



Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta Pada GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik Pada Gekraf Di Media Sosial Instagram)

SKRIPSI

UNIVERSITAS
Tatsa Aprilia Maharani M.P
(44219010036)
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2024)**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tatsa Aprilia Maharani
Megasari Putri
NIM : 44219010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Opini Mahasiswa
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta Pada
GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF's Paris Fashion Show at
Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik
Pada Gekraf Di Media Sosial Instagram)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Januari 2024



Tatsa Aprilia Maharani
Megasari Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tatsa Aprilia Maharani Megasari Putri
NIM : 44219010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta Pada GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik Pada Gekraf Di Media Sosial Instagram)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing I	: Novi Erlita, S.Sos, M.A	()
NIDN	: 0309118502	
Ketua Penguji	: Yuni Tresnawati, M.Ikom	()
NIDN	: 0326068001	
Penguji Ahli	: Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si	()
NIDN	: 0306047001	

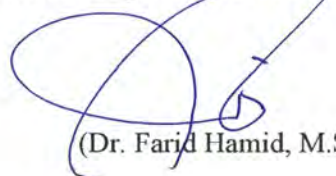
Jakarta, 13 Maret 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tatsa Aprilia Maharani Megasari Putri
NIM : 44219010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta Pada GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF'S Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik Pada Gekraf di Media Sosial Instagram)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini saya tidak memberikan izin dan tidak menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana tidak berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Maret 2024

Yang menyatakan.



(Tatsa Aprilia Maharani Megasari Putri)

ABSTRAK

Nama : Tatsa Aprilia Maharani
Megasari Putri
NIM : 44219010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta Pada GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik Pada Gekraf Di Media Sosial Instagram)
Pembimbing : Novi Erlita, S.Sos, M.A

Informasi dapat dengan mudah menyebarluas di media sosial. Menilik sifat dan aksesibilitas interaksi pada platform media sosial yang juga rapid dan fleksibel. Fenomena tersebut juga sangat berkaitan dengan perilaku kognitif masyarakat dalam mengelola informasi yang diterima melalui platform media sosial.

Apa yang terjadi pada Gerakan Ekonomi Kreatif Nasional (GEKRAF) setelah penyelenggaraan event mereka yang diberi tajuk "Gekraf's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022" membuktikan bahwa kekeliruan informasi yang dipahami dan terlanjur dipublikasikan dapat mengusung opini yang negatif sebagai feedback dari khalayak yang tidak terlebih dahulu mengkonfirmasi kebenaran atau realitas kronologis yang ada di lapangan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami perspektif dan cakrawala mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dalam memahami permasalahan sosial melalui opini publik dalam sudut pandang komunikasi dan mengetahui evaluasi yang diharapkan oleh mahasiswa melalui polemik penyelenggaraan "Gekraf's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022"

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang mana memaparkan konklusi penelitian dalam metode kuantitatif menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian ini ; mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dapat memerincikan permasalahan dengan cukup baik. Sebagian besar menyatakan bahwa GEKRAF memang sangat perlu mengevaluasi berjalannya program-program yang mereka inisiasikan dalam berbagai aspek mulai dari pemberian judul acara yang independen, hingga pra-edukasi untuk perwakilan brand-brand yang diundang dalam perilaku menyebar informasi agar tidak menjadi 'misleading', transparansi atas legalitas judul acara mereka, dan sikap pasca permasalahan mencuat. Kemudian, pada konteks perilaku bermedia sosial masyarakat Indonesia menurut sebagian besar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta masih sangat memerlukan pengayaan dan literasi bermedia sosial dalam lingkup pola perilaku, responivitas terhadap informasi dan pengolahan informasi dalam pembentukan opini publik pada permasalahan yang dikaji.

Kata Kunci : Opini Publik, Misinformasi, Sosial Media

ABSTRACT

Name : Tatsa Aprilia Maharani Megasari Putri
NIM : 44219010036
Study Program : Field of Comm
Title Internship Report : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta Pada GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik Pada Gekraf Di Media Sosial Instagram)
Counsellor : Novi Erlita, S.Sos, M.A

Informations spreading as easily on social media. Considering the nature and accessibility of interactions on social media platforms which are also rapid and flexible. This phenomenon is also closely related to people's cognitive behavior in managing information received via social media platforms.

What happened to the National Creative Economy Movement (GEKRAF) after holding their event which was titled "Gekraf's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022" proves that misinformation which were understood, and has already been published can lead to negative opinions as feedback from an unsuspecting audience which at the initial, has no proving with chronological truth or reality of the problem.

Through this research, researchers want to assess how students of Mercu Buana Jakarta Faculty of Communication respond to misinformation, social media behavior and public opinion responses in this case and explain the criteria obtained through this research.

The purpose of this research is to understand the perspectives and horizons of students of the Faculty of Communication Sciences, Mercu Buana University, Jakarta in understanding social problems through public opinion from a communication perspective and to find out the evaluations expected by students through the polemic of "Gekraf's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022" holding.

This research is a quantitative descriptive method which explains the research conclusions using a quantitative method using a questionnaire.

The results of this research that are the majority of Faculty of Communication of Mercu Buana University of Jakarta's students can detail problems quite well. Most agreed that GEKRAF highly recommended to evaluate the progress of the programs they initiate in various aspects ranging from providing independent event titles, even providing pre- education for invited brand representatives in the behavior of spreading information so that it does not become 'misleading', transparency regarding the legality of event titles, and their communicative solution after problems emerge. Then, in the context of mass social media behavior, according to the majority of Faculty of Communication of Mercu Buana University of Jakarta's students, are still really need to have social media enrichment and literacy in the scope of behavior patterns, responsiveness to information and information processing informing public opinion on the problems being studied.

Keyword : Public Opinion, Misinformation, social media

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis sandarkan kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk segala penyertaan dalam menyokong penempuhan Tugas Akhir skripsi dengan judul Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta Pada GEKRAF Pasca Penyelenggaraan GEKRAF's Paris Fashion Show at Paris Fashion Week 2022 (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Publik Pada Gekraf Di Media Sosial Instagram).

Karya Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat utama dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada program studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta. Terimakasih saya persembahkan kepada segenap pihak-pihak yang turut mendukung penyelesaian karya TA ini, atas pembekalan akademik yang diperoleh. Saya tujukan dengan hormat pada :

1. Dosen Pembimbing Proposal, Ibu Novi Erlita Suryanata, S.Sos, M.A
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Dr. Farid Hamid, M.Si
4. Sekretaris Program Studi Ibu Siti Muslihatul Machmudah, S.Ikom, M.Ikom dan Pak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom
5. Dosen Matakuliah Tugas Akhir, Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah berkontribusi dalam perkuliahan saya hingga penulisan proposal ini (Ibu Yuni Tresnawati S.Sos, M.Ikom dan ibu Rizki Dawanti, M.Psi, Psi)
7. Nurhadi Wijaya, suami saya, yang tidak pernah berhenti mendukung penyelesaian skripsi saya
8. Sahabat-sahabat saya tercinta, dan semuanya yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Semoga segenap ilmu pengetahuan, wawasan, dan pendalaman ilmu yang telah saya peroleh selama menempuh pembelajaran demi pembelajaran hingga dapat menyusun skripsi ini dapat bermakna dan mendukung pembelajaran dalam cakrawala Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 5 Desember 2023

Tatsa Aprilia Maharani
Megasari P

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PEGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.1 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Komunikasi.....	13
2.3 Proses Komunikasi	13
2.4 Unsur-Unsur Komunikasi.....	13
2.5 Elemen Kunci Komunikasi.....	14
2.6 Jenis-jenis Komunikasi	15
2.7 Fungsi Komunikasi.....	15
2.8 Komunikasi Digital.....	15
2.9 Media Baru	16
2.9.1 Kategori Media Baru	16
2.9.2 Karakteristik Media Baru	19
2.10 Media Sosial	20
2.11 CMC (Computer Mediated Communication).....	21

2.12 Fungsi Media Sosial.....	22
2.13 Manfaat Media Sosial	22
2.14 Instagram	23
2.15 Teori Penyebaran Informasi (Spiral Keheningan).....	24
2.16 Hakikat Opini Publik dalam Kehidupan Sehari-hari	25
2.17 Istilah Opini Publik.....	26
2.18 Faktor Pemicu Opini Publik	28
2.19 Bentuk Opini Publik	28
2.20 Proses Pembentukan Opini Publik.....	29
2.21 Faktor Pemicu Munculnya Opini Publik	29
2.22 Karakter Opini Publik.....	29
2.23 Ciri-Ciri Opini Publik.....	30
2.24 Opini Publik Dan Sikap Manusia	31
2.25 Opini publik dari segi ilmu Komunikasi	31
2.26 Opini Publik Sebagai Efek Komunikasi	33
2.27 Pengelolaan Opini (<i>Opinion Development</i>).....	33
2.28 Kemampuan Opini Publik	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Unit Analisis	36
3.4 Operasionalisasi Konsep.....	36
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel	37
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1. Data Primer	41
3.6.2. Data Sekunder	41
3.7 Teknik Analisis Data	41
3.7.1 Uji instrumen	42
3.7.1 Uji Pilot	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
a.Fokus Pengembangan (GEKRAF)	44
b.Struktur Organisasi GEKRAF	44

c.Dewan Pakar GEKRAF	44
d.Dewan Pengurus GEKRAF	45
4.1.1. Hasil Penelitian	46
a.Klarifikasi responden berdasarkan gender	46
b.Hasil Kuesioner	46
4.2 Uji Kualitas Data	47
a.Validitas Instrumen	47
b.Validitas Konstruk	47
c. Reliabilitas Instrumen	48
d. Reliabilitas Konsistensi Internal	48
4.3 Pembahasa (Analisa , Interpretasi hasil Kuesioner dan Perolehan Skor Kuesioner	51
4.3.1 Analisis dan Interpretasi	51
4.3.2 Analisis dan Perolehan Skor Tertinggi dan Terendah	57
a.Analisis Skor Kuesioner Tertinggi	57
b.Analisis Skor Kuesioner Terendah	58
BAB V METODOLOGI PENELITIAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	7
Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep	38
Tabel 4.1.1 Klasifikasi Responden berdasarkan gender (data diolah Peneliti)	46
Tabel 4.1.2 Hasil Kuesioner (data diolah Peneliti)	46
Tabel 4.2.1 Validitas Instrumen (Data diolah Peneliti)	49
Tabel 4.2.2 Realitabilitas Instrumen per Sub Variabel (Data diolah peneliti)	51
Tabel 4.3.2 Presentase Perolehan Skor Kuesioner (data diolah peneliti)	59
Tabel 4.3.3.1 Kuesioner dengan Skor Tertinggi	61
Tabel 4.3.3.2 Kuesioner dengan Skor Terendah	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Klarifikasi GEKRAF	3
Gambar 1.2 Klarifikasi GEKRAF 2	3
Gambar 1.3 Klarifikasi GEKRAF 3	4
Gambar 2.16 Teori Spiral Keheningan	24

