

HUBUNGAN SIKAP KOMPUTER AKTIF
DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

(Analisis Isi Artikel Perlindungan Konsumen Di Majalah Komputer Aktif
Rubrik Konsumen Aktif edisi 1 Januari- 30 Desember 2004)

KOMPUTER AKTIF ATTITUDE RELATION
AND CONSUMER PROTECTION IN INDONESIA

(Content Analysis of Consumerism's Article In Komputer Aktif Magazine
Konsumen Aktif's Rubric January 1 until Desember 30, 2004 Editions)



Zeni Setiawan

2000 053 0051

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

HUBUNGAN SIKAP KOMPUTER AKTIF

DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

(Analisis Isi Artikel Perlindungan Konsumen Di Majalah Komputer Aktif
Rubrik Konsumen Aktif edisi 1 Januari- 30 Desember 2004)

KOMPUTER AKTIF ATTITUDE RELATION

DAN CONSUMER PROTECTION IN INDONESIA

(Content Analysis of Consumerism's Article In Komputer Aktif Magazine
Konsumen Aktif's Rubric January 1 until Desember 30, 2004 Editions)

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Strata -1 (S-1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Zeni Setiawan

2000 053 0051

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

SKRIPSI

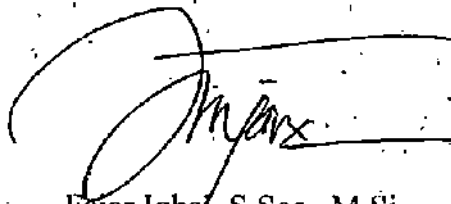
Telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari/ Tanggal : Selasa, 9 Mei 2006
Tempat : Laboratorium Ilmu Komunikasi Lantai II
Kampus Terpadu UMY

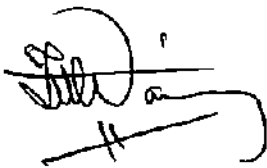
TIM.PENGUJI

Ketua



Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si

Penguji I



Zubdan Aziz S ID S Sa

Penguji II



Vani Daulan S ID SE MM



Aktor dibilang hebat bukan karena posisinya sebagai endorser utama, tapi posisi apapun termasuk figuran dan pembantu umum yang mampu berakting secara detail, dan dedikasi tinggi di panggung (zeni)

**Karya ini
kupersembahkan untuk :**

Ayahanda Sutrisno

Ibunda Sriyati

Budhe Suparti

Kakakku Wahyu Eka Wati

Adikku Tri Setyaningrum

Adikku Titin

Created with

 **nitro**PDF^{professional}

download the free trial online at nitropdf.com/professional

Motto hidup

Reach a big deal with thinking and try hard and more
(Anandayu NA, auditor, Spvisor Further)

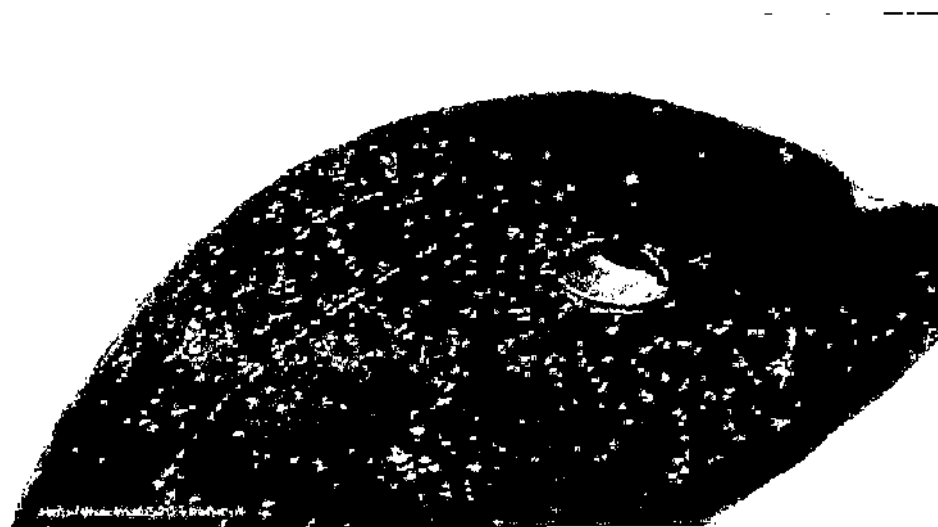
Buat apa kita tahu hari esok, kalau hari ini kita tidak
melakukan sesuatu yang penting
(Mario Teguh, bussines, eveciveness consultant)

Ada berarti tidak ada , tidak ada berarti ada
(biksu Tong Sam Chong)

Learn without thinking is useless, thinking without
learning is danger (Confucius)

Education make a community easy to lead but difficult
to direct, easy to order but difficult to
enslave (anonymous)

read a book growth our mind setup of thinking and not
become a foolish nations (zeni)



Alhamdulillah.....
akhirnya tugas akhir ini bisa terselesaikan juga
terima kasih kepada siapapun yang telah mengajarku sebuah

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap
(Q.S Al-Insyirah : 6-8)

Ridha Allah berada dalam ridha kedua orang tua.

... Allah berada dalam kemarahan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sekalipun dengan melewati beberapa aral rintangan, namun akhirnya dapat terselesaikan dan mampu menunjukkan hasil uji dari gejala-gejala yang diamati dalam penelitian ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala batas kemampuan yang dimiliki.

1. The Great Creator (Allah SWT) for all miracle and amenity which have been passed to the writer
2. Rektor Universitas, Bapak Dr. Chairudin bashori
3. Dekan fisipol, Bapak Bambang Eka Cahya W, S.IP
4. Ketua Jurusan dan sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Ibu Tri Hatuti N.R., S.Sos., M. Si dan Bapak Aswad Iskhak, S.IP
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Sidan Bapak Zuhsan Aziz, S.IP, S.Sn. "Terimakasih sudah sabar membimbing saya.....".
6. Dosen Penguji Skripsi, Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM

8. Pak Ahmad Husin, TU Jurusan Komunikasi, atas kemudahan melengkapi berkas administratif.
9. Pemred Majalah Komputer Aktif, Bapak Antyo Rentjoko yang telah memberi izin penulis melakukan penelitian dan *interview* seputar rubrik konsumen aktif yang dikelola.
10. Redaktur Pelaksana Majalah Komputer Aktif, Bapak Farid Wahdiono
11. Redaktur Majalah Komputer Aktif, Bapak Pramana Sukmajati, terimakasih atas suasana yang nyaman di ruangan redaksi.
12. Ibu Alni, PD II Fakultas Ekonomi UMY atas petunjuk analisis statistiknya
13. Bapak Asnawi Adi Harju, Dosen Jurusan Ekonomi UMY
14. Teman- teman jurusan IK 2000

Semoga segala yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT, Amin. Penulis minta maaf jika, jika dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, dan sekali lagi, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian berikutnya.

Wassalamualaikum Wr Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka	9
1. Konsumen Periklanan dan Hukum Pers.....	9
2. Pengetahuan Masyarakat	
Terhadap Pemberitaan Media Massa.....	12
3. Saran dan Harapan Masyarakat	
Terhadap Pemberitaan Media Massa.....	14
F. Kerangka Teori Dan Pemikiran.....	15
a. Kerangka Teori.....	15
1. Pemberitaan (news) Media Massa	15
2. Penulisan Berita.....	17
3. Objektivitas Berita.....

b. Kerangka Pemikiran.....	26
1. Menentukan variabel penelitian.....	26
2. Hubungan antar variabel.....	26
3. Langkah-Langkah Penelitian.....	27
a. Identifikasi permasalahan.....	27
b. Menyusun landasan teori.....	28
c. Merumuskan hipotesis.....	28
d. Merumuskan definisi konsep dan operasional.....	29
e. Memilih instrument penelitian.....	29
f. Menentukan subjek penelitian.....	29
g. Mengumpulkan data.....	30
h. Mengolah data.....	30
G. Hipotesis.....	30
H. Definisi Konseptual dan Operasional.....	32
1. Definisi Konseptual.....	32
2. Definisi Operasional.....	33
a. Tema isi pesan “Perlindungan Konsumen”.....	33
b. Tingkat isi pesan.....	38
c. Sikap media.....	39
d. Narasumber berita.....	40
J. Metode Penelitian.....	41
a. Jenis penelitian	41
b. Objek Penelitia.....	41
c. Waktu dan tempat Penelitian.....	42
d. Teknik pengumpulan data.....

1. Analisis Isi.....	45
2. Pengkodingan dan pengukuran.....	46
3. Validitas.....	47
2. Reliabilitas.....	48
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	50
A. Sejarah dan Perkembangan majalah <i>Komputer Aktif</i>.....	50
B. Rubrik-rubrik dalam majalah <i>Komputer Aktif</i>	
yang bernuansa edukasi pada konsumen.....	53
1. Rubrik <i>Barang Baru</i>	53
2. Rubrik <i>Konsumen Aktif</i>	54
C. Kerjasama.....	58
D. Profil Majalah <i>Komputer Aktif</i>.....	59
1. Logo.....	59
2. Slogan.....	59
3. Cover (halaman depan) Majalah <i>Komputer Aktif</i>	60
4. Visi dan Misi <i>Komputer Aktif</i>	63
5. Nilai-nilai Filosofis.....	63
6. Khalayak Sasaran.....	63
7. Perumusan Produk.....	64
8. Penerapan Rumusan.....	64
9. Penetapan Posisi.	67
10. Sosok Kehadiran.	67
11. Penerbit.....	67
12. Penerbit.....	60

BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	70
A. Gambaran Umum Penelitian	70
B. Uji Reliabilitas.....	81
C. Analisis Data Dan Intepretasi Data Komputer Aktif terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia.....	92
 BAB IV PENUTUP.....	 115
A. KESIMPULAN.....	115
B. SARAN-SARAN.....	120
1. Terhadap Pers	120
2. Terhadap Pemerintah	124
3. Terhadap Dan Masyarakat	126

DAFTAR TABEL

A. Tabel 1 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	27
B. Tabel 2 UNIT ANALISIS DAN KATEGORI.....	33
C. Tabel 3 POPULASI PENELITIAN.....	73
D. Tabel 4 SAMPEL PENELITIAN.....	74
E. Tabel 5 SEBARAN UMUM DATA PENELITIAN.....	76
F. Tabel 6 SEBARAN KATEGORI BERITA MENURUT TEMA BERITA.....	78
G. Tabel 7 SEBARAN KATEGORI BERITA MENURUT TINGKAT ISI PESAN.....	80
H. Tabel 8 SEBARAN KATEGORI BERITA MENURUT NARASUMBER BERITA.....	81
I. Tabel 9.1 PENGHITUNGN INDEKS (Pi) KODING I.....	85
J. Tabel 9.2 PENGHITUNGN INDEKS (Pi) KODING II.....	86
K. Tabel 9.3 PENGHITUNGN INDEKS (Pi) KODING I.....	88
L. Tabel 9.4 PENGHITUNGN INDEKS (Pi) KODING II.....	89
M. Tabel 9.5 PENGHITUNGN INDEKS (Pi) KODING I.....	90
N. Tabel 9.6 PENGHITUNGN INDEKS (Pi) KODING II.....	91
O. Tabel 10.1 DISTRIBUSI FREKWENSI UNTUK UNIT ANALISIS "Tema Berita"	04

P. Tabel 10.2 TABULASI SILANG**UNTUK UNIT ANALISIS "Tema Berita"..... 97****Q. Tabel 11.1 DISTRIBUSI FREKWENSI****UNTUK UNIT ANALISIS "Tingkat Isi Pesan"..... 103****R. Tabel 11.2 TABULASI SILANG****UNTUK UNIT ANALISIS "Tingkat Isi Pesan"..... 105****S. Tabel 12.1 DISTRIBUSI FREKWENSI****UNTUK UNIT ANALISIS "Narasumber Berita"..... 110****T. Tabel 12.2 TABULASI SILANG****UNTUK UNIT ANALISIS "Narasumber Berita"..... 113**