

Pengaruh Pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” di Televisi Terhadap Tingkat Kecemasan Pelanggan Netflix Indonesia

Rhein Valdaw Kalangi, Ido Perijana Hadi, & Fanny Lesmana, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

m51415057@john.petra.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” di Televisi terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix di Indonesia. terpaan media massa dapat menyebabkan kecemasan orang meningkat karena kedekatan pesan yang disampaikan kepada *audience*. Tingkat kecemasan meningkat pada setiap orang namun masing-masing berbeda tergantung terpaan yang diterima oleh pemirsa. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner, dan hasilnya dianalisa menggunakan analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix di Indonesia.

Kata Kunci: Pengaruh, Pemberitaan KPI, Kecemasan

Pendahuluan

Pada tanggal 13 Agustus 2019 KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) memberikan pernyataan bahwa KPI akan mulai turut serta mengawasi media baru seperti Youtube dan Netflix seperti yang tertera dalam video pemberitaan oleh media Kompas TV “KPI Tajamkan Mata Di Youtube dan Netflix” dengan pernyataan ini pelanggan Netflix maupun masyarakat yang tidak setuju jika KPI turut serta dalam mengawasi penyiaran oleh Youtube dan Netflix. Netflix yang berasal dari Amerika Serikat ini memungkinkan pengguna menonton tayangan kesukaan dimana pun, kapan pun, dan hampir lewat medium apa pun (smartphone, smartTV, tablet, PC, dan laptop). Netflix sendiri sudah tersedia di 190 negara, termasuk Indonesia. Hingga akhir tahun 2016, layanan yang didirikan Marc Randolph and Reed Hastings tersebut menargetkan 200 negara bisa menjajal Netflix (Akhirnya Masuk Indonesia, Netflix Itu Apa?,2016,teknokompas.com). Berdasarkan data dari nakono.com pelanggan *streaming* Netflix Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 total pelanggan Netflix Indonesia mencapai 95 ribu pelanggan. Pada 2018 pelanggan Netflix Indonesia tumbuh 2.5 kali lipat menjadi 237,3 ribu pelanggan. Pada tanggal 13 Agustus 2019 KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) memberikan pernyataan bahwa KPI akan mulai turut serta mengawasi media baru seperti

Youtube dan Netflix seperti yang tertera dalam video pemberitaan oleh media Kompas TV “KPI Tajamkan Mata Di Youtube dan Netflix” dengan pernyataan ini pelanggan netflix maupun masyarakat yang tidak setuju jika KPI turut serta dalam mengawasi penyiaran oleh Youtube dan Netflix. Kecemasan merupakan bagian dari sikap afektif. Seperti dikatakan Yuliandri (2000, p.18) salah satu efek dari penerimaan pesan (informasi) adalah perasaan cemas yang berkaitan dengan efek afektif. Di sini peneliti ingin mengetahui efek pemberitaan Televisi sebagai salah satu bentuk media massa terhadap kecemasan masyarakat setelah menonton berita mengenai wacana KPI dalam mengawasi Netflix. Ada peneliti pendahulu yang dilakukan oleh Hendra Gunawan mahasiswa Universitas Kristen Petra angkatan 2017 dengan judul Pengaruh Pemberitaan Lumpur Lapindo di surat kabar terhadap Tingkat Kecemasan Masyarakat Surabaya. Dalam penelitian tersebut terdapat Pengaruh Pemberitaan Lumpur Lapindo di surat kabar terhadap tingkat kecemasan masyarakat Surabaya dalam penelitian ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh. Terdapat penelitian lain dengan judul Pengaruh Pemberitaan Kopi Sianida di TV One terhadap persepsi penerapan hukum di Indonesia yang dilakukan oleh Tria Hermalis mahasiswa Universitas Islam Negeri. Dalam penelitian tersebut dibuktikan bahwa terdapat pengaruh pemberitaan kopi sianida terhadap persepsi hukum di Indonesia diketahui ada hubungan yang sedang terhadap variabel X dan Y. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Ramdhania mahasiswa Universitas Lampung yang meneliti mengenai pengaruh pemberitaan kasus dugaan korupsi E-KTP Setya Novanto di media terhadap tingkat kepercayaan publik pada DPR-RI mengatakan bahwa ada pengaruh pemberitaan kasus dugaan korupsi E-KTP Setya Novanto di media terhadap tingkat kepercayaan publik pada DPR-RI. Perbedaan penelitian terletak pada pengaruh yang ditimbulkan.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah : “Apakah Pengaruh yang ditimbulkan oleh pemberitaan KPI Awasi Media Baru terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix?”

Tinjauan Pustaka

Pengertian dan Fungsi Pers

Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni dalam arti luas dan sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, televisi, dan radio. Dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak. Yakni surat kabar, majalah, dan buletin kantor berita (Effendy, 1993, p. 145). Adapun fungsi pers adalah:

- a. Menyiarkan informasi
Menyiarkan informasi merupakan fungsi pers yang pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal yang ada di belahan dunia.
- b. Fungsi mendidik
Fungsi surat kabar yang kedua adalah mendidik. Sebaagi sarana pendidikan massa (*mass education*), surat kabar memuat tulisan-tulisan

yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita dapat juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana.

c. Fungsi Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat di surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*). Maksud pemuatan isi yang mengandung hiburan, semata-mata untuk melepaskan ketegangan setelah pemirsa menonton berita.

d. Fungsi mempengaruhi

Fungsi yang keempat inilah, yakni fungsi mempengaruhi, yang menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Surat kabar bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan *social control*, terhadap pemberitaan mereka. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar, secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. (Effendy, 1993, p. 149-150).

Dalam penelitian ini, fungsi pers yang digunakan adalah fungsi informasi dimana televisi telah memberikan informasi mengenai KPI awasi media baru. Bagian ini menjelaskan mengenai konsep-konsep atau teori-teori yang dipakai di dalam penelitian Anda. Tidak semua konsep atau teori yang Anda pakai di skripsi harus dimasukkan. Yang perlu dituliskan disini adalah konsep-konsep atau teori-teori yang primer atau yang utama di dalam penelitian Anda. Yang dimaksud dengan utama adalah konsep atau teori yang Anda pakai untuk mengukur (dijadikan definisi konseptual dan operasional dalam penelitian Anda). Atau, konsep atau teori yang dipakai untuk menjelaskan/mendalami sebuah fenomena.

Penjelasan teori atau konsep yang digunakan harus diupayakan untuk ringkas tetapi padat. Jika ada bagan atau pun skema yang berkaitan dengan konsep utama Anda, maka silahkan dimasukkan di dalam bagian tinjauan pustaka.

Terpaan Media

Terpaan media menurut Shore (1985, p.26) tidak hanya menyangkut apakah secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang terjadi pada tingkat individu maupun kelompok. Terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdinaya, 2006, p.164).

Penggunaan media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya. Lebih lanjut Ardianto dan Erdinaya (2005, p. 164) menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan).

Berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), sedangkan untuk durasi penggunaan media dapat dilihat dari berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama

khalayak mengikuti suatu program. Selain kedua hal itu, menurut Rakhmat (2003, p. 55) hubungan antara khalayak dengan isi media itu juga berkaitan dengan perhatian (*attention*). Menurut Andersen (dalam Rakhmat, 2003, p.66) mendefinisikan *attention* sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli yang lainnya sedang lemah/melemah. Dalam menerima terpaan media frekuensi dan durasi adalah hal yang pasti dimiliki oleh seseorang namun tidak semua orang yang mendapat terpaan media memiliki atensi yang kuat. Dari teori mengenai terpaan media ini, maka peneliti mengukur terpaan media berdasarkan pada frekuensi, durasi, dan atensi.

Tingkat Kecemasan

Salah satu efek dari penerimaan pesan adalah perasaan cemas yang berkaitan dengan efek afektif. Kecemasan merupakan respon subyektif individu terhadap situasi, ancaman, atau stimulus eksternal (Yuliandri, 2000, p.28). Atkinson dan Hilgrad (1993. p.403) mendefinisikan kecemasan sebagai suatu keadaan emosi yang tidak menyenangkan yang ditandai oleh perasaan takut, tercekam, khawatir, dan bingung.

Kecemasan sebagai *intervening variabel* yaitu suatu kondisi yang mempengaruhi hubungan stimulus respon. Artinya, kecemasan tidak dapat diketahui secara tidak langsung dari akibat-akibat yang ditimbulkan. Sedangkan beberapa reaksi yang ditimbulkan akibat adanya kecemasan adalah (McPhail, 2004, p.20):

- a. Timbul gangguan fisik seperti jantung berdebar, berkeringat, otot-otot menegang, tenggorokan kering, gemetar, merasa sakit, pusing, dan lain-lain,
- b. Sulit berkonsentrasi
- c. Merasa khawatir atau ingatan-ingatan yang tidak menyenangkan muncul dalam pikiran,
- d. Ketakutan yang hebat pada situasi tertentu dan berusaha menghindari situasi tersebut.
- e. Serangan panik yang datang tiba-tiba.
- f. Gangguan tidur, misalnya mimpi buruk.

Dari penjelasan McPhail di atas dapat dijelaskan bahwa kecemasan muncul dari dalam diri seseorang dalam bentuk ganggaun fisik, sulit berkonsentrasi, timbul kekhawatiran dan ketakutan, dan juga munculnya gangguan tidur. Menurut Prabowo (2005. p.45) tinggi rendahnya kecemasan dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Yaitu:

- a. Tingkat konsumsi media (terpaan media)
Tingkat konsumsi media berkaitan dengan seberapa sering mengkonsumsi media dan intensitas konsumsi.
- b. Pengalaman individu
Individu yang pernah menjadi korban ataupun saksi akan mengalami tingkat kecemasan yang berbeda dengan yang hanya memperoleh informasi.
- c. Interaksi Individu

Interaksi individu dengan keluarga, teman, dan tetangga mempengaruhi tinggi rendahnya kecemasan.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang terjadi pada tingkat individu maupun kelompok. Terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdinaya, 2006, p.164). Ardianto dan Erdinaya (2005, p. 164) menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan), berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), sedangkan untuk durasi penggunaan media dapat dilihat dari berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program. Selain kedua hal itu, menurut Rakhmat (2003, p. 55) hubungan antara khalayak dengan isi media itu juga berkaitan dengan perhatian (*attention*). Menurut Andersen (dalam Rakhmat, 2003, p.66) mendefinisikan *attention* sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli yang lainnya sedang lemah/melemah. Dalam menerima terpaan media frekuensi dan durasi adalah hal yang pasti dimiliki oleh seseorang namun tidak semua orang yang mendapat terpaan media memiliki atensi yang kuat. Dari teori mengenai terpaan media ini, maka peneliti mengukur terpaan media berdasarkan pada frekuensi, durasi, dan atensi. Dampak yang ditimbulkan dari penerimaan pesan adalah perasaan cemas yang berkaitan dengan efek afektif. Kecemasan merupakan respon subyektif individu terhadap situasi, ancaman, atau stimulus eksternal (Yuliandri, 2000, p.28). Atkinson dan Hilgrad (1993, p.403) mendefinisikan kecemasan sebagai suatu keadaan emosi yang tidak menyenangkan yang ditandai oleh perasaan takut, tercekam, khawatir, dan bingung. Dalam penelitian ini indikator yang saya gunakan untuk mengukur terpaan media adalah frekuensi, durasi dan atensi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, metode survey menggunakan kuesioner sebagai instrument dalam pengumpulan data. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang jumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2009, p.59). survey digunakan sebagai alat untuk alat bantu kuesioner dalam mengukur pengaruh pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” di televisi terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix Indonesia.

Pada bagian ini, silahkan Anda jelaskan mengenai konsep utama yang dipakai di dalam penelitian ini. Jika Anda memakai metode kuantitatif, maka silahkan Anda menuliskan metode apa yang dipakai, misalkan “metode yang dipakai di dalam

penelitian ini adalah metode survei”. Silahkan Anda jelaskan mengenai indikator-indikator yang dipakai, misalkan “indikator yang saya pakai untuk mengukur kepuasan adalah informative, diversion, social connection, dan personal”. Jika Anda memakai metode kuantitatif, maka silahkan Anda menuliskan metode apa yang dipakai, misalkan “metode yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode studi kasus”. Silahkan Anda jelaskan mengenai konsep yang dipakai di dalam menjelaskan fenomena ini. Konsep ini bisa berisi kategorisasi-kategorisasi yang Anda pakai untuk membaca/menjelaskan fenomena ini. Jangan lupa menuliskan sumber.

Subjek Penelitian

Populasi adalah jumlah keseluruhan satuan analisis yang merupakan sasaran dari penelitian (Gulo, 2003, p. 77). Disini populasi yang peneliti gunakan adalah pelanggan Netflix di Indonesia yang berjumlah 231,3 ribu pelanggan, sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Netflix di Indonesia, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, berusia 17-40 tahun yang berlangganan Netflix dan pernah menonton berita mengenai KPI Awasi Media Baru di televisi minimal 2 kali selama seminggu terakhir sejak peneliti menyebarkan kuesioner. Pemilihan usia di atas 17-40 tahun dikarenakan pada usia tersebut seseorang telah menginjak usia dewasa (Hurlock, 2004, p.259), sehingga dianggap mempunyai pemikiran yang rasional dalam menjawab pertanyaan yang ada di kuesioner. Jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 88 responden.

Jelaskan mengenai populasi, sampling dan teknik pengambilan sampling dalam satu paragraf ini. Jangan lupa sebutkan mengenai jumlah populasi dan samplingnya. Jika memakai metode kualitatif, silahkan jelaskan mengenai sasaran penelitian dan unit analisis. Bahkan, kriteria informan (jika menggunakan).

Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini, Uji Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk melakukan uji validitas, metode yang kita lakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan *score* pertanyaan secara keseluruhan. Apabila suatu saat alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Setelah uji validitas dan reliabilitas maka masuk pada analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah itu masuk ke uji pengaruh karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh terpaan media dari pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” uji pengaruh dilakukan dengan menggunakan Uji t.

Jelaskan mengenai teknik analisis data yang Anda gunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis data akan mengikuti metode penelitian Anda. Silahkan dijelaskan secara ringkas dalam satu paragraf juga.

Temuan Data

Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas diperlukan untuk memeriksa apakah pertanyaan yang diberikan sudah sudah mengukur apa yang seharusnya diukur. Hipotesis dari validitas adalah :

Ho: skor butir pertanyaan memberikan korelasi positif dengan total skor konstruk.

H1: skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Tabel 1. Validitas dari atensi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
At1	13,5500	10,058	,740	.	,865
At2	15,7333	14,340	,826	.	,834
At3	14,0833	13,467	,786	.	,831
At4	13,8833	14,839	,654	.	,861
At5	14,4167	12,812	,705	.	,846

Dalam tabel 4.1 menunjukkan pengukuran validitas tiap pertanyaan dari variabel independen atensi dengan menggunakan software SPSS. dalam tabel tersebut variabel independent atensi diukur dengan menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dapat dinyatakan valid apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0.70 (Nunnally, 1994). maka dalam pertanyaan pada variabel independen atensi layak untuk digunakan.

Tabel 2. Validitas dari kecemasan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kc1	20,7733	29,023	,820	.	,865
Kc2	35,8667	67,913	,927	.	,781
Kc3	37,0400	67,709	,638	.	,791

Kc4	36,4733	61,968	,792	.	,764
Kc5	35,8400	65,960	,663	.	,785
Kc6	35,9067	64,350	,806	.	,771
Kc7	35,9400	71,879	,381	.	,816

Suatu konstruk dinyatakan valid apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.70 (Nunnaly, 1994). Pada 2 tabel di atas semua nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.70. maka variabel independen dan dependen bisa dikatakan valid dan layak digunakan. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang digunakan benar-benar baik atau stabil dalam mengukur hal yang akan diukur oleh peneliti.

Tabel 3. Reliabilitas Atensi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,874	,896	5

Tabel di atas menunjukkan nilai total dari 5 pertanyaan pada variabel independen atensi dinyatakan baik dan layak karena dalam tabel tersebut nilai cronbach's alpha menunjukkan nilai di atas 0.70.

Tabel 4. Reliabilitas Kecemasan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,815	,902	7

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa tiap pertanyaan pada variabel dependen dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha dalam pertanyaan di variabel

dependen menunjukkan angka di atas 0.70. Nilai Cronbach's Alpha dari kedua variabel yaitu Atensi dan Kecemasan menunjukkan di atas angka 0.70 maka dengan ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dapat diandalkan dan layak.

Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel (Ghozali,2007).

Tabel 5. koefisien deteminant (R^2)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,128 ^a	,017	,005	,72494	,017	1,444	1	86	,233	1,821

a. Predictors: (Constant), Kctot

b. Dependent Variable: Attot

Dalam tabel di atas nilai R^2 menunjukkan angka positif 0.005 dan nilai dari standar error estimate (SEE) sebesar 0.72494 semakin kecil nilai SEE maka akan semakin tepat memprediksi variabel dependen (kecemasan). Dari data di atas maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut mampu untuk menjelaskan variabel independen (atensi).

Uji t berguna untk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menjelaskan mengenai variasi variabel dependen.

Hipotesis dari uji t menjadi :

$$H_0: b_i = 0$$

$$H_1: b_i \neq 0$$

Tabel 6. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,253	,488		6,673	,000
	Attot	,145	,121	,128	1,202	,233

a. Dependent Variable: Kctot

Dari tabel di atas nilai signifikan dari variabel independent atensi sebesar 0.233 nilai tersebut berada jauh di atas 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 dari variabel independen atensi dapat diterima.

Analisis dan Interpretasi

Terpaan media menurut Shore (1985, p.26) tidak hanya menyangkut apakah secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang terjadi pada tingkat individu maupun kelompok. Terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdinaya, 2006, p.164).

Salah satu efek dari penerimaan informasi adalah perasaan cemas yang berkaitan dengan efek afektif. Kecemasan merupakan respon subyektif individu terhadap situasi, ancaman, atau stimulus eksternal (Yuliandri, 2000, p.18). Atkinson dan Hilgrad (1993, p.403) mendefinisikan kecemasan sebagai suatu keadaan emosi yang tidak menyenangkan dan ditandai oleh perasaan takut, tercekam, khawatir, dan bingung.

Dalam pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana dengan menggunakan ketentuan nilai sig. 0.05, mendapat temuan bahwa tidak adanya pengaruh mengenai pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix Indonesia. hal ini terlihat dari nilai

sig. yang diperoleh sebesar 0.233 maka H_0 diterima. dari data hasil tabulasi terlihat bahwa terpaan media yang diterima oleh responden cenderung rendah.

Sebelumnya di bab 2 mengenai efek komunikasi massa mengenai efek afektif disebutkan bahwa efek afektif dari komunikasi massa bukan hanya memberitahu khalayak tentang sesuatu namun masyarakat dapat turut merasakan perasaan sedih, cemas, iba dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti tidak melihat pengaruh dari pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix Indonesia. dikarenakan nilai sig pada uji T nilai sig menunjukkan angka 0.233 dimana jauh dari ketentuan nilai sig yaitu 0.05. dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa efek afektif yang dimiliki oleh media massa dalam pemberitaan wacana KPI Awasi Media Baru tidak berdampak pada kecemasan pelanggan Netflix di Indonesia. menurut peneliti hal ini bisa terjadi dikarenakan pesan dalam pemberitaan tersebut kurang baik dan banyak *platform* yang juga menyediakan berbagai macam film untuk dinikmati maka pelanggan Netflix bisa berpindah ke *platform* lain untuk menonton film.

Simpulan

Melalui rumusan masalah apakah terdapat pengaruh dari pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” di televisi terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix Indonesia. dalam penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang ditimbulkan dari pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” terhadap tingkat kecemasan pelanggan Netflix Indonesia. hal ini dapat dilihat dari uji pengaruh yang telah dilakukan melalui uji T yang mendapat angka sebesar 0.233, angka tersebut jauh dari 0.05. diperlukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk kualitatif dalam bentuk fenomenologi agar mampu memperoleh data yang lebih tajam dari pelanggan Netflix di Indonesia atas dampak yang ditimbulkan dari pemberitaan “KPI Awasi Media Baru” di televisi.

Berisi poin utama dalam penelitian ini yang menjawab rumusan masalah penelitian. Silahkan Anda jelaskan jawaban Anda terhadap rumusan masalah yang tertulis bagian Pendahuluan. Pada bagian ini juga bisa disebutkan mengenai rekomendasi penelitian berikutnya yang diperoleh dari analisis topik Anda. Berikanlah rekomendasi yang berkaitan dengan topik Anda.

Daftar Referensi

- Ardiyanto, Erdinaya. (2005). *Komunikasi massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Atkinson, R., Atkinson, R.C., & Hilgrad, E.R. (1993). *Introduction to psychology*. New York: Hacourt Brace Jovanovich.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, teori, daan filsafat komunikasi*. Bandung :

PT. Remaja Rosdakarya.

Gulo, W. (2003). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo

Ghozali, I. (2007). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Prabowo, Gunawan Eko, & Emrus. (Januari 2005). Pengaruh Tayangan Informasi Kriminalitas di Televisi Terhadap Tingkat Ketakutan Ibu Rumah Tangga Pada Kejahatan. *Jurnal Ilmiah Communique* 1(2),45.

Rakhmat, Jalaluddin. (2003). *Psikologi komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset

Shore, Larry. (1985). *Mass media for development reexamination of access exposure and impact, communication the rural third world*. New York : Praeger.