

**PENGARUH TERPAAN BERITA ANCAMAN RESESI  
EKONOMI 2023 DI DETIK.COM TERHADAP KECEMASAN  
GENERASI Z KOTA BOGOR**

**SKRIPSI**

**NAUFAL TIFTAZANI**

**NPM. 044119319**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JUNI 2023**

**PENGARUH TERPAAN BERITA ANCAMAN RESESI  
EKONOMI 2023 DI DETIK.COM TERHADAP KECEMASAN  
GENERASI Z KOTA BOGOR**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

**Naufal Tiftazani**

**044119319**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR  
JUNI 2023**

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dalam pernyataan ini, saya mengonfirmasi bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Terpaan Berita Ancaman Resesi Ekonomi 2023 di Detik.com Terhadap Kecemasan Generasi Z Kota Bogor"** merupakan hasil karya saya dengan bimbingan dari komisi pembimbing. Skripsi ini belum pernah diajukan dalam bentuk apa pun ke perguruan tinggi manapun. Semua sumber informasi yang digunakan, baik yang diterbitkan maupun tidak, dari peneliti lain, telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

dengan ini saya menyerahkan hak cipta karya tulis ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 15 Juni 2023

Naufal Tiftazani

NPM 044119319

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini merupakan hasil dari usaha dan karya saya sendiri, dan saya telah dengan tepat mengacu dan mengutip semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini.

Nama : Naufal Tiftazani

NPM : 044119319

Tanda Tangan :

Tanggal : 15 Juni 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi telah disusun oleh :

Nama : Naufal Tiftazani

Npm : 044119319

Judul : **Pengaruh Terpaan Berita Ancaman Resesi Ekonomi 2023 di Detik.com Terhadap Kecemasan Generasi Z Kota Bogor**

Skripsi ini telah berhasil dipertahankan oleh Dewan Penguji sebagai salah satu syarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 15 Juni 2023

Oleh

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1/ penguji 1

Ratih Siti Aminah, M.Si.  
NIK: 1.0314.004.625

Pembimbing 2/ penguji 2

Muslim, M.Si.  
NIK: 1.0909.048.513

Penguji Utama

Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom.

NIK: 1.0616.049.760

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Budaya

Dr. Henny Suharyati, M.Si.  
NIK: 19600671990092001



Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comm  
NIK: 1.0113.001.607

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmatnya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

Semoga dengan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti terutama mahasiswa dan mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan baik dari segi bahasa dan tulisan, maka dari itu peneliti menginginkan saran dan kritik demi kebaikan skripsi ini. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Bogor, 15 Juni 2023

Naufal Tiftazani

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini banyak kendala yang dialami oleh peneliti, namun syukur alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lepas dari semua dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, tak lupa peneliti mengucapkan terima kasih untuk orang-orang yang telah membantu dan mendukung penulis. Diantaranya :

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
2. Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
3. Ratih Siti Aminah, M.Si, selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing memberikan masukan dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan, doa, dan memberikan semangat terhadap penulis selama ini.
5. Para dosen di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan yang telah membantu keperluan untuk skripsi ini.
6. Seluruh kawan-kawan Jurnalistik angkatan 2019 yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat satu grup bimbingan: Nugi, Angel yang telah memberikan dukungan, serta dorongan untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata peneliti, peneliti berharap Tuhan YME membalas semua kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini kedepannya dapat menjadi contoh dan pembelajaran bagi perkembangan pendidikan khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi.

## BIODATA PENELITI

### A. Data Pribadi

Nama : Naufal Tiftazani  
NPM : 044119319  
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 27 Juli 2001  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Alamat : Kp. Tajur Pugag, Desa Banjarwaru, Kec  
Nomor Telepon : 083819702113  
E-mail : naufaltiftazani9@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN Harjasari 01 Bogor : 2007-2013
2. SMPN 17 Bogor : 2013-2016
3. SMK Wikrama Bogor : 2016-2019

### C. Pengalaman Bekerja

1. PKL Administrasi CV MWA Training&Consulting : 2018
2. PKL Editor Metropolitan : 2022

Bogor, Juni 2023

Naufal Tiftazani

## ABSTRAK

**Naufal Tiftazani. 044119319. 2023. Pengaruh Terpaan Berita Ancaman Resesi Ekonomi 2023 di Detik.com Terhadap Kecemasan Generasi Z Kota Bogor.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Ratih Siti Aminah.**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak dari paparan berita mengenai resesi ekonomi tahun 2023 di Detik.com terhadap kecemasan generasi Z di Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas yaitu terpaan berita (X1) dan unsur berita (X2) dengan variabel terikat yaitu kecemasan. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh terpaan berita (X1) terhadap kecemasan generasi Z Kota Bogor dengan nilai signifikansi (0,009) lebih kecil dari 0,05 dan terdapat pengaruh unsur berita (X2) terhadap kecemasan generasi Z Kota Bogor dengan nilai signifikansi (0,005) lebih kecil dari 0,05. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam regresi linier berganda, terdapat koefisien determinasi sebesar 0,123. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel terpaan berita dan unsur berita memberikan kontribusi sebesar 12,3% terhadap kecemasan generasi z, sementara sisanya sebesar 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam faktor-faktor yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

***Kata Kunci: Terpaan berita, Unsur Berita, dan Kecemasan***

## ABSTRACT

**Naufal Tiftazani. 044119319. 2023. The Influence of News Exposure to the Threat of the 2023 Economic Recession on Detik.com on the Anxiety of Generation Z in Bogor City.** Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Bogor Pakuan University. Under the guidance of Ratih Siti Aminah.

This research was conducted with the aim of knowing the impact of news exposure regarding the 2023 economic recession on Detik.com on the anxiety of generation Z in Bogor City. This study uses 2 independent variables, namely news exposure (X1) and news elements (X2) with the dependent variable, namely anxiety. The results of the study prove that there is an effect of news exposure (X1) on the anxiety of generation Z in Bogor City with a significance value (0.009) less than 0.05 and there is an influence of news elements (X2) on the anxiety of generation Z in Bogor City with a significance value (0.005) more smaller than 0.05. The results of this study indicate that in multiple linear regression, there is a coefficient of determination of 0.123. This indicates that news exposure and news elements contributed 12.3% to the anxiety level of generation Z, while the remaining 87.7% was influenced by other variables that were not included in the factors that were not the focus of this study.

**Keywords: News Exposure, News Elements, and Anxiety**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	4
1.3    Tujuan Penelitian .....	4
1.4    Manfaat penelitian.....	4
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2    Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1    Komunikasi.....	6
2.2    Komunikasi Massa.....	7
2.2.1    Proses Komunikasi Massa .....	8
2.2.2    Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	8
2.2.3    Efek Komunikasi Massa.....	9
2.3    Media Massa .....	9
2.3.1    Media Online.....	10
2.4    Terpaan Media.....	11
2.5    Berita.....	11
2.6    Kecemasan .....	12
2.7    Karakteristik Generasi Z .....	13
2.8    Teori Uses and Effect .....	14
2.9    Penelitian Terdahulu.....	15

2.10	Kerangka Berpikir .....	17
2.11	Hipotesis.....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>		<b>18</b>
3.1	Desain Penelitian .....	18
3.2	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	18
3.3	Populasi dan Sampel .....	18
3.3.1	Populasi Penelitian.....	18
3.3.2	Sampel Penelitian.....	18
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.5	Teknik Analisis Data .....	19
3.6	Validitas dan Reliabilitas .....	20
3.6.1	Uji Validitas .....	20
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	22
3.7	Uji Asumsi Klasik .....	25
3.7.1	Uji Normalitas .....	25
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas .....	25
3.7.3	Uji Multikolinearitas.....	25
3.8	Uji Koefisien Regresi Linier Berganda .....	25
3.8.1	Uji F .....	26
3.8.2	Uji T .....	26
3.8.3	Koefisien Determinasi .....	27
3.9	Definisi Operasional .....	27
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.2	Visi dan Misi Detik.com.....	30
4.2.1	Visi.....	30
4.2.2	Misi.....	31
4.3	Struktur Detik.com .....	31
4.3.1	Manajemen Redaksi.....	31
4.3.2	Struktur Organisasi.....	31
4.3.3	Struktur Redaksional .....	31
4.3.4	Redaksi Detik.com.....	32
4.4	Gambaran Umum Kota Bogor.....	35
4.5	Visi dan Misi Kota Bogor .....	36

4.5.1	Visi.....	36
4.5.2	Misi.....	36
4.6	Struktur Organisasi Kota Bogor.....	36
4.7	Karakteristik Responden.....	36
4.7.1	Jenis Kelamin.....	36
4.7.2	Usia Responden.....	36
4.7.3	Pendidikan Terakhir.....	37
4.7.4	Jenis Pekerjaan.....	37
4.7.5	Domisili.....	37
4.8	Variabel Penelitian <i>Terpaan Berita (X1)</i> .....	38
4.9	Variabel Penelitian <i>Unsur Berita (X2)</i> .....	39
4.10	Variabel Penelitian <i>Kecemasan (Y)</i> .....	43
4.11	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.11.1	Uji Normalitas.....	45
4.11.2	Uji Multikolinearitas.....	45
4.11.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.12	Regresi Linear Berganda.....	46
4.12.1	Uji T.....	47
4.12.2	Uji F.....	48
4.12.3	Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	48
4.13	Hasil Teori <i>Uses and Effect</i> dengan Hasil Penelitian.....	48
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>51</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>56</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Artikel Berita Edisi Rabu, 5 Oktober 2022 .....	2
Gambar 1. 2 Media Daring Dengan Akses Terbanyak .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	17
Gambar 4. 1 Logo Detik.com.....	30
Gambar 4. 2 Lambang Kota Bogor .....	35

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tingkat Presentase Jawaban.....	20
Tabel 3. 2 Tabel rentang kriteria.....	20
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas (X1).....	21
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas (X2).....	21
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas (Y).....	22
Tabel 3. 6 Rengtang Kriteria Penilaian.....	23
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas (X1).....	23
Tabel 3. 8 Hasil Uji Realibilitas (X2).....	24
Tabel 3. 9 Hasil Uji Realibilitas (Y).....	24
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	36
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden.....	37
Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 4. 5 Domisili Responden.....	37
Tabel 4. 6 Indikator Frekuensi.....	38
Tabel 4. 7 Indikator Durasi.....	38
Tabel 4. 8 Indikator Atensi.....	39
Tabel 4. 9 Indikator Akurat.....	39
Tabel 4. 10 Indikator Lengkap.....	40
Tabel 4. 11 Indikator Adil.....	40
Tabel 4. 12 Indikator Berimbang.....	41
Tabel 4. 13 Indikator Ringkas.....	41
Tabel 4. 14 Indikator Jelas.....	42
Tabel 4. 15 Indikator Faktual.....	42
Tabel 4. 16 Indikator Kecemasan Ringan.....	43
Tabel 4. 17 Indikator Kecemasan Sedang.....	43
Tabel 4. 18 Indikator Kecemasan Berat.....	44
Tabel 4. 19 Indikator Tingkat Panik.....	44
Tabel 4. 20 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 21 Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4. 22 Uji Heteroskedaktisitas.....	46
Tabel 4. 23 Uji T.....	47
Tabel 4. 24 Uji F.....	48
Tabel 4. 25 Koefisien Determinasi.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 1. 2 Uji Validitas.....	61
Lampiran 1. 3 Uji Realibilitas.....	65
Lampiran 1. 4 Uji Asumsi Klasik .....	67
Lampiran 1. 5 Uji Hipotesis .....	68
Lampiran 1. 6 Foto Penyebaran Kuesioner.....	69

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi saat ini memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas pemenuhan informasi masyarakat sehingga dapat mempengaruhi efisiensi di segala aspek kehidupan masyarakat. Gaya hidup dan pola pikir masyarakat yang kini berubah menjadi salah satu faktor dari kemajuan teknologi sehingga penyampaian informasi yang cepat menjadi kebutuhan yang penting untuk masyarakat untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru.

Media massa memiliki peran sebagai sarana informasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Produk dari media massa diantaranya media elektronik dan media cetak. Kedua media ini dapat menyampaikan pesan informasi berita baik dalam maupun luar negeri. Masyarakat selalu mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi tentang informasi kejadian di sekitar mereka. Dalam hal ini dibutuhkan sarana dan prasarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Salah satu media massa yang populer yaitu media massa. Media massa tidak dipengaruhi oleh ruang dan waktu sehingga beberapa data seperti gambar, video, ataupun teks berita dapat dimuat dalam halaman yang sama (Romli, 2018:33). Hal terpenting dalam sebuah media tentunya melibatkan pers atau wartawan di dalamnya. Karena peran wartawan dan pers menentukan kualitas informasi yang akan disajikan kepada khalayak. Media yang dimaksud adalah media online yang banyak memberikan informasi dengan cepat.

Saat ini masyarakat dimudahkan untuk mengakses segala informasi berita baik dalam maupun luar negeri melalui media massa. Media massa dapat diakses dengan cepat dengan menggunakan gadget pengguna. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta.

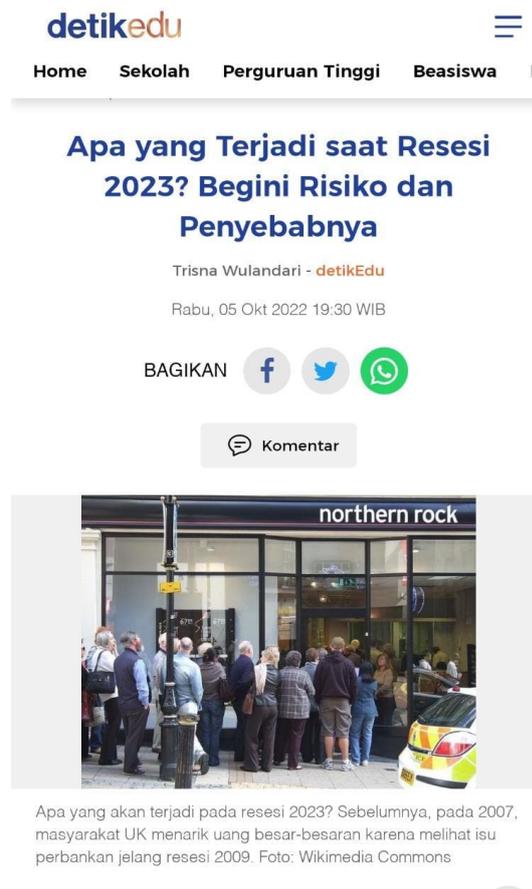
Masyarakat Indonesia sejak awal tahun 2020 hingga tahun 2023 dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang sangat kompleks. Dimulai dengan masalah pandemi covid yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 kemudian menyebar dengan cepat ke berbagai wilayah Indonesia. kemudian pemerintah membuat kebijakan lockdown yang memiliki dampak positif dan negatif kepada masyarakat. bentuk positifnya yaitu pandemi mudah dikendalikan karena mobilitas masyarakat dibatasi. Hal tersebut berdampak negatif terhadap peningkatan jumlah pengangguran di Indonesia dan tentunya diikuti dengan peningkatan jumlah angka kemiskinan di Indonesia.

Pemerintah mulai melonggarkan kebijakan PPKM pada awal tahun 2022 dimulai pada bulan maret hingga mei 2022. Lalu pemerintah melaporkan bahwa pemulihan ekonomi trimester pertama dan trimester kedua tahun 2022 mengalami pemulihan yang baik. Tetapi pada trimester ketiga memiliki ancaman baru yang muncul yaitu resesi global yang diakibatkan oleh peperangan antara Rusia dengan Ukraina. Akibat peperangan tersebut mengakibatkan terhambatnya arus mobilisasi pangan dan energi yang berdampak pada lesunya produksi manufaktur di negara-

negara Eropa, secara tidak langsung membawa dampak lesunya ekonomi secara global.

Resesi ekonomi adalah kondisi ekonomi yang ditandai dengan penurunan signifikan dalam aktivitas ekonomi, termasuk penurunan produksi, investasi, dan konsumsi. Dampak dari resesi ekonomi dapat sangat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk kondisi psikologis dan kecemasan mereka. Generasi Z, yang merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2012, saat ini merupakan generasi yang mengalami perubahan sosial, teknologi, dan ekonomi yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana terpaan berita tentang resesi ekonomi dapat memengaruhi kecemasan generasi Z di Kota Bogor.

Peneliti melakukan observasi dengan memantau pemberitaan di media online, ditemukan sebanyak 24 berita dari 12 portal media online membahas topik resesi global sepanjang 2-12 oktober 2022 kategori keuangan mendominasi keseluruhan berita dan yang menjadi topik utama dari seluruh berita yaitu resesi ekonomi global 2023.



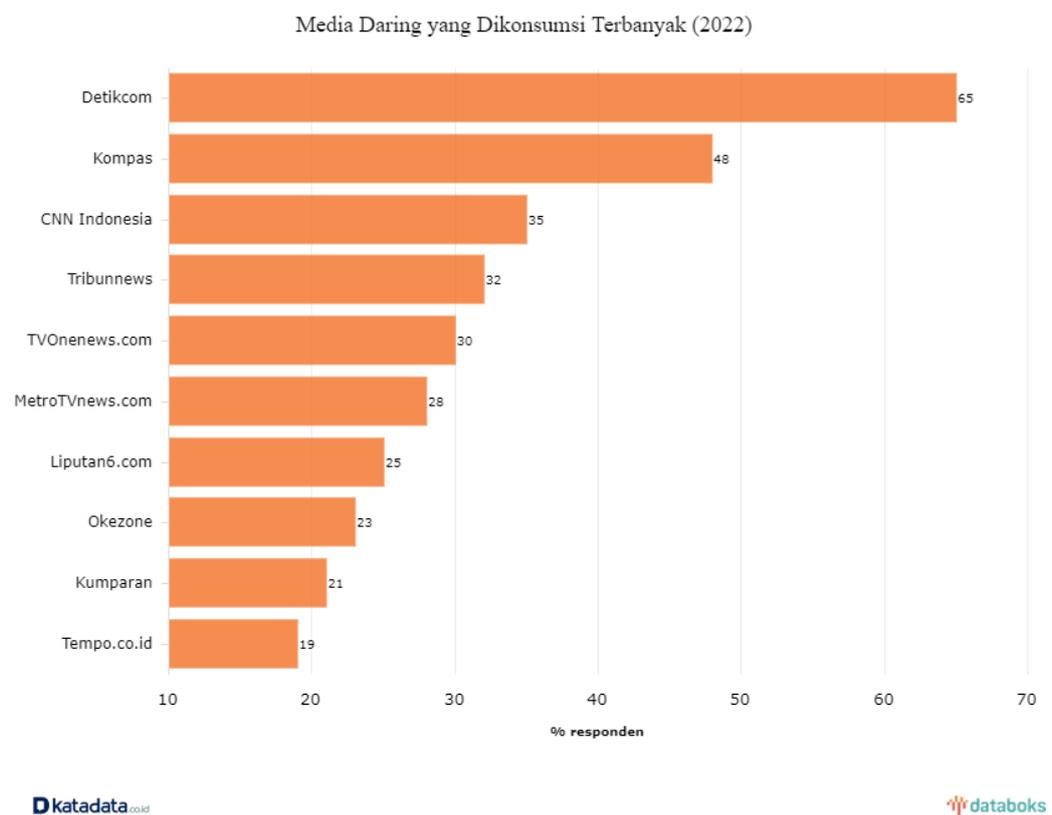
(Sumber: Detik.com)

**Gambar 1. 1 Artikel Berita Edisi Rabu, 5 Oktober 2022**

Berita mengenai resesi ekonomi pada tahun 2023 telah ditulis di beberapa media nasional, khususnya diportal media online seperti Detik.com. Kondisi

ekonomi global semakin tidak menentu dan dihadapkan pada tantangan resesi pada 2023. Terpaan berita mengenai ancaman resesi ekonomi 2023 membuat masyarakat khususnya generasi Z yang mengonsumsi berita dari media online menjadi terpengaruh. Dalam berita yang dirilis pada 05 Oktober 2022 oleh Detik.com yaitu berjudul “Apa yang Terjadi saat Resesi 2023? Begini Risiko dan Penyebabnya” isi dari berita tersebut yaitu Bank Dunia mencatat, resesi 2023 dipicu keadaan saat bank-bank sentral seluruh dunia secara bersamaan menaikkan suku bunga sebagai respons terhadap inflasi. World Bank Group President David Malpass menuturkan, resesi 2023 berisiko membuat pertumbuhan global melambat. Sejumlah dampak resesi yang berisiko dialami masyarakat di antaranya yakni kenaikan harga kebutuhan sehari-hari termasuk makanan, pemutusan kerja, kenaikan harga pasokan energi, dan naiknya angka kemiskinan.

Detik.com merupakan portal berita yang menyajikan informasi meliputi berita politik, berita ekonomi, berita olahraga, dan berita lainnya. Tentunya Detik.com merupakan portal berita ternama dan pengakses terbanyak juga berpengaruh terhadap pemenuhan informasi berita khususnya generasi Z Kota Bogor.



(Sumber: KataData.co.id)

### Gambar 1. 2 Media Daring Dengan Akses Terbanyak

BPS-KPPA (2018) menyebut bahwa generasi Z adalah seseorang yang lahir pada tahun 1995 hingga tahun 2010. Resesi ekonomi dapat mengakibatkan

ketidakpastian dalam hal pekerjaan, pendapatan, dan stabilitas keuangan. Generasi Z adalah kelompok yang sedang berusaha membangun karir mereka, sehingga mereka mungkin sangat rentan terhadap dampak-dampak ini. Generasi Z dikenal sebagai pengguna aktif media sosial dan sumber berita online. Mereka memiliki akses yang lebih besar ke informasi ekonomi melalui platform online, yang bisa memengaruhi persepsi mereka tentang kondisi ekonomi dan tingkat kecemasan mereka. Sehingga sangat mungkin terjadi generasi Z terpengaruh oleh pemberitaan resesi ekonomi 2023 yang dapat memberikan rasa kecemasan.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan bahwa cukup menarik untuk dibahas, karena dilihat dari data pengguna internet di Indonesia yang sangat tinggi terutama generasi Z yang selalu menggunakan internet untuk kebutuhan informasi mereka. Sebagian besar dari generasi Z mempunyai perilaku gaya hidup yang beragam dan mulai memasuki dunia kerja yang tentunya dapat berdampak kepada mereka. Dengan adanya berita resesi ekonomi tahun 2023 di Detik.com yang merupakan media ternama di Indonesia membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Terpaan Berita Ancaman Resesi Ekonomi 2023 di Detik.com Terhadap Kecemasan Generasi Z Kota Bogor”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana terpaan berita resesi ekonomi 2023 di media online Detik.com terhadap generasi Z Kota Bogor?
2. Bagaimana unsur berita di dalam pemberitaan resesi ekonomi 2023 di Detik.com?
3. Bagaimana tingkat kecemasan Generasi Z Kota Bogor terhadap pemberitaan resesi ekonomi 2023?
4. Bagaimana pengaruh terpaan berita resesi ekonomi 2023 terhadap kecemasan Generasi Z Kota Bogor?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui terpaan berita resesi ekonomi 2023 di media online Detik.com terhadap Generasi Z Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui unsur berita di dalam pemberitaan resesi ekonomi 2023 di Detik.com.
3. Untuk mengetahui tingkat kecemasan Generasi Z Kota Bogor terhadap pemberitaan resesi ekonomi 2023.
4. Untuk mengetahui pengaruh terpaan berita resesi ekonomi 2023 terhadap kecemasan Generasi Z Kota Bogor.

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran, data ataupun informasi yang mengenai dengan bidang komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalistik, sekaligus diharapkan dapat memberi referensi mengenai penelitian yang berhubungan dengan media online selanjutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepustakaan sebagai informasi tambahan bagi pihak-pihak yang memiliki permasalahan yang sama ataupun melakukan penelitian lebih lanjut mengenai gambaran pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu berita di media online terhadap kecemasan generasi Z Kota Bogor.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi dibagi menjadi 2 yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi merupakan bahasa latin dari *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang dapat diartikan sama. Namun kata sama diartikan sebagai makna yang sama. Jadi pengertian komunikasi ini berlangsung dimana orang-orang yang terlibat di dalam memiliki kesamaan makna mengenai sesuatu yang sedang dikomunikasikan. Dengan kata lain, apabila orang-orang yang terlibat dan saling memahami sesuatu yang sedang dikomunikasikan, maka hubungan antara orang tersebut bersifat komunikatif. (Effendy OU, 2017)

Definisi komunikasi menurut Laswell dalam (Kurniawan, 2018) komunikasi akan berjalan dengan baik apabila melalui lima tahapan. kelima tahap itu adalah *Who* sebagai komunikator (seseorang yang mempunyai sebuah informasi lalu disampaikan kepada orang lain), *Say What*: apa informasi yang disampaikan (isi pesan berupa informasi tulisan, suara, gambar, ataupun isyarat yang disebarluaskan oleh komunikator kepada komunikan atau khalayak), *In Which Channel*: sebagai saluran informasi (saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan informasi), *To Whom*: Komunikan (seseorang yang menerima sebuah pesan dari komunikator), dan yang terakhir *Whit What Effect*: dampak (perubahan yang terjadi terhadap komunikan setelah menerima pesan informasi).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Laswell dapat peneliti simpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan melalui sebuah media perantara yang akan menimbulkan dampak terhadap komunikan.

Proses komunikasi adalah perpindahan serangkaian lambang atau kata yang dipilih secara sengaja yang mengandung makna bagi peserta komunikasi. Menurut Hariyanto (2021:84) proses komunikasi mempunyai komponen penting dalam pelaksanaannya diantaranya:

- a. Source (sumber)  
Sumber adalah fondasi yang digunakan dalam komunikasi untuk memperkuat pesan yang disampaikan.
- b. Komunikator (pengirim pesan)  
Komunikator bisa mencakup individu yang berbicara atau menulis, kelompok orang, atau entitas komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, dan lain sebagainya.
- c. Message (pesan)  
Pesan adalah representasi simbolis yang mengandung makna yang dipilih oleh komunikator untuk disampaikan kepada komunikan. Pesan dapat berupa komunikasi verbal atau non-verbal. Pesan verbal dapat berbentuk tertulis seperti surat, buku, majalah, atau memo, sementara pesan verbal lisan bisa berupa percakapan tatap muka atau melalui telepon.
- d. Channel (saluran)

Saluran adalah sarana yang digunakan untuk mengirimkan pesan komunikasi. Saluran ini dapat mencakup media elektronik seperti media sosial dan media cetak. Saluran komunikasi adalah tempat di mana pesan berpindah dari komunikator kepada komunikan.

e. Komunikan (penerima pesan)

Komunikan adalah individu yang menerima pesan atau orang yang menerima pesan dari komunikator, baik melalui komunikasi langsung atau tidak langsung yang menggunakan berbagai jenis media.

f. Effect (dampak)

Efek pada komunikan setelah menerima pesan komunikasi dari komunikator adalah hasil interaksi yang terjadi dalam komunikasi, yang dapat mengakibatkan perubahan dalam sikap atau tingkah laku individu tersebut, sesuai atau tidak sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Keberhasilan komunikasi dapat diukur dengan melihat apakah terjadi perubahan yang diharapkan dalam tingkah laku atau sikap komunikan. Efek dari komunikasi ini dapat mencakup peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, atau perubahan perilaku komunikan.

g. Feedback (umpan balik)

Respon atau hasil yang dikembalikan oleh komunikan kepada komunikator setelah menerima pesan komunikasi disebut sebagai umpan balik (feedback). Umpan balik ini merupakan tanggapan dari komunikan terhadap pesan yang diterimanya, dan dapat berupa komentar, pertanyaan, atau tindakan yang mengindikasikan bagaimana komunikan merespons atau memahami pesan tersebut. Umpan balik penting dalam proses komunikasi karena membantu komunikator memahami apakah pesan mereka telah diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan.

h. Noise (gangguan)

Hambatan atau gangguan yang tidak terencana dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang sering terjadi, dan akibatnya pesan yang diterima oleh komunikan dapat memiliki makna yang berbeda dari pesan yang dimaksudkan oleh komunikator.

## 2.2 Komunikasi Massa

Dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, komunikator biasanya mempertimbangkan teknik komunikasi apa yang harus digunakan agar tujuan komunikasi efektif. (Tambunan, 2018) Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan yang ditunjukkan kepada semua orang dengan menggunakan media massa baik media audio visual maupun media cetak. (Romli, 2017)

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. (Abdul Halik, 2013)

Komunikasi massa ialah komunikasi yang menggunakan media massa baik dengan media cetak ataupun elektronik, yang dikelola dengan suatu lembaga atau orang yang terlembagakan, yang ditunjukkan pada sejumlah orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. (Mulyana, 2014:75)

Hariyanto (2021:84) mengatakan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak yaitu:

- a. Pesan dalam penyampaian informasi bersifat umum yang dapat diartikan pesan yang disampaikan kepada khalayak menyangkut kepentingan. Sama halnya seperti pesan sebuah produk atau komoditi yang memiliki nilai tukar terhadap kegunaannya, pesan media massa bias untuk diperkirakan sehubungan dengan suatu peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi, lain halnya pesan yang tidak bersifat umum yang ditampilkan melalui media massa karena pesan tersebut memiliki nilai berita yang menyangkut tokoh (*human interest*).
- b. Komunikasikan di dalam komunikasi massa bersifat *heterogen*, *anonym*, dan menyebar luas. *Heterogen* diartikan dari berbagai kalangan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan. Sedangkan *anonym* yaitu komunikator dan komunikan tidak harus selalu saling mengenal, begitupun sesama dengan komunikan.
- c. Menimbulkan keserempakan adalah pesan yang disampaikan oleh komunikasi massa dapat diterima secara bersamaan walaupun dengan ditempat yang berbeda tetapi diwaktu yang sama.
- d. Tidak terjadinya interaksi secara fisik yang diartikan komunikator dengan komunikan tidak terjadinya interaksi secara fisik secara langsung satu sama lain, karena komunikasi massa menggunakan saluran media elektronik maupun cetak sebagai menyampaikan informasi.

### 2.2.1 Proses Komunikasi Massa

Menurut Bungin dalam (Nida, 2014) Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasi massa sangat kompleks dan rumit. Proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam jumlah yang besar.
2. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Sangat terbatas adanya peluang untuk terjadi dialog dua arah di antara pemberi pesan dan penerima pesan.
3. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara.
4. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non personal) dan tanpa nama.
5. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (market) di masyarakat.

### 2.2.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri Komunikasi massa menurut Wright dalam (Tambunan, 2018) komunikasi massa didefinisikan menjadi tiga ciri yaitu:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relative besar, heterogen dan anonym.

2. Pesan pesan yang disebarakan secara umum, sering dijadwalkan untuk bias mencapai sebanyak kungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

### 2.2.3 Efek Komunikasi Massa

Menurut Wiryanto dalam (Setyawan, 2015) Efek komunikasi massa itu sendiri merupakan setiap perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan perilaku nyata.

Menurut Karlinah, Sumirat, dan Komala (1999) efek media massa sebagai berikut :

- a. Efek Kognitif (mengetahui) adalah terjadi jika terdapat perubahan nilai terkait apa yang diketahui , dipahami, dan dipersepsi yang telah dipelihara di masyarakat. Efek ini memiliki tujuan untuk memenuhi informasi dan menghilangkan keambiguan masyarakat akan sesuatu fenomena yang terjadi.
- b. Efek Afektif (mempertimbangkan) adalah efek yang berhubungan dengan emosi dan perasaan seorang seperti gelisah, ketakutan, dan moral. Setelah khalayak mengetahui informasi tersebut diharapkan dapat merasakannya juga.
- c. Efek Konatif (memutuskan) adalah efek yang berkaitan dengan merubah tindakan dalam kebiasaan berperilaku. Contohnya seperti tayangan berita kriminal terhadap seseorang yang berakibat seseorang tersebut menjadi lebih waspada terhadap ancaman kriminal kepada dirinya.

### 2.3 Media Massa

Pada media massa awal pesan berita, majalah, foto, film serta radio tumbuh dengan pesat hingga jadi semacam yang kita kenali wujudnya pada dikala ini. Menurut McQuail (2011: 4), pergantian utamanya merupakan pada skala serta verifikasi, ditambah dengan perkembangan tv pada pertengahan abad ke- 20.

Secara seragam, apa yang kita anggap ciri karakteristik utama dari komunikasi massa pada 70 tahun yang lalu atau pun lebih, sama sebagaimana fungsi dari komunikasi massa saat ini untuk menjangkau semua populasi dengan berita, opini, dan hiburan dengan cepat.

Media massa merupakan alat untuk menyampaikan isi pesan atau pernyataan informasi yang bersifat umum, dipublikasikan kepada sejumlah orang yang jumlahnya relatif besar, tersebar, heterogen, anonim, tidak terlembaga dan perhatiannya bersifat terfokus pada suatu isi informasi yang sama, yaitu pesan dari media massa yang sama dan tidak dapat memberikan timbal balik secara langsung pada saat itu juga. (Wahyuni,2013:48)

Pada era masyarakat informasi industri media massa mau tidak mau harus bertransformasi dari bentuk analog menjadi digital. karena ciri khas produk teknologi di era ini menawarkan produktivitas, efisiensi, kecepatan dan lintas batas. Terdapat banyak perubahan yang terjadi baik bentuk maupun isinya. Tujuannya

yaitu untuk mengukur dan menyimpan perubahan-perubahan yang terjadi. Media massa bisa dikatakan sebagai penyampaian hasil karya jurnalistik. (Respati, 2014)

Menurut Valdiani (2015) media massa mempunyai keuntungan dalam berkomunikasi, yaitu:

- a. Mempunyai khalayak yang besar
- b. Mengelola struktur organisasi untuk mengumpulkan dan mengolah informasi tersebut agar dapat disampaikan kepada khalayak.
- c. Mempekerjakan individu yang memiliki keahlian khusus dalam bidang masing-masing, seperti kemampuan menulis, berbicara, seni pertunjukan, serta pengoperasian serta perawatan alat-alat yang diperlukan.

### 2.3.1 Media Online

Menurut Dewan Pers, media online atau siber adalah segala bentuk media yang melakukan kegiatan jurnalistik melalui jaringan internet. Media ini juga harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang pers dan syarat perusahaan pers yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers. Dewan Pers adalah lembaga independen yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan melindungi kehidupan pers di Indonesia.

definisi media online dapat dikatakan cybermedia, internet media, new media bisa diartikan selaku media yang tersaji secara online disitus website internet. Dalam riset perpektif media online menjadi obyek kajian teori media baru (new media) yaitu mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/data) kapan saja, dimana saja, pada tiap fitur digital dan umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, serta pembuatan komunitas konten media, dan aspek generasi. (Romli, 2017)

Media online adalah jenis media yang berbasis pada teknologi multimedia dan telekomunikasi. Ini mencakup situs web, media sosial, blog, radio online, TV online, dan email. Dari segi kontennya, media online memiliki kesamaan dengan media cetak, seperti berita, artikel, opini, foto, feature, dan iklan yang dikelompokkan dalam berbagai rubrik. Yang membedakan media online adalah kemampuannya untuk menyajikan informasi tidak hanya dalam bentuk teks dan foto, tetapi juga dalam bentuk audio, visual, video, serta memberikan tautan informasi terkait. Selain itu, media online sering memiliki kolom komentar yang memungkinkan pembaca memberikan umpan balik dan berinteraksi dengan konten yang disajikan. (Romli, 2017)

dapat disimpulkan bahwa media online yang dapat diakses melalui internet memiliki beberapa keunggulan menurut Suryawati (2014). Diantaranya:

#### a. *Up to Date*

Pembaharuan informasi atau berita di media online memiliki keunggulan dalam kemampuan untuk diperbarui dengan cepat dan dapat diakses di mana saja. Ini dapat dilakukan tanpa perlu selalu mengandalkan komputer, karena banyak orang sekarang dapat mengakses media online menggunakan smartphone mereka. Kecepatan dalam memperbarui informasi memungkinkan pembaca untuk mendapatkan berita terbaru hampir secara instan, yang merupakan salah satu fitur penting dari media online.

### b. *Real Time*

Wartawan media online memiliki kemampuan untuk memberikan informasi atau berita secara langsung ke redaksi melalui berbagai media, termasuk email atau aplikasi lainnya yang dapat diakses melalui *smartphone*.

### c. Praktis

Media online memberikan kenyamanan bagi pembaca karena aksesnya bisa diperoleh dengan mudah melalui perangkat gawai atau *smartphone*, yang lebih sederhana dan lebih cepat dibandingkan dengan perlu membeli atau berlangganan koran atau majalah terlebih dahulu

## 2.4 **Terpaan Media**

Terpaan media adalah kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media dengan proses penerimaan stimulus-stimulus alat indera tubuh. terpaan media adalah keadaan dimana audiens terkena terpaan pesan-pesan yang disebarkan oleh media massa. Demikian seseorang yang menerima terpaan dari suatu media massa dapat memperoleh suatu informasi dan wawasan yang baru.

Terpaan media menurut Effendy dalam (Pangase et al., 2018) Terpaan atau exposure adalah keadaan dimana khalayak secara intens menerima pesan yang disampaikan oleh media massa, sehingga dengan menerima terpaan dari media massa dapat membuat khalayak memperoleh informasi, pengetahuan serta wawasan yang luas. Dapat disimpulkan dari beberapa ahli tersebut bahwa dimana keadaan seseorang secara intens diterpa terus menerus oleh pemberitaan atau pesan-pesan pada media massa dapat mempengaruhi wawasan yang di dapat.

Adapun terpaan dapat diukur oleh tiga faktor seperti frekuensi, durasi, dan atensi: (Ardianto, 2017)

### 1. Frekuensi

Merupakan data dengan rentan waktu seberapa seringnya khalayak menggunakan media dalam waktu tertentu seperti harian, mingguan, dan bulanan.

### 2. Durasi

Durasi merupakan sebuah pengukuran seberapa lama khalayak dalam membaca media dalam waktu berupa detik, menit, dan jam.

### 3. Atensi

Merupakan sebuah pengukuran dalam bentuk perhatian khalayak seberapa khalayak memperhatikan sebuah berita.

## 2.5 **Berita**

Berita merupakan fakta ataupun opini yang membuat banyak orang merasa tertarik untuk mengetahuinya. Berita dapat diperoleh dengan berbagai media seperti koran, surat kabar, televisi, internet dan lain-lain. Pada saat ini, media yang paling sering digunakan untuk memperoleh berita adalah internet. (Rofiqi, 2017)

Berita adalah penyajian informasi terbaru yang mencakup peristiwa, pendapat, dan fakta yang belum banyak diketahui oleh masyarakat hingga saat

pembaca mulai membacanya. Oleh karena itu, berita perlu menghadirkan hal-hal yang masih fresh dan aktual, walaupun relevansi kebaruan tersebut bisa bervariasi tergantung pada pembaca yang menerima informasi tersebut. Muhtadi (2016)

Menurut Kusumaningrat (2012) terdapat indikator unsur-unsur dasar agar berita layak dipublikasikan:

1. Berita harus akurat
2. Berita harus lengkap (*complete*)
3. Berita harus adil (*fair*)
4. Berita harus berimbang dalam penulisan (*balanced*)
5. Berita harus ringkas (*concise*)
6. Berita harus jelas (*clear*)
7. Berita harus faktual (*current*)

Bisa ditarik kesimpulan berita merupakan laporan tentang suatu peristiwa atau fakta. Berita merupakan laporan yang berisikan suatu informasi aktual (baru saja terjadi atau telah terjadi), bersifat penting serta menarik perhatian untuk diketahui oleh khalayak, yang menggambarkan hasil karya kerja jurnalistik.

## 2.6 Kecemasan

Kecemasan adalah unsur kejiwaan yang menggambarkan perasaan, keadaan emosional yang dimiliki seseorang pada saat ia menghadapi suatu kenyataan atau kejadian dalam hidupnya. Adanya perasaan yang kurang tepat pada individu akan menimbulkan rasa yang kurang menyenangkan sehingga terjadi perubahan fisiologis dan psikologis. (Hayat, 2017)

Sumirta mengungkapkan bahwa kecemasan merupakan ketegangan, rasa tidak aman, dan kekhawatiran yang timbul karena akan terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan, tetapi sebagian besar sumber penyebab tidak diketahui dan manifestasi kecemasan dapat melibatkan somatik dan psikologis. (Mellani & Kristina, 2021)

Sedangkan kecemasan menurut Hawari dalam (Mellani & Kristina, 2021) adalah gangguan alam perasaan yang ditandai dengan kekhawatiran yang mendalam dan berkelanjutan, tetapi belum mengalami gangguan dalam menilai realitas, kepribadian masih tetap utuh dan perilaku dapat terganggu, tetapi masih dalam batas-batas normal. Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian diatas bahwa kecemasan merupakan perasaan khawatir individu terhadap sesuatu yang akan terjadi sehingga menimbulkan perasaan yang tidak menentu.

Menurut Steven Schwartz *dalam* (Pratama & Herlina, 2021), kecemasan berasal dari kata Latin "anxi", yang memiliki arti penyempitan atau pengecilan. Meskipun mirip dengan rasa takut, kecemasan lebih difokuskan pada kekhawatiran umum dan kurang spesifik, sedangkan rasa takut cenderung menjadi respon terhadap ancaman yang langsung dan spesifik. Selain itu, kecemasan ditandai oleh kekhawatiran akan bahaya yang tidak terduga di masa depan, sedangkan rasa takut biasanya terkait dengan ancaman saat ini atau yang sudah terjadi

Menurut Gail W. Stuart (2006:144) kecemasan (Anxiety) memiliki tingkat ansietas, diantaranya:

### 1. Ansietas ringan

Berhubungan dengan ketegangan dalam kehidupan sehari-hari, ansietas ini menyebabkan individu menjadi waspada dan meningkatkan lapang persepsinya. Ansietas ini dapat memotivasi belajar dan menghasilkan pertumbuhan serta kreativitas.

### 2. Ansietas sedang

Memungkinkan individu untuk berfokus pada hal yang penting dan mengesampingkan yang lain. Ansietas ini mempersempit lapang persepsi individu. Dengan demikian, individu mengalami tidak perhatian yang selektif namun dapat berfokus pada lebih banyak area jika diarahkan untuk melakukannya.

### 3. Ansietas berat

Sangat mengurangi lapang persepsi individu. Individu cenderung berfokus pada sesuatu yang rinci dan spesifik serta tidak berpikir tentang hal lain. Semua perilaku ditujukan untuk mengurangi ketegangan. Individu tersebut memerlukan banyak arahan untuk berfokus pada area lain.

### 4. Tingkat panik

Berhubungan dengan terperangah, ketakutan, dan teror. Hal yang rinci terpecah dari proporsinya karena mengalami kehilangan kendali, individu yang mengalami panik tidak mampu melakukan sesuatu walaupun dengan arahan. Panik mencakup disorganisasi kepribadian dan menimbulkan peningkatan aktivitas motorik, menurunnya kemampuan untuk berhubungan dengan orang lain, persepsi yang menyimpang, dan kehilangan pemikiran yang rasional.

## 2.7 Karakteristik Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok orang yang terlahir antara tahun 1995 sampai 2012, dan telah tumbuh dan berkembang dengan kemajuan teknologi yang pesat. Mereka berinteraksi dengan teknologi sejak lahir, dan teknologi serta internet membantu membentuk pengasuhan dan pola hidup mereka. Bagi Generasi Z, teknologi dan internet telah menjadi elemen yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Generasi Z tidak menganggap teknologi dan internet sebagai sebuah inovasi karena bagi mereka, teknologi dan internet adalah kebutuhan dasar yang selalu ada. (Hastini et al., 2020)

Generasi Z adalah generasi pertama yang terpapar teknologi sejak usia dini. Teknologi tersebut meliputi komputer dan berbagai media elektronik lainnya, seperti telepon seluler, internet, dan media sosial. Generasi Z tumbuh besar dalam lingkungan yang sangat terhubung dengan dunia digital, dengan teknologi menjadi salah satu bagian utama dari identitas mereka. (Firamadhina & Krisnani, 2020:1)

Menurut Elmore *dalam* (Kurnia Erza, 2020) Generasi Z dianggap sebagai generasi global pertama yang memiliki kemampuan multilingual yang baik, pemahaman teknologi yang luar biasa, dan mampu melakukan multitasking dengan baik. Selain itu, mereka juga dikenal menderita sindrom Fear of Missing Out (FOMO), yakni rasa takut kehilangan informasi terbaru dan up-to-date, sehingga selalu berusaha untuk mengetahui segala informasi yang ada secara aktual dan tepat

waktu, serta merasa khawatir jika ketinggalan informasi terbaru. Generasi Z, yang tumbuh menjadi remaja dan dewasa muda saat ini, memiliki orientasi teknologi yang tinggi. Internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan mereka, dengan sebagian besar kegiatan sehari-hari mereka dilakukan secara daring atau disebut juga internet based. Hal ini mencakup kegiatan akademik, interaksi sosial, hiburan, belanja, dan sebagainya.

## 2.8 Teori Uses and Effect

Teori Uses and Effect menjelaskan bahwa media dapat menghasilkan efek terhadap individu yang menggunakan media tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Sven Windahl adalah efek atau pengaruh yang diperoleh dari penggunaan suatu media, dan penggunaan tersebut ditentukan oleh faktor kebutuhan, karakteristik, harapan, pandangan, serta akses terhadap media. (Nadya Kinasih Alkautsar & Dian Widya Putri, 2022)

Teori Uses and Effects adalah pendekatan yang mempertimbangkan bagaimana penggunaan media dapat menghasilkan berbagai efek pada individu. Menurut teori ini, penggunaan media oleh audiens tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti karakteristik individu, harapan, persepsi terhadap media, dan tingkat akses ke media. Hasil dari interaksi antara individu dan media massa memengaruhi bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan konten atau informasi dari media tersebut. Dengan kata lain, teori Uses and Effects mengungkapkan kompleksitas interaksi antara pengguna media dan dampak yang dihasilkannya dalam konteks keputusan individu terkait dengan penggunaan media. (Alfirahmi, 2019)

Menurut Daryanto (2014) hubungan antara penggunaan media dan hasilnya, dalam kerangka konsep *uses and effects* memiliki beragam bentuk yang tetap memperhitungkan konten atau isi media tersebut, diantaranya:

- a. dampak penggunaan media sangat dipengaruhi oleh karakteristik dari isi media tersebut (*effect*).
- b. Hasil atau efek yang timbul akibat penggunaan media dapat disebabkan oleh penggunaan media itu sendiri dan bukan semata-mata bergantung pada isi media (*consequence*)
- c. Hasil dan efek dari penggunaan media ditentukan oleh kombinasi isi media dan cara media tersebut digunakan, yang bekerja secara bersamaan. Hasil yang timbul merupakan hasil dari keduanya, dan seringkali disebut sebagai *consequences* menggabungkan konsekuensi (*consequences*) dan efek (*effects*).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teori ini menitikberatkan pada bagaimana penggunaan media dapat menghasilkan berbagai efek pada individu. Jika isi media memiliki potensi untuk menghasilkan efek tertentu, maka penggunaan media juga akan menghasilkan konsekuensi yang sesuai. Jika keduanya terjadi secara bersamaan, yaitu interaksi antara isi media dan penggunaan media, maka akan terbentuk *consequence* yang mencakup efek dan konsekuensi dari penggunaan tersebut.

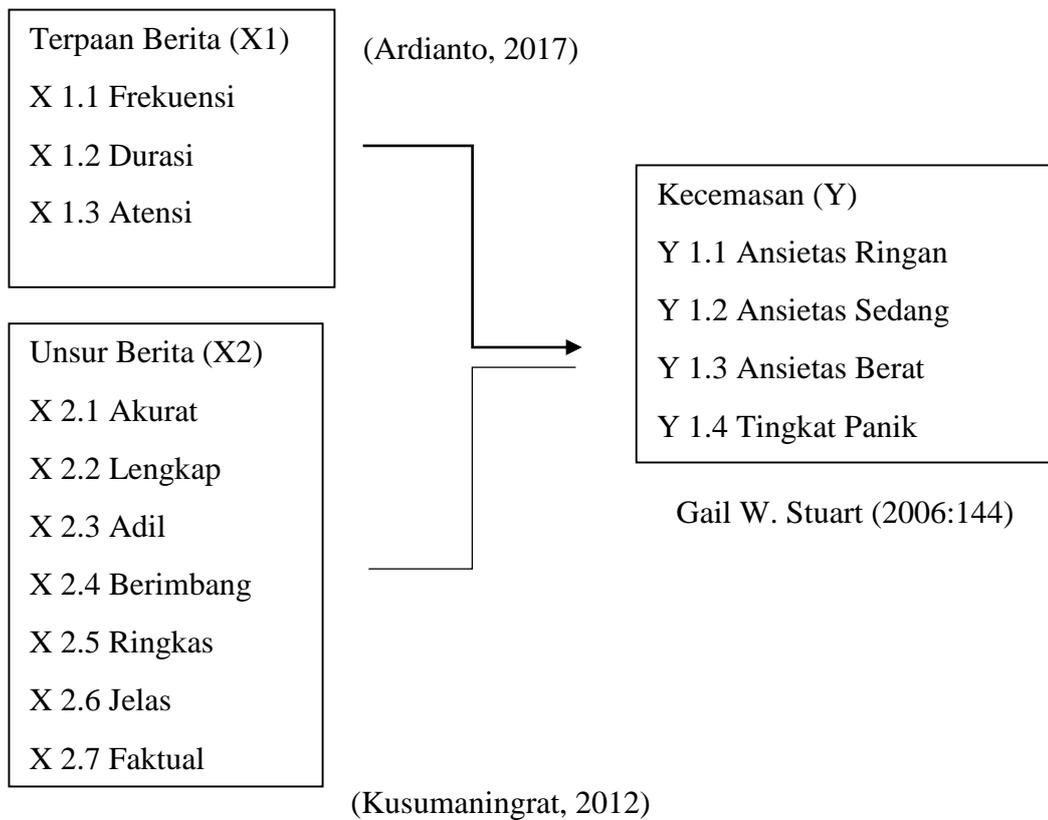
## 2.9 Penelitian Terdahulu

Sangatlah penting untuk memastikan penelitian terdahulu agar tidak terjadi penelitian yang sebelumnya pernah dikaji kembali dikaji ulang. Namun ada beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Pratama & Herlina, 2021)	Pengaruh terpaan pemberitaan virus corona di Kabupaten Bogor pada media online CNN Indonesia terhadap tingkat kecemasan warga	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei eksplanatif asosiatif dalam memperoleh data.	Hasil analisis korelasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,401 yang berada pada tingkat hubungan sedang. Pada uji determinasi R Square dapat disimpulkan bahwa pengaruh cakupan pemberitaan virus corona di Kabupaten Bogor pada media online CNN Indonesia terhadap tingkat kecemasan warga sebesar 16,1% dan sisanya sebesar 83,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti. dalam penelitian ini. Setelah dilakukan penelitian dapat disimpulkan bahwa $H_a$ diterima dan $H_0$ ditolak, hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ .
2	(Rini, 2021)	Pengaruh Terpaan Berita COVID-19 Pada LINE Today Terhadap Kecemasan Mahasiswa Universitas Udayana	menggunakan teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling.	Kecemasan mahasiswa dipengaruhi oleh terpaan berita Covid-19 pada LINE Today adalah sebesar 24% sedangkan sisanya yaitu sebesar 76% dipengaruhi oleh variabel lainnya

				diluar dari penelitian ini Paparan Berita Covid-19 di LINE Today berdampak positif dan signifikan terhadap Kecemasan Mahasiswa Universitas Udayana.
3	(Nurhaditio & Prayitno, 2022)	Pengaruh Terpaan Media Online Berita Begal Sepeda Terhadap Tingkat Kecemasan Di Polygon Helios Riders	kepuustakaan informasi. Alat Analisis: Uji Validitas Uji Relabilitas Uji koefisien kolerasi Uji linier sederhana Uji hipotesis	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Besarnya pengaruh terpaan media online tentang berita begal sepeda menurut koefisien determinasi pada tabel model summary adalah sebesar 0.6% sementara sisanya 99.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di dalam penelitian ini. Artinya pengaruh terpaan media online tentang berita begal sepeda terhadap tingkat kecemasan ini masuk ke dalam kategori sangat rendah.

## 2.10 Kerangka Berpikir



**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

## 2.11 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai sebuah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang akan diuji kebenarannya melalui pengumpulan data dan analisis. Sebuah hipotesis biasanya dirumuskan untuk menjelaskan atau memprediksi suatu fenomena atau hubungan antara variabel tertentu, dan hipotesis ini harus diuji dan dibuktikan dengan data yang valid dan objektif. (Arikunto,2013)

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka dapat disimpulkan hipotesis untuk penelitian ini yaitu:

- H0: Tidak adanya pengaruh terpaan berita ancaman resesi ekonomi 2023 di media massa online Detik.com terhadap kecemasan mahasiswa Pakuan.
- H1: Terdapat pengaruh terpaan berita ancaman resesi ekonomi 2023 di media massa online Detik.com terhadap kecemasan generasi Z kota Bogor.
- H2: Terdapat pengaruh unsur berita ancaman resesi ekonomi 2023 di media massa online Detik.com terhadap kecemasan generasi Z kota Bogor.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan dengan filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian analisis data statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2016). Pendekatan metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti masalah tertentu pada suatu sampel, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang jawaban terhadap masalah tersebut dan memperoleh informasi yang obyektif. Ini dicapai dengan menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur, serta dengan memperhatikan populasi dan sampel yang diidentifikasi, serta jenis data yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. (Paramita dkk, 2021)

Peneliti melakukan penelitian tentang “Pengaruh Terpaan Berita Ancaman Resesi Ekonomi 2023 di Detik.com Terhadap Kecemasan Generasi Z Kota Bogor” Lokasi Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring terhadap masyarakat kota Bogor. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2023.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudia dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016)

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Bogor yang berusia 15-24 tahun sebanyak 172.961 jiwa. Peneliti menggunakan rentang umur tersebut karena berdasarkan kriteria generasi Z umur tersebut sudah termasuk kriteria generasi Z. Data tersebut diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor (BPS) 2021.

##### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Populasi misalnya seperti jumlah penduduk, pegawai, atau individu pada instansi tertentu. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui, sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti terlebih dahulu.

Peneliti bisa menentukan jumlah sampel dengan menggunakan teori Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak untuk penelitian berkisar 30-500. Dapat dikatakan bawah peneliti bisa mengambil jumlah sampel sesuai kemampuan peneliti dengan syarat jumlah sampel yang dipilih tentunya lebih dari 30 sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yang teknik *non probability sampling* yaitu setiap populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel, dengan menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu.

Penentuan jumlah sampel responden dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan pengambilan sampel menggunakan e = 0,01 atau 10%

$$n = \frac{172961}{1 + 172961(10\%)^2}$$

$$n = \frac{172961}{1 + 172961(0,01)}$$

$$n = \frac{172961}{1730,61}$$

Slovin n = 99,9

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin. Setelah melakukan perhitungan menggunakan rumus tersebut, diperoleh hasil sebanyak 99,9. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang akan diteliti.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dapat melakukan pengumpulan data secara operasional dalam menjalankan penelitian guna memperoleh hasil yang bermanfaat bagi penelitian tersebut. Dalam usaha untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini, digunakan dua teknik pengumpulan data oleh peneliti, yaitu teknik kuesioner dan teknik kepustakaan.

#### 1. Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan melalui formulir yang memuat serangkaian pertanyaan yang diajukan melalui Google Form kepada responden, yang selanjutnya diharapkan dapat diisi oleh mereka.

#### 2. Studi Kepustakaan

Data yang terkait dengan topik penelitian telah dikumpulkan oleh peneliti melalui referensi berupa buku-buku, majalah, artikel, dan karya ilmiah lainnya. Dalam proses pengumpulan data, peneliti mempelajari, memahami, dan mencatat teori-teori yang terkait dengan penelitian tersebut.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data

meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, penyajian data tiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini, penggunaan skala dalam pengumpulan data didasarkan pada tujuan untuk mengungkapkan data mengenai sikap terhadap suatu hal. digunakan pengukuran skala Likert yang bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. (Sugiyono, 2014)

**Tabel 3. 1 Tingkat Presentase Jawaban**

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2014

Lalu untuk mencari skor rata-rata jawaban responden menggunakan klasifikasi rentang kriteria sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Tabel rentang kriteria**

Skala Nilai	Keterangan
1,00 - 1,75	Sangat Rendah
1,76 - 2,50	Rendah
2,56 - 3,25	Tinggi
3,26 - 4,00	Sangat Tinggi

Sumber: Umar, 2013

### 3.5 Validitas dan Reliabilitas

#### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu pertanyaan. Hasil data penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti jika pertanyaan kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016). Rumus korelasi digunakan untuk mencari nilai  $r$  atau validitas yaitu dengan rumus *pearson product momen* :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- $r$  : koefisien korelasi pearson
- $N$  : banyaknya nilai  $X$  dan  $Y$
- $\sum XY$  : jumlah hasil kali nilai  $X$  dan  $Y$

- $\Sigma X$  : jumlah nilai X
- $\Sigma Y$  : jumlah nilai Y
- $\Sigma X^2$  : jumlah dari kuadrat nilai X
- $\Sigma Y^2$  : jumlah dari kuadrat nilai Y

Peneliti melakukan uji validitas dengan cara menyebarkan kuesioner kepada generasi Z Kota Bogor berjumlah 30 responden di luar jumlah sampel penelitian. Pengujian validitas ini menggunakan software IBM SPSS Statistics 25.

1. Uji Validitas *Tepaan Berita* (X1)

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas (X1)**

Indikator	Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Frekuensi	FREK 1	0,361	0,867	Valid
	FREK 2	0,361	0,858	Valid
Durasi	DUR 1	0,361	0,755	Valid
	DUR2	0,361	0,812	Valid
Atensi	ATEN 1	0,361	0,782	Valid
	ATEN 2	0,361	0,808	Valid

**Sumber: Spss,Diolah2023**

2. Uji Validitas *Unsur Berita* (X2)

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas (X2)**

Indikator	Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Akurat	AKUR 1	0,361	0,873	Valid
	AKUR 2	0,361	0,802	Valid
Lengkap	LENG 1	0,361	0,738	Valid
	LENG 2	0,361	0,807	Valid
	LENG 3	0,361	0,673	Valid
Adil	ADIL 1	0,361	0,812	Valid
	ADIL 2	0,361	0,766	Valid
Berimbang	BERI 1	0,361	0,735	Valid
	BERI 2	0,361	0,769	Valid
Ringkas	RING 1	0,361	0,716	Valid
	RING 2	0,361	0,740	Valid
Jelas	JEL 1	0,361	0,908	Valid
	JEL 2	0,361	0,915	Valid
Faktual	FAK 1	0,361	0,713	Valid
	FAK 2	0,361	0,786	Valid

**Sumber: Spss,Diolah2023**

### 3. Uji Validitas *Kecemasan* (Y)

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas (Y)**

Indikator	Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Kecemasan Ringan	RING 1	0,361	0,838	Valid
	RING 2	0,361	0,823	Valid
	RING 3	0,361	0,577	Valid
Kecemasan Sedang	SED 1	0,361	0,867	Valid
	SED 2	0,361	0,886	Valid
	SED 3	0,361	0,572	Valid
Kecemasan Berat	BER 1	0,361	0,948	Valid
	BER 2	0,361	0,960	Valid
	BER 3	0,361	0,940	Valid
Tingkat Panik	PAN 1	0,361	0,964	Valid
	PAN 2	0,361	0,958	Valid
	PAN 3	0,361	0,954	Valid

**Sumber: Spss, Diolah 2023**

#### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menguji ketetapan dan konsistensi alat ukur yang sering menggunakan kuesioner. Instrumen yang reliabel adalah bila digunakan beberapa kali menghasilkan data yang sama ketika mengukur data yang sama berkali-kali (Sugiyono, 2016). Metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala likert adalah Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai koefisien Cronbach Alpha > 0,6, apabila sebaliknya variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. Berikut adalah rumus koefisien reliabilitas Cronbach Alpha :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  : koefisien realibilitas

$k$  : jumlah butir pertanyaan

$\Sigma$  : jumlah varians butir

$\sigma^2 t$  : total varians

Uji reliabilitas dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada generasi Z Kota Bogor sebanyak 30 responden di luar sampel penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Kriteria tingkat reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3. 6 Rengtang Kriteria Penilaian**

Interval	Keterangan
0,000 - 0,199	Sangat Tidak Reliabel
0,200 - 0,399	Tidak Reliabel
0,400 - 0,599	Cukup Reliabel
0,600 - 0,799	Reliabel
0,800 - 1,000	Sangat Reliabel

**Sumber: Sugiyono 2013**

1. Uji reliabilitas *Terpaan Berita* (X1)

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas (X1)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	6

**Sumber: output SPSS 25**

Output case processing summary" menjelaskan bahwa dari seluruh data yang diproses, terdapat 30 data dengan presentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan. Hasil reliability statistics menunjukkan bahwa Cronbach's alpha untuk variabel *Terpaan Berita* adalah sebesar 0,711 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat diterima dan dapat dianggap reliabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut telah terbukti reliabel.

2. Uji reliabilitas *Unsur Berita* (X2)**Tabel 3. 8 Hasil Uji Realibilitas (X2)**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	15

**Sumber: output SPSS**

Output case processing summary" menjelaskan bahwa dari seluruh data yang diproses, terdapat 30 data dengan presentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan. Hasil reliability statistics menunjukkan bahwa Cronbach's alpha untuk variabel *Terpaan Berita* adalah sebesar 0,844 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat diterima dan dapat dianggap reliabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut telah terbukti sangat reliabel.

3. Uji reliabilitas *Kecemasan* (Y)**Tabel 3. 9 Hasil Uji Realibilitas (Y)**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,913	12

**Sumber: output SPSS 25**

Output case processing summary" menjelaskan bahwa dari seluruh data yang diproses, terdapat 30 data dengan presentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan. Hasil reliability statistics menunjukkan bahwa Cronbach's alpha untuk variabel *Terpaan Berita* adalah sebesar 0,913 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat diterima dan dapat dianggap reliabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut telah terbukti sangat reliabel.

### 3.6 Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan analisis regresi dengan benar, diperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi ini meliputi uji linearitas, uji normalitas, dan uji heteroskedastisitas, yang harus dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi dapat digunakan dengan baik.

#### 3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak (Priyatno, 2013). Uji ini diperlukan untuk menentukan jenis uji statistik yang harus digunakan. Jika data tersebut memiliki distribusi normal, maka uji statistik parametrik harus digunakan. Namun, jika data tersebut tidak berdistribusi secara normal, maka uji statistik non-parametrik harus digunakan.

Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Distribusi data dianggap normal jika signifikansi uji dua sisi lebih besar dari 0,05.

#### 3.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah ketika terjadi ketidaksamaan dalam variansi residual pada model regresi. Ketika model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas itu menunjukkan bahwa model tersebut baik (Ghozali, 2012:51). Di dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Kriteria yang digunakan untuk mengambil keputusan adalah:

Signifikansi  $\geq 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Signifikansi  $\leq 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.6.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas/independen pada model regresi (Sujarweni, 2015). Hasil uji akan menunjukkan apakah terdapat multikolinearitas pada model. Multikolinearitas terjadi jika Variance Inflation Factor (VIF)  $\geq 10$ . Namun, jika  $VIF < 10$ , maka tidak terdapat multikolinearitas

### 3.7 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dan analisis korelasi memiliki fungsi yang hampir sama, yaitu untuk mengevaluasi keberadaan atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel tak bebas. Namun, analisis regresi memiliki kelebihan karena menyediakan koefisien regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi seberapa besar perubahan variabel tak bebas ketika variabel bebas berubah satu unit. Dalam penelitian ini, analisis regresi yang digunakan adalah regresi linear berganda, karena terdapat lebih dari satu variabel bebas (X) yang digunakan, yaitu frekuensi, intensitas, dan durasi. Adapun rumus regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

X1 = Terpaan (independen)

X2 = Unsur berita (independen)

Y = Kecemasan (dependen)

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien regresi

### 3.7.1 Uji F

Uji F pada prinsipnya mengindikasikan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki dampak bersama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012:98). Dalam penelitian ini, Uji statistik F digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel bebas (X1 dan X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas (Y), yaitu kecemasan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah terpaan (X1) dan unsur berita (X2) secara simultan mempengaruhi kecemasan (Y). Dengan hipotesis sebagai berikut :

1. H0: tidak terdapat pengaruh signifikan terpaan (X1) dan unsur berita (X2) secara simultan terhadap kecemasan (Y).
2. Ha: terdapat pengaruh signifikan terpaan (X1) dan unsur berita (X2) secara simultan terhadap kecemasan (Y).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Apabila nilai F hitung  $>$  F tabel atau *sig probability* kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Hal ini menandakan bahwa secara simultan terpaan (X1) dan unsur berita (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kecemasan (Y).
2. Apabila nilai F hitung  $<$  F tabel atau *sig probability* kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Hal ini menandakan bahwa secara simultan terpaan (X1) dan unsur berita (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kecemasan (Y).

### 3.7.2 Uji T

Uji t digunakan dalam regresi linier berganda untuk mengevaluasi apakah variabel bebas berpengaruh secara individual terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012:98). Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Dengan demikian, dapat diketahui apakah hipotesis H0 diterima atau ditolak.

Rumus t-hitung sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi

t : Deviasi hasil kritis yang dialami

n : Jumlah sampel

Nilai t-tabel dapat dilihat pada tabel t dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$  dan  $df = n - k$  dimana n= jumlah sampel dan k= jumlah variabel.

Menentukan hipotesis yang diuji :

$H_0 : b_i = 0$  menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara terpaan (X1) dan unsur berita (X2) terhadap kecemasan (Y).

$H_a : b_i \neq 0$  menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara terpaan (X1) dan unsur berita (X2) terhadap kecemasan (Y).

Menentukan kriteria pengujian :

Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  atau dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terpaan (X1) dan unsur berita (X2) terhadap kecemasan generasi Z (Y) secara parsial.

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terpaan (X1) dan unsur berita (X2) terhadap kecemasan generasi Z (Y) secara parsial.

### 3.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas.

Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Nilai koefisien determinasi

$r^2$  = Kuadrat koefisien korelasi

### 3.8 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa variabel independen adalah faktor yang memiliki pengaruh atau menyebabkan perubahan dan munculnya variabel dependen. Penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari dua variabel, yaitu terpaan berita dan unsur berita. Sementara itu, variabel dependennya adalah kecemasan. Berikut ini adalah definisi operasional dari setiap variabel:

#### 1. Terpaan berita (X1)

Pengukuran jumlah dan intensitas paparan individu terhadap berita dalam suatu periode waktu tertentu. Hal ini dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti frekuensi eksposur berita, durasi paparan berita, dan atensi individu terhadap media yang digunakan untuk mengakses berita. Adapun indikator variabel sebagai berikut:

**X1.1** Frekuensi : berapa kali individu dalam periode tertentu menerima dan membaca berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com.

**X1.2** Durasi : seberapa lama individu membaca berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com.

**X1.3** Atensi : tingkat ketertarikan responden dalam membaca berita ancaman resesi ekonomi 2023 di Detik.com.

## 2. Unsur berita (X2)

Pengidentifikasi dan pengukuran dari setiap unsur berita seperti judul dapat diukur berdasarkan kejelasan, faktual, dan daya tariknya. Narasi dapat diukur berdasarkan struktur, kejelasan, ringkas, dan kelengkapan informasi yang disampaikan. Sumber informasi dapat diukur berdasarkan keakuratan, adil, dan berimbang dengan berita.

**X2.1** Akurat : berita resesi ekonomi 2023 yang dituliskan di detik.com sesuai dengan kondisi lapangan.

**X2.2** Lengkap : berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com memberikan informasi yang spesifik dan terperinci, menggunakan bahasa yang sederhana, menyajikan peristiwa dalam urutan kronologis, dan menekankan poin utama.

**X2.3** Adil : unsur berita adil mencakup pemberitaan yang netral, pemisahan antara fakta dan opini, penampilan berbagai perspektif, dan penanganan yang adil terhadap semua pihak yang terlibat.

**X2.4** Berimbang : unsur berita berimbang mencakup penanganan yang adil terhadap berbagai sudut pandang, penghindaran bias, pemberian ruang yang setara untuk semua pihak yang terlibat, serta keterwakilan yang proporsional dari opini dan fakta yang relevan.

**X2.5** Ringkas : menyajikan berita yang padat, mudah dipahami, dan memberikan informasi inti dengan efisien. Memungkinkan pembaca atau pendengar untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang peristiwa atau topik yang dilaporkan dalam waktu yang singkat.

**X2.6** Jelas : berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh pembaca. Penggunaan frasa yang jelas dan kalimat yang singkat membantu mencegah kebingungan dan mempermudah pemahaman.

**X2.7** Faktual : berita faktual mencakup pemberitaan yang didasarkan pada fakta yang dapat diverifikasi, penghindaran spekulasi atau rumor, pemisahan yang jelas antara fakta dan opini, serta pemeriksaan keabsahan sumber informasi.

## 3. Tingkat Kecemasan (Y)

Tingkat kecemasan dalam resesi ekonomi 2023 mencakup pengukuran dan penilaian kecemasan yang muncul sebagai respons terhadap kondisi ekonomi yang tidak stabil atau menurun. Dalam hal ini, variabel yang diukur dapat mencakup respons emosional, stres, dan ketidakpastian yang dirasakan oleh individu atau kelompok dalam menghadapi dampak negatif resesi ekonomi.

**Y1** Kecemasan ringan : tingkat kecemasan ringan mungkin mencerminkan tingkat kekhawatiran atau ketidakpastian yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat kecemasan yang lebih parah.

**Y2** Kecemasan sedang : mencakup pengukuran dan penilaian kecemasan yang menggambarkan tingkat kekhawatiran, ketidakpastian, dan stres yang moderat dalam respons terhadap kondisi ekonomi yang tidak stabil atau menurun. Tingkat kecemasan sedang mungkin mencerminkan tingkat ketidaknyamanan dan beban psikologis yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kecemasan ringan.

**Y3** Kecemasan berat : Tingkat kecemasan berat mengalami gejala yang parah dan mengganggu seperti serangan panik yang sering, gangguan tidur yang berat, isolasi sosial yang signifikan, penurunan fungsi kognitif, atau bahkan pemikiran atau tindakan yang merugikan diri sendiri.

**Y4** Tingkat panik : Tingkat kecemasan panik mencerminkan tingkat kekhawatiran, ketidakpastian, dan rasa takut yang ekstrem, yang dapat mengarah pada serangan panik yang tak terkendali. Menggambarkan gejala fisik seperti detak jantung yang cepat, sesak napas, gemetar, berkeringat, serta gejala psikologis seperti ketakutan yang tak terkendali, dan kehilangan kendali.

## **BAB 4** **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**



**Gambar 4. 1 Logo Detik.com**

(Sumber: Detik.com)

Detikcom adalah media digital terpopuler dan terbesar di Indonesia dengan konsep breaking news yang menyajikan informasi peristiwa terkini dan gaya hidup. Kini detikcom juga bertransformasi menjadi gerbang semua layanan di dalam ekosistem CT Corp. Domain detik.com telah aktif sejak tanggal 29 Mei 1998, tetapi baru mulai menerbitkan konten berita online pada tanggal 9 Juli 1998. Pendiri detikcom adalah Budiono Darsono (mantan wartawan tempo dan Tabloid detik), Yayan Sopyan (mantan wartawan Tabloid detik), Abdul Rahman (mantan wartawan SWA), dan Didi Nugrahadi. detikcom berawal dari ide untuk memberikan berita terkini secara berkelanjutan. detikcom tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan, atau bulanan untuk mengupdate berita, tetapi dengan konsep Breaking News. Saat itu, ruang kecil di bawah balkon stadion Lebak Bulus dipilih sebagai kantor redaksi pertama detikcom.

Pada tanggal 3 Agustus 2011, Transmedia yang merupakan bagian dari grup perusahaan CT Corp yang didirikan oleh Chairul Tanjung resmi mengakuisisi detikcom. Meskipun demikian, Chairul Tanjung selaku pemilik baru tetap mempertahankan independensi dan netralitas detikcom. Dalam menjalankan bisnisnya, detikcom mengikuti semangat inovasi, kreativitas, dan kewirausahaan. Awalnya, detikcom hanya diakses oleh ratusan ribu orang setiap hari, tetapi sekarang telah melesat menjadi media online terbesar di Indonesia dengan jutaan pengakses setiap hari dan menjadi pengiklan terbesar di negara ini.

Detikcom terus berinovasi dan melakukan transformasi menjadi lebih dari sekadar media. Sebelumnya, PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom) merupakan perusahaan yang menaungi detikcom, namun kini berubah nama menjadi PT Trans Digital Media. Perubahan nama ini membuat detikcom tidak lagi menjadi satu-satunya media digital yang dimiliki oleh PT Trans Digital Media, melainkan berkembang menjadi keluarga jaringan media yang disebut Detik Network.

### **4.2 Visi dan Misi Detik.com**

#### **4.2.1 Visi**

Media massa yang memberitakan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegrasi “DIGITAL LIFE GATEWAY”.

#### 4.2.2 Misi

1. Memberitakan informasi terpercaya dengan cepat dan akurat, selalu berpijak pada independensi dan keberimbangan.
2. Menyampaikan dengan cara yang lugas, memikat dan informatif dengan varian konten yang lengkap.
3. Selalu berinovasi dan membangun produk dengan teknologi terdepan yang terukur.

#### 4.3 Struktur Detik.com

Detik.com sebenarnya bukan merupakan entitas perusahaan yang mandiri. Detik.com adalah bagian dari perusahaan PT Agrakom. Dalam struktur organisasi, yang menduduki posisi paling atas di Detik.com adalah CEO, bukan pemimpin redaksi. Meskipun demikian, pemimpin redaksi bertanggung jawab atas pengawasan konten utama. Sedangkan, di dalam struktur Agrakom, posisi tertinggi adalah direktur utama atau CEO, yang mengawasi berbagai direktorat, termasuk direktorat operasional, direktorat teknologi informasi, dan direktorat konten yang dijabat oleh pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi memiliki tugas sehari-hari untuk memberikan arahan kepada tim redaksi Detik.com dalam menjalankan proses pemberitaan. Pemimpin redaksi juga terlibat dalam kegiatan eksternal, dan mereka dapat dibantu oleh wakil pemimpin redaksi dalam tugas-tugas sehari-hari di kantor.

##### 4.3.1 Manajemen Redaksi

Detik.com mampu melakukan pelaporan dengan efektif berkat struktur organisasi dan mekanisme alur pelaporan yang terencana. Detik.com, sebagai media yang berkomitmen untuk menyajikan informasi dengan cepat, selalu memiliki tenggat waktu yang harus diikuti, dengan penekanan pada keakuratan informasi. Alur proses pelaporan yang digunakan oleh Detik.com dirancang untuk efisiensi tanpa mengabaikan langkah-langkah penting. Keberhasilan Detik.com dalam beroperasi secara efisien juga didukung oleh teknologi aplikasi yang memungkinkan penyebaran berita dengan cepat kepada masyarakat luas. Ini memastikan bahwa berita yang diberitakan memiliki cakupan yang jelas dan pembenaran yang solid. Detik.com juga dikenal karena kontinuitasnya dalam memperbarui berita, tidak hanya setiap hari, tetapi juga secara real-time. Dalam situasi yang memerlukan pengambilan keputusan cepat, Detik.com tidak selalu perlu mengadakan rapat redaksi untuk mengambil keputusan, memungkinkan mereka untuk tetap responsif dalam memberikan informasi kepada pembaca.

##### 4.3.2 Struktur Organisasi

1. Presiden Direktur
2. Wakil Presiden Direktur/Pemimpin Redaksi
3. Direktur Operasional
4. Direktur Informasi Teknologi
5. Direktur Keuangan

##### 4.3.3 Struktur Redaksional

1. Pemimpin redaksi berperan sebagai pendamping presiden direktur dalam urusan perusahaan dan memiliki tanggung jawab utama terhadap semua konten berita, dengan dukungan dari wakil pemimpin redaksi.

2. Wakil pemimpin redaksi bertugas membantu pemimpin redaksi dalam mengelola operasional redaksi sehari-hari, termasuk proses pencarian berita hingga pemuatan konten.
3. Redaktur pelaksana memegang tanggung jawab penuh dalam mengarahkan dan mengawasi wartawan dalam melaporkan berita yang sesuai dengan bidangnya, mulai dari pencarian hingga pemuatan kontennya.
4. Koordinator liputan berperan sebagai pemimpin dan pengendali utama dalam semua aspek peliputan berita, termasuk perencanaan isu/topik, pencarian dan pengumpulan berita, pengembangan isu/topik, serta mengatur penugasan wartawan agar berjalan dengan efektif.
5. Reporter bertanggung jawab terhadap upaya pencarian berita sesuai dengan bidang tugasnya.

#### **4.3.4 Redaksi Detik.com**

##### **1. Direktur Konten**

Alfito Deannova Ginting.

##### **2. Dewan Redaksi**

Alfito Deannova Ginting, Ardhi Suryadhi, Elvan Dany Sutrisno, Sudrajat, Fakhri Fahmi.

##### **3. Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab**

Alfito Deannova Ginting.

##### **4. Wakil Pemimpin Redaksi**

Ardhi Suryadhi, Elvan Dany Sutrisno

##### **5. Komite Etik**

Sudrajat, Budi Rahayu, Habib Rifai.

##### **6. Detiknews**

Fajar Pratama (Redaktur Pelaksana), Ahmad Toriq (Redaktur Pelaksana), Indah Mutiara Kami (Wakil Redaktur Pelaksana), Herianto Batubara (Kepala Peliputan), Andi Saputra, Rita Uli Hutapea, Novi Christiastuti Adiputri, Jabbar Ramdhani, Haris Fadhil, Danu Damarjati, Dhani Irawan, E Mei Amelia Rahmat, Idham Khalid, Arief Ikhsanudin, Gibran Maulana, Kanavino, Indra Komara, Audrey Santoso, Yulida Mudistiara, Nur Azizah, Eva Savitri, Matius Alfons, Dwi Handayani, Isal Mawardi, Yogi Ernes, Wilda Hayatun Nufus, Tiara Aliya, Lisy Sri Rahayu, Farih Maulana Sidik, Rolando, Rakhmad Hidayatulloh, Kadek Melda, Azhar Bagas, Karin Nur Secha, Rakha Ariyanto, Bahtiar Rivai.

##### **7. Detik Regional**

Triono Wahyu Sudibyo (Redaktur Pelaksana), Mukhlis Dinillah, Gangsar Parikesit.

##### **8. Detik Finance**

Angga Aliya ZRF (Redaktur Pelaksana), Hans Hendricus B Aron (Wakil Redaktur Pelaksana), Zulfi Suhendra, Dana Aditiasari, Ardan Adhi Chandra, Eduardo Simorangkir, Fadhly Fauzi Rachman, Hendra Kusuma, Danang Sugianto, Sylke Febrina Laucereno, Herdi Alif Al Hikam, Achmad Dwi Afriyadi, Anisa Indraini, Aulia Damayanti.

##### **9. Detik Sport**

Kris Fathoni Wibowo (Redaktur Pelaksana), Afif Farhan (Wakil Redaktur Pelaksana) Lucas Aditya, Mercy Raya, Mohammad Resha Pratama, Novitasari Dewi Salusi, Okdwitya Karina Sari, Rifqi Ardita Widiyanto,

Muhammad Robbani, Yanu Arifin, Putra Rusdi Kurniawan, Bayu Baskoro Febianto, Adhi Indra Prasetya, Randy Prasetya.

**10. Detik Hot**

Nugraha Rodiana (Redaktur Pelaksana), Dicky Ardian (Wakil Redaktur Pelaksana) Asep Syaifullah, Delia Arnindita Larasati, Desi Puspasari, Mauludi Rismoyo, Parih Prawesti Febriani, Tia Agnes Astuti, Febriyantino Nur Pratama, Atmi Ahsani Yusron, Pingkan Anggraini, M. Iqbal, M. Ahsan.

**11. Detik Inet**

Fitraya Ramadhanny (Redaktur Pelaksana), Fino Yurio Kristo (Wakil Redaktur Pelaksana) Anggoro Suryo Jati, Rachmatunnisa, Josina, Adi Fida Rahman, Agus Tri Haryanto, Virginia Maulita Putri, Aisyah Kamaliah, M. Hadi Panji Saputro, Rizqy Nur Amalia.

**12. Detik Health**

AN Uyung Pramudiarja (Redaktur Pelaksana), Firdaus Anwar (Wakil Redaktur Pelaksana) FriedaIsyana Putri, Rosmha Widiyani, Khadijah Nur Azizah, Sarah Oktaviani Alam.

**13. Wolipop**

Eny Kartikawati (Redaktur Pelaksana), Hestianingsih (Wakil Redaktur Pelaksana) Daniel Ngantung, Risky Oktaviani, Rahmi Anjani, Mohammad Abduh, Gresnia Arela, Vina Oktiani, Chairini Putong, Riana Anggraeni Irawan.

**14. Detik Food**

Odilia Winneke (Redaktur Pelaksana), Andi Annisa Dwi Rahmawati (Wakil Redaktur Pelaksana) Devy Setya, Dewi Anggraini, Sonia Permata, Atiq Rana F.

**15. Detik Travel**

Dadan Kuswaraharja (Redaktur Pelaksana), Femi Diah (Wakil Redaktur Pelaksana) Wahyu Setyo Widodo, Ahmad Masaul Khoiri, Melissa Bonauli, Syanti Mustika, Elmy Tasya Khairally, Putu Intan.

**16. Detik Oto**

Doni Wahyudi (Redaktur Pelaksana), M. Luthfi Andika (Wakil Redaktur Pelaksana) Rangga Rahadiansyah, Ridwan Arifin, Luthfi Anshori, M. Hafizh Gemilang, Rayanti, Septian Farhan Nurhuda.

**17. DetikX**

Irwan Nugroho (Redaktur Pelaksana), Dieqy Hasbi Widhana (Wakil Redaktur Pelaksana), Melisa Mailoa, M Rizal Maslan, May Rahmadi, Fajar Yusuf Rusdiyanto, Rani Rahayu, Ahmad Thovan Sugandi  
Infografis: Mindra Purnomo, Andhika Akbarayansyah, Edi Wahyono, Fuad Hasim, Zaki Alfarabi, Luthfy Syahban, Ahmad Fauzan Kamil, M. Fakhry Arrizal, Deni Pratama, Dedi Arief Wibisono.

**18. Detik Foto**

Dikhy Sasra (Redaktur Pelaksana) Rachman Haryanto (Wakil Redaktur Pelaksana), Agus Purnomo, Aries Suyono, Agung Pambudhy, Ari Saputra, Grandyos Zafna, Rengga Sancaya, Andhika Prasetya, Rifkianto Nugroho, M. Ridho Suhandi, Pradita Utama, Rafida Fauzia, Tripa Ramadhan, Chelsea Daffa.

**19. 20Detik**

Idham A. Sammana (Redaktur Pelaksana), Fuad Fariz (Wakil Redaktur Pelaksana), Deden Gunawan, Achmad Triyanto, Aji Bagoes Risang, Esty Rahayu Anggraini, Iswahyudy, Marisa, Isfari Hikmat, Syailendra Hafiz Wiratama, Muhammad Zaky Fauzi Azhar, Nugroho Tri Laksono, Rahmayoga Wedar, Septiana Ledysia, Tri Aljumanto, Yulius Dimas Wisnu, Gusti Ramadhan, Adrian Rachmadi, Edward Febriantri K, M. Haykal Harlan, M. Ramdoni, Johan Alamsyah, Yolanda Vista, Dinda Ayu Islami, Muhammad Abdurrosyid, Rendi Herdiansyah, Winati Suhesnia, Faisal Fahriansyah, Syifa Nurjannah, Arssy Firliani, Agus Dwy Nugroho, Ashri Fathan, M. Wildan, Wanodya Shiminarti, Dwi Putri Aulia, Meilita, Nurul Ulum, Insan Cahya, Arel Sri Zulfa, Yussa Ariska, Khairunissa, Citra Nur Hasanah, Bagus Putra Laksana, Septian Eko, Dinda Decembria, Rakean Radhana, Septian Ardho, Fitri Prawitasari, Ahmad Maulana, Elfania Monica, Insanul Habibie, Samuel Hari Setiawan, Ragis Syahdat, Nada Celesta, Aulia Risyda, Fandi Akbar, Ori Salfian, Bagas Catur, M. Haedar Fashal, M. Syaugi Ridho, Ayunda Septiani, Munajat, Stanislaus Kostka, Prima Kusmara, Aisyah Hafizh, M. Nur Iqbal, Adi Nauval, Alifia Selma, Christopher Radyaputra.

**20. Redaktur Bahasa**

Habib Rifai, Hadi Prayuda, Heru Yulistiyani

**21. Detik Edu**

Erwin Daryanto (Redaktur Pelaksana), Nograhani Widhi K, Niken Widya Yunita, Pasti Liberti Mappapa, Fahri Zulfikar, Novia Aisyah, Trisna Wulandari, Nikita Rosa, Anisa Febri

**22. Detik Hikmah**

Erwin Daryanto (Redaktur Pelaksana), Lusiana Mustinda, Rahma Indina Harbani, Kristina, Devy Setya Lestari.

**23. Engagement Content**

Meliyanti Setyorini (Head), Andry Togarma (SEO Specialist Section Head), Ardi Cahya Rosyadi, Marwan, M Fayyas, Sari Amalia, Adiasti Kusumaningtyas, Yasmin, Regista Arrizky, Nita Rachmawati, Nograhani Widhi K, Hestiana Dharmastuti, Ihsan Dana, Billy Triantoro, Galih Prasetyo, Dwi Arif Ikhwanto, Dedi Irawan, Reza Jatnika, Moch. Yanuar Ischaq, Gilar Dhanu, Rinjani, Rizqy Rahayu, Rizqulloh Diandra, Josephine Novena, Fithri Pratiwi, Elsa Azzahra, M, Raafi Dylan, Claudia Chyntia, Rindy Nurjanah, Nadya CT Laksmiastari.

**24. Konten Kreator Media Sosial**

Gagah Wijoseno (Redaktur Pelaksana), Vanita Dewi, Josephine Widya, Nabila Gustin Oktaviani, Jhonathan S, Doni.

**25. Sekretaris Redaksi**

Marina Deviyanti (Head), M Sidik, Satika Putriana, Tisna Rias Pratiwi, Siti Nurhasanah, Eko Wahyudi, Alissya Mustika.

#### 4.4 Gambaran Umum Kota Bogor



**Gambar 4. 2 Lambang Kota Bogor**

(Sumber: Kotabogor.go.id)

Lambang tersebut menampilkan empat warna utama: emas, merah, biru, dan hijau, masing-masing memiliki makna yang khas. Di bagian kiri atas, terdapat Burung Garuda berwarna kuning emas, yang merupakan lambang negara. Di bagian kanan atas, melambangkan Kota Bogor dengan gambar Istana Bogor yang dinyatakan dalam warna perak. Di bagian kiri bawah, Kota Bogor yang tak terpisahkan dari Gunung Salak digambarkan dengan simbol gunung yang memiliki empat puncak. Sedangkan di bagian kanan bawah, melambangkan pusaka dari Kerajaan Pajajaran, diwakili oleh bentuk Kujang.

Secara geografis, Kota Bogor terletak di antara garis bujur timur 106' 48' dan garis lintang selatan 6' 26'. Berkat posisinya yang strategis di tengah Kabupaten Bogor dan dekat dengan Ibukota Negara, Kota Bogor memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang, baik dalam hal ekonomi maupun pelayanan. Ini menjadikannya pusat kegiatan nasional untuk bisnis, industri, perjalanan, dan komunikasi. Kota Bogor memiliki luas wilayah sebesar 11.850 hektar dan terbagi menjadi enam kecamatan, yaitu Bogor Selatan, Bogor Utara, Bogor Timur, Bogor Barat, dan Bogor Tengah. Berikut adalah batas-batas wilayah Kota Bogor:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kemang, Bojong Gede, dan Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor.
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Sukaraja dan Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor.
3. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Darmaga dan Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor.
4. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Cijeruk dan Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor.

## 4.5 Visi dan Misi Kota Bogor

### 4.5.1 Visi

Mewujudkan kota Bogor sebagai kota ramah keluarga.

### 4.5.2 Misi

1. Mewujudkan kota yang sehat.
2. Mewujudkan kota yang cerdas.
3. Mewujudkan kota yang sejahtera.

## 4.6 Struktur Organisasi Kota Bogor

Kota Bogor saat ini dipimpin oleh Bima Arya Sugiarto yang menjabat sebagai Wali Kota. Bima Arya telah memimpin Kota Bogor selama dua periode. Pada masa kepemimpinan saat ini, Bima Arya didampingi oleh Dedie Rachim yang menjabat sebagai Wakil Wali Kota. Mereka memegang tanggung jawab untuk memimpin Kota Bogor selama periode 2019-2024.

## 4.7 Karakteristik Responden

### 4.7.1 Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	74	74%
Laki-laki	26	26%
Total keseluruhan	100	100%

**Sumber: data primer, 2023**

Berdasarkan tabel jenis kelamin responden terdiri dari Laki-laki sebanyak 26 orang dengan persentase 26% dan perempuan sebanyak 74 orang dengan persentase 74%.

### 4.7.2 Usia Responden

**Tabel 4. 2 Usia Responden**

Usia	Jumlah Responden	Persentase
15-20 tahun	8	8%
21-24 tahun	92	92%
Total	100	100%

**Sumber: data primer, 2023**

Dalam Tabel 4.13, terlihat bahwa terdapat 92 responden yang berusia 21-24 tahun, yang menempati persentase sebesar 92%. Lalu jumlah responden yang berusia 15-20 tahun sebanyak 8 orang, dengan persentase 8%. Fakta ini menunjukkan bahwa kelompok usia 21-24 tahun adalah kelompok usia yang paling banyak dalam mencari informasi di media massa online.

### 4.7.3 Pendidikan Terakhir

**Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
SMP	0	0%
SMA/SMK	72	72%
Diploma	3	3%
S1	25	25%
Total	100	100%

**Sumber: data primer, 2023**

Menurut informasi yang tercantum pada tabel , dapat dilihat bahwa terdapat tidak ada responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP. Sementara itu, sebanyak 72 orang responden atau 72% memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat. Terdapat juga 3 orang responden atau 3% dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma, dan 25 orang responden atau 25% dengan tingkat pendidikan terakhir S1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan terakhir yang umum dimiliki generasi Z Kota Bogor adalah SMA/Sederajat.

### 4.7.4 Jenis Pekerjaan

**Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan Responden**

<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	82	82%
PNS	0	0%
Karyawan Swasta	16	16%
Pengusaha	2	2%
Total	100	100%

**Sumber: data primer, 2023**

Menurut Tabel, terlihat bahwa terdapat 82 orang responden atau 82% yang merupakan pelajar/mahasiswa. lalu untuk pekerjaan PNS tidak ada satu pun. Selain itu, terdapat 16 orang responden atau 16% yang merupakan karyawan swasta. Sedangkan, terdapat 2 orang responden atau 2% berasal dari profesi pengusaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembaca berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com adalah mahasiswa.

### 4.7.5 Domisili

**Tabel 4. 5 Domisili Responden**

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Bogor Utara	13	13%
Bogor Tengah	42	42%
Bogor Timur	18	18%
Bogor Barat	16	16%
Bogor Selatan	11	11%
Total	100	100%

**Sumber: data primer, 2023**

Berdasarkan data tabel domisili generasi Z di Kota Bogor, dapat disimpulkan bahwa mereka berada dalam beberapa wilayah yang berbeda. Bogor Tengah menjadi wilayah dengan jumlah populasi generasi Z terbanyak, terdiri dari 42 orang atau sekitar 42% dari total responden generasi Z di Kota Bogor. Diikuti oleh Bogor Timur dengan 18 orang atau sekitar 18% dari total responden populasi generasi Z. Bogor Barat menyumbang 16 orang atau sekitar 16%, sedangkan Bogor Selatan memiliki 11 orang atau sekitar 11% dari responden populasi generasi Z. Sementara itu, Bogor Utara memiliki jumlah populasi generasi Z yang paling sedikit, yaitu 13 orang atau sekitar 13% dari total responden. Dengan demikian, Bogor Tengah menjadi wilayah dengan populasi responden generasi Z terbanyak.

#### 4.8 Variabel Penelitian *Terpaan Berita* (X1)

##### 1. Frekuensi

**Tabel 4. 6 Indikator Frekuensi**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		1-2 kali	3-4 kali	5-6 kali	> 6 kali			
Frekuensi	X1p1	21	57	19	3	2,04	1,96	Rendah
	X1p2	44	28	24	4	1,88		

**Sumber: Data primer, 2023**

Berdasarkan tabel, pernyataan X1p1 jumlah responden yang membaca berita resesi ekonomi 2023 sebanyak 3-4 kali dalam seminggu sebanyak 57% dan mendapat nilai rata-rata 2,04 yang berkategori rendah

Pernyataan X1p2 mayoritas responden 44% hanya membaca berita resesi ekonomi sebanyak 1-2 kali dalam sehari mendapatkan nilai rata-rata 1,88 menunjukkan tingkat frekuensi yang rendah. Indikator frekuensi mendapatkan total nilai rata-rata 1,96. Resesi ekonomi adalah topik yang umumnya dihubungkan dengan ketidakpastian, kekhawatiran, dan dampak negatif pada kehidupan sehari-hari. Sebagian orang cenderung menghindari berita tentang resesi ekonomi karena merasa cemas atau takut setelah membaca.

##### 2. Durasi

**Tabel 4. 7 Indikator Durasi**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		1-2 mnt	3-4 mnt	5-6 mnt	> 6 mnt			
Durasi	X1p3	5	39	39	17	2,68	2,58	Tinggi
	X1p4	11	40	30	15	2,49		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan tabel, pernyataan X1p3 jumlah durasi responden saat membaca berita resesi ekonomi 2023 sebanyak 5-6 menit sebanyak 39% dan mendapat nilai rata-rata 2,68 yang berkategori tinggi.

Pernyataan X1p4 mayoritas responden 40% rata-rata dalam sehari menghabiskan waktu untuk membaca berita resesi ekonomi 2023 sebanyak 3-4 menit dalam sehari mendapatkan nilai rata-rata 2,49 menunjukkan tingkat frekuensi yang tinggi. Indikator frekuensi mendapatkan total nilai rata-rata 2,58 dengan kategori tinggi.

### 3. Atensi

**Tabel 4. 8 Indikator Atensi**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Atensi	X1p5	0	8	73	19	3,11	3,09	Tinggi
	X1p6	0	11	71	18	3,07		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X1p5 mayoritas 19 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat 73 responden yang menjawab setuju, 8 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X1p6 terdapat 18 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 71 responden yang menjawab setuju, 11 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,09 yang berarti termasuk kedalam kategori tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa atensi responden terhadap pemberitaan resesi ekonomi 2023 cukup tinggi.

#### 4.9 Variabel Penelitian *Unsur Berita* (X2)

##### 1. Akurat

**Tabel 4. 9 Indikator Akurat**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Akurat	X2p1	0	8	73	19	3,26	3,25	Tinggi
	X2p2	0	11	71	18	3,24		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p1 mayoritas 19 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat 71 responden yang menjawab setuju, 11 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X2p2 18 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 71 responden yang menjawab setuju, 11 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,25 yang berarti termasuk kedalam kategori tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 sudah akurat cukup tinggi.

## 2. Lengkap

**Tabel 4. 10 Indikator Lengkap**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Lengkap	X2p3	0	9	48	43	3,34	3,37	Sangat Tinggi
	X2p4	0	4	54	42	3,38		
	X2p5	0	3	55	42	3,39		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p3 mayoritas 43 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, terdapat 48 responden yang menjawab setuju, 9 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan X2p4 mayoritas 42 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Terdapat 54 responden yang menjawab setuju, 4 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Lalu untuk pernyataan X2p5 42 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 55 responden yang menjawab setuju, 3 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,37 yang berarti termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 ditulis dengan lengkap sangat tinggi.

## 3. Adil

**Tabel 4. 11 Indikator Adil**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Adil	X2p6	1	5	63	31	3,24	3,32	Sangat Tinggi
	X2p7	0	5	50	45	3,40		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p6 mayoritas 31 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat 63 responden yang menjawab setuju, 5 responden yang tidak setuju, dan hanya 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X2p7 45 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Terdapat 50 responden yang menjawab setuju, 5 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,32 yang berarti termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 ditulis dengan unsur berita adil sangat tinggi.

#### 4. Berimbang

**Tabel 4. 12 Indikator Berimbang**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Berimbang	X2p8	1	3	55	41	3,36	3,36	Sangat Tinggi
	X2p9	0	3	58	39	3,36		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p8 41 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, terdapat 55 responden yang menjawab setuju, 3 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X2p9 39 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 58 responden yang menjawab setuju, 3 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,36 yang berarti termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 ditulis dengan unsur berita berimbang sangat tinggi.

#### 5. Ringkas

**Tabel 4. 13 Indikator Ringkas**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Ringkas	X2p10	0	3	41	56	3,53	3,47	Sangat Tinggi
	X2p11	0	7	44	49	3,42		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p8 mayoritas 56 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, terdapat 44 responden yang menjawab setuju, 7 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X2p9 mayoritas 49 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Terdapat 44 responden yang menjawab setuju, 7 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,47 yang berarti termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 ditulis dengan unsur berita ringkas sangat tinggi.

## 6. Jelas

**Tabel 4. 14 Indikator Jelas**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Jelas	X2p12	0	1	54	45	3,44	3,48	Sangat Tinggi
	X2p13	0	1	46	53	3,52		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p12 terdapat 45 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, terdapat 54 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X2p13 mayoritas 53 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Terdapat 46 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,48 yang berarti termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 ditulis dengan unsur berita jelas sangat tinggi.

## 7. Faktual

**Tabel 4. 15 Indikator Faktual**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Faktual	X2p14	0	3	58	39	3,36	3,39	Sangat Tinggi
	X2p15	0	4	49	47	3,43		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan X2p14 terdapat 39 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, terdapat 58 responden yang menjawab setuju, 3 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X2p15 terdapat 47 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 49 responden yang menjawab setuju, 4 responden yang tidak setuju, dan hanya 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,39 yang berarti termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai pemberitaan resesi ekonomi 2023 ditulis dengan unsur berita faktual sangat tinggi.

#### 4.10 Variabel Penelitian *Kecemasan (Y)*

##### 1. Kecemasan Ringan

**Tabel 4. 16 Indikator Kecemasan Ringan**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Kecemasan Ringan	Y1p1	1	18	49	32	3,12	3,25	Tinggi
	Y1p2	3	9	46	42	3,27		
	Y1p3	1	3	54	42	3,37		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan Y1p1 terdapat 32 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, mayoritas 49 responden yang menjawab setuju, 18 responden yang tidak setuju, dan hanya 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan Y1p2 terdapat 42 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, mayoritas 46 responden yang menjawab setuju, 9 responden yang tidak setuju, dan hanya 3 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Lalu untuk pernyataan Y1p3 42 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 54 responden yang menjawab setuju, 9 responden yang tidak setuju, dan hanya 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan jumlah total nilai rata-rata 3,25 yang berarti termasuk kedalam kategori tinggi. Menunjukkan bahwa generasi Z Kota Bogor setuju berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com dapat menyebabkan kecemasan ringan yang didukung oleh pengaruh terpaan berita dan unsur berita.

##### 2. Kecemasan Sedang

**Tabel 4. 17 Indikator Kecemasan Sedang**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Kecemasan Sedang	Y1p4	6	40	37	17	2,65	3,00	Tinggi
	Y1p5	3	27	47	23	2,90		
	Y1p6	0	2	49	49	3,47		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan Y1p4 terdapat 17 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 37 responden yang menjawab setuju, mayoritas 40 responden yang tidak setuju, dan 6 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan Y1p5 terdapat 23 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, mayoritas 47 responden yang menjawab setuju, 27 responden yang tidak setuju, dan hanya 3 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Lalu untuk pernyataan Y1p6 terdapat 49 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 49 responden yang menjawab setuju, 2 responden yang tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Jumlah total nilai rata-rata 3,00 yang berarti termasuk kedalam kategori tinggi. Menunjukkan bahwa generasi Z Kota Bogor setuju berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com dapat

menyebabkan kecemasan sedang yang didukung oleh pengaruh terpaan berita dan unsur berita.

### 3. Kecemasan Berat

**Tabel 4. 18 Indikator Kecemasan Berat**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Kecemasan Berat	Y1p7	7	29	47	17	2,74	2,77	Tinggi
	Y1p8	7	23	47	23	2,86		
	Y1p9	10	23	52	15	2,72		

**Sumber: Data Primer 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan Y1p7 terdapat 17 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 47 responden yang menjawab setuju, 29 responden yang menjawab tidak setuju, dan 7 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan Y1p8 terdapat 23 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, mayoritas 47 responden yang menjawab setuju, 23 responden yang tidak setuju, dan hanya 7 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Lalu untuk pernyataan Y1p9 terdapat 15 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 52 responden yang menjawab setuju, 23 responden yang tidak setuju, dan 10 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Jumlah total nilai rata-rata 2,77 yang berarti termasuk kedalam kategori tinggi. Menunjukkan bahwa generasi Z Kota Bogor setuju berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com dapat menyebabkan kecemasan berat yang didukung oleh pengaruh terpaan berita dan unsur berita.

### 4. Tingkat Panik

**Tabel 4. 19 Indikator Tingkat Panik**

Indikator	Pernyataan	Jawaban				Nilai	Rata-Rata	Keterangan
		STS	TS	S	SS			
Tingkat Panik	Y1p10	12	31	37	20	2,65	2,62	Tinggi
	Y1p11	11	26	48	15	2,67		
	Y1p12	11	34	44	11	2,55		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan pada tabel, data pernyataan Y1p10 terdapat 20 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 37 responden yang menjawab setuju, 31 responden yang menjawab tidak setuju, dan 12 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan Y1p11 terdapat 15 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, mayoritas 48 responden yang menjawab setuju, 26 responden yang tidak setuju, dan hanya 11 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Lalu untuk pernyataan Y1p12 terdapat 11 responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 44 responden yang menjawab setuju, 34 responden yang tidak setuju, dan 11 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Jumlah total nilai rata-rata 2,62 yang berarti termasuk kedalam kategori tinggi.

Menunjukkan bahwa generasi Z Kota Bogor setuju berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com dapat menyebabkan tingkat panik pada mereka yang didukung oleh pengaruh terpaan berita dan unsur berita.

#### 4.11 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda selain dari analisis deskriptif sebagai metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi linear dapat diinterpretasikan secara objektif, persamaan regresi harus memenuhi tiga syarat asumsi klasik, yaitu normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Namun, asumsi autokorelasi dapat diabaikan dalam penelitian ini karena data yang digunakan bersifat cross section. Di bawah ini adalah hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan untuk persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

##### 4.11.1 Uji Normalitas

Diperoleh hasil perhitungan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* sebagai berikut :

**Tabel 4. 20 Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,70475349
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,038
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### Sumber data : SPSS 25, Diolah 2023

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode K-S/ Kolmogorov Smirnov, ditemukan bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

##### 4.11.2 Uji Multikolinearitas

Hasil perhitungan uji multikolinearitas menggunakan analisis statistik yang terdapat dalam program SPSS 25 sebagai berikut:

**Tabel 4. 21 Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,532	8,126		,558	,578		
	Terpaan Berita	,585	,220	,250	2,659	,009	,999	1,001
	Unsur Berita	,424	,148	,270	2,868	,005	,999	1,001

a. Dependent Variable: Kecemasan

**Sumber : SPSS 25, Diolah 2023**

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance mengukur sejauh mana variabilitas variabel independen yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Secara konvers, nilai VIF tinggi menunjukkan adanya multikolinieritas, karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ . Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai  $VIF < 10$ . Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antara variabel bebas, karena nilai VIF untuk semua variabel bebas  $< 10$ .

#### 4.11.3 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4. 22 Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	,726	,360		2,014	,047	
	Terpaan Berita	-,009	,012	-,072	-,703	,484	
	Unsur Berita	-,006	,006	-,096	-,942	,349	

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Sumber : Spss25, Diolah 2023**

Dari data yang tercantum pada Tabel 4.22, dapat diamati bahwa nilai signifikansi (sig.) menunjukkan bahwa variabel terpaan berita dan unsur berita memiliki nilai sig 0,484 dan 0,349. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai sig lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas yang signifikan pada model regresi ini, dan dengan demikian model regresi pada penelitian ini dapat dianggap valid.

#### 4.12 Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda adalah salah satu metode analisis yang dapat dipergunakan dalam memahami pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun secara keseluruhan. Model regresi linear berganda digunakan sebagai instrumen dalam menguji hipotesis dalam penelitian ini. Pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan secara parsial menggunakan uji t, sementara pengujian secara

keseluruhan dilakukan dengan menggunakan uji F, lalu untuk melihat ketepatan suatu model digunakan analisis nilai koefisien determinasi.

#### 4.12.1 Uji T

**Tabel 4. 23 Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,532	8,126		,558	,578
	Terpaan Berita	,585	,220	,250	2,659	,009
	Unsur Berita	,424	,148	,270	2,868	,005

a. Dependent Variable: Kecemasan

**Sumber : Spss25,Diolah 2023**

Mencari t tabel:

$$= (0,05/2: 100-2-1)$$

$$= (0,025 : 97)$$

$$= 1,984$$

Hipotesis pertama yang diuji menggunakan uji t yaitu:

*H<sub>0</sub>*: tidak terdapat pengaruh signifikansi terpaan berita terhadap kecemasan generasi z

*H<sub>1</sub>*: terdapat pengaruh signifikansi terpaan berita terhadap kecemasan generasi z

Berdasarkan hasil pada tabel coefficients, ditemukan bahwa nilai probabilitas signifikansi (sig probability) dari variabel terpaan berita (X1) adalah 0,009. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig probability < 0,05, sehingga hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak. Berdasarkan nilai t: diketahui bahwa t hitung sebesar (2.659 > 1,984). Kesimpulannya adalah adanya pengaruh signifikan antara terpaan berita (X1) dan kecemasan (Y). Pengaruh tersebut bersifat positif, seperti yang ditunjukkan oleh tanda positif pada koefisien regresi sebesar 0,585. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin dalam skor terpaan berita akan menyebabkan peningkatan tingkat kecemasan sebesar 0,585 poin.

Hipotesis kedua yang diuji menggunakan uji t yaitu:

*H<sub>0</sub>*: tidak terdapat pengaruh signifikansi unsur berita terhadap kecemasan generasi z

*H<sub>2</sub>*: terdapat pengaruh signifikansi unsur berita terhadap kecemasan generasi z

Data dari tabel coefficients menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi (sig probability) variabel unsur berita (X2) memiliki nilai sebesar 0,005 menandakan bahwa nilai sig probability tersebut berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak. Berdasarkan nilai t hitung sebesar (2,868 >

1,984) dan dapat disimpulkan bahwa unsur berita (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kecemasan (Y). Pengaruh tersebut bersifat positif, yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,424. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin dalam frekuensi terpapar berita akan meningkatkan kecemasan sebesar 0,424 poin.

#### 4.12.2 Uji F

**Tabel 4. 24 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	527,033	2	263,516	7,934	,001 <sup>b</sup>
	Residual	3221,877	97	33,215		
	Total	3748,910	99			

a. Dependent Variable: Kecemasan

b. Predictors: (Constant), Unsur Berita, Terpapar Berita

**Sumber: Spss25, Diolah 2023**

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.24, diperoleh nilai F hitung sebesar 7,934 dengan nilai tingkat signifikansi 5%  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 97$  nilai F hitung  $> F$  tabel ( $7,934 > 3,090$ ), ditemukan bahwa nilai probabilitas signifikansi (sig probability) adalah 0,001 dan nilai signifikansi  $\alpha = 0,005$  ( $0,001 > 0,005$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel terpapar berita (X1) dan unsur berita (X2) terhadap kecemasan (Y).

#### 4.12.3 Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

**Tabel 4. 25 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,375 <sup>a</sup>	,141	,123	5,76327

a. Predictors: (Constant), Unsur Berita, Terpapar Berita

**Sumber: Spss25, Diolah 2023**

Berdasarkan hasil output SPSS dapat dijelaskan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,123 yang berarti bahwa variabel terpapar berita (X1) dan unsur berita (X2) dapat mempengaruhi kecemasan generasi Z (Y) sebesar 12,3% dan 87,7% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian.

#### 4.13 Hasil Teori *Uses and Effect* dengan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati dampak dari terpapar berita tentang resesi ekonomi tahun 2023 di Detik.com terhadap tingkat kecemasan generasi Z di Kota Bogor. Sebelum membahas sejauh mana pengaruh paparan berita resesi ekonomi 2023 terhadap tingkat kecemasan generasi Z di Kota Bogor, berikut adalah variabel yang terlibat dalam penelitian ini: sebagai variabel independen (X1) adalah terpapar berita, (X2) unsur berita, dan sebagai variabel dependen (Y) adalah kecemasan yang diteliti pada generasi z di Kota Bogor.

Teori *uses and effect* adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media online dan dampak yang ditimbulkan pada pengguna media online tersebut. Pengguna media online akan mengalami efek tertentu setelah menggunakan media online tertentu. Dengan demikian, adanya keterkaitan erat antara terpaan berita, unsur-unsur berita yang berupa pesan-pesan media dan reaksi yang dialami oleh pembaca seperti kecemasan. Pengetahuan tersebut memungkinkan pembaca untuk menerima pelajaran dan informasi dari isi berita yang disampaikan dan secara otomatis akan mengalami efek setelah membaca isi berita tersebut melalui media.

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh terpaan berita (X1) terhadap tingkat kecemasan (Y). H0 menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikansi terpaan berita terhadap kecemasan generasi z, sedangkan H1 menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan terpaan berita terhadap kecemasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sig probability variabel terpaan berita (X1) memiliki nilai sebesar 0,009. Oleh karena itu, H0 ditolak dan H1 diterima, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terpaan berita terhadap kecemasan. Selain itu, besarnya koefisien regresi untuk variabel terpaan berita adalah 0,585. Lalu untuk variabel unsur berita (X2) terhadap kecemasan (Y). H0 menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikansi unsur berita terhadap kecemasan generasi z, sedangkan H2 menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan unsur berita terhadap kecemasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sig probability variabel unsur berita (X2) memiliki nilai sebesar 0,005. Oleh karena itu, H0 ditolak dan H2 diterima, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan unsur berita terhadap kecemasan, besarnya koefisien regresi untuk variabel unsur berita adalah 0,424.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam regresi linier berganda, terdapat koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,123. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel terpaan berita dan unsur berita memberikan kontribusi sebesar 12,3% terhadap kecemasan generasi z, sementara sisanya sebesar 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam faktor-faktor yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com terhadap kecemasan generasi z kota Bogor akan ketidakpastian perekonomian Indonesia setelah dilanda wabah covid19. Jika dikaitkan dengan teori *uses and effect*, sebagai pembaca berita resesi ekonomi di media online, generasi Z akan mendapatkan suatu efek setelah membaca media online tersebut. Konsep "Uses" mengacu pada generasi Z menggunakan media online sebagai sumber informasi sehari-hari. Dengan mengandalkan media online untuk membaca berita, ini dapat memengaruhi bagaimana generasi Z merespons berita yang mereka baca pada saat itu. Kemudian, dalam konsep "Effects" pada penelitian ini mengacu pada dampak yang dihasilkan dari pengaruh berita resesi ekonomi 2023 terhadap kecemasan generasi Z, setelah mereka membaca berita yang dilayangkan media online mengenai resesi ekonomi 2023. Terpaan berita dan unsur berita yang ditulis dalam berita tersebut generasi Z akan cenderung mengalami perubahan sikap. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi mengenai

resesi ekonomi 2023 yang terdapat di Detik.com memiliki pengaruh signifikan terhadap kecemasan generasi z kota Bogor terkait kondisi finansial mereka.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh terpaan berita resesi ekonomi di Detik.com terhadap kecemasan generasi z kota Bogor, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis variabel terpaan berita menunjukkan bahwa indikator frekuensi, yang didominasi oleh jawaban "3-4 kali", memiliki nilai sebesar 1,96 dengan keterangan "Rendah". Indikator durasi, yang didominasi oleh jawaban "3-4 menit", memiliki nilai sebesar 2,58 dengan keterangan "Tinggi". Sedangkan, indikator atensi, yang didominasi oleh jawaban "Setuju", memiliki nilai sebesar 3,09 dengan keterangan "Tinggi" dapat disimpulkan bahwa terpaan berita terhadap generasi Z Kota Bogor tentang resesi ekonomi 2023 di Detik.com dapat mempengaruhi terhadap kecemasan berdasarkan dengan indikator frekuensi, durasi, dan atensi dengan nilai rata-rata tinggi.
2. Hasil analisis variabel unsur berita menunjukkan bahwa indikator akurat, yang didominasi oleh jawaban "setuju", memiliki nilai sebesar 3,25 dengan keterangan "Tinggi". Indikator lengkap, yang didominasi oleh jawaban "setuju", memiliki nilai sebesar 3,37 dengan keterangan "Sangat Tinggi". Indikator adil, yang didominasi oleh jawaban "setuju" memiliki nilai 3,32 dengan keterangan "Sangat Tinggi". Indikator berimbang didominasi oleh jawaban "setuju" memiliki nilai 3,36 dengan keterangan "Sangat Tinggi". Indikator ringkas didominasi oleh jawaban "sangat setuju" memiliki nilai 3,47 dengan keterangan "Sangat Tinggi". Indikator jelas didominasi oleh jawaban "setuju" memiliki nilai 3,48 dengan keterangan "Sangat Tinggi". Sedangkan, indikator faktual, yang didominasi oleh jawaban "Setuju", memiliki nilai sebesar 3,39 dengan keterangan "Sangat Tinggi". berdasarkan informasi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z yang membaca berita di media online detik.com terpengaruh terhadap kecemasan oleh cara berita yang disampaikan. Mereka cenderung lebih tertarik untuk membaca berita jika penyampaian berita tersebut dianggap akurat, lengkap, adil, seimbang, singkat, jelas, dan faktual, karena memiliki nilai mayoritas tinggi.
3. Hasil analisis variabel Y yaitu kecemasan memiliki beberapa indikator. Tingkat kecemasan ringan, didominasi oleh jawaban dengan "setuju", memiliki nilai sebesar 3,25 dengan keterangan "Tinggi". Tingkat kecemasan sedang, yang dominan dengan jawaban "setuju", memiliki nilai sebesar 3,00 dengan keterangan "Tinggi". Tingkat kecemasan berat, juga didominasi oleh jawaban "setuju", memiliki nilai sebesar 2,77 dengan keterangan "tinggi". Sedangkan, tingkat panik, yang paling banyak dijawab dengan "tidak setuju", memiliki nilai sebesar 2,62 dengan keterangan "Tinggi". Dapat disimpulkan berdasarkan data diatas mayoritas responden generasi Z Kota Bogor setelah membaca berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com mempengaruhi terhadap kecemasan ringan, kecemasan sedang, kecemasan berat, dan tingkat panik dengan nilai rata-rata tinggi.

4. Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa pengaruh terpaan berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com terhadap kecemasan generasi z kota Bogor adalah sebesar 12,3%. Sementara sebanyak 87,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai pengaruh terpaan berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com terhadap kecemasan generasi z kota Bogor, berikut saran dari hasil penelitian ini:

1. Bagi generasi z agar tidak perlu panik saat setelah membaca berita resesi ekonomi 2023, carilah informasi yang kredibel agar informasi tersebut terjamin kebenarannya dan ubahlah gaya hidup menjadi hemat untuk mengurangi dampak dari resesi ekonomi.
2. Detik.com diharapkan selalu mampu menyajikan berita yang terkini dan informatif tanpa memicu kepanikan atau kegaduhan di masyarakat terkait suatu peristiwa yang dilaporkan. Ini sesuai dengan unsur berita, Menjaga kepercayaan dengan mengutamakan sumber informasi yang dapat dipercaya dan memverifikasi berita sebelum diterbitkan. Memperhatikan keberagaman perspektif dalam peliputan berita untuk mencakup sudut pandang yang beragam, dengan tujuan menarik perhatian pembaca tanpa menimbulkan kegaduhan di masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gail W. Stuart. (2006). *Buku Saku Keperawatan Jiwa*. Alih Bahasa: Ramona P. Kapoh & Egi Komara Yudha. Jakarta: EGC.
- Hariyanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Hikmat, & Kusumaningrat, P. (2012). *Jurnalistik Teori & Praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Komala, Sumirat, & Karlinah, S. (1999). *Komunikasi Massa*. Universitas Terbuka.
- Muhtadi S. A. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal. 88-89, 110, 116-123.
- Paramita, D. W. R, dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widyagama Press.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta. Gava Media.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pusat Baru Press

### JURNAL

- Abdul Halik. (2013). *Dokumentasi*. 36. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA full.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf)
- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Hayat, A. (2017). Kecemasan dan Metode Pengendaliannya. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 12(1), 52–63.

<https://doi.org/10.18592/khazanah.v12i1.301>

- Hikmat, & Kusumaningrat, P. (2012). *Jurnalistik Teori & Praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Komala, Sumirat, & Karlinah, S. (1999). *Komunikasi Massa*. Universitas Terbuka.
- Kurnia Erza, E. (2020). Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72–84. <https://doi.org/10.37108/shaut.v12i1.303>
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Mellani, & Kristina, N. L. P. (2021). Tingkat Kecemasan Anak Remaja Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Sma Negeri 8 Wilayah Kerja Puskesmas Iii Denpasar Utara Tahun 2021. *NLPK Mellani*, 12–34. <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/7453/>
- Nadya Kinasih Alkautsar, & Dian Widya Putri. (2022). Pengaruh Terpaan Media terhadap Kesadaran Mahasiswa tentang Protokol Kesehatan Covid-19 3M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, Menjaga Jarak). *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 135–142. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.505>
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR,"* 2(2), 77–95.
- Nurhaditio, M. D., & Prayitno, Y. (2022). Pengaruh Terpaan Media Online Berita Begal Sepeda Terhadap Tingkat Kecemasan Di Polygon Helios Riders (Phr). *Broadcasting Communication*, 2018, 80–92. <https://ejournal.akmrtv.ac.id/index.php/broadcomm/article/view/236%0Ahttps://ejournal.akmrtv.ac.id/index.php/broadcomm/article/download/236/218>
- Pangase, I. N., Sugandi, & Ghufron. (2018). Analisis Terpaan Media Terhadap Kecemasan Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Loa Bakung Samarinda (Studi Kasus Kekerasan Seksual Yuyun. *Ilmu Komunikasi*, 6(3), 633–647. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/JURNAL SKRIPSI Ilmiati Nafsah P. \(08-23-18-02-27-09\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/JURNAL SKRIPSI Ilmiati Nafsah P. (08-23-18-02-27-09).pdf)
- Pratama, R. A., & Herlina, M. (2021). Pengaruh terpaan pemberitaan virus corona di Kabupaten Bogor pada media online CNN Indonesia terhadap tingkat kecemasan warga. *Pantarei*, 5(2), 1–9. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/700>
- Respati, W. (2014). Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia. *Humaniora*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.2979>
- Rini, N. P. Y. P., Gelgel, N. M. R. A., & Suryawati, I. G. A. A. (2021). Pengaruh

Terpaan Berita COVID–19 Pada LINE Today Terhadap Kecemasan Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Medium*, 2, 1–6.

- Rofiqi, A. Y. (2017). Clustering Berita Olahraga Berbahasa Indonesia Menggunakan Metode K-Medoid Bersyarat. *Jurnal Simantec*, 6(1), 25–32.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*.
- Setyawan, A. (2015). Pengaruh Terpaan Tayangan Televisi Terhadap Sikap Pengguna Pesawat Terbang di Bandara Juanda Surabaya. *E-Proceeding Management*, 2(3), 4417–4423.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1475>
- Valdiani, D. (2015). Saluran Komunikasi Massa sebagai Penyampai Pesan Pembangunan Bagi Masyarakat. 1 (10), 1-4. *Doi: 10.33751/wahana.v1i10.655*.

#### **SUMBER LAINNYA**

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6331427/apa-yang-terjadi-saat-resesi-2023-begini-risiko-dan-penyebabnya>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>

<https://bogorkota.bps.go.id/indicator/12/31/1/penduduk-kota-bogor-berdasarkan-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>

<https://kotabogor.go.id/index.php/page/detail/9/letak-geografis>

<https://setda.kotabogor.go.id/index.php/welcome/profil>

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan saya Naufal Tiftazani mahasiswa S-1 Universitas Pakuan dari program studi Ilmu Komunikasi, memohon kesediaan anda sebagai generasi z Kota Bogor rentang umur 15-24 tahun untuk membantu mengisi kuesioner penelitian yang saya bagikan.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka memenuhi syarat kelulusan yaitu menyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH TERPAAN BERITA ANCAMAN RESESI EKONOMI 2023 DI DETIK.COM TERHADAP KECEMASAN GENERASI Z KOTA BOGOR”**. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Hasil kuesioner bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk penelitian ini. Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan, kesediaan, dan kerja samanya anda untuk membantu mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Naufal Tiftazani

### PETUNJUK PENGISIAN

- Kolom jawaban terdiri dari SS,S,TS,STS artinya:
  - (SS) Sangat Setuju : 4
  - (S) Setuju : 3
  - (TS) Tidak Setuju : 2
  - (STS) Sangat Tidak Setuju : 1

### IDENTITAS RESPONDEN

- Nama:
- Jenis Kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
- Usia:
  - 15-20
  - 21-24
- Pendidikan Terakhir:
  - SMA/SMK
  - Diploma
  - Sarjana
- Pekerjaan
  - Pelajar/Mahasiswa
  - PNS
  - Karyawan Swasta
  - Pengusaha
  - Lainnya .....
- Apakah anda pembaca berita di Detik.com?
  - Ya

- Tidak
- Apakah anda membaca berita di Detik.com melalui media online?
  - Ya
  - Tidak

### Terpaan Berita (X1)

NO	PERNYATAAN	6 kali	5-6 kali	3-4 kali	1-2 kali
X1.1	<b>Frekuensi</b>				
1.	Seberapa sering anda melihat postingan berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com dalam satu minggu?				
2.	Berapa kali anda membaca tentang berita resesi ekonomi 2023 dalam setiap hari?				

NO	PERNYATAAN	> 15 mnt	11-15 mnt	6-10 mnt	< 5 mnt
X1.2	<b>Durasi</b>				
1.	Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam sehari yang dihabiskan untuk membaca berita di Detik.com?				
2.	Berapa lama rata-rata waktu yang anda gunakan dalam sehari untuk membaca berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X1.3	<b>Atensi</b>				
1.	Saya mengikuti berita terbaru tentang resesi ekonomi 2023 di Detik.com.				
2.	Saya menantikan berita tentang resesi ekonomi 2023 di Detik.com.				

### Unsur Berita (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.1	<b>Akurat</b>				
1.	Penulisan berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com sesuai dengan data di lapangan.				
2.	Penulisan judul berita di Detik.com sudah sesuai dengan isi berita.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.2	<b>Lengkap</b>				
1.	Penulisan pemberitaan resesi ekonomi 2023 di Detik.com sudah sesuai dengan 5W+1H (apa, siapa, mengapa, kapan, dimana, dan bagaimana).				
2.	Berita yang disampaikan oleh Detik.com mengenai resesi ekonomi 2023 dijelaskan secara menyeluruh.				
3.	Pemberitaan resesi ekonomi 2023 di Detik.com lengkap dengan fakta.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.3	<b>Adil</b>				
1.	Berita yang dimuat di Detik.com tidak menyudutkan pihak lain.				
2.	Berita yang disampaikan oleh detik.com bersikap netral.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.4	<b>berimbang</b>				
1.	Berita di media online Detik.com menyajikan sumber dari berbagai pihak.				
2.	Berita yang dimuat di Detik.com menyajikan berita dari berbagai kepentingan.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.5	<b>Ringkas</b>				
1.	Berita di media online Detik.com mudah untuk dipahami.				
2.	Isi dari berita di media online Detik.com langsung membahas inti masalah.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.6	<b>Jelas</b>				
1	Berita yang disampaikan Detik.com mengenai resesi ekonomi 2023 mengandung informasi yang jelas.				
2.	Apakah informasi berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com jelas dan mudah dipahami.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
X2.7	<b>Faktual</b>				
1.	Berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com berdasarkan fakta di lapangan.				
2.	Berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com berdasarkan sumber yang jelas.				

### Tingkat Kecemasan (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Y1	<b>Kecemasan Ringan</b>				
1.	Apakah anda merasa cemas setelah membaca berita tentang resesi ekonomi 2023 di Detik.com.				
2.	Apakah anda merasa khawatir dengan masa depan finansial anda setelah membaca berita tersebut.				
3.	Saya memilih untuk hidup berhemat setelah membaca berita tersebut.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Y1	<b>Kecemasan Sedang</b>				
1.	Saya mulai berkeringat setelah membaca berita tentang resesi ekonomi 2023 di Detik.com.				
2.	Saya mudah merasa resah dan gelisah setelah membaca berita resesi ekonomi 2023 di Detik.com				
3.	Saya lebih berhati-hati dalam mengatur keuangan.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Y1	<b>Kecemasan Berat</b>				
1.	Saya merasakan jantung berdetak setelah membaca berita resesi ekonomi 2023.				
2.	Saya merasakan takut tanpa alasan yang jelas setelah membaca berita resesi ekonomi 2023.				
3.	Saya mengalami sulit tidur setelah membaca berita resesi ekonomi 2023.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Y1	<b>Tingkat Panik</b>				
1.	Saya menjadi sulit bernafas setelah membaca berita resesi ekonomi 2023				
2.	Saya mulai berkeringat dingin setelah membaca berita resesi ekonomi 2023				

3.	Saya merasa tercekik dan tersedak setelah membaca berita resesi ekonomi 2023				
----	--	--	--	--	--

### Lampiran 1. 2 Uji Validitas

#### Variabel X1

##### Correlations

		FREK_1	FREK_2	FREK_TOTAL
FREK_1	Pearson Correlation	1	,488**	,867**
	Sig. (2-tailed)		,006	,000
	N	30	30	30
FREK_2	Pearson Correlation	,488**	1	,858**
	Sig. (2-tailed)	,006		,000
	N	30	30	30
FREK_TOTAL	Pearson Correlation	,867**	,858**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

##### Correlations

		ATEN_1	ATEN_2	ATEN_TOTAL
ATEN_1	Pearson Correlation	1	,265	,782**
	Sig. (2-tailed)		,157	,000
	N	30	30	30
ATEN_2	Pearson Correlation	,265	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,157		,000
	N	30	30	30
ATEN_TOTAL	Pearson Correlation	,782**	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

##### Correlations

		DUR_1	DUR_2	DUR_TOTAL
DUR_1	Pearson Correlation	1	,230	,755**
	Sig. (2-tailed)		,221	,000
	N	30	30	30
DUR_2	Pearson Correlation	,230	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,221		,000
	N	30	30	30
DUR_TOTAL	Pearson Correlation	,755**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

“Lanjutan”

**Variabel X2****Correlations**

		AKUR_1	AKUR_2	AKUR_TOTAL
AKUR_1	Pearson Correlation	1	,408*	,873**
	Sig. (2-tailed)		,025	,000
	N	30	30	30
AKUR_2	Pearson Correlation	,408*	1	,802**
	Sig. (2-tailed)	,025		,000
	N	30	30	30
AKUR_TOTAL	Pearson Correlation	,873**	,802**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		LENG_1	LENG_2	LENG_3	LENG_TOTAL
LENG_1	Pearson Correlation	1	,394*	,223	,738**
	Sig. (2-tailed)		,031	,237	,000
	N	30	30	30	30
LENG_2	Pearson Correlation	,394*	1	,348	,807**
	Sig. (2-tailed)	,031		,059	,000
	N	30	30	30	30
LENG_3	Pearson Correlation	,223	,348	1	,673**
	Sig. (2-tailed)	,237	,059		,000
	N	30	30	30	30
LENG_TOTAL	Pearson Correlation	,738**	,807**	,673**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		ADIL_1	ADIL_2	ADIL_TOTAL
ADIL_1	Pearson Correlation	1	,247	,812**
	Sig. (2-tailed)		,188	,000
	N	30	30	30
ADIL_2	Pearson Correlation	,247	1	,766**
	Sig. (2-tailed)	,188		,000
	N	30	30	30
ADIL_TOTAL	Pearson Correlation	,812**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

“Lanjutan”

**Correlations**

		BERI_1	BERI_2	BERI_TOTAL
BERI_1	Pearson Correlation	1	,133	,735**
	Sig. (2-tailed)		,485	,000
	N	30	30	30
BERI_2	Pearson Correlation	,133	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,485		,000
	N	30	30	30
BERI_TOTAL	Pearson Correlation	,735**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		JEL_1	JEL_2	JEL_TOTAL
JEL_1	Pearson Correlation	1	,661**	,908**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	30	30	30
JEL_2	Pearson Correlation	,661**	1	,915**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	30	30	30
JEL_TOTAL	Pearson Correlation	,908**	,915**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		FAK_1	FAK_2	FAK_TOTAL
FAK_1	Pearson Correlation	1	,128	,713**
	Sig. (2-tailed)		,501	,000
	N	30	30	30
FAK_2	Pearson Correlation	,128	1	,786**
	Sig. (2-tailed)	,501		,000
	N	30	30	30
FAK_TOTAL	Pearson Correlation	,713**	,786**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

“Lanjutan”

**Variabel Y****Correlations**

		RING_1	RING_2	RING_3	RING_TOTAL
RING_1	Pearson Correlation	1	,609**	,217	,838**
	Sig. (2-tailed)		,000	,250	,000
	N	30	30	30	30
RING_2	Pearson Correlation	,609**	1	,189	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000		,318	,000
	N	30	30	30	30
RING_3	Pearson Correlation	,217	,189	1	,577**
	Sig. (2-tailed)	,250	,318		,001
	N	30	30	30	30
RING_TOTAL	Pearson Correlation	,838**	,823**	,577**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		SED_1	SED_2	SED_3	SED_TOTAL
SED_1	Pearson Correlation	1	,784**	,193	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000	,307	,000
	N	30	30	30	30
SED_2	Pearson Correlation	,784**	1	,234	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000		,213	,000
	N	30	30	30	30
SED_3	Pearson Correlation	,193	,234	1	,572**
	Sig. (2-tailed)	,307	,213		,001
	N	30	30	30	30
SED_TOTAL	Pearson Correlation	,867**	,886**	,572**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

“Lanjutan”

**Correlations**

		BER_1	BER_2	BER_3	BER_TOTAL
BER_1	Pearson Correlation	1	,887**	,814**	,948**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
BER_2	Pearson Correlation	,887**	1	,856**	,960**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
BER_3	Pearson Correlation	,814**	,856**	1	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
BER_TOTAL	Pearson Correlation	,948**	,960**	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		PAN_1	PAN_2	PAN_3	PAN_TOTAL
PAN_1	Pearson Correlation	1	,897**	,881**	,964**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
PAN_2	Pearson Correlation	,897**	1	,857**	,958**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
PAN_3	Pearson Correlation	,881**	,857**	1	,954**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
PAN_TOTAL	Pearson Correlation	,964**	,958**	,954**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 1. 3 Uji Realibilitas****Variabel X1****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	6

“Lanjutan”

**Variabel X2****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	15

**Variabel Y****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	12

## Lampiran 1. 4 Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,70475349
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,038
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,726	,360		2,014	,047
	Terpaan Berita	-,009	,012	-,072	-,703	,484
	Unsur Berita	-,006	,006	-,096	-,942	,349

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,532	8,126		,558	,578		
	Terpaan Berita	,585	,220	,250	2,659	,009	,999	1,001
	Unsur Berita	,424	,148	,270	2,868	,005	,999	1,001

a. Dependent Variable: Kecemasan

## Lampiran 1. 5 Uji Hipotesis

### Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,532	8,126		,558	,578
	Terpaan Berita	,585	,220	,250	2,659	,009
	Unsur Berita	,424	,148	,270	2,868	,005

a. Dependent Variable: Kecemasan

### Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	527,033	2	263,516	7,934	,001 <sup>b</sup>
	Residual	3221,877	97	33,215		
	Total	3748,910	99			

a. Dependent Variable: Kecemasan

b. Predictors: (Constant), Unsur Berita, Terpaan Berita

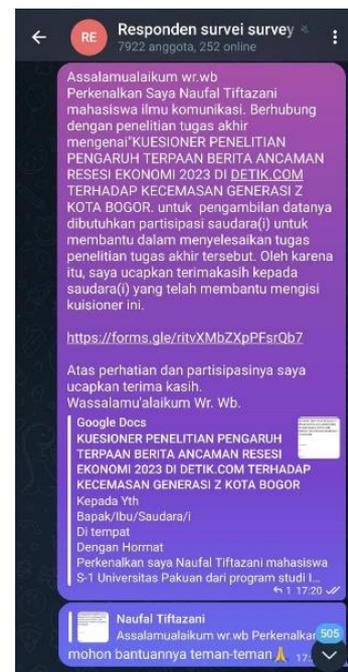
### Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,375 <sup>a</sup>	,141	,123	5,76327

a. Predictors: (Constant), Unsur Berita, Terpaan Berita

### Lampiran 1. 6 Foto Penyebaran Kuesioner



“Lanjutan”

