

NO. DAFTAR FPIPS: 1823/UN40.A2.11/PP/2020

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI POLITIK MEDIA *ONLINE*
TEMPO.CO TERHADAP LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA**

(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Pemilih Pemula Pengakses Tempo.co)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



Oleh:

Helisa Alnadya

NIM. 1600635

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

HELISA ALNADYA

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI POLITIK MEDIA *ONLINE*
TEMPO.CO**

TERHADAP LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA

(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Pemilih Pemula Pengakses Tempo.co)

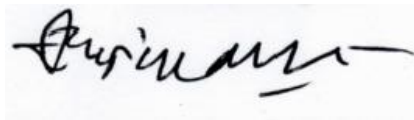
disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I,




**Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.Pd., S.IP., M.H., M.Si.
NIP. 196909291994021001**

Pembimbing II,



**Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198302152009121004**

**Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
UPI,**



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si
NIP. 198507172014041001**

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI POLITIK MEDIA *ONLINE*
TEMPO.CO
TERHADAP LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Pemilih Pemula Pengakses Tempo.co)**

Oleh
Helisa Alnadya

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Helisa Alnadya
Universitas Pendidikan Indonesia
2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, fotocopy, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmannirrahim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Terpaan Informasi Politik Media *Online* Tempo.co terhadap Literasi Politik Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Pemilih Pemula Pengakses Tempo.co)**” beserta seluruh isi didalamnya adalah benar- benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan pengutipan atau penjiplakan (plagiarisme) dengan cara- cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam bidang keilmuan ilmiah di masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari adanya pelanggaran etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya yang saya buat ini.

Bandung, 10 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

Helisa Alnadya

1600635

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan pentingnya literasi politik dimiliki kalangan pemilih pemula agar bentuk partisipasi politiknya tidak dimobilisasi dan terlibat dalam demokrasi hingga masa yang akan datang. Pemilih pemula cenderung menggunakan internet dalam kesehariannya sehingga media *online* menjadi salah satu sarana sosialisasi politik bagi pemilih pemula. Penelitian ini kemudian mengkaji terpaan informasi politik media *online* Tempo.co terhadap literasi pemilih pemula. Merujuk pada teori sosial kognitif dimana khalayak mengalami *observational learning* (pembelajaran melalui pengamatan), pemodelan, dan penguatan. Melalui teori tersebut, penelitian ini mengkaji dampak terpaan media massa terlebih media online terhadap penerimaan khalayak, dalam penelitian ini adalah tingkat literasi politik pemilih pemula. Adapun rumusan masalah penelitian adalah mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari durasi, frekuensi, dan atensi terpaan informasi politik media online Tempo.co terhadap literasi politik pemilih pemula. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh durasi, frekuensi, dan atensi dari terpaan informasi politik Tempo.co terhadap literasi politik pemilih pemula. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode deskriptif kuantitatif melalui penyebaran angket terhadap 100 responden usia pemilih pemula pengakses Tempo.co. Hasil penelitian menunjukkan terpaan informasi politik berpengaruh terhadap literasi politik pemilih pemula dimana frekuensi dan atensi berpengaruh positif secara signifikan terhadap literasi politik pemilih pemula, sedangkan durasi berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara silmultan terpaan informasi politik mampu menjelaskan literasi politik pemilih pemula pengakses Tempo.co sebesar 51,7%.

Kata Kunci : Terpaan Informasi, Literasi Politik, Pemilih Pemula

ABSTRACT

This research was conducted based on the importance of political literacy first-time voters to make the forms of political participation of new voters aren't mobilized and involved in democracy so on. First-time voters tend to use the internet in their daily life, so *online* media become one of the medium of political socialization for them. This research then studies about exposure information of online media Tempo.co toward political literacy of first-time voters. Based on social cognitive theory, audiences experience observational learning (learning through observation), modeling, and reinforcement. Through this theory, this study examines the impact of mass media exposure on public acceptance, in this case, first-time voters political literacy level. The research problem is whether there are significant effects of duration, frequency, and attention of exposure political information on online media Tempo.co toward first-time voters political literacy. The aim of this research is to analyze the impact of duration, frequency, and attention of exposure political information online media Tempo.co on the political literacy of first-time voters. This research uses quantitative approach and descriptive methods through distributing questionnaires to 100 respondents who classified to first-time voters age. This research found out that there is a significant affect in which frequency and attention are also positively related, meanwhile duration is not significantly affected but still positively related to political literacy of first-time voters. Simultaneously, exposure political information can describe political literacy of first-time voters who access Tempo.co by 51,7%.

Keywords : Exposure of Political Information, Political Literacy, and First-time Voters

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Terpaan Informasi Politik	14
2.2 Konsep Terpaan Informasi Politik pada Media Online.....	17
2.3 Literasi Politik pada Kalangan Pemilih Pemula.....	21
2.3 Media online Tempo.co dan Informasi Politik	25
2.4 Teori Sosial Kognitif.....	27
2.5 Penelitian Terdahulu	30
2.6 Kerangka Berpikir.....	42
2.7 Hipotesis Penelitian	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Desain Penelitian	45
3.2 Partisipan Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.3.1 Populasi Penelitian.....	46
3.3.2 Sampel Penelitian.....	47

Helisa Alnadya, 2020

*PENGARUH TERPAAN INFORMASI POLITIK MEDIA ONLINE TEMPO.CO TERHADAP LITERASI POLITIK
PEMILIH PEMULA*

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4 Instrumen Penelitian	48
3.4.1 Angket (<i>Quisioner</i>)	48
3.4.2 Wawancara.....	49
3.4.3 Studi Kepustakaan.....	50
3.5 Operasionalisasi Variabel	51
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reabilitas	58
3.7 Prosedur Penelitian	60
3.8 Teknik Analisis Data.....	60
3.8.1 Metode Analisis Deskriptif	60
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9.1 Uji Normalitas.....	61
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	62
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	62
3.10 Uji Hipotesis	63
3.10.1 Uji Korelasional	63
3.10.2 Uji-T.....	63
3.10.3 Uji F	64
3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
3.10.5 Regresi Linier Berganda	65
BAB IV	66
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Profil Responden.....	66
4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	70
4.3 Analisis Deskriptif	70

4.3.1	Gambaran Umum Terpaan Informasi Politik Media <i>Online</i> Tempo.co.....	72
4.3.2	Gambaran Umum Literasi Politik Pemilih Pemula.....	82
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	89
4.4.1	Uji Normalitas.....	89
4.4.2	Uji Multikorelasionalitas.....	90
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.5	Uji Hipotesis.....	92
4.5.1	Uji Korelasional.....	92
4.5.3	Uji T.....	96
4.5.4	Uji Koefisien Determinansi (R^2).....	98
4.5.5	Uji Regresi Linier Berganda.....	99
4.6	Pembahasan.....	101
4.6.1	Pembahasan Durasi Terpaan Informasi Politik Tempo.co terhadap Literasi Politik Pemilih Pemula.....	101
4.6.2	Pembahasan Frekuensi Terpaan Informasi Politik Tempo.co terhadap Literasi Politik Pemilih Pemula.....	103
4.6.3	Pembahasan Atensi Terpaan Informasi Politik Tempo.co terhadap Literasi Politik Pemilih Pemula.....	104
4.6.4	Pembahasan Pengaruh Terpaan Informasi Politik Tempo.co terhadap Literasi Politik Pemilih Pemula.....	106
BAB V	111
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	111
5.1	Simpulan.....	111
5.2	Implikasi.....	113
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	113
5.2.2	Implikasi Praktis.....	114
5.3	Rekomendasi.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Velasquez & Quenette dengan Peneliti.....	31
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Corigall-Brown & Wilkes dengan Peneliti	34
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Ohme, dkk dengan Peneliti	36
Tabel 2.4 Perbandingan Penelitian Karakaya & A Glazier dengan Peneliti	38
Tabel 2.5 Perbandingan Penelitian Velasquez & Quenette dengan Peneliti.....	40
Tabel 3.1 Skala Likert.....	49
Tabel 3.2 Opersionalisasi Variabel	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	70
Tabel 4.6 Kategori Interpretasi Skor.....	71
Tabel 4.7 Durasi Terpaan Informasi Politik Media Online Tempo.co.....	73
Tabel 4.8 Frekuensi Terpaan Informasi Politik Media Online Tempo.co	74
Tabel 4.9 Atensi Terpaan Informasi Politik Media Online Tempo.co.....	76
Tabel 4.10 Makna Terpaan Informasi Politik Online Tempo.co	78
Tabel 4.11 Aspek Kognitif Literasi Politik.....	82
Tabel 4.12 Aspek Afektif Literasi Politik.....	84
Tabel 4.13 Aspek Psikomotorik Literasi Politik.....	85
Tabel 4.14 Makna Literasi Politik.....	87
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.16 Uji Multikorelasionalitas	91
Tabel 4.17 Kategori Tingkat Hubungan	92
Tabel 4.18 Uji Korelasi Durasi dengan Literasi Politik.....	93
Tabel 4.19 Uji Korelasi Frekuensi dengan Literasi Politik.....	94
Tabel 4.20 Uji Korelasi Atensi dengan Literasi Politik	95
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	96
Tabel 4.22 Hasil Uji T	97
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	98
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	43
Gambar 3.1 Opersionalisasi Variabel	51
Gambar 4.1 Uji Normalitas	90
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	92

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2014). *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*. PT Bumi Aksara.
- Andersen, K., & Hopmann, D. N. (2018). Compensator, Amplifier, or Distractor? The Moderating Role of Informal Political Talk on the Effect of News Media Use on Current-Affairs Learning Among First-Time Voters. *Political Communication*, 35(4), 634–654. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1478917>
- Annenberg Media Exposure Research G. (2008). Linking Measures of Media Exposure to Sexual Cognitions and Behaviors: A Review. *Communication Methods and Measures*, 2(1–2), 23–42. <https://doi.org/10.1080/19312450802063180>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arifudding, M. T. (2016). Why Political Parties Cognize the Media in Indonesia: An Exploration of Mediatization. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(1), 16–33.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Budiarjo, P. M. (2013). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Chan, M., & Lee, F. L. F. (2014). Selective exposure and agenda setting: exploring the impact of partisan media exposure on agenda diversity and political participation. *Asian Journal of Communication*, 24(4), 301–314. <https://doi.org/10.1080/01292986.2014.903424>
- Chang, F. C., Miao, N. F., Lee, C. M., Chen, P. H., Chiu, C. H., & Lee, S. C. (2016).

The association of media exposure and media literacy with adolescent alcohol and tobacco use. *Journal of Health Psychology*, 21(4), 513–525. <https://doi.org/10.1177/1359105314530451>

Ciptadi, S. G., & Armando, A. (2018). Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring: Studi Kasus Tirto.id. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9690>

Corrigan-Brown, C., & Wilkes, R. (2014). Media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation. *Social Science Journal*, 51(3), 408–421. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2014.03.009>

Coyne, S. M., Walker, L., & Howard, E. (2013). Emerging in Digital World : A Decade Review of Media Use, Effects, and Gratification in Emerging Adulthood. *Emerging Adulthood*, 1(2), 125–137.

Daniel, E. (n.d.). The Usefulness of Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Researching Problem Solving Ability in Science Education Curriculum. *Journal of Education an Practice*, 7(15), 91–100.

de Vreese, C. H., & Neijens, P. (2016). Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2–3), 69–80. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150441>

Deaton, S. (2017). Social Learning Theory in The Age of Social Media : Implications for Eeducational Practitioners. *I-Manager's Journalism*, 1–19.

Effendi, R., Haryanegara, M. E. A., Sukmayadi, V., & Aziz, F. (2020). Consumption of Online Political News and Political Participation of First-Time Voters. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 71–84. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.19751>

- Hebert, H. S., & Lambert, F. P. (2019). Providing Voter Registration and Election Information in Libraries: A Survey of Public Libraries in Tennessee. *Public Library Quarterly*, 00(00), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01616846.2019.1688079>
- Heryanto, D. G. G. (2019). *Literasi Politik: Dinamika Konsolidasi Demokrasi Indonesia Pascareformasi*. IRCiSoD.
- Hoewe, J., & Parrott, S. (2019). The power of anger: How emotions predict information seeking and sharing after a presidential election. *Atlantic Journal of Communication*, 27(4), 272–283. <https://doi.org/10.1080/15456870.2019.1614925>
- Kahlor, L. A., Yang, Z. J., & Liang, M. C. (2018). Risky Politics: Applying the Planned Risk Information Seeking Model to the 2016 U.S. Presidential Election. *Mass Communication and Society*, 21(6), 697–719. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1498900>
- Lee, A. Y. L. (2012). Online news media in the web 2.0 era: From boundary dissolution to journalistic transformation. *Chinese Journal of Communication*, 5(2), 210–226. <https://doi.org/10.1080/17544750.2012.664442>
- Leigland, S. (2006). Science and human behavior: A review of William Baum's *Understanding Behaviorism: Behavior, Culture, and Evolution* (2nd ed.). *Behavior Analyst*, 29(2), 279–287. <https://doi.org/10.1007/BF03392138>
- Li, X., & Guo, L. (2018). Exposure to news about the South China Sea, nationalism, and government evaluation: examining the mediation roles of third-person effects and online discussion. *Chinese Journal of Communication*, 11(4), 455–472. <https://doi.org/10.1080/17544750.2018.1476393>

- Moeller, J., Kühne, R., & De Vreese, C. (2018). Mobilizing Youth in the 21st Century: How Digital Media Use Fosters Civic Duty, Information Efficacy, and Political Participation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 62(3), 445–460. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451866>
- Molaei, H. (2017). Social Media and Politics: Examining Indonesia's Political Knowledge on Facebook. *Journal of Cyberspace Studies*, 1(1), 119–139.
- Muralidharan, S., & Sung, Y. (2016). Direct and Mediating Effects of Information Efficacy on Voting Behavior: Political Socialization of Young Adults in the 2012 U.S. Presidential Election. *Communication Reports*, 29(2), 100–114. <https://doi.org/10.1080/08934215.2015.1064537>
- Niederdeppe, J. (2016). Meeting the Challenge of Measuring Communication Exposure in the Digital Age. *Communication Methods and Measures*, 10(2–3), 170–172. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150970>
- Novianti, D. (2010). Bingkai Berita Kasus Dugaan Korupsi Aliran Dana Bantuan Likuiditas Bank Indonesia pada detik.com dan Tempo Interaktif Dewi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(Agustus 2010), 169–178.
- Nugraheni, Y., & Purnama, F. Y. (2014). Cultivation Analysis Pengaruh terhadap Program Sinetron TBNH dan Sikap Ibu-Ibu Jatim Mengenai Keluarga Bahagia. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1), 69.
- Nugroho, S. (2018). Factor Affecting the Political Knowledge of Firt-time Voters: a Survey on First-time Voters in Indonesia. *E3S Web of Conferences*, 74(10014), 1–6.
- Ohlsson, J., Lindell, J., & Arkhede, S. (2017). A matter of cultural distinction: News

consumption in the online media landscape. *European Journal of Communication*, 32(2), 116–130. <https://doi.org/10.1177/0267323116680131>

Ohme, J., Albaek, E., & H. de Vreese, C. (2016). Exposure Research Going Mobile: A Smartphone-Based Measurement of Media Exposure to Political Information in a Convergent Media Environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2–3), 135–148. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150972>

Pratama, H. R. (2019). *Objektivitas Tempo.co dalam Pemberitaan Joko Widodo*. UIN Sunan Kalijaga.

Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif (Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial)*. Gava Media.

Riduwan. (2016). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung:Alfabeta.

Riyanti, R., & Triarosdianan, S. (2015). Efektivitas Infografis Media Online (Survey Pemberitaan Tempo.Co pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III). *Bina Widya*, 26(1), 54–61. http://library.upnvj.ac.id/pdf/artikel/Majalah_Ilmiyah_UPN/bw-vol26-no1-mar2015/54-61.pdf

Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63. <https://doi.org/10.24905/jip.4.1.2019.47-63>

Sari, B. I., & Prasetyo, W. H. (2018). How to Build Political Knowledge in School? A Pedagogical Effort through Civic Education. *Advances in Social Science and Humanities Research*, 251, 1–15.

- Schäfer, A., Roßteutscher, S., & Abendschön, S. (2020). Rising start-up costs of voting: political inequality among first-time voters. *West European Politics*, 43(4), 819–844. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1638141>
- Soesilo, A. S. (2015). Jaringan Purnawirawan Tentara Nasional Indonesia dalam Politik Relasi Sipil–Militer Pasca Reformasi TNI. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 19(2), 195–230. <https://doi.org/10.7454/mjs.v19i2.4706>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyanto, A. (2016). Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik pada Partisipasi Politik Masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik : Public Administration Journal*, 6(2), 123. <https://doi.org/10.31289/jap.v6i2.1051>
- Sutisna, A. (2017). *Peningkatan Literasi Politik Pemilih Pemula Melalui*. 1–14.
- Triwardani, R., & Wiendijarti, I. (2016). Reception Analysis of Beginner Voter toward the Political Party Advertising of the Winning in the Election 2014. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(10), 779–784. <https://doi.org/10.18178/ijssh.2016.v6.748>
- Tsfati, Y. (2010). Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 22–42. <https://doi.org/10.1177/0002764210376309>
- van der Wurff, R. (2011). Do audiences receive diverse ideas from news media? exposure to a variety of news media and personal characteristics as determinants

of diversity as received. *European Journal of Communication*, 26(4), 328–342.
<https://doi.org/10.1177/0267323111423377>

Velasquez, A., & Quenette, A. M. (2018). Facilitating Social Media and Offline Political Engagement During Electoral Cycles: Using Social Cognitive Theory to Explain Political Action Among Hispanics and Latinos. *Mass Communication and Society*, 21(6), 763–784. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1484489>

You, K. H., Lee, S. A., Lee, J. K., & Kang, H. (2013). Why read online news? the structural relationships among motivations, behaviors, and consumption in south korea. *Information Communication and Society*, 16(10), 1574–1595.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.724435>

Sumber Internet :

Apjii.or.id. (2018). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018. Diakses pada 30 Oktober 2019, dari <https://apjii.or.id/survei>

Alexa.com. (2020). Top Sites in Indonesia. Diakses pada 02 April 2020, dari <https://www.alexacom/topsites/countries/ID>

Dailysocial.id. (2018, 16 Agustus). Laporan DailySocial: Distribusi Hoax di Media Sosial 2018. Diakses pada 30 Oktober 2019, dari <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-distribusi-hoax-di-media-sosial-2018>

Ifncodeofprinciples.poynter.org. (2018, 28 Agustus). Tempo.co. Diakses pada 20 November 2019 dari, <https://ifncodeofprinciples.poynter.org/profile/tempoco>

Kependudukan.lipi.go.id. (2019, 15 April). Merebut Hati Milenial. Diakses pada 15 Agustus 2020, dari <https://kependudukan.lipi.go.id/en/population-study/education/644-merebut-hati-milenial>

Kominfo.go.id. (2017, 13 Desember). Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia. Diakses pada 01 Oktober 2019, dari https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media

Kominfo.go.id (2018, 08 Januari). Menkominfo : Baru 100 Portal Berita *Online* Terverifikasi. Diakses pada 30 Oktober 2019, dari https://kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker

Tempo.co. Tentang Kami. Diakses pada 20 November 2019, dari <https://www.tempo.co/about>

Tempo.co. Pendapatan Tempo.co dan Produk Digital Meningkat 96 Persen. Diakses pada 20 Januari 2020, dari <https://bisnis.tempo.co/read/1215802/pendapatan-tempo-co-dan-produk-digital-melonjak-96-persen>.