

**DAMPAK PEMBERITAAN KASUS FIRST TRAVEL
TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT
DALAM MEMILIH TRAVEL UMROH**

SKRIPSI

OLEH:

ALFIRA Br GINTING
1403110200

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

ABSTRAK

DAMPAK PEMBERITAAN KASUS FIRST TRAVEL TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH TRAVEL UMROH

Peran Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus menjadi sangat penting bagi pelaksanaan ibadah haji khusus maupun ibadah umroh, mengingat nilai ibadah yang sangat tinggi, dan pelaksanaannya yang berada diluar Indonesia. Peluang bisnis untuk menyelenggarakan ibadah umrah sangat menarik karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Ditahun 2017 ini, kembali terjadi biro perjalanan umroh yang saat ini sedang menjadi sorotan yaitu Biro Perjalanan Umroh PT. First Anugerah Karya Wisata (First Travel). Kasus yang berawal dari pelaporan seorang Jemaah Umroh kini bergulir panjang. Program promo yang digelar biro perjalanan First Travel, berhasil mengambil hati puluhan ribu orang.

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah ada dampak pemberitaan kasus first travel terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh pada masyarakat Kecamatan Patumbak Desa Lantasan Lama. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak yang ditimbulkan akibat adanya pemberitaan kasus First Travel yang muncul di media social maupun televisi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif korelasi. Untuk mengetahui apakah ada dampak yang ditimbulkan oleh pemberitaan kasus First Travel kepada masyarakat,

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa pemberitaan mengenai First Travel berdampak terhadap kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa travel umroh, hal ini terlihat dari nilai uji t yang lebih tinggi dari tabel yaitu $5,721 > 1,986$, dan juga taraf signifikansi yang bernilai lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,000, hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai penipuan jamaah umroh first travel berdampak besar dalam usaha travel umroh khususnya di Kecamatan Patumbak. penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kasus First Travel dengan dampak kepercayaan terhadap pengguna travel umroh.

Kata Kunci: Travel Umroh, Pemberitaan Kasus First Travel dan Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbi'l alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “ Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Masyarakat dalam Memilih Travel Umroh” dalam rangka menyelesaikan studi strata satu untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa tersusunnya skripsi ini bukan hanya atas kemampuan penulis semata, namun juga berkat bantuan dari seluruh pihak. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua Orangtua, Alm. Ayah Hamzah Ginting dan Ibu Nurmawati Lubis, dimana sampai saat ini selalu membimbing penulis, menjadi penyemangat serta tak henti-hentinya berdo'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Dr. Agussani, M.AP. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberi kesempatan untuk menyelesaikan studi strata satu di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Dr. Rudianto, M.Si. Selaku Wakil Rektor III dan pelaksana tugas Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mengesahkan skripsi ini.
5. Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom. Ketua Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan izin penggunaan judul skripsi.
6. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom. Selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Rahmanita Ginting, M.A, Ph.D. Selaku dosen pembimbing, yang telah sabar mengajarkan, membimbing dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
8. Ribus Priadi S.Sos, M.I.Kom Sebagai Penguji 1 yang telah menguji dan memberi masukan.
9. Muhammad Said Harahap S.Sos, M.I.Kom Sebagai Penguji 2 yang telah memberikan kritikan dan masukan pada skripsi saya.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.

11. Kepala Desa dan Pegawai Kantor Desa Lantasan Lama, yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan Riset dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Seluruh Keluarga, yang selalu memberikan suport kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman luar biasa, Muhammad Iqbal, Herma Berutu, Atika Suri, Evi Oktaviana, Ummi Syahfitri, Ingrid Kirana, Dinal Apriansyah, Sari Longgom, Yunda Pratiwi dan Cut Asni. Terima kasih karena pernah berada di hidup penulis dan telah meluangkan waktu serta kerjasama untuk bertukar pikiran selama penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
14. Teman-teman satu Dosen Pembimbing, Herma Berutu, Dwitia dan Rizka yang terus sama-sama berjuang dalam setiap proses pembuatan skripsi.
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kiranya skripsi ini dapat menambah kanzah ilmu pengetahuan dan pengalamam penulis agar mampu nantinya menjadi humas yang baik dan berkualitas. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca semua.

Medan, 19 Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1. Komunikasi Massa.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Pengertian Komunikasi Massa	10
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa	12
2.1.4 Karakteristik Komunikasi Massa	13
2.2. Media dan Media Massa	14
2.2.1 Pengertian Media	14
2.2.2 Pengertian Media Massa	16
2.2.3 Alat Media Massa	17

2.2.4	Karakteristik Media Massa	18
2.2.5	Efek Media Massa	19
2.3.	Pengertian Berita dan Pemberitaan.....	19
2.4.	Pengertian Kepercayaan	23
2.4.1	Bentuk Kepercayaan	23
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	25
2.4.3	Indikator Kepercayaan	25
2.5.	Teori Uses dan Effect	26
2.6.	Pemberitaan Kasus First Travel	28
2.7.	Travel Umroh	33
2.8.	Hipotesis	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1.	Jenis Penelitian.....	37
3.2.	Kerangka Konsep	37
3.3.	Defenisi Konsep	39
3.4.	Defenisi Operasional	39
3.5.	Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1	Populasi	41
3.5.2	Sampel	41
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6.1	Data Premier	42
3.6.2	Data Sekunder	42
3.7.	Teknik Analisis Data	43

3.7.1 Analisis Tabel Tunggal.....	43
3.7.2 Uji Hipotesis	43
3.7.3 Uji Regersi Linear Sederhana	44
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.8.2 Waktu Penelitian	45
3.9. Deskripsi Ringkasan Objek Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Hasil Penelitian	47
4.1.1 Identitas Data Responden	47
4.1.2 Analisis Hasil Penelitian.....	49
4.1.3 Analisis Korelasi	57
4.1.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....	58
4.1.5 Pengujian Hipotesis.....	59
4.2. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	: Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	: Usia	48
Tabel 4.3	: Menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel dibanding Kasus Lain.....	49
Tabel 4.4	: Selalu Mengikuti Perkembangan Pemberitaan Kasus First Travel	50
Tabel 4.5	: Pemberitaan Kasus First Travel Mempengaruhi terhadap Pemilihan Travel Umroh.....	50
Tabel 4.6 ..:	: Pemberitaan Kasus First Travel Membuat Masyarakat Khawatir Untuk Memilih Travel Umroh.....	51
Tabel 4.7	: Tayangan Pemberitaan Kasus First Travel Membuat Takut Untuk Melakukan Perjalanan Wisata Religi	52
Tabel 4.8	: Menonton Pemberitaan Kasus First Travel >1/2 Jam /Hari.....	52
Tabel 4.9	: Menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel Dari Awal Hingga Akhir	53
Tabel 4.10	: Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memenuhi Tanggung Jawab Kepada Masyarakat.....	53
Tabel 4.11	: Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memberikan Kepuasan Informasi Kepada Masyarakat	54
Tabel 4.12	: Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memiliki Perhatian Untuk Memberikan Pengaruh Kepada Masyarakat	55

Tabel 4.13 : Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memiliki Itikad Baik Untuk Memberikan Kesadaran	55
Tabel 4.14 : Saya Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Akan Memenuhi Apa Yang Diharapkan Oleh Masyarakat	56
Tabel 4.15 : Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Tidak Akan Menyembunyikan Informasi Yang Penting Dan Fakta Bagi Masyarakat	57
Tabel 4.16 : Corelations.....	58
Tabel 4.17 : Coefficients.....	59
Tabel 4.18 : Coefficients.....	60
Tabel 4.19 : Model Summary	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.2	:Kerangka Konsep	36
Gambar 4.1	:Perbandingan Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.2	:Perbandingan Usia Responden.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Identitas Responden
- Lampiran 2 : Data Variabel X
- Lampiran 3 : Data Variabel Y
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 5 : Kuesioner
- Lampiran 6 : Surat Riset
- Lampiran 7 : Surat Balasan Riset
- Lampiran 8 : Foto

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

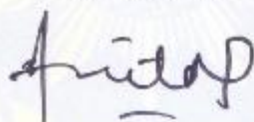
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : **ALFIRA BR GINTING**
NPM : 1403110200
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **DAMPAK PEMBERITAAN KASUS FIRST TRAVEL TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH TRAVEL UMROH**

Medan, 28 Maret 2018

Pembimbing



RAHMANITA GINTING, Ph.D

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI



NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

Plt. Dekan



RUDIANTO, M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : ALFIRA BR GINTING

N P M : 1403110200

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Kamis, 28 Maret 2018

W a k t u : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : RIBUT PRIADI S.Sos, M.IKom

PENGUJI II : M. SAID HARAHAP S.Sos, M.IKom

PENGUJI III : RAHMANITA GINTING Ph.D


PANITIA PENGUJI

Ketua,


Dr. RUDIANTO M.Si



Sekretaris,


Drs. ZULFAHMI, M.IKom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, ALFIRA BR GINTING, NPM 1403110200, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, Maret 2018
Yang menyatakan,



[Handwritten Signature]
ALFIRA BR GINTING



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Alfira Br Ginting
 P M : 140311200
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Dampak Pemberitaan Kasus First Travel terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	11 Jan 2018	Kuesioner	<i>[Signature]</i>
2.	17.2.2018	Perbaikan Bab I - III	<i>[Signature]</i>
3.	22-2-2018	Diskusi Hasil Penelitian	<i>[Signature]</i>
4.	2-3-2018	Bab IV Pembahasan	<i>[Signature]</i>
5.	6-3-2018	Simpulan & Saran	<i>[Signature]</i>
6.	18-3-2018	Bab I - V	<i>[Signature]</i>
7.	15.3-2018	Abstrak	<i>[Signature]</i>
8.	19.3.2018	ACC sidang skripsi	<i>[Signature]</i>

Medan, 19 Maret 2018

Dekan,
[Signature]

(Rudianto, Mei)

Kelua Program Studi,

[Signature]

(Nurbasrah Nst. S.Sos. H. Ikom)

Pembimbing ke :

[Signature]

(Rahmanita Ginting, PhD)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap hari pasti selalu ada fenomena kasus- kasus pemberitaan mulai dari politik, korupsi, pembunuhan dan masih banyak lagi yang sangat spektakuler disiarkan media baik melalui televisi, radio, surat kabar, maupun majalah. Jika yang selalu mengikuti perkembangan isu yang terjadi Indonesia maka akan mengatakan sungguh fenomena yang luar biasa yang belum dipahami masyarakat luas apalagi yang tidak mengetahui masalah semakin bingung untuk menyimpulkan dan menonton siaran berita tersebut.

Saat ini perkembangan bisnis Haji dan Umroh semakin meningkat, baik ini terlihat semakin banyaknya perkembangan *Tour Travel* Haji dan Umroh Indonesia. Peningkatan Jumlah *Travel* di Indonesia menjadi suatu persaingan di bidang jasa. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa biro perjalanan wisata Haji dan Umroh selalu mementingkan kualitas pelayanan yang di berikan kepada para pelanggannya., hal ini terbukti melalui sebuah riset (*Marketing Research*).

Kepuasan pelanggan akan kembali datang dengan sendirinya bila jasa yang perusahaan jual sesuai dengan keinginan pelanggan. Begitu juga dengan kekecewaan pelanggan yang timbul jika perusahaan melakukan kesalahan apapun. Hal ini akan menimbulkan akibat yang buruk bagi suatu perusahaan. Penelitian ini dilakukan di Safina Assalam Tour dengan menyebarkan kuesioner pelanggan dan wawancara mendalam. Kuesioner terdiri dari 10 pertanyaan yang mewakili 10 dimensi kualitas pelayanan yaitu *Reliabilty* (Konsisten), *Responsiveness*

(Kesiapan/ kemauan), *Competence* (Keterampilan), *Acces* (Kemudahan), *Courtesy* (Respek), *Communication* (Komunikasi), *Credibility* (Dapat dipercaya), *Security* (Keamanan), *Understanding* (Kebutuhan Pelanggan), *Tangible* (Tampilan fisik pelayanan). Sehingga dapat mengetahui kelemahan pelayanan untuk mengetahui faktor penghambat pemberian pelayanan.

Dari 50 kuesioner kualitas pelayanan sudah baik, namun ada beberapa faktor yang harus diperbaiki pada faktor keandalan (*reliability*) dan faktor Komunikasi (*Communication*) khususnya pada kecepatan dalam pengurusan dokumen dan menghadapi keluhan pelanggan dengan baik. Pihak Safina Assalam Tour telah melakukan beberapa upaya untuk memperbaiki seperti memberikan pelatihan pada staff dalam pengurusan dokumen.

Peran Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus menjadi sangat penting bagi pelaksanaan ibadah haji khusus maupun ibadah umroh, mengingat nilai ibadah yang sangat tinggi, dan pelaksanaannya yang berada diluar Indonesia. Peluang bisnis untuk menyelenggarakan ibadah umrah sangat menarik karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Animo penduduk Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah juga besar karena untuk dapat melaksanakan rukun Islam kelima, yaitu Haji butuh antrian panjang.

Berdasarkan data Kementerian Haji dan Umrah Arab Saudi, jumlah visa umrah yang telah dikeluarkan untuk Indonesia pada 2016 mencapai 699,6 ribu jamaah. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah jamaah umrah terbesar ketiga di dunia, setelah Mesir dengan jumlah jamaah 1,3 juta jamaah dan Pakistan dengan jumlah mencapai 991 ribu jamaah. Menariknya

bisnis penyelenggaraan umrah dimanfaatkan oleh banyak pihak untuk mendirikan biro perjalanan umrah. Ironisnya, tidak semua biro perjalanan umrah menjalankan bisnisnya dengan baik.

Berdasarkan data dari Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama, pada tahun 2015 terdapat 14 biro perjalanan umrah curang yang telah dikenakan sanksi oleh Kementerian Agama RI (Kemenag RI), yang 4 di antaranya telah memperoleh sanksi peringatan tertulis, 3 biro perjalanan umrah mendapat sanksi pencabutan izin, dan 5 biro lainnya dinyatakan izin operasionalnya tidak berlaku lagi.

Di tahun 2017 ini, kembali terjadi biro perjalanan umrah “nakal” yang saat ini sedang menjadi sorotan yaitu Biro Perjalanan Umrah PT. First Anugerah Karya Wisata (First Travel). Pemilik First Travel diduga telah melakukan tindak pidana penipuan, penggelapan, dan pencucian uang dengan modus umrah. Dalam kasus ini Polisi telah menetapkan tiga tersangka yaitu pemimpin dan pemilik First Travel, pasangan suami-istri Andika Surachman dan Anniesa Devitasari Hasibuan serta Direktur Keuangan First Travel yaitu Siti Nuraidah Hasibuan.

Terkait dengan kasus First Travel, tulisan ini bermaksud untuk mengkaji kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan First Travel atas dugaan tindak pidana penggelapan, penipuan, dan pencucian uang dengan modus umrah yang telah dilakukannya karena selaku pemilik dan pemimpin First Travel, tersangka harus mempertanggung jawabkan tindak pidana yang diduga telah dilakukannya. Apalagi beberapa bulan ini berita yang banyak diakses baik itu dari internet maupun media lainnya. Secara tidak langsung, pembicaraan orang baik kelompok

kecil, sampai lembaga semua membahas tentang hal tersebut. Fenomena berita ini memang memerlukan dan menggunakan teori, filsafat dan analisis yang begitu tajam tentang permasalahan tersebut. Sebab permasalahan menyangkut banyak orang yang terlibat pastinya terlibat adalah pejabat penegak keadilan kalau masyarakat kecil yang tersangkut paut tidak mungkin.

Kasus penggelapan dana Umroh oleh Andika Surachman selaku Dirut PT. First Anugerah Karya Wisata atau yang lebih dikenal sebagai First Travel telah menjadi perbincangan hangat belakangan ini, kasus yang berawal dari pelaporan seorang Jemaah Umroh kini bergulir panjang. Program promo yang digelar biro perjalanan First Travel, berhasil mengambil hati puluhan ribu orang. Namun, iming-iming ini justru membawa petaka. Sebanyak 35.000 orang yang sudah membayar biaya umrah tak kunjung diberangkatkan. Beberapa di antaranya bahkan telah membayar biaya tambahan untuk diberangkatkan sebelum musim haji 2017. Janji tinggallah janji, nasib para calon jemaah umrah itu tak kunjung pasti hingga akhirnya Kementerian Agama mencabut izin PT First Anugerah Karya Wisata tersebut.

Jumlah total orang yang melapor ke *crisis center* ada 820 orang. Sementara, jumlah pengaduan yang masuk melalui alamat *email* pengaduan korban.ft@gmail.com berjumlah 761 surat elektronik. Sebanyak 70.000 calon anggota jemaah yang telah membayar biaya umrah kepada First Travel. Namun, hanya 35.000 jemaah yang bisa diberangkatkan umrah. Polisi memperkirakan kerugian yang diderita para calon jemaah atas kasus itu mencapai Rp 550 miliar. Polisi menggeledah lima rumah dan satu butik terkait penyidikan kasus dugaan

penipuan dan penggelapan dana pembayaran puluhan ribu calon peserta umrah First Travel.

Pengeledahan dilakukan untuk mendapatkan barang bukti terkait penyidikan kasus tersebut. Kendati demikian, polisi tidak menyebut barang bukti yang disita dari hasil pengeledahan tersebut. Sementara itu, ada sejumlah aset milik tiga tersangka yang disita kepolisian. Sejumlah unit mobil yang disita penyidik Bareskrim Polri dari bos First Travel Andika dan Anniesa. Direktorat Tindak Pidana Bareskrim Polri juga menyita rumah mewah di Jalan Taman Vennesia Selatan, Sentul, Bogor, Jawa Barat (Jakarta, CNN Indonesia.).

Travel Umroh termasuk bagian dari jasa travel & tour yang focus hanya pada perjalanan umroh atau travel haji dan umroh. Terkadang diperlebar juga dengan istilah travel wisata religious. Mengingat daftar tunggu ibadah haji yang bisa mencapai belasan hingga puluhan tahun membuat sebagian umat muslim di Indonesia mendaftarkan dirinya sebagai peserta jamaah ibadah umroh sembari menunggu kuota haji.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk menelitinya dalam sebuah penelitian ilmiah (skripsi) dengan judul penelitian “ Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh”.

1.2. Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas dan membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk menghasilkan uraian yang sistematis diperlukan pembatasan. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Dampak pemberitaan kasus first travel di kalangan masyarakat di Dusun III Desa Lantasan lama Kecamatan Patumbak.
2. Media yang dipakai ialah media sosial dan televisi.

1.3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Apakah ada Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh pada Masyarakat Dusun III Desa Lantasan lama Kecamatan Patumbak ?”.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh Di Dusun III Desa Lantasan Lama Kecamatan Patumbak.

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah :

1. Secara teoritis, karya ilmiah ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi banyak orang.
2. Manfaat Praktis, Proposal penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti, masyarakat dan mahasiswa mengenai dampak pemberitaan kasus first travel terhadap kepercayaan memilih travel umroh serta memberi masukan pada para masyarakat yang ingin berangkat umroh untuk memilih jenis travel umroh.

3. Manfaat Akademis, Adanya penelitian dan penulisan proposal ini, diharapkan dapat memperlancar jalannya penelitian yang akan dilaksanakan pada waktu selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Merupakan uraian teoritis yang mengurai tentang Komunikasi, Komunikasi Massa, Media dan Media Massa, Berita dan Pemberitaan, Kepercayaan Masyarakat, Teori Media Efek, Kasus First Travel dan Travel Umroh.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang kerangka konsep, defenisi konsep, defenisi Operasional, Populasi dan Sampel, teknik Pengumpulan Data, teknik analisis data, Lokasi dan Waktu Penelitian dan deskripsi Ringkas Objek Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Merupakan penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Teori yang digunakan ialah teori yang memiliki hubungan dan keterkaitan dengan masalah yang diteliti. Secara umum, teori adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Sehingga bisa dikatakan bahwa suatu teori adalah suatu kerangka kerja konseptual untuk mengatur pengetahuan dan menyediakan suatu cetak biru untuk melakukan beberapa tindakan selanjutnya.

Teori menjelaskan hubungan antar variable sehingga pandangan yang sistematis dari fenomena yang diterangkan variabel-variabel tersebut dapat jelas, teori menerangkan fenomena dengan cara menspesifikasikan variable yang saling berhubungan. Adapun teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini adalah Komunikasi Massa, Media dan Media Massa, , Berita dan Pemberitaan, Kepercayaan, Kasus First Travel, Travel Umroh dan Teori Uses and Effect.

2.1. Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman berita dari seseorang kepada orang lainnya (Sarwono, 2016: 185).

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendi, 2011: 9).

Menurut paradigma Lasswell komunikasi meliputi lima unsur, yakni :

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)

Tanggung jawab utama dari seorang komunikator adalah mengirim pesan dengan jelas, memilih channel atau saluran media yang cocok untuk mengirim pesan dan meminta kejelasan tentang dapat tidaknya pesan diterima dengan baik.

2. Pesan (*message*)

3. Media (*channel*)

Pesan dapat berupa kata-kata atau tulisan, tiruan, gambaran atau perantara lain yang dapat digunakan untuk mengirim melalui berbagai channel yang berbeda, seperti telepon, televisi, faksimile, fotokopi dan lain-lain.

Ada tiga macam bentuk berita yaitu, berita yang bersifat audible ialah berita yang dapat didengar baik secara langsung maupun tidak langsung, berita yang bersifat visual ialah berita dapat dilihat berbentuk tulisan dan gambar serta berita yang bersifat audio visual, yaitu dapat didengar dan dilihat.

4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)

5. Efek (*effect, impact, influence*)

2.1.2 Pengertian Komunikasi Massa

Para ahli berpendapat bahwa komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa. Dalam bukunya ilmu komunikasi teori

dan praktek Onong Uchjana menyebutkan komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yang meliputi surat kabarm yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio dan televisi yang siarannya ditunjukkan kepada umum dan film-film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop Effendi (dalam Nurjaman, 2012: 229).

Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa ialah :

- a. Komunikator
- b. Media massa
- c. Informas (pesan) massa
- d. Gatekeeper (manusia yang bertindak sebagai medium/alat perantara dalam proses komunikasi.
- e. Khalayak (*public*), dan
- f. Umpan balik

Seperti yang dikatakan oleh Severin dan Tankard, Jr. komunikasi massa itu adalah keterampilan, seni dan ilmu dikaitkan dengan pendapat Devito bahwa komunikasi massa itu ditunjukan kepada massa dengan melalui media massa dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponanya (Effendy, 2011: 20). Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi massa berlangsung satu arah
- b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga
- c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

- d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan
- e. Komunikasi komunikasi massa bersifat heterogen

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Sean McBride dan kawan-kawan dalam buku *Aneka Suara, Satu Dunia* dalam (Nurjaman, 2012: 235), fungsi komunikasi massa sebagai berikut :

1. Informasi merupakan proses pengumpulan, penyampaian, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan), merupakan penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif, yang menyebabkan ia sadar terhadap fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi merupakan penjelasan setiap tujuan masyarakat jangka endek maupun jangka panjang, mendorong seseorang menentukan pilihan dan keinginannya
4. Perdebatan dan diskusi, yaitu menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik.
5. Pendidikan, merupakan pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan

pendidikan keterampilan, serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang

2.1.4 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa meliputi lima hal yakni :

a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang.

b. Komunikasi bersifat heterogen

Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen, meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang berbeda.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan adalah keserampakann dengan sejumlah besar penduduk dalam keadaan terpisah.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat nonpribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat nonpribadi karena komunikan yang anonym dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator.

e. Berlangsung satu arah (*one way communication*)

Berlangsung antara komunikator kepada komunikan. Tanggapan atau reaksi muncul belakangan Romly dalam (Nurjaman, 2012: 236).

2.2. Media dan Media Massa

2.2.1 Pengertian Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikann pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima pancaindra selanjutnya diproses dalam ikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan (Cangara, 2011: 125).

Media adalah kekuatan yang sangat kuat dalam masyarakat yang dapat menggerogoti nilai dan norma social sehingga dapat merusak tatanan sosial, media dapat secara langsung memengaruhi pemikiran kebanyakan orang, mentransformasi pandangan mereka tentang dunia sosial, ketika seseorang telah ditransformasi oleh media, maka semua bentuk konsekuesi buruk dalam jangka panjang mungkin terjadi, tidak hanya dapat meghancurkan kehidupan seseorang, tetapi juga menciptakan masalah sosial dalam skala luas. Sebagian besar individu sangat rentan dengan media karena dalam masyarakat massa merupakan terputus dan terisolasi dari lembaga sosial tradisional yang sebelumnya melindungi mereka dari usaha manipulasi media.

Spiral kebisuan merupakan gejala atau fenomena yang melibatkan saluran komunikasi personal dan komunikasi melalui media. Media berfungsi menyebarluaskan opini publik yang menghasilkan pendapat atau pandangan yang dominan. Sementara individu dalam hal menyampaikan pandangannya akan

bergantung pada pandangan yang dominan, sedangkan media, pada gilirannya cenderung memberitakan pandangan yang terungkap, dan arena spiral kesunyian berlanjut.

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan.

Menurut (Ardianto dan Erdinaya, 2005: 164) terpaan dapat diukur dari frekuensi, atensi dan durasi seseorang dalam melihat media massa:

a. Frekuensi

Mengumpulkan data khalayak tentang keajegan khalayak menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan atau tahunan.

b. Atensi (perhatian)

Proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol pada saat stimuli lainnya melemah.

c. Durasi

Mengitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program.

Dalam menjelaskan mengapa media memberikan pengaruh terhadap opini public, Noelle-Neumann menjelaskan bahwa media tidak memberikan interpretasi yang luas dan seimbang terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki

pandangan terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki pandangan terhadap realitas secara terbatas dan sempit (Morissan, 2014: 530).

2.2.2 Pengertian Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis: seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Media massa memiliki tiga sifat atau karakteristik yang berperan membentuk opini publik yaitu : ubikuitas, kumulatif dan konsonan. Sifat “ubikuitas” (*ubiquity*) mengacu pada fakta bahwa media merupakan sumber informasi yang sangat luas karena terdapat dimana saja, dengan kata lain ubikuitas adalah kepercayaan bahwa media terdapat dimana-mana.

Media massa merupakan istilah yang digunakan untuk mempertegas kehadiran suatu kelas, seksi media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat mencapai audiens yang sangat besar dan luas (yang dimaksudkan dengan besar dan luas adalah seluruh penduduk dari suatu bangsa/negara (Liliweri, 2011: 874).

Media berusaha mendapat dukungan dari public terhadap pandangan atau pendapat yang disampaikannya, dan selama itu pula pandangan atau pendapat itu terdapat dimana-mana. Sifat “kumulatif” media mengacu pada proses media yang selalu mengulang-ulang apa yang disampaikannya. Pengulangan terjadi di sepanjang program, baik pada satu media tertentu ataupun pada media lainnya, baik yang sejenis maupun tidak. Sifat “konsonan” (*consonant*) mengacu pada kesamaan kepercayaan, sikap, dan nilai-nilai yang dianut media massa. Noelle-Neumann menyatakan, bahwa konsonan dihasilkan berdasarkan kecendrungan

media untuk menegaskan, atau melakukan konfirmasi terhadap pemikiran dan pendapat mereka sendiri, dan menjadikan pemikiran dan pendapat itu seolah-olah berasal dari masyarakat (Cangara 2011: 128).

2.2.3 Alat Media Massa

Menurut (Cangara, 2011: 128) alat-alat media massa sebagai berikut:

- a. Surat Kabar, surat kabar boleh dikatakan sebagai media massa tertua sebelum ditemukan film, radio dan TV. Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf. Dari segi ukurannya, ada yang terbentuk plano dan ada pula yang terbit dalam bentuk tabloid.
- b. Film, dalam pengertian sempit film adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di TV. Dilihat dari sejarahnya, penemuan film sebenarnya berlangsung cukup panjang. Ini disebabkan film melibatkan masalah-masalah teknik yang cukup rumit, seperti masalah optic, lensa, kimia, proyektor, kamera, roll film sampai dengan masalah psikologi.
- c. Radio, kehadiran televisi ternyata tidak mampu menggeser penggemar radio. Hasil penelitian membuktikan bahwa para remaja di Amerika Serikat rata-rata lebih banyak waktunya untuk mendengar radio dibanding televisi. Di Indonesia, radio pertama kali diperkenalkan pada saat pendirian Bataviasche Radio Veregening (BRV) pada tanggal 16 Juni 1925 oleh Weltevreden.

- d. Televisi, dewasa ini televisi boleh dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan pada masyarakat Amerika, ditemukan bahwa hampir setiap orang di benua itu menghabiskan waktunya antara 6-7 jam per minggu untuk menonton TV. Di Indonesia, televisi pertama kali diperkenalkan pada tahun 1962, ketika Indonesia mendapat kehormatan untuk menyelenggarakan pesta olahraga Asian Games di Jakarta.

2.2.4 Karakteristik Media Massa

Karakteristik media massa ialah sebagai berikut :

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

2.2.5 Efek Media Massa

Menurut (Ardianto, 2012: 52), dalam bagian ini akan di bahas mengenai efek pesan media massa yang meliputi:

1. Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.
2. Efek afektif yaitu efek yang menyangkut sikap, persetujuan dan rasa suka. Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif.
3. Efek behavioral adalah akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan dan kegiatan.

2.3. Pengertian Berita dan Pemberitaan

Berita dalam bahasa Inggris: News. Berita adalah keterangan mengenai peristiwa atau pendapat. Berita merupakan bentuk laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi baru baru ini atau keterangan terbaru dari suatu peristiwa, dengan kata lain berita adalah fakta menarik atau sesuatu hal yang penting yang disampaikan pada masyarakat orang banyak melalui media.

Tapi tidak semua fakta bisa diangkat menjadi suatu berita oleh media karena setiap fakta akan dipilih mana yang pantas untuk disampaikan pada masyarakat. Berita berasal dari bahasa Sanskerta "Vrit" yang dalam bahasa Inggris disebut "Write" yang arti sebenarnya adalah "Ada" atau "Terjadi". Ada juga yang menyebut dengan "Vritta" artinya "kejadian" atau "Yang Telah Terjadi".

Menurut KBBI, berita berarti laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media

berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on-line internet. Berita merupakan laporan peristiwa berupa fakta, ataupun pendapat yang penting dan menarik bagi masyarakat. Berita juga dapat diartikan sebagai informasi baru yang isinya jelas, aktual dan menarik.

Menurut Willard C. Bleyer, Berita adalah suatu kejadian aktual yang diperoleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena menarik atau mempunyai makna bagi pembaca (*Newspaper Writing and Editing*).

Menurut Chilton R. Bush, berita adalah laporan mengenai peristiwa yang penting diketahui masyarakat dan juga laporan peristiwa yang semata-mata menarik karena berhubungan dengan hal yang menarik dari seseorang atau sesuatu dalam situasi yang menarik, dari definisi diatas kita dapat menyimpulkan bahwa berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian dan penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum (Barus, 2010: 26).

Pemberitaan atau reportase adalah laporan lengkap ataupun interpretatif (telah disajikan sebagaimana dianggap penting oleh redaksi pemberitaan) ataupun berupa pemberitaan penyelidikan (*investigatif reporting*) yang merupakan pengkajian fakta-fakta lengkap dengan latar belakang, trend/ kecenderungan, yang mungkin terjadi pada masa mendatang.

Peristiwa perlu diberitakan paling tidak berdasarkan dua alasan, yaitu untuk memenuhi tujuan politik keredaksian suatu media televisi atau memenuhi kebutuhan pemirsa. Sedangkan tujuan media televisi memberitakan suatu

peristiwa bermacam-macam kepentingan pasar, kelompoknya, objektivitas atau hati nurani (Fachruddin, 2012: 50).

Reportase adalah suatu laporan mengenai keterangan lanjutan atas suatu kejadian yang sudah banyak diketahui secara luas (Barus, 2010: 96).

Didalam penerbitan surat kabar yang mengurus berita ialah Bidang Redaksi. Bahan berita dicari dan dikumpulkan oleh reporter. Ada dua sumber berita yaitu manusia dan peristiwa. Reporter menyusun naskah berita dari bahan berita. Kemudian redaksi mengolah naskah berita menjadi copy berita. Selanjutnya percetakan mencetak copy berita menjadi berita (Soehoet, 2003: 84).

Berita harus mengandung fakta sebagaimana adanya. Artinya berita harus mengandung unsur fakta. Hal ini berarti, bahwa “berita” harus mengandung unsur sebagaimana adanya dari peristiwa itu hingga pembaca dapat memahami peristiwa itu sebagaimana adanya. Sebagaimana adanya berarti, bahwa ke dalam fakta tadi tidak boleh ditambahkan penilaian, keinginan, kesimpulan, dari wartawan yang menyusun berita itu. Jadi fakta tersebut tidak boleh dikurangi oleh wartawan yang bersangkutan.

Defenisi berita tersebut mengandung unsur yang :

- a. Baru dan penting
- b. Bermakna dan berpengaruh
- c. Menyangkut hidup orang banyak
- d. Relevan dan menarik

Menurut (Siahaan, 2001: 100) obyektifitas pemberitaan diukur dengan indicator-indikator sebagai berikut:

1. Dimensi Truth
 - a. Jenis fakta adalah bahan baku berita, yaitu terdiri dari:
 1. Fakta sosiologis
 2. Fakta psikologis
 - b. Akurasi adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan.
2. Relevansi dengan standart jurnalistik adalah relevansi aspek-aspek dalam berita dengan indicator kelayakan berita, yakni:
 - a. Significance adalah fakta yang mempengaruhi kehidupan orang banyak atau berakibat terhadap kehidupan pembaca.
 - b. Prominence adalah keterkenalan tokoh
 - c. Magnitude adalah besaran fakta yang berkaitan dengan angka-angka yang bearti atau fakta yang berakibat bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.
 - d. Timeliness adalah fakta yang baru terjadi atau terungkap.
 - e. Proximity geografis adalah fakta kejadian yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal mayoritas khalayak pembaca.
 - f. Proximity psikologis adalah fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan mayoritas khalayak pembaca.
3. Impartiality (keberpihakan) adalah tingkat sejauh mana evaluasi subjektivitas (penilaian, interpretasi, dan pribadi) wartawan tidak berakibat dalam memproses fakta menjadi berita

2.4. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul, dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman (Amir, 2005: 62).

Kepercayaan atau trust merupakan nilai yang paling dihargai dalam hubungan antar manusia dan mungkin merupakan konsep yang kurang dimengerti di tempat pekerjaan (Wibowo, 513: 2011).

Defenisi kepercayaan (trust) dalam Oxford English Dictionary dijelaskan sebagai confidence in yang berarti yakin pada dan reliance on yang bermakna percaya atas beberapa kualitas atau atribut sesuatu atau seseorang, atau kebenaran suatu pernyataan (Damsar, 185: 2009).

2.4.1. Bentuk Kepercayaan

Menurut Sako (dalam Damsar, 2009: 203) ada tiga bentuk kepercayaan yaitu :

1. Kepercayaan kompetensi yaitu menunjuk pada keyakinan bahwa mitra dagang akan memperlihatkan kewajiban mereka berdasarkan kemampuan dan keterampilan yang mereka miliki.
2. Kepercayaan kontraktual yaitu suatu keyakinan bahwa orang atau pihak yang terlibat pada suatu perjanjian tertulis akan menepati janji yang diikrarkannya bersama tentang suatu transaksi.
3. Kepercayaan niat baik merujuk pada harapan bersama pada pihak yang terlibat memiliki komitmen terbuka saatusama lainnya untuk melakukan sesuatu yang terbaik bagi keuntungan bersama.

Kepercayaan pada dasarnya adalah suatu persepsi pribadi. Ia merujuk kepada pandangan bahwa suatu memiliki cirri-ciri atau kualitas tertentu, terlepas dari apakah hal tersebut dapat dibuktikan secara empiris (logis) atau tidak. Pandangan dunia sebenarnya merupakan sistem kepercayaan dan sistem nilai terpenting yang dianut manusia, yang berkaitan dengan isu-isu filosofis tentang kehidupan.

Kepercayaan yang kita anut mempengaruhi cara kita berperilaku yang jika berulang-ulang disebut sikap, adat-istiadat atau tradisi. Misalnya, jika kita percaya bahwa api itu membakar atau cobra itu beracun, kita akan menghindari api dan ular kobra. Jika kita percaya bahwa berdoa langsung kepada allah akan membantu kita mengatasi kesulitan, kita akan berdoa kepada-Nya. Jadi kepercayaan yang dianut seseorang itu tidak dapat diamati langsung. Kita hanya bisa menduga bagaimana kepercayaan dan nilai seseorang berdasarkan tindakannya, terutama yang konsisten dari waktu ke waktu (Soekanto, 2010: 233).

Kepercayaan dapat timbul sebagai hasil hubungan langsung antara dua orang atau lebih yang bersifat asosiatif. Misalnya, B sebagai orang yang dikuasai mengadakan hubungan langsung dengan A sebagai pemegang kekuasaan. B percaya sepenuhnya kepada A kalau A akan selalu bertindak dan berlaku baik. Dengan demikian, setiap keinginan A akan selalu dilaksanakan oleh B. Kemungkinan sekali bahwa B sama sekali tidak mengetahui kehinaan tindakan-tindakannya itu. Akan tetapi, karena dia telah menaruh kepercayaan kepada si A, dia akan berbuat hal-hal yang sesuai dengan kemauan A yang merupakan penguasa agar A semakin mempercayai B. Pada contoh tersebut, hubungan yang

terjadi bersifat pribadi, tetapi mungkin saja hubungan demikian akan berkembang di dalam suatu organisasi atau masyarakat secara luas. soal kepercayaan memang sangat penting demi kelanggengan suatu kekuasaan.

Menurut (Rakhmat, 2011: 128), keuntungan jika kita mempercayai orang lain :

- a. “Percaya” meningkatkan komunikasi interpersonal karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan informasi, serta memperluas peluang komunikasi untuk mencapai maksudnya.
- b. Hilangnya kepercayaan pada orang lain akan menghambat perkembangan hubungan interpersonal yang akrab. Keakraban hanya terjadi bila kita semua bersedia untuk mengungkapkan perasaan kita.

2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

- a. Nilai
- b. Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan.
- c. Komunikasi yang terbuka dan teratur

2.4.3 Indikator Kepercayaan

Menurut Flavian dan Guinaliu dalam (Maliyah, 2015: 21), Kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu:

a. Kejujuran (*honesty*)

mengacu pada aspek karakter, moral dan berkonotasi atribut positif dan berbudi luhur seperti integritas dan keterusterangan, kejujuran juga berarti dapat dipercaya, adil, setia dan tulus.

b. Kebaikan (*benevolence*)

merupakan kemampuan penjual/organisasi dalam memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan konsumen.

c. Kompetensi (*competence*)

berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk/jasa yang di jual apakah dapat dipercaya atau tidak.

2.5. Teori Uses and Effect

Pemikiran mengenai teori ini pertama kali dikemukakan oleh Sven Windhal (1979), merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratification* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok pemikitan ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman

dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa (Sendjaja, 2004: 41).

Jika dalam teori *uses and gratifications* penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sedangkan dalam teori *uses and effects* kebutuhan hanyalah salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Asumsi dasar teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu.

Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya dari teori ini. Hubungan antara penggunaan dan hasilnya, dengan memperhitungkan pula isi media, memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu:

- a. Penggunaan media hanya dianggap berperan sebagai perantara, dan hasil dari prosesnya dinamakan efek.
- b. Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah, atau mengurangi aktivitas lainnya.
- c. Penggunaan media dapat melakukan dua proses secara serempak dan akan menerima efek dan konsekuensi.

Efek komunikasi massa dapat dibagi menjadi beberapa bagian, namun Leith R Stamm dan John E. Bowes (1990) membaginya menjadi dua bagian dasar yaitu efek primer meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman, dan efek sekunder meliputi perubahan sifat *kognitif* (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).

2.6. Pemberitaan Kasus First Travel

Banyaknya kemunculan berita tersebut melalui berbagai media membuat masyarakat banyak mengikuti kelanjutan kasus tersebut, dalam hal ini postingan-postingan pemberitaan yang menyangkut kasus tersebut beredar sangat luas menjadikan pembaca mudah untuk mengetahui berita tersebut.

First Travel diduga telah melakukan tindak pidana penipuan, penggelapan, dan pencucian uang dengan modus Umrah. Jumlah korban mencapai ribuan calon jamaah Umrah, dengan kerugian hingga miliaran rupiah. Selain aparat penegak hukum, kasus ini juga telah mendapat perhatian serius dari DPR apalagi sebelumnya banyak pengaduan masyarakat mengenai penyelenggaraan Ibadah Umrah. DPR meminta kepada Pemerintah dan aparat penegak hukum untuk segera memproses dan menyelesaikan kasus ini dengan baik. DPR RI juga akan membentuk Panja Penyelenggaraan Ibadah Umrah dan Haji Khusus. Panja memiliki 7 target dan diharapkan hasilnya dapat memperbaiki penyelenggaraan ibadah umrah dan melindungi calon jamaah umrah dengan baik (majalah info singkat hukum, agustus 2017).

Dugaan penipuan umrah yang dilakukan PT. First Anugerah Karya Wisata (First Travel) memasuki babak baru. Dua pimpinan perusahaan tersebut, yang juga suami istri, Andika Surachman (Direktur Utama) dan Anniesa Desvitasari Hasibuan (Direktur), telah ditetapkan sebagai tersangka dugaan penipuan umrah oleh Bareskrim Polri, Kamis (10/8).

Jauh hari sebelum dua pasangan itu ditetapkan sebagai tersangka oleh polisi, Kementerian Agama RI telah mencabut izin operasional First Travel.

Seperti dikutip dari situs Kementerian Agama, sanksi administratif itu tertuang dalam Keputusan Menteri Agama Nomor 589 Tahun 2017 per tanggal 1 Agustus 2017. Sebelumnya First Travel terdaftar sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) sejak mengantongi Keputusan Dirjen PHU Nomor: D/746 Tahun 2013.

Kala itu, First Travel terdaftar beralamat di Jl. Radar Auri No. 1, Cimanggis, Depok. Setelah itu, mereka membuka kantor pelayanan di dua tempat yakni GKM Green Tower Lantai 16, Jl. TB Simatupang dan Gedung Atrium Mulia Suite, Jl H.R. Rasuna Said. Keduanya berada di wilayah Jakarta Selatan. Izin untuk First Travel lalu sempat diperpanjang dengan keluarnya Keputusan Menteri Agama Nomor 723 Tahun 2016. Dalam kronologi yang disusun Kemenag, kisruh penyelenggaraan umrah oleh First Travel mulai mengemuka saat terjadi kegagalan pemberangkatan jemaah pada 28 Maret 2017 lalu. Pada saat kejadian itu jemaah diinapkan di hotel sekitar Bandara Soekarno Hatta. Hal itu pun membuat Kemenag melakukan klarifikasi, investigasi, advokasi, hingga mediasi dengan jemaah.

Nur Syam menambahkan, Kementrian Agama memperpanjang izin operasional First Travel pada 2016 karena tidak menemukan praktik-praktik kecurangan dan penipuan seperti yang terjadi saat ini. Kemenag pertama kali mengeluarkan izin operasional First Travel pada Agustus 2013 setelah First Travel mengajukan izin sebulan sebelumnya. First Travel mengajukan izin sebagai perusahaan penyelenggara umrah. "Desember 2016 izin perpanjangan

kami berikan, sampai kami keluarkan izin operasional perpanjangan itu kami tidak mendapati (kecurangan)," katanya.

Kementerian Agama memperpanjang izin First Travel karena perusahaan milik Andika Surachman dan Anniesa Hasibuan dinilai telah memenuhi sejumlah persyaratan. Sejumlah persyaratan itu antara lain, izin rekomendasi dari Dinas Pariwisata Daerah Jawa Barat, serta rekomendasi dari Kantor Kementerian Agama Wilayah Jawa Barat. Laporan keuangan First Travel juga telah diaudit akuntan publik tahun 2016. Menyikapi kasus penipuan oleh First Travel, dalam waktu dekat Kementerian Agama akan mengubah regulasi terkait dengan transaksi keuangan biro perjalanan.

Biaya umrah yang sangat murah diperkirakan jadi faktor penyebab banyaknya jemaah memilih jasa PT First Anugerah Karya Wisata (First Travel). Namun biaya yang ditetapkan oleh First Travel memberangkatkan seseorang ke Tanah Suci untuk umrah itu dinilai terlalu murah. First Travel memasang tarif umrah paling murah Rp14,5 juta per orang. Ketua Himpunan Penyelenggara Haji dan Umrah (HIMPUH) Baluki Ahmad menganggap biaya itu tidak realistis. Untuk layanan standar saja, uang sejumlah itu sebenarnya tak mencukupi. Biaya layanan umrah yang normal berkisar di angka Rp. 21 juta hingga Rp. 23 juta. Biaya tersebut sudah menutup kebutuhan pembimbing, pelayanan hotel yang bagus, transportasi, dan lainnya.

Bareskrim pun mulai bergerak usai pencabutan izin oleh Kementerian Agama. Kini, ada tiga orang yang ditetapkan sebagai tersangka dalam dugaan penipuan dan penggelapan oleh First Travel. Ketiganya, yakni Andika Surachman

(Dirut), Anniesa Desvitasari (Direktur) serta Siti Nuraidah Hasibuan alias Kiki Hasibuan (Komisaris Keuangan). Penyidik terus mendalami kasus ini. Terutama soal aliran dana yang digelapkan oleh ketiga tersangka. Kasus penipuan yang menyeret Direktur Utama PT First Anugerah Karya Wisata (First Travel), Andika Surachman dan istrinya, Annisa Hasibuan, terus bergulir. Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) atas permintaan polisi melacak aliran dana First Travel. Kepala PPATK Kiagus Badaruddin mengungkapkan ada triliunan rupiah yang diraup oleh First Travel. Sebagian dana terekam mengalir ke rekening pribadi bos agen perjalanan umrah ini.

Dana triliunan rupiah ada yang digunakan untuk memberangkatkan calon jemaah umrah dan persiapan umrah yang akan datang. Ada juga yang digunakan untuk investasi dan ada dana yang masuk ke kantong pribadi, seperti dibelanjakan rumah serta kendaraan. Sebagian uang untuk membayar penyelenggaraan umrah tahun-tahun sebelumnya, membayar persiapan umrah yang akan datang.

Penyidik Direktorat Tindak Pidana Umum Bareskrim Polri masih mengembangkan kasus dugaan penipuan dan penggelapan dana puluhan ribu calon jemaah umrah First Travel. Namun, hasil penyidikan sementara, polisi mengungkapkan First Travel mempunyai utang miliaran rupiah. Kepala Divisi Humas Polri Irjen Setyo Wasisto mengatakan bos First Travel berutang pada sejumlah pihak, di antaranya pengurus tiket pesawat dan sejumlah hotel di Arab Saudi. Penyidik sudah menyita aset milik ketiga tersangka, mulai mobil mewah hingga rumah.

Pada kasus First Travel, polisi juga menduga ada tindak pidana money laundering atau pencucian uang dari dana jemaah umrah. Oleh karena itu, polisi akan bekerja sama dengan Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), untuk menelusuri dugaan pencucian uang. Sejak posko aduan dibuka, korban travel umrah murah First Travel terus berdatangan ke Bareskrim Polri. Tercatat, 820 orang melapor sejak Rabu, 16 Agustus 2017.

Upaya klarifikasi pertama kalinya dilakukan tanggal 18 April 2017, namun pihak manajemen tidak memberikan jawaban. Kementerian Agama setidaknya sudah empat kali mengupayakan mediasi antara jemaah dengan First Travel. Namun upaya tersebut tidak berbuah hasil karena pihak First Travel bersikap tertutup dan kurang kooperatif. Selanjutnya, pada 22 Mei 2017, Kemenag mengundang pihak First Travel untuk mediasi dengan jemaah. First Travel mengirimkan tim legal, namun mediasi tidak dilanjutkan karena mereka tidak dibekali surat kuasa. Untuk kedua kalinya Kemenag kembali memanggil First Travel pada 24 Mei 2017. Upaya ini pun gagal karena pihak manajemen tidak hadir. Lalu, pada 2 Juni 2017, digelar mediasi antara pihak First Travel dengan sejumlah jemaah dari Bengkulu. Dari mediasi itu tidak ada solusi yang bisa diberikan. Terakhir kalinya upaya mediasi dilakukan tanggal 10 Juli 2017, dan gagal karena manajemen tidak hadir. Selanjutnya, pada 21 Juli 2017 lalu, Satuan Tugas Waspada Investasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memerintahkan PT. First Anugerah Karya Wisata untuk menghentikan penjualan paket promonya. Perintah itu diterbitkan karena ada indikasi investasi ilegal dan penghimpunan dana masyarakat tanpa izin.

Izin PPIU untuk First Travel pun dicabut karena Kemenag menilainya telah terbukti melanggar Pasal 65 huruf a Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan UU 13/2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah haji. Kementerian Agama pun memerintahkan kepada PT First Anugerah Karya Wisata untuk mengembalikan seluruh biaya jemaah umrah yang telah mendaftar atau melimpahkan seluruh jemaah tersebut kepada Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) lain tanpa menambah biaya apapun (*CNN Indonesia : diakses 10 November 2017*).

2.7. Travel Umroh

Travel Umroh dan Haji adalah salah satu paket perjalanan yang dilakukan dalam rangka menunaikan ibadah yang dilaksanakan oleh umat muslim di Dunia. Haji sendiri merupakan rukun Islam atau tiang agama yang kelima setelah syahadat, shalat, zakat, dan puasa. Ibadah haji ini biasanya sering disebut sebagai ibadah yang bersifat wajib, hanya jika seseorang sudah berada dalam keadaan yang mampu. Mampu di sini berarti mampu untuk memenuhi kebutuhannya selama haji, juga mampu untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau sanak keluarganya yang ditinggal pergi haji.

Mampu juga berarti mampu untuk melaksanakan ibadah haji, karena jenis ibadah yang satu ini tergolong berat, sehingga akan membutuhkan kondisi fisik yang kuat dan prima. Namun tidak hanya mampu, ibadah haji juga memerlukan kesiapan rohani atau mampu secara ilmu. Inilah yang menyebabkan seringkali umat muslim berkata belum siap atau belum merasa terpanggil untuk melakukan ibadah haji, meskipun berada dalam keadaan mampu.

Travel haji umrah sebenarnya dapat digolongkan menjadi dua jenis ibadah, yaitu ibadah haji, dan umrah. Ibadah haji dilakukan dengan berkunjung dan melaksanakan rangkaian kegiatan di Saudi Arabia, pada musim haji. Musim haji jatuh pada bulan Dzulhijah pada kalender penanggalan umat Islam, tepatnya dilakukan mulai dari Syawal hingga sepuluh hari pertama bulan Dzulhijah. Inilah yang menjadi pembeda antara ibadah haji dan umrah, karena ibadah umrah dapat dilakukan sewaktu-waktu tanpa menunggu bulan haji tiba. Adapun tempat-tempat yang dikunjungi selama pergi melakukan ibadah haji dan umrah adalah Ka'bah, Arafah, Muzdalifah, Mas'a, dan Mina.

Awalnya ibadah ini telah dikenal sejak zaman Jahiliah, dengan beberapa kegiatan utama yang terus dijaga aktivitasnya agar tidak keluar dari tatanan syariat Islam atau *syara'*. Kini ibadah ini lebih dikenal dengan nama *travel haji umrah*. Kegiatan utama yang tetap dilaksanakan diantaranya adalah thawaf di Masjidil Haram, wukuf di Arafah, sa'i atau kegiatan lari kecil diantara bukit Shafa dan Marwah, dan melempar jumrah.

Ka'bah sendiri berda di pusat Masjidil Haram. Tempat ini sekaligus menjadi pembuka dan penutup rangkaian ibadah haji dan umrah. Sedangkan Arafah, tempat dilaksanakannya wukuf sebenarnya adalah sebuah padang yang sangat luas yang hanya digunakan saat musim haji saja, sementara selain waktu tersebut, padang Arafah hampir tidak pernah digunakan untuk kegiatan lain. Selanjutnya kegiatan melempar jumrah, harus diawali dengan bermalam di Muzdalifah, untuk mengumpulkan bebatuan guna kegiatan lempar jumrah di Mina.

Mina sendiri adalah tempat berdirinya tugu jumrah, yaitu simbol pengusiran setan dengan cara melempar bebatuan kecil ke arah tugu ini.

Tugu di Mina ini terdiri dari tiga tugu, yaitu Jumrah aqabah, Jumrah Wustha, dan yang terakhir yaitu Jumrah Ula. Seluruh rangkaian kegiatan ini diakhiri dengan melaksanakan thawaf wada' atau thawaf perpisahan sebelum seluruh jamaah kembali ke negara asal masing-masing. Ibadah umrah sebagai bagian dari travel haji umrah secara teknis syari'ah berarti hanya melakukan Thawaf di Ka'bah dan Sa'i saja, namun dengan tetap menggunakan pakaian ihram atau pakaian wajib ibadah haji. Karena itu ibadah umrah sering disebut sebagai haji kecil. Dengan begitu, tidak hanya perbedaan waktu untuk melakukan kedua jenis kegiatan, yaitu umrah dapat dilakukan sewaktu-waktu selain tanggal 8 hingga 12 Dzulhijah, namun juga ibadah umrah juga hanya dilakukan di dalam kota Makkah.

Ini yang menyebabkan ibadah umrah dapat dilakukan berulang kali, berbeda dengan ibadah haji yang jika mendaftar sekarang, baru dapat diberangkatkan antara 5 hingga 10 tahun mendatang karena terbatasnya kuota.
(*info haji.co.id*)

2.8. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban awal dan sementara dari suatu penelitian untuk memecahkan sesuatu yang harus dibuktikan kebenarannya dengan jalan harus melalui uji penelitian.

Ho : Tidak terdapat pengaruh Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Dalam Memilih Travel Umroh

Ha : Terdapat pengaruh Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh.

BAB III

METODE PENELITIAN

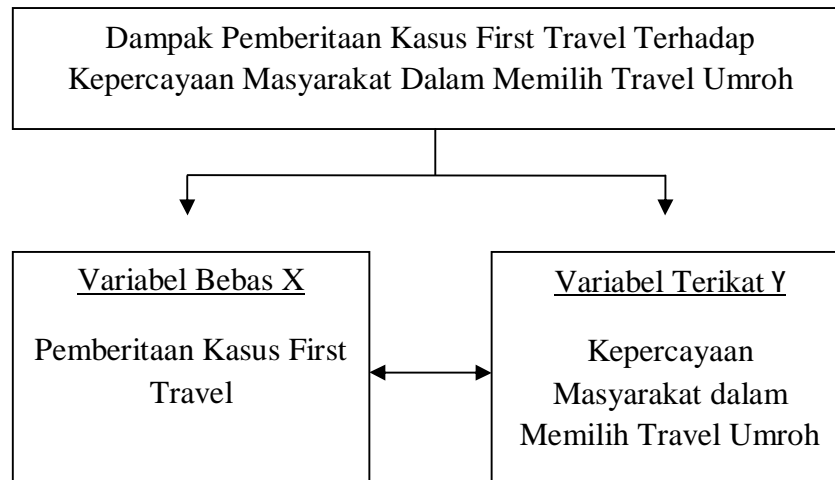
3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif korelasi. Untuk mengetahui apakah ada dampak yang ditimbulkan oleh pemberitaan kasus First Travel kepada masyarakat di Kecamatan Patumbak, maka penelitian ini menggunakan pengolahan data atau pengujian kuantitatif. Pengumpulan data melalui pengambilan sample dari populasi dengan pengolahan statistic yang relevan guna mengetahui apakah ada korelasi antar variable dampak kasus pemberitaan First Travel.

Penelitian korelasi menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variable untuk mengetahui apakah suatu variable berasosiasi atautkah tidak dengan variable lainnya. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudia diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji hubungan antar variable yang dihipotesiskan. Pada penelitian ini jelas ada hipotesis yang diuji kebenarannya.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep disusun sebagai dasar yang jelas dalam perkembangan teori. Maka kerangka konsep perlu disusun sebagai hasil yang setelah di analisa secara kritis berdasarkan bahan persepsi.



Gambar 3.2.1: Kerangka Konsep

Kerangka konsep ini selanjutnya akan diuraikan dalam dua bentuk variable yaitu sebagai berikut :

1. Variable bebas (X), yaitu sejumlah gejala, factor atau unsur yang menentukan atau mempengaruhi ada atau munculnya gejala atau factor lain. Variable yang bebas dalam penelitian ini adalah Pemberitaan Kasus First Travel dengan indicator sebagai berikut :
 - a. Frekuensi
 - b. Atensi (perhatian)
 - a. Durasi
2. Variable terikat (Y), yaitu sejumlah gejala yang ada atau muncul dipengaruhi oleh variable yang mendahuluinya. Variable terikat dalam penelitian ini adalah Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh.

- a. Kejujuran (*honesty*)
- b. Kebaikan (*benevolence*)
- c. Kompetensi (*competence*)

2.3. Defenisi Konsep

Konsep Teoritis	Konsep Oprasional
Variabel bebas (X) Pemberitaan Kasus First Travel	<ul style="list-style-type: none"> a. Frekuensi b. Atensi (perhatian) c. Durasi
Variable terikat (Y) Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh	<ul style="list-style-type: none"> a. Kejujuran (<i>honesty</i>) b. Kebaikan (<i>benevolence</i>) c. Kompetensi (<i>competence</i>)

2.4. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan cara mengukur variable penelitian. Berikut defenisi operasional penelitian :

1. Variabel Bebas

- a. Frekuensi

Mengumpulkan data khalayal tentang keajegan khalayak menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan atau tahunan.

- b. Atensi (perhatian)

Proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol pada saat stimuli lainnya melemah.

- c. Durasi

Mengitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program.

2. Variabel Terikat

- d. Kejujuran (*honesty*) mengacu pada aspek karakter, moral dan berkonotasi atribut positif dan berbudi luhur seperti integritas dan keterusterangan, kejujuran juga berarti dapat dipercaya, adil, setia dan tulus.
- e. Kebajikan (*benevolence*) merupakan kemampuan penjual/organisasi dalam memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan konsumen.
- f. Kompetensi (*competence*) berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk/jasa yang di jual apakah dapat dipercaya atau tidak.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Dusun III Desa Lantasan Lama Kecamatan Patumbak dengan jumlah penduduk sebanyak 992 orang (Sumber: data Monografi Kantor Desa Dusun III Desa Lantasan Lama 2017).

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Taro Yamane :

$$n = \frac{N}{nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi Sampel

d^2 = Presisi (tingkat kesalahan penarikan sampel di tetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi masyarakat beragama islam Dusun III Desa Lantasan Lama Kecamatan Patumbak dengan jumlah penduduk sebanyak 992 populasi.

$$n = \frac{992}{992 \cdot 0.1^2 + 1}$$

$$n = \frac{992}{992 \cdot 0.01 + 1}$$

$$n = \frac{992}{9.92 + 1} = \frac{992}{10.92}$$

$$n = 91$$

Maka dihasilkan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah berjumlah 91 sampel.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1 Data Primer

Data primer yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian (*field research*) atau objek yang diteliti atau data yang diperoleh ini disebut data primer. Dalam hal ini data diperoleh dengan cara mengadakan kuesioner yakni menggunakan daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga calon responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu pengumpul dat-data yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti, yang diperoleh dari buku-buku, referensi, naskah lainnya, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Data yang diperoleh merupakan data sekunder dan digunakan sebagai pendukung dalam analisis data.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis tabel tunggal

Dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara variable bebas (X) dan variable (Y), maka penulis menggunakan rumus korelasi product moment dari Karl Person yang di kutip oleh Sugiono (2004 :148).

3.7.2 Uji Hipotesis

- a. Untuk menguji koefisien korelasi antara 2 variabel digunakan rumus korelasi produk moment :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi Produk Moment

n = Jumlah individu dalam sampel

x = Angka mentah untuk variabel X

y = Angka mentah untuk variabel Y

- b. Uji secara parsial atau uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = t hitung

r = Koefisien korelasi sederhana

n= Jumlah Sampel

c. Untuk melihat tinggi rendahnya korelasi digunakan skala Guilford sebagai berikut Sugiyono (1944 : 75) :

<0.119 = Hubungan rendah sekali/lemah

0.20 – 0.339 = Hubungan rendah tapi pasti

0.40 – 0.669 = Hubungan cukup berarti

0.70 – 0.889 = Hubungan tinggi, kuat

>0.90 = Hubungan tinggi, kuat sekali

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas (X) dalam meningkatkan variabel terikat (Y) digunakan rumus

Determinasi sebagai berikut :

$$D = (r_{xy})^2 \times 100 \%$$

Dimana :

D = Jumlah responden

r_{xy} = Koefesien korelasi x dan y

3.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear merupakan proses memperkirakan suatu variabel dari variabel lainnya, manakala kedua variabel tersebut mempunyai hubungan/fungsi linear yang signifikan Rumus menghitung persamaan regresi linear adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = nilai variabel dependen yang diprediksikan

a = harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = angka arah koefisien regresi, yaitu menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik dan jika b (-) maka terjadi penurunan

X = nilai variabel independen

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dusun III Desa Lantasan Lama Kecamatan Patumbak.

3.8.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai sejak Januari sampai dengan Februari 2018.

3.9. Deskripsi Ringkasan Objek Penelitian

First Travel mengawali usahanya dari sebuah bisnis biro perjalanan wisata, di bawah bendera CV First Karya Utama yang didirikan pada tanggal 1 Juli 2009. Biro perjalanan First Travel pada awalnya hanya menawarkan layanan perjalanan wisata domestik dan internasional untuk konsumen perorangan maupun perusahaan. Dalam kurun waktu 2009-2010, usaha keduanya hanya mendapat sekitar 5 konsumen. Sampai di suatu saat, Andika mendapat kesempatan ikut pameran travel gratis dan memutuskan menawarkan paket umrah. Unikny saat itu justru yang di dapat konsumen untuk pergi berwisata ke Lombok. Dari situlah usahanya mulai menyebar dari mulut ke mulut.

Sampai suatu ketika ia mendapat permintaan untuk umroh dari 127 pegawai Bank Indonesia dan 50 pegawai Pertamina. tanggal 12 April 2012. Mereka langsung menjadi guide dari tour tersebut, Mulai saat itu, sepanjang tahun

2012, mereka bisa memberangkatkan 800 orang. Pada tahun 2013, jumlah pelanggan bertambah menjadi 3.800 orang. Di tahun ini, kami memberanikan diri untuk benar-benar profesional dengan mengajukan izin penyelenggara umrah ke Kementerian Agama. Akhir tahun lalu, First Travel mendapat catatan Museum Rekor Indonesia (MURI), sebagai Rekor Manasik Umrah terbesar yang pernah ada di Indonesia. Travel ini akan memberangkatkan jamaah umroh sebesar 35 ribu jamaah, termasuk Reza Artamevia, Opick dan penyanyi rap Muslim asal Amerika Serikat, Raef. (Sumber : Jakarta review april 2015).

Dalam kasus ini, First Travel menawarkan harga pemberangkatan umrah yang lebih murah dari agen travel lainnya. Pembeli tergiur dan memesan paket umrah. Namun, hingga batas waktu yang dijanjikan, calon jemaah tak kunjung berangkat. Perusahaan itu kemudian dianggap menipu calon jemaah yang ingin melaksanakan umrah. Penyidik mulanya menetapkan Direktur Utama First Travel Andika Surachman dan istrinya, Anniesa Desvitasari, sebagai tersangka. (Kompas.com, Agustus 2017).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk dampak pemberitaan kasus first travel terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh, peneliti sudah menyebar 91 angket dimana yang menjadi responden adalah calon jamaah umroh dan masyarakat umum yang akan menggunakan travel agency ataupun bukan, identitas responden yang di tanyakan adalah jenis kelamin dan usia.

4.1.1 Identitas data responden

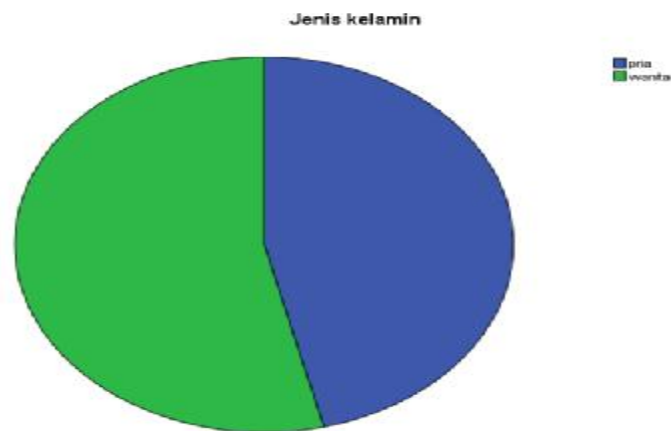
Untuk mengetahui identitas responden maka dapat dilihat dari karakteristik responden berikut ini:

a. Jenis kelamin

Tabel 4.1
Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	42	46.2	46.2
Wanita	49	53.8	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase jenis kelamin responden dimana yang berjenis kelamin pria berjumlah 42 orang (46,2%), dan yang berjenis kelamin wanita berjumlah 49 orang (53,8%). Mayoritas jenis kelamin yang ada di Dusun III Desa Lantasan Lama adalah Wanita.



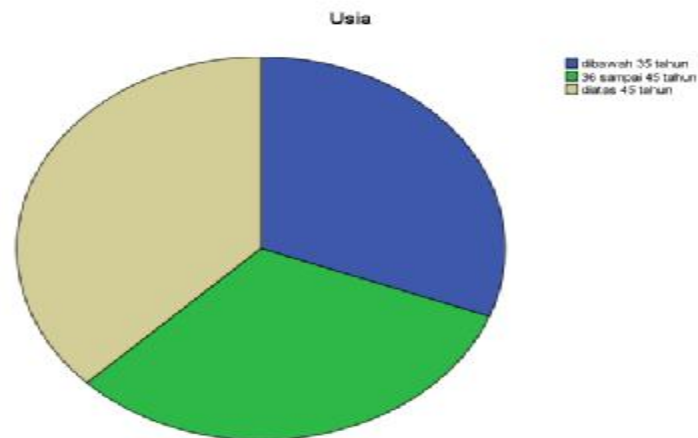
Gambar 4.1. Perbandingan Jenis Kelamin Responden

b. Usia

Tabel 4.2
Usia

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
dibawah 35 tahun	28	30.8	30.8
36 sampai 45 tahun	29	31.9	62.6
diatas 45 tahun	34	37.4	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase usia responden, dimana responden yang berusia dibawah 35 tahun berjumlah 28 orang (30.8%), lalu yang berusia diantara 36 sampai 45 tahun berjumlah 29 orang (31,9%), dan yang berusia diatas 45 tahun berjumlah 34 orang (37,4%). Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berusia diatas 45 tahun.



Gambar 4.2 Perbandingan Usia Responden

4.1.2 Analisis Hasil Penelitian

1. Kasus *First Travel*

a). Frekuensi

Tabel 4.3
Menyaksikan Pemberitaan Kasus *First Travel* dibanding Kasus Lain

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	-	-	-
TS	2	2.2	2.2
S	59	64.8	67.0
SS	30	33.0	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya sering menyaksikan Pemberitaan Kasus *First Travel* dibanding kasus lain” dimana responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang (2,2%), dan yang menjawab setuju sejumlah 59 orang (64,8%) lalu yang menjawab sangat setuju berjumlah 30 orang (33%). Mayoritas responden yang menjawab menyaksikan Pemberitaan Kasus *First Travel* dibanding kasus lain adalah setuju.

Tabel 4.4
Selalu Mengikuti Perkembangan Pemberitaan Kasus First Travel

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	3	3.3	3.3
TS	12	13.2	16.5
S	50	54.9	71.4
SS	26	28.6	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya selalu mengikuti perkembangan Pemberitaan Kasus First Travel sampai saat ini” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 3 orang (23,3%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 12 orang (13,2%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 50 orang (54,9%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 orang (28,6%). Mayoritas responden yang menjawab selalu mengikuti perkembangan Pemberitaan Kasus First Travel adalah setuju.

b). Atensi (perhatian)

Tabel 4.5
Pemberitaan Kasus First Travel Mempengaruhi terhadap Pemilihan Travel Umroh

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	-	-	-
TS	9	9.9	9.9
S	52	57.1	67.0
SS	30	33.0	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Pemberitaan Kasus First Travel menarik untuk ditonton karena dapat mempengaruhi terhadap

pemilihan travel umroh” dimana responden yang menjawab tidak setuju sejumlah 9 orang (9,9%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 52 orang (57,1%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 30 orang (33%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan terpengaruh Pemberitaan Kasus First Travel untuk memilih Travel Umroh adalah setuju.

Tabel 4.6
Pemberitaan Kasus First Travel Membuat Masyarakat Khawatir Untuk Memilih Travel Umroh

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1
TS	3	3.3	4.4
S	56	61.5	65.9
SS	31	34.1	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Pemberitaan Kasus First Travel membuat masyarakat khususnya saya cenderung khawatir untuk memilih travel umroh.” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1,1%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 3 orang (3,3%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 56 orang (61,5%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 orang (34,1%). Mayoritas responden yang menjawab Pemberitaan Kasus First Travel Membuat Masyarakat Khawatir Untuk Memilih Travel Umroh adalah setuju.

Tabel 4.7
Tayangan Pemberitaan Kasus First Travel Membuat Takut Untuk
Melakukan Perjalanan Wisata Religi

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1
TS	1	1.1	2.2
S	40	44.0	46.2
SS	49	53.8	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Tayangan pemberitaan terkait Kasus First Travel membuat saya takut untuk melakukan perjalanan wisata religi.” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1,1%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 1 orang (1,1%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 40 orang (44%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 49 orang (53,8%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan Tayangan Pemberitaan Kasus First Travel Membuat Takut Untuk Melakukan Perjalanan Wisata Religi adalah sangat setuju.

c). Durasi

Tabel 4.8
Menonton Pemberitaan Kasus First Travel >1/2 Jam /Hari

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1
TS	6	6.6	7.7
S	34	37.4	45.1
SS	50	54.9	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya menonton Pemberitaan Kasus First Travel >1/2 jam /hari.” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1,1%), dan yang menjawab

tidak setuju sejumlah 6 orang (6,6%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 34 orang (37,4%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 50 orang (54,9%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan menonton Pemberitaan Kasus First Travel >1/2 jam /hari adalah sangat setuju.

Tabel 4.9
Menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel Dari Awal Hingga Akhir

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2
TS	3	3.3	5.5
S	48	52.7	58.2
SS	38	41.8	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel dari awal hingga akhir.” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2,2%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 3 orang (3,3%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 48 orang (52,7%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang (41,8%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel dari awal hingga akhir adalah setuju.

2. Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh

a). Kejujuran (*Honesty*)

Tabel 4.10
Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memenuhi Tanggung Jawab Kepada Masyarakat

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2
TS	7	7.7	9.9
S	38	41.8	51.6

SS	44	48.4	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memenuhi tanggung jawab kepada masyarakat” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2,2%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 7 orang (7,7%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 38 orang (41,8%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 44 orang (48,4%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memenuhi tanggung jawab kepada masyarakat adalah sangat setuju.

Tabel 4.11
Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memberikan Kepuasan Informasi Kepada Masyarakat

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	-	-	-
TS	4	4.4	4.4
S	63	69.2	73.6
SS	24	26.4	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memberikan kepuasan informasi kepada masyarakat” dimana responden yang menjawab tidak setuju sejumlah 4 orang (4,4%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 63 orang (69,2%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 24 orang (26,4%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memberikan kepuasan informasi kepada masyarakat adalah setuju.

b). kebaikan (*benelovence*)

Tabel 4.12
Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memiliki Perhatian
Untuk Memberikan Pengaruh Kepada Masyarakat

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	3	3.3	3.3
TS	7	7.7	11.0
S	26	28.6	39.6
SS	55	60.4	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memiliki perhatian untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 3 orang (3,3%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 7 orang (7,7%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 26 orang (28,6%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 55 orang (60,4%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan percaya bahwa pemberitaan Kasus First Travel memiliki perhatian untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat adalah sangat setuju.

Tabel 4.13
Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Memiliki Itikad Baik
Untuk Memberikan Kesadaran

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2
TS	9	9.9	12.1
S	42	46.2	58.2
SS	38	41.8	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memiliki itikad baik untuk memberikan kesadaran pada masyarakat.” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2,2%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 9 orang (9,9%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 42 orang (46,2%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang (41,8%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memiliki itikad baik untuk memberikan kesadaran pada masyarakat adalah setuju.

c). Kemampuan (*competence*)

Tabel 4.14
Saya Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Akan Memenuhi Apa Yang Diharapkan Oleh Masyarakat

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2
TS	1	1.1	3.3
S	29	31.9	35.2
SS	59	64.8	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel di atas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya percaya bahwa Pemberitaan Kasus First Travel akan memenuhi apa yang diharapkan oleh masyarakat.” dimana responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2,2%), dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 1 orang (1,1%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 29 orang (31,9%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 59 orang (64,8%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan percaya bahwa Pemberitaan Kasus First Travel akan memenuhi apa yang diharapkan oleh masyarakat adalah sangat setuju.

Tabel 4.15
Percaya Bahwa Pemberitaan Kasus First Travel Tidak Akan Menyembunyikan Informasi Yang Penting Dan Fakta Bagi Masyarakat

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
STS	-	-	-
TS	1	1.1	1.1
S	44	48.4	49.5
SS	46	50.5	100.0
Total	91	100.0	

Dari tabel diatas terlihat persentase untuk pernyataan “Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel tidak akan menyembunyikan informasi yang penting dan fakta bagi masyarakat” dimana responden yang menjawab tidak setuju sejumlah 1 orang (1,1%) lalu yang menjawab setuju berjumlah 44 orang (48,4%), kemudian yang menjawab sangat setuju berjumlah 46 orang (50,5%). Mayoritas responden yang menjawab pernyataan percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel tidak akan menyembunyikan informasi yang penting dan fakta bagi masyarakat adalah sangat setuju.

4.1.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan analisis yang menggunakan uji statistik dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien korelasi (Sugiyono, 2010: 170-173).

Untuk menguji koefisien korelasi antar 2 variabel digunakan rumus korelasi product moment (Pearson Product Moment). Nilai dari pengujian koefisien korelasi bisa dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 4.16
Correlations

		Pemberitaan kasus First travel	Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh
Pemberitaan kasus First travel	Pearson Correlation	1	.679
	Sig. (2-tailed)		.289
	N	91	91
Kepercayaan Masyarakat	Pearson Correlation	.679	1
	Sig. (2-tailed)	.289	
	N	91	91

Dari tabel di atas terlihat nilai dari pengujian koefisien korelasi dimana bernilai sebesar 0,679 berada dalam interval 0,60-0,799 yang berarti hubungan antar variabel kuat.

4.1.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear merupakan proses memperkirakan suatu variabel dari variabel lainnya, manakala kedua variabel tersebut mempunyai hubungan/fungsi linear yang signifikan. Rumus menghitung persamaan regresi linear adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y: nilai variabel dependen yang diprediksikan

a : harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b: angka arah koefisien regresi, yaitu menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik dan jika b (-) maka terjadi penurunan

X: nilai variabel independen

Tabel 4.17
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.204	1.869		9.203	.000
Pemberitaan kasus First travel	.438	.080	.179	5.721	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat

Dari tabel di atas terlihat nilai untuk nilai regresi sederhana dimana hasilnya adalah $Y = 7,204 + 0,438X$

Maksud dari pengujian diatas adalah:

- a. Nilai Y yang sebesar 7,204 menunjukkan Jika pemberitaan mengenai first travel tidak mengalami durasi perubahan atau secara konstan bernilai 0 maka akan menaikkan kepercayaan masyarakat sebesar 72,04%.
- b. Nilai koefisien regresi X adalah sebesar 0,438 menunjukkan bahwa jika pemberitaan first travel meningkat sebesar 1 maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap travel umroh sebesar 4,38%.

4.1.5 Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji secara Parsial)

Uji secara parsial atau uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, secara parsial (sendiri-sendiri) kriteria dari pengujian parsial bisa dilihat dibawah ini

Tabel 4.18
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.204	1.869		9.203	.000
Pemberitaan kasus First travel	.438	.080	.179	5.721	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa nilai t adalah 5,721 kemudian nilai sig nya adalah 0,000.

Ho: $\beta = 0$, Ho diterima dan Ha ditolak, artinya pemberitaan kasus First Travel tidak berdampak terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh.

Ho : $\beta \neq 0$, Ho ditolak dan Ha diterima, artinya pemberitaan kasus First Travel berdampak terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh.

Kriteria pengujian hipotesisnya adalah :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima, artinya pemberitaan kasus First Travel tidak berdampak terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak, artinya pemberitaan kasus First Travel berdampak terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh.

Bedasarkan tabel di atas diperoleh t hitung untuk variable kualitas pelayanan sebesar 5,721 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan dk = n-2 (91-2=89), di peroleh t tabel 1,986. Jika t hitung > t tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X dan Y, demikian juga sebaliknya jika t hitung < t tabel maka

tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X dan Y, didalam hal ini $t\text{-hitung} = 5,721 > t\text{-tabel} = 1,986$. Ini berarti pemberitaan kasus First Travel berdampak terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05 maka nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara pemberitaan kasus First Travel terhadap kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh.

b. Uji Determinasi

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengetahui jumlah besaran persentase yang dari variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat nilai dari koefisien determinasi ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.19
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.232	.021	1.75099

a. Predictors: (Constant), Pemberitaan kasus First travel

Cara melihat determinasi adalah dengan melihat kolom R-square dimana nilai R square pada tabel diatas bernilai 0,232 atau senilai 23,2% besaran nilai persentase yang mempengaruhi variabel bebas terhadap variabel terikat sedangkan sisanya 76,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Dampak pemberitaan terhadap masyarakat mengenai Kasus First Travel terhadap kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa travel umroh ialah berpengaruh, hal ini terlihat dari nilai uji t yang lebih tinggi dari tabel yaitu $5,721 > 1,986$, dan juga taraf signifikan yang bernilai lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,000, hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai penipuan jamaah umroh First Travel berdampak besar dalam usaha travel umroh khususnya di Kecamatan Patumbak, jika di persentasekan dampak First Travel ini mempengaruhi senilai 23,2% kepercayaan jamaah terhadap travel umroh.

Ibadah adalah sesuatu yang krusial bagi umat beragama, dalam kasus First Travel dimana korbannya sudah mencapai ribuan orang, tentunya akan membuat para jamaah atau calon jamaah lebih berhati hati dalam menggunakan jasa travel umroh terlebih biaya untuk pergi ke tanah suci tidak murah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh antara kasus First Travel dengan dampak kepercayaan terhadap pengguna travel umroh hal ini terlihat dari nilai uji t yang lebih tinggi dari t tabel yaitu 5,721 lebih tinggi dari 1,986 dan nilai signifikansi yang bernilai 0,000 lebih rendah dari 0,05 kemudian dilihat dari uji determinasi yang bernilai 23,2% dampak kasus first travel mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap jasa travel umroh.

5.2. Saran

Saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kasus yang terjadi di first travel tentunya akan membuat calon-calon jamaah umroh, merasa ragu dalam menggunakan jasa travel umroh, tentunya hal ini akan membuat lesu jasa pelayanan wisata rohani, saran dari penulis adalah perlunya dibentuk konferensi antar pengusaha travel, demi menaikkan kembali nama baik jasa travel yang memburuk akibat perbuatan first travel.
2. Perlunya dari masing-masing pihak travel umroh, untuk membuat persetujuan dengan kementerian agama dalam pembuatan suatu sertifikat yang bisa menjamin bahwa dana yang ditransfer umat tidak akan disalahgunakan untuk keperluan lain, jadi baik dari penyelenggara jasa ibadah umroh dan konsumen sama sama memiliki jaminan atas dana yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2012. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damsar & Indriyani. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Littlejhon, Sthepen W & Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nurjaman, Kadar & Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, Sarlito W. 2016. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Siahaan, Hotman M. 2001. *Pers yang Gamang; studi pemberitaan Jajak Timor Timur*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi
- Soehoet, A. M Hoeta. 2003. *Media Komunikasi*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP Jakarta.
- Soekanto, Soerjono. 2010. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2004. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. 2011. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sumber Lain :

Artikel Jurnal Online:

- Amalia, Rizki. "Efek Tayangan On The Spot Terhadap Pesan Media Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman". (Maret 2015): 30-40. 22 Desember 2017.

[http://www.ejournal.ikom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2015/04/JURNAL%20\(04-09-15-06-48-39\).pdf](http://www.ejournal.ikom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2015/04/JURNAL%20(04-09-15-06-48-39).pdf)

Jamanti, Retno.”Pengaruh Berita Banjir Terhadap Kesadaran Lingkungan Masyarakat”. (Desember 2014): 21. 13 Februari 2018.

e-Journal.ikom.fisip-unmul.ac.id.

Maliyah, Siti. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan Putihrai Asset Managemen”. (Maret 2015): 14. 20 Desember 2017.

<https://media.neliti.com/.../96732-ID-pengaruh-citra-merek-kepercayaan-trust-d.pdf>

Website :

- “ Kiat Cerdas Dalam Memilih Travel Umroh”. 2016. 10 November 2017.
<http://infohaji.co.id/cerdas-dalam-memilih-travel-umroh/>.
- “ Kronologi Kasus Penipuan Umroh First Travel – CNN Indonesia “. 2017. 10 November 2017.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170810130234-12-233701/kronologi-kisruh-penipuan-umrah-first-travel/>.
- “ 5 Fakta Terbaru Kasus First Travel – Liputan6”. 2017. 10 November 2017.
<http://news.liputan6.com/read/3064918/5-fakta-terbaru-kasus-first-travel>.
- “ First Travel Klaim Mampu Berangkatkan Jemaah Umrah, Asal Andika dan Anniesa Dibebaskan- Kompas.com”. 2017.1 maret 2018.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/08/21/140934726/first-travel-klaim-mampu-berangkatkan-jemaah-umrah-asal-andika-dan-anniesa>

KUESIONER

DAMPAK PEMBERITAAN KASUS FIRST TRAVEL TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH TRAVEL UMROH

Bapak/ibu yang terhormat, saya Alfira adalah mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Memohon Bapak/Ibu mengisi kuesioner penelitian saya ini. Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademis dalam membuat skripsi.. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas perhatian dan kesediaan waktu serta partisipasi Bapak/Ibu sekalian.

Petunjuk Pengisian

1. Baca, pahami dan jawab pertanyaan dengan jujur.
2. Beri tanda silang pada jawaban pilihan anda.

Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin : a. Pria
b. Wanita
3. Umur :

Pemberitaan Kasus First Travel					
Konsep Operasional	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Frekuensi	Saya sering menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel dibanding kasus lain.				
	Saya selalu mengikuti perkembangan Pemberitaan Kasus First Travel sampai saat ini				
Atensi (perhatian)	Pemberitaan Kasus First Travel menarik untuk ditonton karena dapat mempengaruhi terhadap pemilihan travel umroh				
	Pemberitaan Kasus First Travel membuat masyarakat khususnya saya cenderung khawatir untuk memilih				

	travel umroh.				
	Tayangan pemberitaan terkait Kasus First Travel membuat saya takut untuk melakukan perjalanan wisata religi.				
Durasi	Saya menonton Pemberitaan Kasus First Travel >1/2 jam /hari.				
	Saya menyaksikan Pemberitaan Kasus First Travel dari awal hingga akhir.				
Kepercayaan Masyarakat					
Kejujuran (honesty)	Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memenuhi tanggung jawab kepada masyarakat.				
	Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memberikan kepuasan informasi kepada masyarakat.				
Kebaikan (benevolence)	Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memiliki perhatian untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat.				
	Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel memiliki itikad baik untuk memberikan kesadaran pada masyarakat.				
Kemampuan (Competence)	Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel akan memenuhi apa yang diharapkan oleh masyarakat				
	Saya percaya bahwa pemberitaan kasus First Travel tidak akan menyembunyikan informasi yang penting dan fakta				

	bagi masyarakat.				
--	------------------	--	--	--	--