)

By

Adam Jordan

The needs of information who is increased make people keep update the information. Television is an efficient media to share information with a massive audience. Plane ticket raise news gets public attention because the price has risen to 40-120% from the previous price. The issue above effected to reduction of plane passengers and loses to the airlines. The purpose of this research is to determine the effect of information exposure on television regarding to the rise of airplane ticket prices to the continued interest in using air transportation service. This research is using quantitative descriptive methods with cultivation theory that is correspond to this research. The result showed that the exposure of information on television regarding to the rise of airplane ticket prices affect to the interest to keep using air transportation services around 51.69%, while the rest affected by other factors that is not examined in this research. This research found that when a person gets exposed to high frequence and duration it can affect one's interest in a matter with the value obtained, it shows that television is still favoured and become people's choice to access information about the rise of airplane ticket prices.

Key words: Airplane Ticket Prices Increase, Interest, Exposure to Information, Television.

PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI TELEVISI MENGENAI KENAIKAN HARGA TIKET PESAWAT TERHADAP MINAT TERUS MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI UDARA

(Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017)

Oleh

Adam Jordan

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI
pada
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019

Judul Skripsi : **Pengaruh Terpaan Informasi di Televisi Mengenai Kenaikan Harga Tiket Pesawat terhadap Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi Udara (Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017).**

Nama Mahasiswa : *Adam Jordan*

Nomor Pokok Mahasiswa : 15160301041

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si
NIP. 19800728 200501 2 001

-

an 2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik S., S.Sos., MComn&MediaSt
NIP. 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si** .....

Penguji Utama : **Toni Wijaya, S.Sos.,M.A.** .....

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Syarief Makhya
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Oktober 2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Adam Jordan
NPM	: 1516031041
Jurus	: Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah	: Jl. Pulau Harapan 1, Perumnas Way Kandis, Tanjung Senang, Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Terpaan Informasi di Televisi Mengenai Kenaikan Harga Tiket Pesawat terhadap Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi Udara (Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, Oktober 2019

Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
60F1EAHF078512667
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Adam Jordan
NPM. 1516031041

RIWAYAT HIDUP

Penulis merupakan ke tiga dari empat bersaudara yang lahir pada tanggal 27 Agustus 1997, di Bandarlampung. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN 1 Perumnas Way Halim Bandarlampung pada tahun 2009. Kemudian, penulis menyelesaikan pendidikan sekolah menengah di SMPN 21 Bandarlampung pada tahun 2012, dan SMAS Al-Azhar 3 Bandarlampung pada tahun 2015. Saat berada di bangku SMP sampai dengan SMA, penulis aktif di Organisasi Intra Sekolah (OSIS) sebagai Ketua Umum dan sebagai Ketua Devisi Kepemimpinan serta Kewirausahaan. Pada tahun 2015, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri Undangan.

Selama masa kuliah, penulis bergabung dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi bidang *Broadcasting*. Selain itu, penulis juga merupakan penerima beasiswa Bank Indonesia (GenBI) dan menjadi Ketua Umum Komunitas GenBI Universitas Lampung pada tahun 2018-2019. Penulis juga aktif mengikuti UKM PIK M RAYA Universitas Lampung dalam bidang Humas. Penulis melaksanakan KKN di Desa Mulyo Asri, Kecamatan Bumi Agung, Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2018. Kemudian Penulis melaksanakan Praktek Kuliah Lapangan pada tahun 2018 di Bank Indonesia KPw Lampung.

MOTTO

"Teruslah Berjuang,

sampai yang kamu inginkan bisa kamu dapatkan."

(Adam Jordan)

"~Apa yang kau tanam, itu yang kau tuai~."

PERSEMBAHAN

Dengan segenap hati kupersembahkan karyaku ini kepada orang-orang yang kukasihi serta mengasihiku :

Allah SWT,

Atas ridho-Nya semua ini ada.

Atas kehendak-Nya semua ini aku dapatkan.

Atas kekuatan dari-Nya aku bisa bertahan.

Alm Papah Muchtar di Surga dan Mamah Yusnida

Karya ini sebagai tanda bakti Jordan untuk Papah dan Mamah.

Terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dan keikhlasannya.

Ini hanyalah setitik balasan yang tidak bisa dibandingkan dengan berjuta-juta pengorbanan dan kasih sayang yang tidak pernah berakhir.

Ervan Erick, Erika Anggara dan Intan Marlida

Terima kasih Kakak-kakak dan Adik ku, atas doa, dukungan, canda, tawa, dan perjuangan yang telah kita lewati bersama.

Sahabat dan teman-teman tersayang yang aku banggakan.

Terimakasih selalu menemani dan mendengarkan keluh kesahku selama ini.

Serta tak lupa kupersembahkan kepada Almamaterku tercinta,

semoga kelak berguna di kemudian hari.

SANWACANA

Puji Syukur yang tiada terkira penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat, rahmat dan hidayah-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Terpaan Informasi di Televisi Mengenai Kenaikan Harga Tiket Pesawat terhadap Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi Udara (Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017)"** Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW atas cahaya kebenaran yang dibawa oleh beliau.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, namun dapat terselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT Atas segala kebesaran, kuasa, ridho dan petunjuk serta kesehatan yang selalu Engkau berikan. Nabi Muhammad SAW, atas cahaya kebenaran yang disampaikan kepada kami.
2. Kepada Mamahku tercinta Mamah Yusnida, sosok wanita terhebat yang saya miliki dan senantiasa berdoa bagi kesuksesan di setiap langkah anak-anaknya, wanita luar biasa yang tiada henti mencurahkan kasih dan sayangnya kepada keluarga. Wanita yang saat ini menjadi ibu sekaligus ayah untuk aku, Mah.. semoga Jordan bisa selalu banggain dan bahagiain mamah.

Serta kepada Alm. Papah Muchtar tercinta di Surga yang selalu aku banggakan, adalah sosok laki-laki tangguh yang selalu berjuang mati-matian demi keluarga kecilnya. Kasih sayangnya yang dulu selalu tercurah kepada aku, belum sempat aku balas, Papah yang selalu menjadi semangat untuk menjalani hidup. Doa'kan Jordan bisa menjadi sosok sekuat papah. Terima kasih ya Allah karena telah memberikan kedua orang tua yang sangat hebat dan sangat luar biasa dalam hidupku, yang selalu berkorban segala sesuatunya kepada keluarga terlebih kepadaku, dan selalu mendukung cita-cita anak-anaknya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan untuk Mamah dan limpahan rahmat bagi kedua orang tua yang sangat aku cintai. Aamiin

3. Kepada Kakak-Kakakku, Ervan Erick dan Erika Anggara. Terimakasih telah mengajarkanku banyak hal, terimakasih telah mengajarkan apa arti bertahan dan berjuang. Terimakasih untuk selalu bersemangat. Kepada Adikku, Intan Marlida. Terimakasih selalu mendukung yedan dalam setiap kegiatan, terimakasih untuk selalu mau direpotkan ketika yedan sedang membutuhkan. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan berkah dalam hidup kita. Kita harus sama-sama bikin Mamah dan Papah tersenyum bangga karena kita, anakanaknya.
4. Dr. Syarief Makhya, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Dhanik S., S.Sos.,MComn&MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos. M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Ibu Wulan Suciska S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan banyak waktunya, tenaga, pikiran dan juga memberikan banyak sekali masukan, saran serta bimbingan yang sangat berharga, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih banyak Bu.
8. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembahas saya yang telah meluangkan waktunya, pikiran serta saran-saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Seluruh jajaran dosen FISIP Universitas Lampung terutama pada Jurusan Ilmu Komunikasi antara lain, Pak Firman, Pak Andy, Pak Rudi, Pak Teguh, Pak Yuda, Pak Gita, Ibu Ida, Ibu Nina, Ibu Hestin, Ibu Bangun, Ibu Tina, Ibu Windah, Ibu Ana, dan Ibu Nanda, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis di masa mendatang.
10. Untuk sahabatku terkasih, Friends Never Die. Siska Amelia, Adinda Mutiara Fitri, Sherly Maylinda dan Dian Ekawati semoga kita selalu menjadi sahabat yang saling mengerti, saling mendukung dan saling mendoakan demi kebaikan kita semua. Semoga kita bisa sukses bersama, Adam Sayang kalian.
11. Untuk sahabat seperjuangan masa kuliahku Bitches a.k.a Lolo a.k.a Anak Ayam. Dirzilo, Mega Lae, Niluh Ayu, Dicky Aris, Rendra Muslan, Imran Sum, Medi, Jon Joni, Tita DP. Terimakasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga yang saling mengingatkan dalam kebaikan, terimakasih udah jadi semangat Adam untuk tiap saat kekampus. Ayo kita bikin bangga!
12. Kom A 2015 Julita, Fitri, Adit, Danu, Vella, Nadila, Suca, Etis, Elen, Fitria, Fifki, Maulia, Meirin, Aji, Zuhri, Rere, Wilis, Rahma, Hayatina, Agustina, Vio lenta, Dinda, Atmim, Gian, Indra, Zeita, Revi, Vita, Visi, Rizki, Sayoga, Tatalian, Yaafi, Tika, Viona, Zulka. Makasih ya udah percayain Adam jadi ketua kelas kalian. Makasih sudah mewarnai hidupku yang sudah berwarna hahaha
13. Seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Ilmu Komunikasi, Mas Daman, Mas Hanafi, Mas Agus, Mas Hendro terimakasih atas arahan dan bantuannya selama ini.
14. Keluarga besarku yang senantiasa menantikan kelulusanku dengan memberikan, doa, dukungan, dan motivasi.
15. Keluarga besar SAI RADIO 100 FM Lampung Kak Nana, Kak Windy, Kak Arin, Kak Zaky, Dea, Shandy, Kak Yuki, Tata, Alif, dan Kak Deska, yang selalu memotivasi, memberikan doa dan dukungan. Makasih udah gantiin Adam kalo lagi ga bisa siaran yaa wkwk
16. Keluarga besar Generasi Baru Indonesia Provinsi Lampung. Intan, Dilla, Umi, Muti, Fani, Panji, Fa’i, Iduy, Mba Tia, Ripusa, Lea, yang membuat

dunia perorganisasian di kuliahku jadi lebih bahagia. Dapet duit, dapet teman, dapet ilmu dari Ayah kita, Bank Indonesia. GenBI, Energi Untuk Negeri.

17. Semua Pihak yang terlibat dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini.

Bandar Lampung, 16 Oktober 2018
Penulis,

Adam Jordan
NPM. 1516031041

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI ..... **i**

DAFTAR TABEL ..... **iii**

DAFTAR GAMBAR ..... **v**

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Tinjauan tentang Komunikasi 15
2.2.1 Pegertian Komunikasi 15
2.2.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi 17
2.2.3 Komunikasi Massa 19
2.2.4 Televisi 24
2.2.5 Berita 29
2.2.6 Efek Media Massa 32
2.3 Terpaan Media (*Media Exposure*) 33
2.3.1 Tinjauan Intensitas Menonton 34
2.4 Transportasi 36
2.4.1 Transportasi Udara 38
2.5 Minat 39
2.5.1 Pengertian Minat 39
2.5.2 Macam-Macam dan Indikator Minat 41
2.6 Landasan Teori 42
2.6.1 Teori Kultivasi 42
2.7 Kerangka Berpikir Penelitian 45
2.8 Hipotesis Penelitian 46

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Tipe Penelitian 47
3.2 Metode Penelitian 47
3.3 Definisi Konsep 48

3.4 Definisi Operasional 48
3.5 Populasi 51
3.6 Sampel 51
3.7 Sumber Data 53
3.8 Teknik Pengumpulan Data 53
3.9 Teknik Pengolahan Data 54
3.10 Teknik Pemberian Skor 54
3.11 Teknik Pengujian Instrumen 55
3.12 Teknik Analisis Data 57
3.13 Pengujian Hipotesis 59

BAB IV GAMBARAN UMUM
4.1 Berita Kenaikan harga Tiket Pesawat 62
4.2 Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati 2017 64

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN
5.1 Uji Validitas 68
5.1.2 Uji Reabilitas 70
5.2 Identitas Responden 71
5.3 Hasil Penelitian 72
5.3.1 Variabel X Terpaan Informasi di Televisi Mengenai Kenaikan Harga Tiket Pesawat 72
5.3.2 Variabel Y Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi Udara 78
5.4 Analisis Data 84
5.4.1 Uji Regresi Linier Sederhana 85
5.5 Uji Hipotesis 87
5.6 Pembahasan Penelitian 89

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN
6.1 Kesimpulan 102
6.2 Saran 103

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Penelitian Terdahulu 12

2. Definisi Operasional Penelitian..... 50

3. Kriteria Reliabilitas 57

4. Data Mahasiswa Asal Provinsi..... 67

5. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y 69

6. Hasil Uji Relibilitas Variabel X dan Y 70

7. Identitas Responden 71

8. Suka Menonton Televisi 72

9. Suka Menonton Televisi Streaming..... 73

10. Menonton Berita Samapi Selesai 74

11. Menonton Berita Ketika Ada Waktu Luang 74

12. Selalu Mengikuti Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat 75

13. Berita Memiliki Unsur Apa, Dimana, Siapa, Kapan, Mengapa dan Bagaimana..... 76

14. Berita Menggunakan Bahasa Yang Standar..... 76

15. Pemahaman Setiap Informasi di Dalam Berita 77

16. Pesan Didukung Data Yang Sesuai..... 77

17. Ketertarikan Khalayak Mencari Berita di Televisi 78

18. Kepercayaan Terhadap Berita 79

19. Mengkonfirmasi Ulang Informasi ke Sumber Lain 79

20. Visual Tayangan Berita 80

21. Pesan di Televisi Lebih Jelas di Banding Media Lain 81

22. Setelah menonton menjadi lebih paham 81

23. Kejelasan dan Kelengkapan Pesan 82

24. Berita Menginformasikan Keunggulan Pesawat 82

25. Berita Menginformasikan Penyebab Kenaikan Harga Tiket Pesawat 83

26. Hasil Uji Korelasi 84

27. Drajat Hubungan 85

28. Uji Regresi Linier Sederhana 85

29. Koefesien Determinasi 85

30. Hasil Uji F 87

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Jumlah penumpang Pesawat 5

2. Gambar Tabel Krejcie dan Nomogram 52

3. Tayangan Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat di Kompas Tv..... 62

4. tayangan Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat di Tv One..... 62

5. Logo Universitas Malahayati 64

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan informasi yang terus meningkat akan membuat manusia terus mencari informasi baru yang belum ia ketahui. Kebutuhan informasi ini tentunya mendorong manusia untuk mencari informasi dan media komunikasi untuk memenuhi kebutuhannya. Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi saat ini menjadikan masyarakat lebih kritis dan cenderung terjadi perubahan yang cepat di masyarakat itu sendiri.

Di zaman yang penuh gerak ini, perubahan dapat terjadi dalam waktu sangat cepat. Informasi menjadi sesuatu yang sangat penting. Tanpa adanya sebuah informasi, berupa data, info atau pengetahuan dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan masing-masing, maka kita akan kesulitan menentukan pilihan yang paling tepat. Kebutuhan akan informasi bisa dengan mudah didapatkan oleh khalayak berkat perkembangan teknologi yang semakin inovatif. Informasi yang bersifat lokal, nasional bahkan internasional sekalipun semuanya kini telah tersedia berkat kemajuan teknologi.

Media dapat digunakan sebagai sarana untuk proses penyampaian informasi tersebut. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak positif bagi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di seluruh dunia. Jika sebelumnya manusia hanya bisa melakukan komunikasi melalui surat menyurat sebagai alat komunikasi dan pertukaran informasi, namun kini sarana komunikasi semakin berkembang pesat dan memberikan kemudahaan bagi manusia sebagai penggunanya.

Media massa merupakan salah satu media penyampai berita kepada khalayak dan sebagai sumber untuk mengakses informasi yang sama secara bersamaan. Berbagai opini yang tercantum dalam media massa tersebut menjadi sumber perbincangan dan diskusi yang menarik di masyarakat. Dari situlah paradigma masyarakat mulai terbentuk. Masyarakat cenderung mengikuti tren berita yang berkembang di media massa.

Media massa dan masyarakat merupakan satu komponen yang tidak dapat dipisahkan. Media massa memiliki peran sebagai penyedia informasi bagi masyarakat. Menurut Denis McQuail (1994:54) media massa dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001:46). Salah satu media yang berperan aktif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat adalah televisi.

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang *monokrom* (hitam-putih) maupun berwarna. Televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi, yakni fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi hiburan. Televisi juga memiliki pengaruh yang begitu besar bagi khalayak yang menontonnya. Pengaruh tersebut dapat bersifat baik atau negatif tergantung bagaimana khalayak menerjemahkan pesan yang terkandung di dalam tayangan televisi (Effendy, 1984:27).

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak dan sangat efektif untuk memberikan informasi dibandingkan dengan media lainnya. Televisi memiliki berbagai program acara yang ditayangkan, dan program tersebut memiliki sasaran segmentasi pada umumnya. Program acara televisi juga dapat menjadikan acara favorit tersendiri bagi khalayaknya. Tidak terkecuali dalam acara berita (*news program*), acara berita di televisi mempunyai sasaran bagi khalayak umum (Lestari, 2015:487)

Menurut Junaidi (2013:3) berita merupakan salah satu produk media massa termasuk televisi, yang berarti jalan cerita tentang peristiwa. Berita telah menjadi bagian yang tidak bisa terlepaskan dari kehidupan manusia, bahkan televisi juga menyuguhkan berita yang sedang terjadi secara langsung (*live*). Berita yang ditampilkan di televisi sangat beragam, seperti berita terkini, gaya hidup sampai berita mengenai moda transportasi.

Kebutuhan transportasi merupakan kebutuhan turunan (*derived demand*) akibat aktivitas ekonomi, sosial, dan sebagainya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, Indonesia menempati peringkat ke 10 negara berpopulasi terbesar di dunia dengan 265 jiwa dengan memiliki 17.000 pulau dan total wilayah 735.355 mil persegi. Jika tidak ada transportasi yang memadai maka akan sulit untuk menghubungkan seluruh daerah di kepulauan ini. Berdasarkan hal tersebut maka alat transportasi yang paling sesuai digunakan adalah pesawat terbang. Pesawat terbang mampu menghubungkan manusia ke berbagai daerah tujuan yang diinginkan, meskipun tujuan tersebut sampai ke luar negeri.

Badan Pusat Statistik mencatat jumlah penumpang pesawat udara untuk penerbangan domestik pada Oktober 2018 meningkat 6,85% menjadi 8,11 juta orang dan juga tumbuh 7,85% dibanding Oktober tahun sebelumnya. Demikian pula secara kumulatif periode Januari-Oktober tahun 2018 tumbuh 6,98% menjadi 78,63 juta orang dibanding periode 2017. (https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/20/penumpang-pesawat-

penerbangan-domestik-januari-oktober-2018-tumbuh-7) diakses pada 27 Februari 2019 pukul 18.24 WIB

Gambar 1 Jumlah Penumpang Pesawat Sumber : katadata.co.id

Jasa pelayanan transportasi udara yang memiliki keunggulan dalam hal kecepatan telah menarik perhatian masyarakat, disukai karena transportasi udara memiliki kecepatan yang tinggi dengan tidak memiliki kepadatan udara. Transportasi teraman di dunia adalah pesawat terbang, dilihat dari sedikitnya jumlah kecelakaan yang terjadi di pesawat terbang dibandingkan transportasi darat. Menurut National Highway Traffic Safety Administration tahun 2014 merupakan tahun yang sangat aman untuk penerbangan komersial ditengah angka kecelakaan lalu lintas darat dari tahun ke tahun cenderung meningkat.

Akhir tahun 2018, Industri penerbangan Indonesia kembali mendapat sorotan publik. Namun bukan karena prestasi atau pelayanan yang baik, tapi peningkatan tarif secara signifikan.Indonesia National Air Carrier Association (INACA) mengakui bahwa rata – rata kenaikan harga tiket pesawat mencapai

40–120 persen. Kenaikan harga tiket pesawat ini mulai diberlakukan dari November 2018 atau menjelang libur natal dan tahun baru. Hal ini dikarenakan adanya pelemahan mata uang rupiah terhadap dolar Amerika Serikat sehingga biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan menjadi lebih besar untuk pembelian avtur dan pembayaran kredit pembelian pesawat kepada perusahaan pembiayaan.

Kenaikan harga tiket pesawat domestik berimbas terhadap penurunan jumlah penumpang. Biasanya, bulan Desember merupakan bulan dengan penumpang terbanyak setelah bulan libur lebaran. Namun, jumlah penumpang bulan Desember 2018 justru merosot tajam. Tentunya hal ini menyebabkan kerugian yang cukup besar pula untuk perusahaan penerbangan, tetapi bukan hanya perusahaan penerbangan saja yang mengalami kerugian melainkan sektor pariwisata Indonesia dan seluruh sektor pendukungnya seperti hotel dan restoran juga berdampak sama. (http://www.rakyatpos.com/imbas-kenaikan-harga-tiket-pesawat.html/) diakses pada 27 Februari 2019 pukul 23.10 WIB

Semua media massa, termasuk televisi menyoroti hal ini dan memberikan pemberitaan kepada khalayak mengenai efek yang ditimbulkan ketika penerbangan domestik tidak lagi diminati disamping itu media massa juga memiliki efek atas apa yang disiarkan atau ditayangkan. Efek tersebut meliputi efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral. Dalam penelitian ini peneliti melihat efek kognitif berupa informasi mengenai kenaikan harga pesawat.

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif (Siti Karlinah, 1999:7). Segala jenis informasi yang didapat komunikan akan memengaruhi ungkapan psikis yang sangat penting untuk mencapai suatu kebutuhan manusia yang disebut dengan minat.

Televisi adalah media yang mampu mempengaruhi minat karena media dapat membawa pesan berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai suatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya minat terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugesti yang dibawa oleh informasi tersebut akan memberikan dasar yang efektif dalam menilai suatu hal sehingga terbentuklah arah minat tertentu. (Nor, 2019:3)

Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas tahun 2016, melibatkan 1.436 warga Jakarta berusia diatas 13 tahun menunjukan bahwa lebih dari separuh responden menonton televisi sedikitnya dua jam per hari. Dua dari 10 responden menonton televisi diatas 4 jam perhari. Jika dirata-rata, keseharian warga Jakarta menghabiskan 2,5 jam atau 10% waktu mereka didepan televisi.
(https://nasional.kompas.com/red/2016/03/30/05374961/Survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang) diakses pada tanggal 4 April 2019 pukul 21.45 WIB

Khalayak yang sering menonton televisi tentu akan menerima informasi dari televisi. Apapun yang ditayangkan pasti lambat laun akan diserap oleh mereka dan bisa saja mampu memengaruhi minat, sikap atau perilaku yang dimiliki oleh khalayak. Dalam menentukan pengaruh terpaan infromasi berkaitan erat dengan seberapa intens khalayak menonton televisi. (Nor, 2019:42)

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan survei pada mahasiswa pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017 karena mahasiswa tersebut memenuhi kriteria-kriteria yang peneliti tentukan. Kriteria-kriteria yang peneliti tentukan diantaranya adalah laki-laki atau perempuan, usia 18 tahun ke atas, pernah atau sering menggunakan transportasi udara dan berdomisili asli bukan dari provinsi Lampung atau sebagai mahasiswa pendatang. Hal tersebut berdasarkan penumpang transportasi udara paling banyak adalah wanita yang berusia 20 – 40 tahun dan paling banyak bekerja sebagai mahasiswa atau pelajar yang menggunakan transportasi udara untuk keperluan liburan. (Subekti, 2017:277).

Universitas Malahayati memiliki ketentuan untuk seluruh mahasiswa harus tinggal di dalam asrama mahasiswa selama menempuh pendidikan. Sedangkan asrama harus di kosongkan ketika masa libur akademik, yang artinya seluruh mahasiswa harus pulang ketempat asal ketika masa libur akademik. Hal ini yang memperkuat alasan peneliti ingin meneliti mahasiswa

pendidikan dokter universitas malahayati angkatan 2017. Harga tiket pesawat yang melambung tinggi akan menjadi sebuah dilema untuk masyarakat karena masyarakat membutuhkan transportasi udara untuk alat transportasi tetapi harga menjadi jauh lebih tinggi.

Terkait dengan permasalahan yang diangkat, peneliti mengambil judul "Pengaruh Terpaan Informasi di Televisi Mengenai Kenaikan Harga Tiket Pesawat terhadap Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi Udara (Studi pada Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah tercantum dalam latar belakang, maka dirumuskan pokok permasalahan penelitian yaitu, seberapa besar pengaruh terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Penelitian ini di harap kandapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh pemberitaan di televisi.

2. Secara Praktis

   a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumber bahan referensi bersama dalam memahami pengaruh terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunkan jasa transportasi udara.

   b. Untuk melengkapi dan memenuhi sebagaian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan untuk mempermudah peneliti dalam proses penyusunan penelitian. Pohan (Prastowo, 2012:81) mengemukakan, "Kegiatan penyusunan kajian pustaka bertujuan mengumpulkan data dan informasi ilmiah, berupa teori-teori yang sesuai, metode penelitian, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dokumen-dokumen, dan lain-lain."

Penelitian sebelumnya dipakai sebagai acuan dan referensi peneliti untuk memudahkan peneliti dalam menyusun penelitian. Karena dengan adanya penelitian terdahulu peneliti mendapatkan gambaran mengeni penelitian yang relevan dan menjadi dasar di dalam penelitian meski berbeda dalam mengangkat sudut pandang. Terdapat banyak penelitian terdahulu, peneliti dapat menggunakan penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan agar tidak terjadi kesalahan atau kesamaan dalam penelitian.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1	Penelitian	Putri Atika Lellyana, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2015.
	Judul Penelitian	Pengaruh Berita Kecelakaan Pesawat Maskapai Penerbangan AirAsia di Media Online Terhadap Citra Jasa (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Maskapai Penerbangan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
	Metode dan Tipe Penelitian	Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan *(Field Resech)* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu secara random. Metode yang digunakan adalah dengan pendekatan survey serta kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data.
	Hasil Penelitian	Dalam skripsi ini diketahui bahwa berita kecelakaan maskapai penerbangan AirAsia di media online berpengaruh kecil terhadap citra penerbangan pada mahasiswa pengguna maskapai penerbangan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu sebesar 36.7% sedangkan sisanya sebesar 60.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan kedalam penelitian. Pada uji normalitas yang dilakukan oleh penelitian dalam penelitian ini, yang menunjukan bahwa p= 0,415 (p>0,05) dan kolmogrov smirnov Z sebesar 884. Hal ini menunjukan bahwa sebaran variable berita dinyatakan normal. Sedangkan uji normalitas variable citra (Y) menunjukan nilai sebesar0,73 (p>0,05) dan Kolmogorov smirnov Z 1.287. Dari hasil pengujian menunjukan p>0.05 sehinga distribusi data dinyatakan normal Jadi berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa berita kecelakaan pesawat maskapai penerbangan AirAsia di media online memiliki pengaruh kecil terhadap citra penerbangan pada mahasiswa pengguna maskapai penerbangan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
	Perbandingan	Pada penelitian Puti Atika Lellyana yang diteliti adalah pengaruh berita kecelakaan yang terjadi pada maskapai AirAsia terhadap citra perusahaan maskapai penerbangan. Sedangkan, pada penelitian ini subjek yang diteliti adalah pengaruh berita kenaikan harga tiket pesawat teradap minat terus menggunakan jasa transportasi udara
	Kontribusi Penelitian	Peneliti mendapat referensi lebih jauh mengenai pengaruh berita kecelakaan pesawat terhadap citra perusahaan.

2	Penelitian	Siti Ardiyanti, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara, Tahun 2012.
	Judul penelitian	Pemberitaan Kecelakaan Pesawat Terbang Komersil Indonesia di Televisi dan Kepercayaan Masyarakat (Studi Korelasi di Perumahan Johor Indah Permai 1 Kota Medan)
	Metode dan Tipe Penelitian	Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yang meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Suryabrata, 1983:26). Penelitian korelasional ini bertujuan untuk mencari hubungan antara pemberitaan kecelakaan Pesawat Terbang komersil Indonesia di televisi dengan kepercayaan masyarakat pada Maskapai Penerbangan Indonesia di Perumahan Johor Indah Permai 1 Kota Medan.
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa korelasi pemberitaan kecelakaan pesawat terbang komersil Indonesia dengan kepercayaan masyarakat Perumahan Johor Indah Permai 1 Kota Medan pada penggunaan Maskapai Penerbangan komersil Indonesia mempunyai hubungan yang cukup berarti dan besarnya hubungan pemberitaan dengan tingkat kepercayaan masyarakat kepada maskapai penerbangan komersil Indonesia sebesar 35,40%. Serta dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Perumahan Johor Indah Permai 1 Kota Medan dengan maskapai penerbangan komersil Indonesia mengalami penurunan setelah mengikuti pemberitaan kecelakaan pesawat terbang komersil Indonesia di televisi.
	Perbandingan	Pada penelitian Siti membahas mengenai korelasi pemberitaan kecelakaan pesawat terbang dengan tingkat kepercayaan masyarakat. Sedangkan, pada penelitian ini peneliti mengangkat mengenai efek ketika seseorang mendapatkan terpaan informasi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian sebelumnya dapat menjadi referensi bagaimana korelasi pemberitaan kecelakaan pesawat di televisi dengan kepercayaan masyarakat terhadap jasa transportasi udara.

3	Penelitian	Ayu Lestari, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, tahun 2016.
	Judul Penelitian	Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas Ekonomi bisnis Islam) .
	Metode dan Tipe Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriftif kuantitatif lapangan *(field research).* Metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data dalam pelatihan ini adalah dengan kuesioner, yaitu pengumpulan data yang melakukan survey terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang melalui penyebaran kuisioner
	Hasil Penelitian	Berdasarkan uji secara bersamaan (simultan), didapatkan ketentuan apabila F hitung > F tabel dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga dan produk secara bersama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan 76 mahasiswa di dalam penelitian ini. Harga didapatkan ketentuan apabila t hitung > t tabel dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli. Produk didapatkan ketentuan apabila t hitung < t tabel dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.
	Perbandingan	Pada penelitian Ayu yang diteliti mengenai pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian Sedangkan, dalam penelitian ini untuk mengetahui efek terpaan informasi di media massa mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara
	Kontribusi Penelitian	Peneliti mendapat lebih banyak referensi, mengenai pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian walaupun pengaruhnya hanya sedikit.

Sumber : Diolah peneliti dari berbagai sumber

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan yang paling mendasar antara penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan

mendasarnya terlihat dari subjek penelitian yang diamati. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi plagiarisme pada penelitian yang dilakukan.

Pada penelitian sebelumnya yaitu penelitian Putri Alika Lellyana (2015), Siti Adriyanti (2012) dan Ayu Lestari (2016), dalam penelitian ketiganya membahas mengenai pengaruh pemberitaan kecelakaan peswat terhadap citra maskapai penerbangan, korelasi pemberitaan kecelakaan pesawat dengan kepercayaan masyarakat dan pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, dalam penelitian ini, peneliti mengangkat sudut pandang mengenai bagaimana pengaruh terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Riswandi (2009:5) komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tingkatan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lain-nya dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan komunikasi menurut Everett dalam Cangara (2014:22) adalah proses dimana suatu ide diahlikan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sementara itu definisi komunikasi menurut Steven dalam Cangara (2014:21) adalah komunikasi terjadi kapan saja suatu organisasi memberikan reaksi terhadap suatu objek atau stimuli,

apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitar. Sedangkan Bernard Bereleson dan Gary A Steiner dalam Mulyana (2010:68) mengatakan komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan ataupun tidak langsung (melalui media). Komunikasi juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan mentransfer informasi dari satu tempat ke tempat lain, komunikasi juga di gunakan oleh *Public Relations* atau Humas dalam kinerjanya sehari-hari untuk menjalankan kegiatan perusahaan.

Komunikasi yang dilakukan antar individu juga memiliki tujuan, menurut Widjaja (2008:10), komunikasi mempunyai beberapa tujuan, antara lain, supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti, memahami orang lain, supaya gagasan kita dapat diterima orang lain, menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menurut Liliweri (2015:75), mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia, yaitu mempengaruhi orang lain, membangun atau mengelola relasi antarpersonal, menemukan perbedaan jenis pengetahuan, membantu orang lain, bermain atau bergurau. Menurut Effendy (2011:18), tujuan komunikasi adalah perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat

(*opinion change*), perubahan perilaku (*behavior change*), perubahan sosial (*social change*)'.

Berdasarkan beberapa definisi para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari komunikasi ialah mengharap pengertian, dukungan maupun gagasan, untuk menggerakkan orang agar melakukan sesuatu guna membangun atau mengelola hubungan antarpersonal.

2.2.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Terdapat berbagai bentuk dalam melakukan komunikasi. Tanpa disadari setiap individu melakukan dan mengambil peranan di dalam bentuk-bentuk komunikasi tersebut. Bentuk-bentuk dalam komunikasi adalah sebagai berikut

1. Komunikasi Intrapersonal

   Komunikasi intrapersonal merupakan proses komunikasi yang dilakukan dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi karena ada individu yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya. Objek yang dimaksud adalah dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri individu (Cangara, 2007:30). Melalui komunikasi intrapribadi, individu dapat berbicara dengan diri sendiri, mengenal diri sendiri, mengevaluasi diri sehingga individu tersebut dapat mempertimbangkan keputusan yang akan diambil.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan secara langsung dengan cara bertatap muka. Komunikasi ini dapat dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu yang terlibat dalam komunikasi tersebut (Cangara, 2007:32).

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang terjadi antara individu dan kelompok tertentu. Komunikasi kelompok terdiri dari :

1) Komunikasi kelompok kecil (*Small group communication*) merupakan komunikasi yang melibatkan interaksi antara individu dengan individu lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan. Ciri-ciri kelompok ini adalah kelompok komunikan dalam situasi berlangsungnya komunikasi mempunyai kesempatan untuk memberikan tanggapan, dalam hal ini komunikator dapat berinteraksi atau melakukan komunikasi antar pribadi (Cangara, 2007:33).

2) Komunikasi kelompok besar (*Large group communication*) merupakan komunikasi yang melibatkan interaksi antara kelompok dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Komunikasinya lebih sulit karena masuk ke dalam kelompok yang besar (Hidayat, 2012:37).

4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa (media cetak dan elektronik) sebagai alat

bantu dalam melakukan proses komunikasi. Media yang digunakan seperti televisi, film, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain. Proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh komunikator dapat menjangkau kepada khalayak yang luas tanpa ada tanggapan secara langsung (Nurudin, 2007:4).

2.2.3 Komunikasi Massa

Proses komunikasi saat ini sangatlah luas dilihat dari sisi komunikannya, maka dari sanalah dibutuhkan media yang dapat menyalurkan semua pesan kepada komunikannya. Menyampaikan sebuah pesan komunikator akan membutuhkan media agar Informasi yang disampaikan diterima serempak oleh komunikannya. Sementara itu menurut Gerbner dalam (Rakhmat, 2009:188) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandasan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Sedangkan, menurut Mulyana (2010,83) komunikasi massa atau (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) berbiaya relatif mahal yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang terbesar di banyak tempat, anonim, dan lembaga. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa khalayak yang luar biasa banyaknya. Juga komunikasi massa yang disalurkan oleh pemancar yang audio maupun visual (Mulyana, 2010:75)

Komunikasi massa juga diartikan sebagai komunikasi melalui media massa (Nurudin, 2013:3). Sedangkan menurut Bittner (Ardianto dkk, 2007:3) yakni adalah pesan dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Selain itu, komunikasi massa juga memiliki fungsi-fungsi yang sangat besar untuk khalayak seperti yang dikemukakan oleh Effendy dalam (Ardianto & Erdinaya, 2007:18) secara umum yaitu :

1. Fungsi Informasi: Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.
2. Fungsi Pendidikan: Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.
3. Fungsi Memengaruhi: Media massa dapat mempengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku (*conative*)

Melalui pembahasan mengenai fungsi komunikasi massa, komunikasi jenis ini memiliki fungsi menyebarkan informasi seperti berita tentang kenaikan harga tiket pesawat yang memang penting untuk diketahui oleh khalayak luas. Selain itu komunikasi massa juga dapat memengaruhi dari sisi keputusan pembelian tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara. Sementara itu dalam (Hartiningsih, 2014:9) mengatakan bahwa komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen dan anonim

yang dapat diartikan komunikan memiliki keragaman baik pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, ekonomi, agama dan kepercayaan yang tidak sama pula. Keragaman yang membuat komunikan menjadi berbeda-beda dalam menyerap informasi.

Jadi komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang disampaikan dan ditujukan kepada khalayak dan masyarakat luas, pesan yang disampaikan melalui media massa. Melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar ataupun majalah dan bersifat satu arah. Isi Pesan yang disampaikan dapat menjadi suatu informasi untuk khalayak. Maka bersangkutan dengan penelitian ini melalui media massa dapat menimbulkan pengaruh kepada khalayaknya dalam proses komunikasi massa, melalui pesan media massa tersebut dapat menerpa seseorang baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Seperti berita kenaikan harga tiket pesawat yang dapat memberi pengaruh kepada khalayak.

Kebutuhan akan informasi yang terus meningkat akan membuat manusia terus mencari informasi baru yang belum ia ketahui. Berbicara komunikasi massa tidak luput dari media massa. Media massa sangat dibutuhkan oleh khalayak luas karena memiliki beberapa fungsi yaitu dapat memberikan informasi, mendidik, memengaruhi, dan juga dapat menghibur seperti yang dikatakan oleh parah ahli.

Menurut Tamburaka (2013:13) media massa adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan. Fungsi media massa lebih

diperjelas lagi oleh Alexis S Tan dalam Nurudin (2013:65) fungsi media massa untuk memberikan informasi, mendidik, mempengaruhi, menghibur dan memuaskan kebutuhan komunikasi.

Media massa merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagi informasi. Media massa merupakan suatu fakta sebuah peristiwa yang ada dan terjadi di masyarakat ataupun dunia. Dalam media massa yang selalu memberikan informasi dinamakan berita. Salah satu berita yang saat ini marak dibahas oleh media massa yaitu kenaikan harga tiket pesawat. Kenaikan harga tiket pesawat merupakan berita yang layak mendapatkan perhatian khalayak, karena hal tersebut dapat meresahkan masyarakat.

Peran media massa menurut McQuaill dalam Suryawati (2011:37) menyatakan ada enam peran media massa dalam konteks masyarakat modern sebagai berikut:

1. Media massa digunakan sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa. Ibarat jendela untuk melihat apa yang terjadi diluar kehidupan masyarakat.
2. Media massa adalah suatu refleksi fakta, terlepas dari rasa suka atau tidak suka dan dapat diibaratkan seperti cermin peristiwa yang ada dan terjadi di masyarakat ataupun dunia.
3. Media massa seperti filter yang akan menyeleksi berbagai informasi dan issue yang layak untuk mendapatkan perhatian khalayak atau tidak.

4. Media massa sebagai sarana untuk menyosialisasikan berbagai informasi ataupun ide kapada publik untuk dapat memperoleh tanggapan atau umpan balik.

Media massa tradisional hanya bersifat satu arah yang diartikan bahwa komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Media masa tradisional menggunakan peralatan teknis atau mekanis untuk menyampaikan suatu informasi.

Penelitian ini menjelaskan bahwa media massa berperan untuk memberikan suatu informasi kepada masyarakat seperti kejadian ataupun peristiwa yang dapat disampaikan kepada khalayak. Artinya dengan adanya media massa khalayak mengetahui segala informasi yang sedang terjadi. Informasi yang disampaikan media massa berupa peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat saat ini yaitu kenaikan harga tiket pesawat. Informasi atau berita kenaikan harga tiket pesawat yang diberikan oleh media massa baik itu media cetak, elektronik maupun media online secara terus menerus di sampaikan kepada khalayak.

Secara tidak langsung informasi tersebut dapat memengaruhi minat pembelian dan pola pikir khalayak luas. karena dalam memberikan berita kenaikan harga tiket pesawat, media masa mampu menyebarkan berita tersebut meluas dan serempak dengan waktu yang bersamaan, artinya berita kenaikan harga tiket pesawat dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

2.2.4 Televisi

Televisi hadir dengan sifatnya yang audiovisual dan *cinematography*. Televisi dapat memberikan informasi yang jelas kepada khalayak berupa berita. Media televisi memiliki dampak indentifikasi optik yang tajam bagi pemirsanya. Dengan kata lain, pemirsa seakan-akan berada ditempat peristiwa yang ditayangkan di televisi. Menurut Ardianto & Erdinaya (2007:137) fungsi televisi sama dengan media massa lainnya seperti surat kabar, dan radio siaran yakni berfungsi untuk memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Televisi adalah medium komunikasi yang paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya mengatasi faktor jarak, ruang dan waktu (Surbakti, 2008:78).

Karakter televisi menurut Surbakti (2008:59) menyebutkan bahwa televisi memiliki lima karakter, diantaranya :

1. Sifatnya linear (satu arah) : penyelenggara siaran televisi menyelenggarakan siarannya tanpa pernah tahu secara persis dampak sebuah tayangan terhadap penontonnya. Akibatnya seringkali timbul ketegangan antara penyelenggara siaran dengan penonton karena adanya perbedaan tafsir atau kepentingan dibalik sebuah tayangan.
2. Seleksi penonton : artinya, setiap stasiun penyelenggara siaran televisi harus memiliki masyarakat penontonnya guna memudahkan mereka merancang program berdasarkan segmen penonton yang mereka tetapkan.

3. Jangkauan : untuk menyampaikan informasi dibutuhkan kecepatan dan kemampuan menjangkau wilayah seluas mungkin agar semakin sedikit pula jumlah penyelenggara siaran yang dibutuhkan.
4. Segmentasi : segmentasi memudahkan penyelenggara siaran, merancang program yang cocok dengan penonton yang mereka pilih.
5. Peka terhadap lingkungan : maksudnya agar interaksi yang dibangunnya dengan masyarakat penontonnya bisa berlangsung tanpa mengalami benturan yang berarti. Dengan demikian, televisi tidak hanya menanamkan pengaruh terhadap lingkungannya, tetapi juga menyerap dan menyalurkan aspirasi penontonnya

Sedangkan menurut Badjuri (2010:39) karakteristik televisi yaitu :

1. Mengutamakan gambar : kekuatan televisi terletak lebih pada gambar yang didukung oleh narasi atau sebaliknya paparan dari narasi yang diperkuat oleh gambar.
2. Mengutamakan kecepatan : *deadline* atau tenggat televisi bisa disebut setiap detik. Televisi mengutamakan kecepatan, bahkan menjadi salah satu unsur yang menjadikan berita televisi bernilai. Berita paling menarik atau menonjol dalam rentan waktu tertentu, pasti akan ditayangkan paling cepat di televisi.
3. Bersifat sekilas : dimana televisi lebih mengutamakan dimensi waktu dan durasi. Durasi dari berita televisi terbatas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung bersifat sekilas dan cenderung tidak mendalam.

4. Bersifat satu arah : pemirsa tidak bisa pada saat itu juga memberi respon pada berita televisi yang ditayangkan, kecuali pada beberapa program interaktif.
5. Daya jangkau luas : ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang sosial ekonomi. Orang buta huruf tidak mungkin bisa membaca berita, tetapi ia bisa menonton televisi. Siaran atau berita televisi harus dapat menjangkau rata-rata status sosial ekonomi khlayak

Morissan (2008:3) menjelaskan, di antara media-media yang lain, media televisi juga memiliki kelebihan dan kekurangan, antara lain :

A. Kelebihan televisi

1. Kesan Realistik, yaitu arena sifatnya yang audio dan visual yang merupakan kombinasi warna-warna suara dan gerakan maka informasi yang disampaikan dari televisi terkesan hidup dan nyata.
2. Masyarakat lebih tanggap, yaitu masyarakat akan lebih cepat tanggap karena penyajian yang lebih detil dibandingkan dengan media lain.
3. Repetisi/pengulangan, yaitu adanya pengulangan untuk tayangan-tayangan tertentu sehingga akan menguntungkan bagi masyarakat yang tidak dapat menyaksikannya.
4. Adanya pemilihan area siaran (*zoning*) dan jaringan kerja (*networking*) yang mengefektifkan perjangkauan masyarakat. Seorang jurnalis dapat menggunakan satu atau kombinasi banyak stasiun televisi sekaligus untuk memuat informasinya, atau bahkan dapat juga membuat jaringan kerja

dengan stasiun televisi lainnya sehingga informasinya dapat ditayangkan di seluruh stasiun televisi.

5. Terkait erat dengan media lain, yaitu informasi yang ditayangkan oleh televisi dapat dikatakan kurang detil, apabila konsumen memerlukan informasi yang lebih lanjut dapat diperoleh informasinya pada media lainnya, khususnya media cetak seperti koran.

B. Kelemahan televisi

1. Masa putar durasi pendek 30-60 detik, memerlukan frekuensi pemasangan yang lebih sering atau lebih besar.
2. Tidak dapat menyampaikan pesan yang panjang karena keterbatasan waktu.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan salah satu perangkat komunikasi massa dalam bentuk media elektronik. Penggunaan media televisi oleh khalayak tidak diragukan lagi keunggulan televisi yang menawarkan audio dan visual, akan lebih mudah menyampaikan isi pesan agar lebih dipahami dan di mengerti oleh khalayak.

Dalam televisi semua acara tersusun secara teratur dan sistematis karena adanya program. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran. Program yang baik akan mendapatkan

penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan penonton (Morissan 2008:210).

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Menurut Morissan (2008:207) berbagai jenis program dapat dikelompokan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu:

1. Program informasi (berita) , program informasi dibagi kembali menjadi dua yaitu berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera di siarkan. Kemudian yang kedua yaitu berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip, dan opini.
2. Program hiburan (*entertainment*), dalam program hiburan terbagi atas tiga kelompok yaitu *music ,drama,* permainan, dan pertunjukan

Dalam hal ini berita kenaikan harga tiket pesawat merupakan program informasi yang termasuk ke dalam *hard news*. Program berita menjadi salah satu pilihan khalayak karena program tersebut dapat memberikan informasi yang terjadi saat ini. Setiap media televisi mempunyai program berita, peristiwa kenaikan harga tiket pesawat ini dibahas oleh semua media televisi karena hal tersebut merupakan suatu peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat , sehingga berita yang banyak disampaikan oleh semua media televisi dapat merubah tindakan yang dilakukan oleh masyarakat.

Terkait dengan penelitian ini, bahwa dengan media televisi masyarakat dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap, terbaru, teraktual dan selain itu juga masyarakat tidak akan ketinggalan informasi. Dengan televisi masyarakat

dapat melihat dan memahami suatu peristiwa, karena apa yang ditampilkan di televisi itu berupa audiovisual. Dalam televisi terdapat dua jenis besar program yaitu informasi (berita) dan hiburan

Dalam penelitian ini televisi memberikan informasi kepada khalayak berupa berita mengenai kenaikan harga tiket pesawat, berita tersebut diberikan secara terus- menerus karena merupakan suatu peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Dampak berita kenaikan harga tiket pesawat yang ada dimedia televisi, dapat memberikan pengaruh yang kuat kepada pemirsanya diantaranya yaitu memengaruhi minat penggunaan jasa transportasi udara untuk masyarakat.

2.2.5 Berita

Beberapa definisi berita menurut para ahli dalam (Suryawati, 2011:68) yakni menurut Dean M.Lyle Spencer, berita adalah definisi sebagai setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah pembaca. Menurut Barus (2010:27) pada dasarnya berita mengandung beberapa unsur yaitu seperti yang ada dalam di antaranya:

1. Suatu peristiwa atau kejadian, gagasan, pikiran, fakta yang actual
2. Menarik perhatian karena ada faktor yang luar biasa didalamnya
3. Penting
4. Dilaporkan, diumumkan atau dibuat menjadi kesadaran umum supaya menjadi pengetahuan bagi orang banyak.
5. Laporan itu dimuat dari media tertentu.

Ada dua jenis berita yaitu berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*softnews*) menurut (Morissan 2008:24)

a. Berita keras (*hard news*) adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh suatu media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak secepatnya.
b. *Straight news*, berarti berita 'langsung' maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang menyangkup 5W + 1H (*who,why,where.when,* dan *how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.
c. *Feature* merupakan berita ringan namun memiliki ketertarikan tersendiri. Pada dasarnya berita ini dapat dikatakan sebagai softnews karena tidak terlalu terkait dengan waktu penayangan, namun karena durasi singkat ia menjadi bagian *hard news*.
d. *Infotaiment* dalam berita adalah yang menjajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*). *Infotaiment* yang merupakan salah satu bentuk berita keras memuat informasi yang harus segera ditayangkan.
e. Berita lunak (*soft news*) adalah segala informasi yang penting dan menarik yangdisampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk dalam kategori berita lunak adalah : *magazine, current affairs,* dokumenter, dan *talkshow*.

Unsur-Unsur Berita :

Barus (2010:32) mengatakan bahwa untuk memilah apakah suatu kejadian memiliki nilai berita atau tidak, haruslah dapat melihat unsur-unsur sebagai berikut :

a. Penting (*significane*) : mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan orang banyak atau kejadiannya mempunyai akibat atau dampak yang luas terhadap kehidupan khalayak.
b. Besaran (*magnitute*) : sesuatu yang besar dari segi jumlah, nilai, atau angka yang besar hitungannya sehingga pasti menjadi suatu yang berarti dan menarik untuk diketahui oleh banyak orang.
c. Kebaruan (*timelines*) : memuat peritiwa yang baru saja terjadi, karena kejadiannya belum lama, hal ini menjadi aktual atau masih hangat dibicarakan umum. Aktual (terkini) berkaitan dengan tenggang waktu bahwa kejadian tersebut bukan berita basi, atau terlambat memenuhi waktu pemuatan yang sudah ditetapkan pemimpin redaksi.
d. Kedekatan (*proximity*) : memiliki kedekatan jarak (geografis) ataupun emosional dengan khalayak. Termasuk kedekatan karena propfesi, minat, bakat hobi, dan perhatian khalayak. Kaitan menimbulkan rasa emosional terutama masyarakat korban dan masyrakat atau orang banyak.
e. Ketermukaan (*prominence*) : hal-hal yang mencuat dari diri seseorang atau suatu benda, tempat, atau kejadian. Suatu peristiwa yang menyangkut orang terkenal atau suatu yang dikenal oleh masyarakat menjadi berita penting untuk diketahui oleh khalayak.

f. Sentuhan manusiawi (*human interest*) : sesuatu yang menyentu rasa kemanusiaan, mengguga hati, dan minat.

2.2.6 Efek Media Massa

Dalam efek media massa, bentuk media saja sudah memengaruhi khalayak. ada lima macam jenis efek dari kehadiran media massa seperti: efek ekonomis, efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, dan efek pada perasaan orang terhadap media (McLuhan dalam Ardianto, 2007:49). Media massa juga menimbulkan efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral, (Ardianto & Erdinaya, 2007:52) yaitu:

a. Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat untuk mengembangkan keterampilan kognitifnya dengan melalui media massa, seseorang dapat memperoleh informasi.
b. Efek afektif ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa sendiri bukan hanya sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak di harapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
c. Efek behavioral merupakan suatu akibat yang ditimbulkan pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, sifat, tindakan atau kegiatan. Efek ini akan mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, sifat,

tindakan dan gerakan khalayak yang akan tampak dalam kehidupan mereka sehari hari.

Berita kenaikan harga tiket pesawat dapat menimbulkan efek yang diakibatkan oleh media massa tersebut. Efek yang dihasilkan yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral, dalam hal ini berita kenaikan harga tiket pesawat dapat mempengaruhi sikap (behavioral) pada diri khalayak yang menyaksikannya. Salah satunya yaitu timbulnya keputusan minat terus menggunakan jasa transportasi udara ketika harga tiket pesawat sedang melonjak.

Selain itu bahwa efek media massa dapat dilihat dari efek yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri, dan dengan melihat jenis perubahan yang telah terjadi pada diri khalayak yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai efek afektif. Khalayak yang menyaksikan media massa dapat memengaruhi atau berdampak terhadap sikapnya. Berita pada media massa yang ditampilkan secara terus menerus dapat membuat timbulnya sikap khawatir. Apalagi berita mengenai fenomena yang terjadi di tengah-tengah masyarakat yaitu kenaikan harga tiket pesawat, kekhawatiran masyarakat pun timbul akibat berita kenaikan harha tiket pesawat yang disiarkan media massa secara terus-menerus

2.3 Terpaan Media (*Media Exposure*)

Terpaan media dalam komunikasi massa tidak hanya menyangkut apakah sesorang telah merasakan kehadiran media massa, tetapi juga apakah

seseorang benar-benar terbuka terhadap pesan yang disampaikan oleh media tersebut. (Putriyani, 2017:60)

Ardianto dan Erdiana (2006:164), terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya Menurut Rakhmat (2004:66), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi pesan media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan

Sehingga dari definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh dari media melalui kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang berhubungan dengan instensitas menonton televisi.

2.3.1 Tinjauan Intensitas Menonton

Intensitas dalam kamus besar berbahasa Indonesia diartikan keadaan tingkatan atau ukuran. Sedangkan dalam kamus berbahasa inggris diistilahkan dengan *instensity* yang artinya kehebatan (hebat, kuat). Intensitas merupakan tingkat intens seseorang dalam melijat sesuatu, dalam hal ini yaitu menontonsuatu tayangan televisi.

Menonton televisi adalah kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri individu sehingga seseorang memutuskan perhatiannya terhadap acara yang ditayangakan oleh televisi dengan senang hati serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi. Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu. (Danim, 2004:35)

Pengukuran intensitas itu menyangkut sikap atau tindakan yang dilakukan sesorang atau kelompok orang sebagai objek yang terarah pada objek. Indikator intensitas menurut Setiawan (2005:71) adalah sebagai berikut :

1. Perhatian

   Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. Perhatian dalam menonton tayangan televisi berarti berupa tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk menonton tayangan-tayangan tersebut yang disajikan di televisi.

2. Penghayatan

   Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan dalam menonton tayangan televisi

berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap tayangan-tayangan tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

3. Durasi

   Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkann untuk menonton sebuah tayangan televisi.

4. Frekuensi

   Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan.

2.4 Transportasi

Sarana transportasi yang ada di darat, laut, maupun udara memegang peranan vital dalam aspek sosial ekonomi melalui fungsi distribusi antara daerah satu dengan daerah yang lain. Distribusi barang, manusia, dll. akan menjadi lebih mudah dan cepat bila sarana transportasi yang ada berfungsi sebagaimana mestinya sehingga transportasi dapat menjadi salah satu sarana untuk mengintegrasikan berbagai wilayah di Indonesia.

Melalui transportasi penduduk antara wilayah satu dengan wilayah lainya dapat ikut merasakan hasil produksi yang rata maupun hasil

pembangunan yang ada. Kebutuhan angkutan bahan-bahan pokok dan komoditas harus dapat dipenuhi oleh sistem transportasi yang berupa jaringan jalan, kereta api, serta pelayanan pelabuhan dan bandara yang efisien. angkutan udara, darat, dan laut harus saling terintegrasi dalam satu sistem logistik dan manajemen yang mampu menunjang pembangunan nasional.

Pada umumnya perkembangan sarana transportasi di Indonesia berjalan sedikit lebih lambat dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Malaysia dan Singapura. Hal ini disebabkan oleh perbedaan regulasi pemerintah masing-masing negara dalam menangani kinerja sistem transportasi yang ada. Kebanyakan dari Negara maju menganggap pembangunan transportasi merupakan bagian yang integral dari pembangunan perekonomian. Pembangunan berbagai sarana dan prasarana transportasi seperti halnya dermaga, pelabuhan, bandara, dan jalan rel dapat menimbulkan efek ekonomi berganda (*multiplier effect*) yang cukup besar, baik dalam hal penyediaan lapangan kerja, maupun dalam memutar konsumsi dan investasi dalam perekonomian lokal dan regional.

Sektor transportasi dikenal sebagai salah satu mata rantai jaringan distribusi barang dan penumpang telah berkembang sangat dinamis serta berperan didalam menunjang pembangunan politik, ekonomi, sosial budaya maupun pertahanan keamanan. Pertumbuhan sektor ini akan mencerminkan pertumbuhan ekonomi secara langsung sehingga

transportasi mempunyai peranan yang penting dan strategis. Keberhasilan sektor transportasi dapat dilihat dari kemampuannya dalam menunjang serta mendorong peningkatan ekonomi nasional, regional dan lokal, stabilitas politik termasuk mewujudkan nilai-nilai sosial dan budaya yang diindikasikan melalui berbagai indikator transportasi antara lain: kapasitas, kualitas pelayanan, aksesibilitas keterjangkauan, beban publik dan utilisasi.

2.4.1 Transportasi Udara

Seiring perkembangan jaman, transportasi di Indonesia semakin diperlukan bagi semua kalangan. Keberadaan sebuah sarana trasportasi dalam kehidupan manusia menjadi cukup signifikan karena sebagai penunjang kelancarannya kehidupan. Transportasi menjadi alat vital atas perkembangan manusia dan dunia, baik dalam pemerataan pendudukan, pembangunan ekonomi serta pertumbuhan industrilisasi. Berbagai disiplin ilmu mengartikan bahwa dengan adanya transportasi membuka semua kemudahan dan membuat sebuah peradaban baru yang lebih canggih dan modern. (https://www.scribd.com/doc/225381805/Jurnal-Analisis-Kinerja-Transportasi-Udara) diakses pada 27 Februari 2019 pukul 23.45 WIB

Salah satu transortasi yang perkembangannya semakin hari semakin pesat adalah transportasi udara. Di Indonesia industri penerbangan bukan merupakan lagi sebagai alat transportasi bagi kalangan menengah ke atas, akan tetapi dari berbagai kalangan dapat menggunakan alat transportasi

tersebut. Hal ini ditunjang dari Indonesia yang merupakan negara kepulauan. Untuk menghubungkan ribuan pulau di Indonesia transportasi udara merupakan andalan utama.

Transportasi udara telah menjadi salah satu moda transportasi penting untuk perjalanan dengan jarak menengah dan jarak jauh. Prasarana utama yang menangani pergerakan transportasi udara ialah bandar udara. Dewasa ini, bandar udara di Indonesia menjadi prasarana transportasi yang memiliki perkembangan sangat cepat. Permintaan dari para calon penumpang semakin meningkat seiring dengan meningkatnya mobilitas manusia.

Permintaan yang tinggi tersebut berpengaruh secara langsung terhadap permintaan jadwal terbang bagi suatu maskapai penerbangan. Terlebih saat ini terdapat beberapa maskapai penerbangan yang menerapkan sistem *low cost carrier* (LCC) yang ciri utamanya ialah harga tiket terjangkau dan layanan terbang minimalis. Maka tak heran jika bandar udara di beberapa wilayah di Indonesia mengalami kenaikan tingkat kepadatan baik pada sisi udara maupun sisi daratnya. (http://umum.kompasiana.com/2008/11/17/transportasi-udara/) diakses 27 Februari 2019 pukul 22.34

2.5 Minat

2.5.1 Pengertian Minat

Seseorang dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut

dipengaruhi dan didorong oleh motif yang berasal dari dalam dan dari luar. Semakin besar dorongan untuk melaksanakan suatu kegiatan maka semakin keras usaha seseorang untuk mencapai keberhasilan yang diinginkan. Dorongan yang paling kuat berasal dari individu yang disebut minat.

Pada hakekatnya secara psikis seseorang memiliki suatu kegiatan pada dirinya berbeda-beda, misalnya motivasi, minat, bakat, dan sebagainya. Sedangkan minat merupakan ungkapan psikis yang sangat penting untuk mencapai suatu kebutuhan manusia. Untuk mendapatkan pengertian yang lebih luas tentang minat maka akan dikemukanan definisi dari minat.

Menurut Syah (2008:151), minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.. Menurut Surya (2003:6) minat dapat dipandang dari dua sisi, yaitu minat sebagai sebab, artinya tenaga pendorong yang merangsang seseorang memperhatikan objek tertentu lebih dari objek-objek lainnya. Dan minat sebagai akibat, artinya berupa pengalaman perasaan yang menyenangkan yang timbul sebagai akibat dari kehadiran seseorang atau objek tertentu atau sebagai hasil daripada partisipasi seseorang di dalam suatu bentuk kegiatan. Selain itu minat yang telah disadari dari seseorang akan suatu objek tertentu akan membawa seseorang tersebut lebih dalam menyukai objek tersebut.

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat adalah pernyataan psikis yang menunjukkan seseorang untuk memusatkan perhatiannya pada suatu kegiatan dan untuk mempelajari sesuatu guna

mencapai tujuan yang diinginkan. Minat akan timbul jika memiliki harapan dan hasil partisipasi yang diperoleh dalam suatu aktivitas.

2.5.2 Macam-macam dan Indikator Minat

Menurut Rosyidah (dalam Susanto, 2013:60), timbulnya minat pada diri seseorang pada prinsipnya dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Minat yang berasal dari pembawaan, timbul dengan sendirinya dari setiap individu, hal ini biasanya dipengaruhi oleh faktor keturunan atau bakat alamiah.
2. Minat yang timbul karena adanya pengaruh dari luar diri individu, timbul seiring proses perkembangan individu bersangkutan. Minat ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orang tua, dan kebiasaan atau adat istiadat.

Gagne (dalam Susanto, 2013:60) membedakan sebab timbulnya minat pada diri seseorang menjadi dua macam, yaitu minat spontan yang ditimbulkan secara spontan dari dalam diri seseorang tanpa dipengaruhi oleh pihak luar. Dan minat terpola adalah minat yang timbul sebagai akibat adanya pengaruh dari kegiatan-kegiatan yang terencana dan terpola, misalnya dalam kegiatan mengkonsumsi informasi dari televisi.

Menurut Suwandari (2008:141) yang menjadi indikator minat seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

1. *Attention*

   Dalam tahap ini konsumen pernah mendengar mengenai perusahaan atau produk yang dikeluarkan perusahaan. Jadi dalam tahap ini konsumen mengenal produk karena sudah mendengar atau melihat promosi yang dilakukan perusahaan. Tahap ini juga ditandai dengan perhatian konsumen ketika melihat atau mendengar tentang promosi tersebut pertama kalinya.

2. *Interest*

   Minat konsumen timbul setelah mendapatkan dasar informasi yang lebih terperinci mengenai perusahaan atau produk. Dalam tahap ini konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan karena promosi yang dilakukan perusahaan berhasil diterima oleh konsumen.

3. *Desire*

   Konsumen mempelajari, memikirkan serta berdiskusi, yang menyebabkan keinginan dan hasrat untuk membeli produk tersebut bertambah. Dalam tahapan ini konsumen maju satu tingkat dari sekedar tertarik akan produk. Tahap ini ditandai dengan hasrat yang kuat dari konsumen untuk membeli dan mencoba produk.

2.6 Landasan Teori

2.6.1 Teori Kultivasi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori kultivasi dimana menurut Georger Gerbner (Morissan dkk, 2013:106) ‘teori kultivasi atau disebut juga dengan analisis kultivasi adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan

pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi peran media dalam jangka panjang'.

Pemikiran Gerbner menyatakan bahwa media massa, khususnya TV, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa.

Teori kultivasi mengacu pada tiga asumsi dasar untuk mengedepankan gagasan bahwa realitas yang diperantarai oleh TV menyebabkan khalayak menciptakan realitas sosial mereka sendiri yang berbeda dengan realitas sebenarnya. Ketiga asumsi dasar teori kultivasi ini adalah TV adalah media yang sangat berbeda, TV membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi, serta pengaruh TV bersifat terbatas.

Para peneliti kultivasi menunjukan bahwa perbedaan-perbedaan antara pemirsa penonton berat dengan pemirsa penonton ringan muncul bahkan pada sejumlah variabel penting, termasuk usia, pendidikan, membaca berita, dan jenis kelamin (Severin dan Tankard, 2009: 321). Artinya, ada faktor-faktor lain diluar tingkat keseringan menonton televisi yang mempengaruhi persepsi kita tentang dunia serta kesiapan kita untuk menerima gambaran dunia televisi sebagai dunia yang sebenarnya. Mereka yang cenderung penonton berat televisi akan memiliki pemikiran orientasi atau prespektif yang sama satu sama lain. Dan cara yang kedua yaitu resonansi, yaitu ketika apa yang disajikan oleh televisi sama dengan realitas aktual sehari-hari. Jadi, apa yang terjadi di masyarakat pada masa itu ikut di beritakan juga oleh

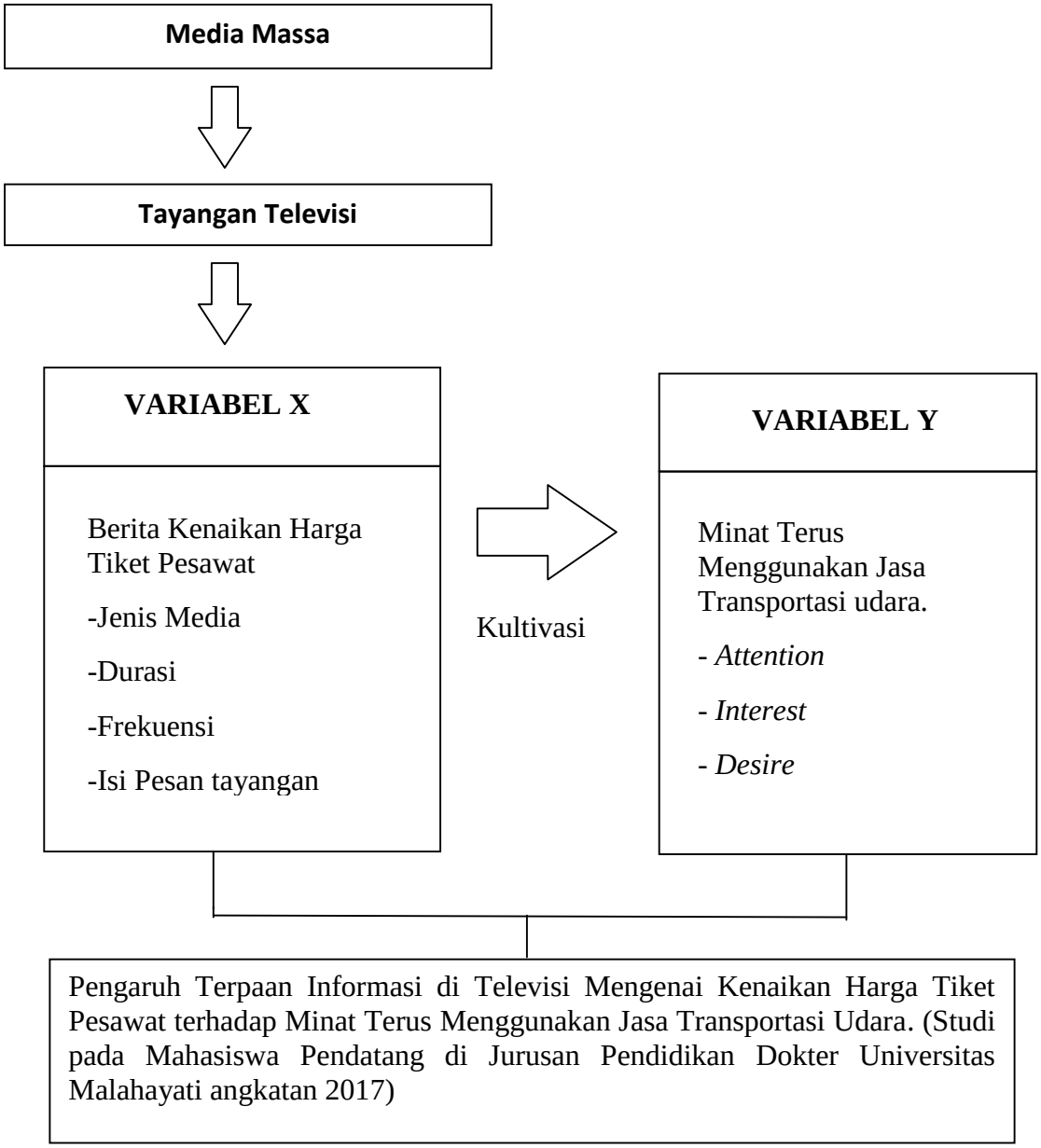
media televisi. Menurut Gerbner, kondisi ini memberikan dosis ganda (Morisan,2013: 525).

Gerbner berpendapat bahawa media massa menanamkan sikap dan nilai-nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama -sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakininya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Nurudin, 2007: 169).

Teori kultivasi menjadi acuan penulis sebagai landasan utama dalam melakukan penelitian. Teori Kultivasi seperti yang di katakan Gerbner salah satunya yaitu mereka yang sudah kehilangan kepercayaan akibat dampak dari menonton pemberitaan di televisi. Dalam penelitian ini penulis meneliti mengenai terpaan tayangan televisi mengenai pemberitaan kenaikan harga tiket pesawat, apakah berdampak pada minat terus menggunakan jasa transportasi atau tidak yang berdampak pada beralihnya ke jasa trasportasi lainnya seperti darat dan laut.

2.7 Kerangka Berpikir Penelitian

Untuk memudahkan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :



Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Berdasarkan kerangka pikir ini peneliti mejelaskan bahwa Variabel X pada penelitian ini yaitu berita kenaikan harga tiket pesawat. Dengan adanya berbagai macam media massa, peneliti memilih televisi yang turut serta memberikan informasi terkait. Sedangan untuk Variabel Y pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah berita kenaikan harga tiket pesawat mempengaruhi minat khalayak untuk tetap menggunakan jasa transportasi udara.

Pada penelitan ini pengguna jasa transportasi udara yang diwakili oleh mahasiswa pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati angkatan 2017 menanggapi sebuah peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi sebagai sumber pembelajaran atas berita yang disajikan oleh televisi.

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data-data yang dikumpulkan, sehingga untuk mengetahui kebenaran suatu permasalahan harus melalui tahap uji terlebih dahulu (Arikunto, 2006:71). Dan hipotesis di dalam penelitian ini adalah :

Ho = Tidak terdapat pengaruh berita kenaikan harga tiket pesawat di televisi terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.

Ha = Terdapat pengaruh berita kenaikan harga tiket pesawat di televisi terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriftif. Penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena terterntu (Arikunto, 2002:112). Selain itu penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat populasi tertentu (Sumadi, 2003:75).

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriftif karena dalam penelitian ini akan mencoba mendeskripsikan, menggambarkan dan menganalisis mengenai pengaruh terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian deskriptif, penelitian tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016:36).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis statistik, bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran

secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang disusun dengan sistematis, terencana dan terstruktur serta membuat ketetapan pengukurannya dengan menggunakan metode statistik sebagai alat ukurnya (Arikunto, 2006:12).

3.3 Definisi Konsep

Menurut Hanitidjo (1995:25) kerangka konsep merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan antar konsep-konsep khusus yang diteliti. Suatu konsep bukan merupakan suatu gejala yang diteliti, tetapi merupakan abstrak dari gejala tersebut. Gejala ini biasa dinamakan fakta, sedangkan konsep merupakan suatu uraian mengenai hubungan-hubungan dalam fakta tersebut.

Definisi Konsep dalam penelitian ini adalah :

1. Terpaan Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat

   Merujuk pada proses penerimaan informasi mengenai peristiwa kenaikan harga tiket pesawat melalui televisi.
2. Minat Terus Menggunkan Jasa Transportasi Udara

   Merupakan suatu sikap keinginan tetap terus menggunakan jasa transportasi udara ketika sudah mendapatkan terpaan informasi dari televisi.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri fisik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya adalah agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai variabel yang sudah

didefinisikan konsepnya. Berdasarkan telaah pustaka yang diajukan dalam penelitian ini, maka dikembangkan definisi operasional yang merupakan penjabaran dan pengukuran variabel dan indikator yang dipilih dalam penelitian ini, seperti berikut ini:

1. Terpaan Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat

   Indikator yang diukur :

   a. Jenis Media : Dapat berupa audio, audio-visual, dan cetak. Dalam penelitian ini peneliti memilih media audio-visual yaitu Televisi.
   b. Durasi : Jumlah waktu menonton satu tayangan informasi mengenai kenaikan harga tiket pesawat
   c. Frekuensi : Jumlah tayangan informasi mengenai kenaikan harga tiket pesawat
   d. Isi Pesan tayangan : Isi pesan adalah suatu komponen proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa atau lambang lainnya disampaikan kepada orang lain.

2. Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi udara

   Indikator yang diukur :

   a. Attention : Perhatian khalayak ketika mendengar informasi yang berkaitan dengan trasnportasi udara
   b. Interest : Ketertarikan khalayak untuk menggunakan jasa trasnportasi udara

c. *Desire* : Timbulnya hasrat yang kuat untuk tetap menggunakan jasa transportasi udara

Tabel 2. Definisi operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	Skala
Terpaan Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat (X)	Proses penerimaan informasi yang didapat oleh khalayak	1. Jenis Media 2. Durasi 3. Frekuensi 4. Isi Pesan Tayangan	1. a) Audio b) Audio Visual c). Media Cetak 2. Jumlah Waktu 3. Jumlah Tayangan 4. a) Struktur Pesan b) Gaya Pesan c) Daya Tarik Pesan	Likert
Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi udara. (Y)	Ketertarikan dan keinginan untuk tetap terus menggunakan transportasi udara	1. *Attention* 2. *Interest* 3. *Desire*	1. a) Pesan yang disampaikan b) Kepercayaan terhadap berita c) Visualisasi berita yang menarik 2. a) Efektifitas media yang digunakan b) Persepsi khalayak mengenai berita setelah berita ditampilkan c) Kejelasan Pesan 3. a) Berita menampilkan Informasi mengenai keunggulan transportasi udara b) Berita menampilkan alasan tetap menggunakan jasa transportasi udara	Likert

3.5 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Arikunto, 2006:130). Menurut Silaen dan Widiyono (2013:87), "Populasi adalah keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu yang akan diteliti. Dan populasi juga disebut universum *(universe)* yang berarti keseluruhan berupa benda mati atau hidup." Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendatang di Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati angakatan 2017 yang berjumlah 179 orang.

3.6 Sampel

Menurut Silaen dan Widiyono (2013:87), "Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur atau diamati karakteristiknya, kemudian ditarik kesimpulan yang dianggap mewakili populasi." Maka sampel merupakan bagian atau mewakili populasi yang diteliti. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, dan kesempatan banyak peneliti yang tidak memungkinkan untuk mengambil sampel 100% dari populasi.

Oleh karena itu, banyak cara yang dapat dilakukan untuk menentukan ukuran sampel yang diakui keabsahannya sebagai sebuah peneliti yang ilmiah. Dalam penelitian ini, untuk menentukan ukuran sampel adalah dengan

menggunakan Tabel Krejcie dan nomogram yang digunakan Harry King. Dengan menggunakan cara ini peneliti tidak perlu lagi melakukan perhitungan yang rumit. Krejcie dalam menentukan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%, maka sampel yang diperoleh akan mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi Adapun tabel yang dimaksud adalah :

N	*S*	*N*	*S*	*N*	*S*
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

Note.—*N* is population size.
S is sample size.

Gambar 2 Tabel Krejcie dan Nomogram

Peneliti menarik sampel dari mahasiswa pendatang Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati angkatan 2017 sebanyak 123 dari 179 orang populasi sesuai Tabel Krejcie dan Nomogram dan menggunkan *convenience* sampling.

3.7 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2006:129). Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan data, maka sumber data disebut responden. Responden adalah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh peneliti (Sujarweni, 2014:45). Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui jawaban responden terhadap daftar pertanyaan melalui kuesioner telah disiapkan oleh peneliti.

b. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, surat kabar, foto dan sumber lainnya (Sugiyono, 2007:137).

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara :

a. Kuesioner

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen

pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan dari responden (Sujarweni, 2014:75).

3.9 Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data dari lapangan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. *Editing*, adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan.
2. *Koding*, adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.
3. Tabulasi, adalah proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisi. Tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data.

3.10 Teknik Pemberian Skor

Teknik pemberian skor dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun pertanyaan-pertanyaan untuk responden. Responden tersebut diminta untuk memberikan jawaban sangat setuju, setuju, ragu-ragu,

tidak setuju dan sangat tidak setuju. Masing-masing alternatif jawaban diberi skor 1-5. Skala *Likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi sekelompok individu mengenai suatu fenomena. Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan diberi lima alternatif jawaban, yaitu a, b, c, d, dan e. Penentuan skor untuk setiap alternatif jawaban, yaitu :

1. Alternatif jawaban (a) diberi skor 5, dengan kategori sangat tinggi.
2. Alternatif jawaban (b) diberi skor 4, dengan kategori tinggi.
3. Alternatif jawaban (c) diberi skor 3, dengan kategori sedang.
4. Alternatif jawaban (d) diberi skor 2, dengan kategori rendah.
5. Alternatif jawaban (e) diberi skor 1, dengan kategori sangat rendah. (Sugiyono, 2011:121).

3.11 Teknik Pengujian Instrumen

Dalam suatu penelitian harus memiliki kebenaran dalam data yang disajikan. Untuk mendapatkan data yang valid, maka instrumen harus melalui tahap uji validitas dan reliabilitas yang terdiri dari :

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu struktur yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesalahan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan mengukur apa yang diinginkan (Sugiyono, 2014:177).

Pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, menurut

Sugiyono adalah dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut :

a. Jika r hitung > r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
b. Jika r hitung < r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Rumus korelasi *Product Moment* :

$$rxy = \frac{N \sum xy \quad (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

rxy : koefisien korelasi antara x dan y rxy
N : Jumlah subyek
X : Skor item
Y : Skor total
ΣX : Jumlah skor items
ΣY : Jumlah skor total
ΣX^2 : Jumlah kuadrat skor item
ΣY^2 : Jumlah kuadrat skor total

(Arikunto, 2010:211-213).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur data karena instrumen

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \; x \left\{1 - \frac{\sum S_i}{S_t}\right\}$$

tersebut sudah baik (Arikunto, 2006:178). Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama pada saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat reliabilitas peneliti menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, yaitu:

Keterangan :
r_{11} : Nilai/koefisien reliabilitas instrumen
$\sum S_i$: Jumlah varians skor tiap-tiap item
S_t : Varians total
k : Jumlah item pertanyaan

Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (r_{11}) ≥ R Tabel (0,60) maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Arikunto, 2006:154).

Tabel 3. Kriteria Reliabilitas

Interval	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,00	Sangat Tinggi
0,600 – 0,800	Tinggi
0,400 – 0,600	Cukup
0,200 – 0,400	Rendah
0,00 -0,200	Sangat rendah

Sumber: (Arikunto, 2006:276)

3.12 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data menjadi mudah untuk dipahami dalam penyelesaian permasalahan suatu penelitian (Sujarweni, 2014:45).

Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang tengah diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2010:207). Dalam penelitian ini data dianalisis dengan menggunakan rumus regresi liniear sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Rumus regresi liniear sederhana, yaitu :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Keterangan:

y : nilai variabel bebas yang diramalkan
a : konstanta
b : kofisien regresi dari x
x : nilai variabel terikat yang diramalkan

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

y : Jumlah skor dari variabel terikat

x : Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n : Jumlah sampel

(Silaen dan Widiyono, 2013:206-207).

3.13 Pengujian Hipotesis

Penelitian yang menggunakan hipotesis adalah penelitian dengan pendekatan ilmiah, sedangkan penelitian yang tidak menggunakan hipotesis adalah riset dengan pendekatan naturalis. Kerlinger (Sangadji dan Sopiah, 2010:89) mengemukakan, "Hipotesis adalah prediksi tentang suatu fenomena." Hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Maka peneliti melakukan penelitian berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya dan mengumpulkan data-data yang dapat membuktikan hipotesis atau bahkan menolak hipotesis peneliti (Arikunto, 2006:71).

a. Uji F

Untuk mengetahui tingkat signifikasi dari koefisien korelasi dalam penelitian, peneliti menggunakan statistik Uji "F". Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F Hitung dengan F Tabel pada derajat kesalahan 5% (a = 0,05). Ketentuan yang dipakai untuk menarik kesimpulan, yaitu :

a. Apabila nilai F Hitung > dari nilai F Tabel atau nilai sig < 0,05 (alpha), maka variabel bebasnya secara simultan memberikan

pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat dan hipotesis pertama ditolak serta hipotesis kedua diterima.

b. Apabila nilai F Hitung < dari nilai F Tabel atau nilai sig > 0,05 (alpha), maka variabel bebasnya secara simultan tidak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat dan hipotesis pertama diterima serta hipotesis kedua ditolak.

Rumus F Hitung adalah:

$$f = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah sampel

Kekuatan hubungan antar variabel yang menunjukkan derajat hubungan yaitu korelasi (r) dapat dikategorikan sebagai berikut :

< 0,20	: Hubungan rendah sekali atau lemah sekali.
0,20 - 0,39	: Hubungan rendah tetapi pasti.
0,40 - 0,70	: Hubungan yang cukup berarti.
0,71 - 0,90	: Hubungan yang tinggi atau kuat.
> 0,90	: Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan

varians dari variabel terikatnya. Maka Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan cara mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Uji R^2 (uji determinasi) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Ketika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, ketika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014:258).

Rumus menghitung Koefisien Determinasi adalah :

$$R^2 = \left[\frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - (\sum X)^2\right]\left[n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\right]}} \right]$$

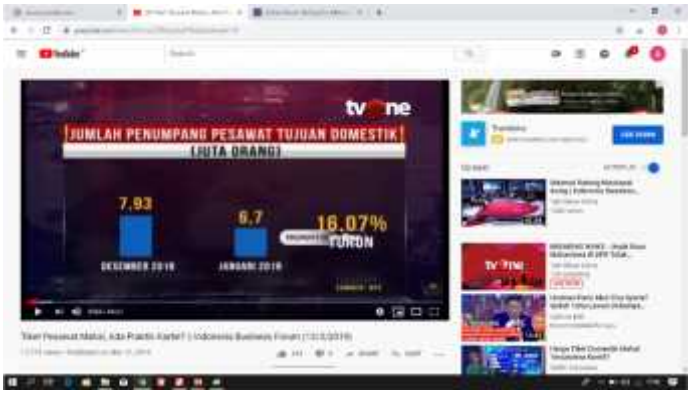
Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi
n : Jumlah subyek
X : Skor item
Y : Skor total
ΣX : Jumlah skor items
ΣY : Jumlah skor total
ΣX^2 : Jumlah kuadrat skor item
ΣY^2 : Jumlah kuadrat skor total.

BAB IV
GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Berita Kenaikan Harga Tiket Peswat di Televisi

Gambar 3 – Tayangan berita kenaikan harga tiket pesawat di Kompas Tv



Gambar 4 – Tayangan berita kenaikan harga tiket pesawat di Tv One

Harga tiket pesawat yang dianggap terlalu mahal bagi sebagian besar masyarakat Indonesia masih terus menjadi permasalahan. Sudah sejak pertengahan tahun 2018, harga tiket pesawat kian melambung tinggi.

Berdasarkan penelusuran Tim Riset CNBC Indonesia sebelum musim lebaran, tepatnya pada Kamis (9/5/2019), harga tiket penerbangan rute Jakarta-Padang paling murah saja mencapai Rp 1.266.800 untuk orang dewasa (penelusuran situs Traveloka, 8 Mei 2019 pukul 11:00 WIB).

Sementara penelusuran harga tiket pesawat rute Jakarta-Padang pada situs Traveloka (4/6/2019) untuk keberangkatan 17 Juli 2019 paling murah sebesar Rp 1.280.000. Sebelumnya diketahui harga tiket serupa hanya berkisar Rp 600.000-800.000 (median Rp 700.000) pada tahun-tahun sebelumnya. Jika mengacu pada hukum ekonomi, kala harga meningkat, tentu saja permintaan akan turun. Benar saja, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penumpang angkutan udara domestik sepanjang kuartal I-2019 anjlok hingga 17,66% dibanding kuartal I-2018.

Selain itu, berdasarkan data Kementerian Perhubungan, dari 36 bandara yang dipantau dari H-7 hingga H-2 Lebaran 2019 terjadi penurunan jumlah penumpang hingga 30,71% dibanding tahun sebelumnya. Data-data tersebut memperlihatkan semakin banyak orang yang tidak lagi dapat menikmati layanan penerbangan udara.

Semua stasiun televisi Indonesia seperti TVRI, RCTI, SCTV, MNCTV, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans 7, Trans Tv, Tv One, GTV, iNews Tv, RTV, Kompas TV dan Net TV turut memberitakan hal ini karena topik ini

masih menjadi pemberitaan yang banyak dicari oleh masyarakat. Tak jarang stasiun televisi mengundang para ahli dibidangnya untuk membahas perkembangan berita untuk berdialog agar informasi yang disampaikan lebih dapat dipercaya, seperti yang dilakukan Kompas TV. Keunggulan televisi yang menyajikan informasi melalui audio-visual dapat mempermudah masyarakat untuk memahami berita.

4.2 Mahasiswa Pendatang di Jurusan Pendidikan Dokter Universitas Malahayati 2017

Gambar 5. Logo Malahayati

Universitas Malahayati adalah lembaga pendidikan tinggi di Indonesia yang tak hanya mengembangkan ilmu pengetahuan dari berbagai disiplin ilmu, para mahasiswa juga dibekali kedisplinan, etika, dan religi. Selain itu, ditanamkan juga nilai-nilai humanis melalui pembinaan anak-anak yatim yang memang masuk dalam status universitas. Bentuk kepedulian pada anak-anak yatim ini misalnya bagi rektor minimal harus membina 12 anak yatim, wakil rektor 10, dekan 8, kepala jurusan 6, dosen 4, karyawan 2 dan 1 anak untuk mahasiswa.

Berdiri pada 27 Agustus 1993 serta berada di Jalan Pramuka Nomor 27, Bandar Lampung, Universitas Malahayati menempati lahan 84 hektar. Berbagai fasilitas ada di sini. Selain fasilitas pendidikan yang lengkap, juga dilengkapi asrama, sarana olahraga, hingga kolam renang, serta dilengkapi tempat kuliner. Bahkan ada juga fasilitas rumah sakit yang terletak beberapa meter di sebelah kiri gerbang kampus yang diberi nama Rumah Sakit Bintang Amin. Agar pelayanan kesehatan menjadi lebih baik, manajemennya saat ini bekerjasama dengan Rumah Sakit Pusat Pertamina Jakarta, sehingga namanya menjadi Rumah Sakit Pertamina-Bintang Amin.

Memiliki asrama putri yang mencapai 384 kamar dan asrama putra mencapai 276 kamar, yang masing-masing kamar dihuni maksimal oleh 6 orang mahasiswa atau mahasiswi. Asrama mahasiswa dilengkapi sarana olah raga, seperti kolam renang, lapangan basket, voli, tenis, dan driving golf. Asrama harus dikosongkan ketika masa libur semester, yang mengharuskan mahasiswa untuk pulang ketempat asal.

Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati Bandar Lampung berdiri pada tanggal 2 Juli 1994. Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati saat ini memiliki beberapa program studi, terdiri dari :

- **Pendidikan Dokter**
    - **Sarjana**
    - S1 Program Pendidikan Dokter (S.Ked)

- **Keperawatan**
    - **Diploma**
    - DIII Keperawatan
    - **Sarjana**
    - S1 Keperawatan
- **Kebidanan**
    - **Diploma**
    - DIII Kebidanan
    - DIV Bidan Pendidik
- **Farmasi**
    - **Diploma**
    - DIII Farmasi
- **Psikologi**
- **Profesi**
    - Program Profesi Dokter (dr.)
    - Program Profesi Nurse (Ns.)

Keberadaan mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati mempunyai latar belakang daerah yang bermacam-macam dari seluruh penjuru Indonesia, dengan jumlah peminat yang mengalami kenaikan setiap tahun, terutama bertambahnya mahasiswa dari Provinsi Lampung sendiri.

Jurusan Pendidikan Dokter Universitas malahayati angkatan 2017 memiliki total mahasiswa 316 mahasiswa. Dari jumlah tersebut terdapat 197 mahasiswa pendatang yang bukan berasal dari provinsi Lampung, dengan rincian 66 Laki-laki dan 113 Perempuan.

Berikut jumlah mahasiswa dan mahasiswa berdasarkan asal provinsi :

No	Asal Provinsi	Jumlah
1	Jambi	1
2	Bengkulu	10
3	Palembang	27
4	Banten	13
5	Jabodetabek	18
6	Jawa Barat	93
7	Jawa Timur	1
8	Jawa Tengah	1
9	Kalimantan	11
10	Nusa Tenggara Barat	2
11	Papua	2
JUMLAH		179

Tabel 4 Data Mahasiswa Asal Provinsi

Berdasarkan data yang didapatkan, terdapat 179 orang mahasiswa dan mahasiswi yang berasal dari luar provinsi Lampung. Terdapat 11 Provinsi dengan rincian 1 orang dari Jambi, 10 orang dari Bengkulu, 27 orang dari Palembang, 13 orang dari Jabodetabek, 93 orang dari Jawa Barat, 1 orang dari Jawa Timur, 1 orang dari Jawa Tengah, 11 orang dari Kalimantan, 2 orang dari Nusa Tenggara Timur dan 2 orang dari Papua.

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah mengenai "Pengaruh Terpaan Informasi di Media Massa Mengenai Kenaikan Harga Tiket Pesawat terhadap Minat Terus Menggunakan Jasa Transportasi Udara" dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif antara terpaan informasi di televisi mengenai kenaikan harga tiket pesawat terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara. Koefesien determinasi antara kedua penelitian ini sebesar 51.69%.
2. Pengaruh terpaan media massa televisi dengan nilai yang diperoleh peneliti menandakan bahwa televisi tidak lagi menjadi acuan utama ketika mahasiswa membutuhkan informasi termasuk mengenai kenaikan harga tiket pesawat. Walaupun televisi adalah salah satu media massa yang menampilkan audio visual, saat ini mahasiswa lebih tertarik menggunakan layanan media baru sebagai sumber informasi, dilihat dari hasil penelitian dan responden yang lebih gemar menggunakan layanan televisi streaming.

3. Hipotesis Penelitian yang diterima adalah, Ha : Terdapat pengaruh berita kenaikan harga tiket pesawat di televisi terhadap minat terus menggunakan jasa transportasi udara.
4. Informasi di televisi yang menampikan data dengan jelas dan lengkap menarik perhatian masyarakat untuk terus mendapatkan informasi yang kemudian mempengaruhi minat.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka penulis menulis beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media massa televisi sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti lain bisa menggunakan media massa yang berbeda dan juga dapat meneliti lebih jauh lagi mengenai dampak dari terpaan informasi di media massa
2. Dari hasil penelitian ini terbukti terpaan informasi di televisi mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mengubah minat seseorang, dari hasil tersebut diharapkan masyarakat bisa lebih bijak untung mengontrol arus informasi yang diterima melalui televisi agar tidak mendapatkan dampak negatif dari terpaan informasi di televisi

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ardianto, E, Erdinaya, LK 2007, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbiosa Rekatama Media, Bandung.

Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bumi Aksara. Jakarta.

Badjuri, A 2010, *Jurnalistik Televisi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Barus, SW 2010, *Jurnalistik Petunjuk Teknik Menulis Berita*, Erlangga, Jakarta.

Cangara, H 2014, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta.

Danim, Sudarwan, 2004, *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Effendy, OU 2011, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Rosda, Bandung.

Hartingsih 2014, *Komunikasi Massa, Televisi dan Tayangan Kekerasan*, PT. Grafindo Persada, Jakarta.

Hikmat, M. Mahi, 2011, *Metode Penelitian Dalam Prespektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Graha Ilmu, Yogyakarta

Karlinah, Siti, 1999, *Komunikasi Massa*, Penerbit UT, Jakarta

Jalaludin, Rakhmat, 2001, Psikologi Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Junaidi, *"Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi"*, Simbolika Vol 4, (2018): 42-51 Print.

Liliweri, A. 2015, *Komunikasi antarpersonal*, Pernamedia Group, Jakarta.

Martono N, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif: Ananlisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

McQuail, Dennis, 1994, Teori Komunikasi Massa. Jakarta, Erlangga.

Morissan 2008, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, MA Kencana, Jakarta.

Morissan, Corry, AW, Hamid, FU 2013, *Teori Komunikasi Massa*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Mulyana, D 2010, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Rosda, Bandung.

Nurudin 2013, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Prastowo, Andi, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Ar-ruzzmedia. Yogyakarta.

Riswandi 2009, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Jakarta.

Setiawan, B. 2005, *Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Misteri Dengan Tingkat Kecemasan Pada Remaja di SMPN 4 Batang*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi UAD, Yogyakarta.

Silaen, Sofiar, dan Widiyono. 2013, *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media. Jakarta.

Subekti, Sitti, "*Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Terminal Domestik di Bandar Udara Adi Sucipto Yogyakarta*", Warta Penelitian Perhubungan Vol 29, (2017): 277-288 Print.

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung.

Sujarweni, Wiratna, 2014, *Metodologi Penelitian*, PT Pustaka Baru, Yogyakarta.

Sumadi, Suryabrata, 2003, *Metode Penelitian*, Rajawali, Jakarta.

Surya, Mohamad, 2003, *Psikologi Konseling*, Bandung, Pustaka Bani Quraisy.

Suryawati, I 2011, *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Susanto, Ahmad, 2013, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta

Syah, Muhibbin, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung.

Syofian, Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Jakarta.

Wibowo, F 2007, *Teknik Produksi Program Televisi*, Pinus Book Publisher, Yogyakarta.

Widjaja, 2008, *Teori Media*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Skripsi :

Ayu Lestari, 2016, *Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas Ekonomi bisnis Islam*), Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Tersedia di (http://eprints.radenfatah.ac.id/1406/1/AYU%20LESTARI%20%2813190 035%29.pdf) Diakses pada 1 Maret 2019 pukul 21.12 WIB

Putri Atika Lellyana, 2015, *Pengaruh Berita Kecelakaan Pesawat Maskapai Penerbangan AirAsia di Media Online Terhadap Citra Jasa (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Maskapai Penerbangan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta),* Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tersedia di (http://digilib.uin-suka.ac.id/18737/) Diakses pada 26 Februari 2019 pada pukul 18.45 WIB

Siti Ardiyanti, 2012, *Pemberitaan Kecelakaan Pesawat Terbang Komersil Indonesia di Televisi dan Kepercayaan Masyarakat (Studi Korelasi di Perumahan Johor Indah Permai 1 Kota Medan),* Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara. Tersedia di (https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/download/11078 /4789) Diakses pada 26 Februari 2019 pada pukul 20.15 WIB

Sumber Lain:

Survei Penerbangan Domestik 2018

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/20/penumpang-pesawat-penerbangan-domestik-januari-oktober-2018-tumbuh-7 diakses pada 27 Februari 2019 pukul 18.24WIB

Berita Kenaikan Harga Tiket Pesawat

http://www.rakyatpos.com/imbas-kenaikan-harga-tiket-pesawat.html/ diakses pada 27 Februari 2019 pukul 23.10 WIB

Survei Waktu Menonton Televisi

https://nasional.kompas.com/red/2016/03/30/05374961/Survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang diakses pada 4 April 2019 21.45 WIB

Analisis Kinerja Pesawat

https://www.scribd.com/doc/225381805/Jurnal-Analisis-Kinerja-Transportasi-Udara diakses pada 27 Februari 2019 pukul 23.45 WIB

Transportasi Udara

1. http://umum.kompasiana.com/2008/11/17/transportasi-udara/ diakses 27 Februari 2019 pukul 22.34 WIB
2. http://umum.kompasiana.com/2008/11/17/transportasi-udara/ diakses pada 28 Februari 21.15 WIB

Gambaran Umum Universitas Malahayati

Malahayati.ac.id – diakses pada 16 Juli 2019 20.15 WIB