

## ABSTRAK

**Hubungan Sikap Komputer Aktif Terhadap Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Analisis Isi Artikel Perlindungan Konsumen Di Majalah Komputer Aktif, Rubrik Konsumen Aktif Edisi 1 Januari - 30 Desember 2004.**

**132 Halaman + Lampiran**

**19 Buku, 2 Jurnal, 4 Majalah, 2 surat kabar harian, CD Artikel majalah 1 tahun, 4 situs internet, data media majalah Komputer Aktif.**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah memberikan sinopsis mengenai analisis isi dan teori yang berkaitan dalam mengetahui kecenderungan isi atau muatan media (majalah Komputer Aktif) terhadap suatu kasus atau peristiwa (isu perlindungan konsumen), pada edisi 1 Januari – 30 Desember 2004. Majalah Komputer Aktif memuat secara khusus kolom Konsumen Aktif yang tampil pada edisi genap hal 49. Disini Kolom konsumen diulas dan dibahas tersendiri, fokus pada hal 49. Pertanyaan yang kemudian muncul adalah apakah pemberitaan pada kolom Konsumen Aktif dalam majalah ini menunjukkan adanya hubungan antara sikap yang cenderung berpihak terhadap perlindungan konsumen di Indonesia dengan kategorisasi?

Penelitian ini akan membahas bagaimana media mengkonstruksi sebuah pesan dengan mengangkat isu perlindungan konsumen dengan melakukan uji korelasi linearitas antara variabel bebas (kategorisasi=tema, tingkat isi pesan, narasumber berita) terhadap variabel terikat (sikap media=mendukung, netral, menolak).

Paradigma yang menjadi landasan bagi penelitian ini adalah pers melakukan fungsi dan perannya sebagai kontrol sosial yang akan mempengaruhi masyarakat melalui tajuk rencananya (Onong U, 1998:30-31). Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif kualitatif yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data inventarisasi dokumen artikel konsumen aktif selama 1 tahun di 2004(klipping). Analisis yang diterapkan adalah ratifikasi analisis isi dari Krippendorff yang memperlihatkan data menurut strukturnya yang dideskripsikan dalam berbagai unit, kategori dan variabel atau dikodekan dalam skema multidimensional.

Hasil penelitian ini menunjukkan kalau hanya kategori pada unit analisis tema berita dan tingkat isi pesan saja yang ada hubungan dengan unit analisis sikap media. Dalam uji hubungan linearitas variabel menunjukkan  $H_0$  pada tema berita dan tingkat isi pesan bisa ditolak, sedangkan  $H_0$  pada narasumber berita tidak dapat ditolak, hal ini dipengaruhi kebijakan redaksional dalam memperoleh