

Pengaruh Berita Kecelakaan Pesawat di Media Terhadap Psikologi Konsumen di  
Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak

**Penulis**

Wahyu Agustian Kasuma

**ABSTRAK**

Pemberitaan terhadap jatuhnya pesawat telah banyak dimuat diberbagai media yang menjadi konsumsi publik sehingga menimbulkan berbagai opini dalam masyarakat. Ditinjau dari ilmu komunikasi, fenomena pumbingkiaan berita pada sebuah media merupakan hal yang sangat penting. Mengingat sebuah berita akan dibangun dari sebuah fakta atau peristiwa. Adapun Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan seberapa besar pengaruh berita kecelakaan pesawat di media terhadap psikologi konsumen di Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak.

Dalam melakukan penelitian sudah harus ditentukan dengan jelas pendekatan atau desain penelitian apa yang akan di terapkan. Penyusunan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik. Jenis penelitian ini juga menggunakan metode survey, menurut Sugiyono (2013:14) menyatakan bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah. Data penelitian ini diambil dari 100 responden secara acak yang telah mengisi kuesioner. Data hasil kuesioner diolah dengan analisis regresi linier sederhana menggunakan aplikasi SPSS 15.0.

Hasil penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh pemberitaan kecelakaan pesawat di media terhadap psikologi konsumen di Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak. Pada nilai koefisien regresi bernilai minus (-) sebesar -0,006 maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa berita kecelakaan pesawat di media (X) berpengaruh negatif terhadap psikologi konsumen (Y). Diketahui juga nilai R Square sebesar 0,000. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh berita kecelakaan pesawat (X) terhadap kondisi psikologi konsumen (Y) adalah sebesar 0,00 % sedangkan 100 % psikologi konsumen dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Kecelakaan Pesawat, Media, Psikologi Konsumen

The Influence of Plane Crash News in the Media on  
Consumer Psychology at Supadio International Airport Pontianak

**Author**

Wahyu Agustian Kasuma

**ABSTRACT**

The news about the crash has been published in various places media into public consumption, giving rise to various opinions in society. Viewed from communication science, news framing phenomenon in a media is very important. Remember a news will be built from a fact or event. The purpose of the study this is to analyze and how much influence the plane crash news has on media on consumer psychology at Supadio International Airport Pontianak.

In conducting research, it must be clearly defined what research approaches or designs will be applied. Compilation this research uses quantitative methods because the research data is in the form of figures and analysis using statistics. This type of research to using a survey method, according to Sugiyono (2013:14) states that the survey method is used to obtain data from the place certain that is natural. The research data was taken from 100 respondents random who have filled out the questionnaire. The questionnaire result were processed using simple linear regression analysis using SPSS 15.0 application.

The result of this study are intended to determine the effect of and how much influence the coverage of aircraft accident in the media on consumer psychology at Supadio Internasional Airport Pontianak. At the value of the regression coefficient is minus (-) of 0,006 then thus it can be said that the plane crash news in the media (x) has a negative effect on consumer psychology (also known the value of R square is 0,000. This value implies that influence news of plane crash (x) on consumer psychological conditions is equal to 0.00% while 100% consumer psychology is affected by other variables not studied.

**Keyword:** Plane Crash, media, Consumer Psychology