



**PENGARUH FREKUENSI BERITA FENOMENA RAFAEL ALUN
TRISAMBODO DI LINK TIKTOK @KOMPASTVNEWS TERHADAP
CITRA KANTOR WILAYAH DJP JAKARTA SELATAN II**

(Survei pada *followers* TikTok Kompas TV)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:

Disusun Oleh :

Nida Farhana (44220010180)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA 2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Farhana

NIM : 44220010180

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Berita Rafael Alun Trisambodo Di Tiktok Terhadap Citra Kantor DJP Jakarta Selatan II (Survei Pada Followers TikTok Kompas TV)

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.

Jakarta, 10 Juli 2024

Nida Farhana



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nida Farhana
NIM : 44220010180
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Berita Rafael Alun Trisambodo Di Tiktok Terhadap Citra Kantor DJP Jakarta Selatan II (Survei Pada Followers TikTok Kompas TV)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Dr. Santa Lorita Simamora, M. Si
NIDN : 0015037001
Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M. Si
NIDN : 0319027201
Penguji Ahli : Prof. Dr. Nur Kholisoh
NIDN : 0306047001




UNIVERSITAS

Jakarta, 10 Juli 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Faria Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR**

Formulir Pernyataan Keabsahan Dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Farhana

NIM : 44220010180

Fakultas / Prodi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Jenis Karya* : Skripsi, Tugas Akhir, Tesis, Disertasi,

Lainnya :

Judul Karya : Pengaruh Frekuensi Berita Fenomena

Rafael Alun Tisambodo di LINK TIKTOK @komcastnews

Terhadap Citra Kantor Wilayah DJP Jakarta Selatan II

menyatakan bahwa sebagai berikut:

1. Tugas akhir saya adalah sah hasil revisi terakhir setelah sidang dan telah mendapat persetujuan dari pembimbing.

2. Saya setuju* (bahwa tugas akhir saya dipublikasi) / ~~tidak setuju~~ (hanya disimpan dan tidak di-onlinekan/publikasi) pada Repository Universitas Mercu Buana melalui <http://repository.mercubuana.ac.id>, karena :

- Akan dipresentasikan sebagai makalah pada Seminar Nasional
.....
yang diprediksi akan dipublikasikan sebagai prosiding pada
(bulan/tahun terbit)
- Akan diterbitkan pada Jurnal Nasional* / Internasional* yaitu
..... yang diprediksi akan dipublikasikan pada
..... (bulan/tahun terbit)
- Tidak di-onlinekan/publikasi karena
.....

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

Jika tidak setuju, centang salah satu

Jakarta, 16 Agustus 2024



(Nida Farhana)
44220010180

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunianya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Frekuensi kemunculan Berita fenomena Rafael Alun Trisambodo di link TikTok @kompastvnews terhadap citra kantor Wilayah DJP Jakarta Selatan II pada followers TikTok Kompas TV”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

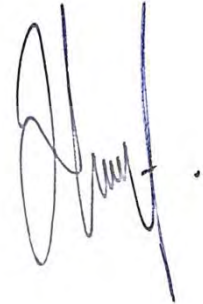
Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof . Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si., Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku ketua Program Studi Ilmu komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada peneliti dalam penelitian skripsi ini.
5. Dr S.M Niken Restaty, M.Si, Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Segenap Dosen *Public Relations* Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Keluarga penulis, terutama Orang tua dan Saudara-saudara kandung peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tidak terhingga selama ini.
8. Teman-teman penulis, yaitu Nabiilah Andisi, Tharisya Emilia, Maharani Puspitasari, Inayah Hasanah, Nurul Zulfa, Reynalda Shera, Nur Fadhilah, Carlysia Chiara, dan masih banyak yang penulis tidak bisa sebutkan yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dengan segala keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi perkembangan Public Relations.

Jakarta, 16 Juni 2024



Nida Farhana

Peneliti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Teori Teori S-O-R (Teori Stimulus- Organism-Respon).....	21
2.2.2 Teori Efek Terbatas	24
2.2.3 Teori Citra	26
2.2.4 Frekuensi Berita	32
2.2.5 Aplikasi Tiktok	34
2.3 Hipotesis Teori.....	34

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel	37
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	39
3.4.1 Definisi Konsep	39
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Data Primer	42
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.5.3 Uji Validitas dan Reabilitas.....	43
3.6 Teknik Analisa Data	47
3.6.2 Uji regresi Linear Sederhana.....	48
3.6.3 Analisa Koefisien Determinasi	48
3.6.4 Uji Hipotesis	48

BAB IV

PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian (Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jakarta Selatan II)	50
4.2 Karakteristik Responden.....	52
4.2.1 Usia Responden	53
4.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	53
4.2.3 Pekerjaan Respoden	54
4.2.4 Domisili Responden.....	54
4.2.5 Responden pengikut Akun Tiktok @kompastvnews.....	55
4.2.6 Responden yang mengetahui berita Rafael di akun Tiktok @kompastvnews	55

4.3	Karakteristik Variabel	56
4.3.1	Frekuensi Jawaban Respon Variabel Popularitas (X)	56
4.3.2	Frekuensi Jawaban Respon Variabel Brand Image (Y)	61
4.4	Analisis Statistik	67
4.4.1	Hasil Analisis Uji Regresi.....	67
4.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
4.4.3	Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	69
4.5	Pembahasan	69
 BAB V		
	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	74
5.2.1	Saran Akademis	74
5.2.2	Saran Praktis	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN.....	79



 UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrix Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi konsep.....	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Frekuensi Berita (X).....	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (Y).....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas Frekuensi Berita (X).....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan (Y).....	46
Tabel 3.6 Skala Likert.....	47
Tabel 3.7 Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	54
Tabel 4.5 Pengikut akun Tiktok @kompastvnew.....	55
Tabel 4.6 Responden yang mengetahui berita Rafael di akun Tiktok @kompastvnews.....	55
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Popularitas (X).....	56
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Brand Image (Y).....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	69

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik penggunaan TikTok di Indonesia	3
Gambar 1.2 Akun Tiktok @kompastvnews	5
Gambar 2.1 Teori S-O-R (Effendy, 1993:225)	23
Gambar 2.2 Komponen Kriteria Obyektivitas	33
Gambar 2.3 Logo Aplikasi Tiktok.....	34



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 Print out Perhitungan Statistik	83
Lampiran 3 Penyebaran Kuesioner Via TikTok	113
Lampiran 4 Riwayat Hidup (<i>Curriculum Vitae</i>)	116



UNIVERSITAS
MERCU BUANA