

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran papan tulis putih di lapangan terbuka yang berisi pengumuman-pengumuman resmi dari istana pada zaman pemerintahan Cayus Julius Caesar (100-44 SM) di Negara Romawi merupakan cikal bakal dari media massa yang saat ini telah berkembang dengan beragam jenis. Papan pengumuman pada zaman Cayus Julius Caesar digunakan untuk menginformasikan hasil sidang-sidang senat beserta keputusannya. Pemerintah Romawi memanfaatkan papan pengumuman sebagai alat propaganda yang memuat berita-berita terkait peristiwa penting yang harus diketahui rakyat.

Sejarah mencatat, Acta Diurna hanya bertahan selama lima abad kemudian menghilang seiring dengan runtuhnya pemerintahan Romawi. Acta Diurna menjadi asal-mula lahirnya media massa cetak. Bentuknya terus mengalami perkembangan dari asalnya hanya lembaran kertas berukuran kecil sampai beberapa lembar dengan ukuran *broadsheet* maupun jumbo, mulai dari ditulis tangan sampai dicetak dengan mesin. Penyebarannya meluas ke berbagai negara Eropa seperti Jerman, Inggris, Belanda, Amerika Serikat serta Asia.

Seiring perkembangan zaman, kehadiran media massa semakin kompleks mempengaruhi kehidupan khalayak. Media massa tidak lagi hanya mengelola berita

tetapi aspek-aspek lainnya terkait isi media tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy (2003: 93-94), fungsi media massa tidak lagi hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga turut mendidik, menghibur dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu.

Kekuatan media massa dalam mempengaruhi diyakini dapat membuat khalayak melakukan kegiatan tertentu. Onong Uchjana Effendy (2003: 93-94) menyebutkan fungsi mempengaruhi surat kabar secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Maka tidak asing lagi, jika elit politik banyak menggunakan media massa atau bahkan menjadi pemilik sebuah media massa. Karena dengan media massa, seseorang dapat mengendalikan orang lain sesuai apa yang dikehendakinya.

Seperti yang kita ketahui, menjelang pesta demokrasi Pemilihan Presiden 2014 beberapa kandidat Calon Presiden (Capres) dan Calon Wakil Presiden (Cawapres) mulai menghiasi surat kabar dan televisi. Terutama jika kandidat tersebut adalah pemilik dari media massa, ia akan dengan bebas mengiklankan dirinya untuk memberikan pencitraan terbaik kepada khalayak. Tidak dipungkiri media massa menjadi salah satu alat kampanye yang mereka gunakan untuk mempengaruhi khalayak. David H. Heaver dalam karyanya yang berjudul "*Media Agenda Setting and Media Manipulator*" (1981) menyebutkan bahwa:

Pers sebagai media komunikasi massa tidak merefleksikan kenyataan, melainkan menyaring dan membentuknya seperti sebuah kaleidoskop yang menyaring dan membentuk cahaya. David menghubungkannya dengan gerakan kampanye dan pemilihan presiden di Amerika tahun 1976, bahwa berita surat kabar dan televisi tidak hanya merefleksikan hal-hal, peristiwa-

peristiwa dan argumen-argumen yang dikampanyekan, melainkan menyeleksi dan membentuknya menjadi bernilai berita (*newsvalue*). (dalam Effendy, 2003: 287-288)

Berdasarkan pernyataan dari David H. Heaver dapat dipahami bahwa dalam berita sekalipun terdapat unsur mempengaruhi khalayak dalam menentukan pilihannya terutama menjelang pemilihan presiden 2014. Penyajian berita dari suatu surat kabar efektif dalam mempengaruhi khalayak untuk memiliki persepsi yang serupa mengenai kandidat tersebut. Alexis S. Tan (dalam Effendy, 2003: 288) pun menyebutkan bahwa “media secara efektif menginformasikan peristiwa politik kepada khalayak dan media mempengaruhi persepsi khalayak mengenai pentingnya masalah politik”.

Menurut Dean M. Lyre Spencer dalam *News Writing*, “berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca”. (dalam Sumadiria, 2011: 64). Sedangkan Curtis D. Macdougall (1977: 11) dalam buku *Pengantar Ilmu Jurnalistik* menyatakan bahwa “berita adalah laporan tentang fakta yang terlibat dalam suatu peristiwa, namun bukan hakiki dari peristiwa itu sendiri”. (Suhandang, 2010 : 103)

Media massa sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak masih perlu dilakukan kajian ulang. Fenomena yang terjadi saat ini, tingkat partisipasi politik khalayak di Indonesia semakin menurun dari tahun ke tahun. Menurut Sumaryoto Padmodiningrat dalam situs [www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com), mulai dari Pemilu 1999 tingkat partisipasi mencapai 93,33%, Pemilu 2004 turun menjadi 84,9%, Pemilu 2009 turun 70,99%. Diprediksikan pada Pemilu 2014 tinggal 54%, sedangkan prediksi dari

Lingkaran Survei Indonesia (LSI) 60%, dan KPU menargetkan 75% sesuai dengan target pembangunan. (Dipublikasikan pada 6 Mei 2013)

Dalam penelitian ini, khalayak yang dipilih adalah mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa adalah komponen penting untuk membangun sistem demokrasi dalam dunia politik Indonesia. Peran serta mahasiswa dalam bentuk partisipasi politik sangatlah diharapkan untuk membentuk dinamika politik Indonesia. Mahasiswa memiliki kekuatan berupa independensi dan daya kritisnya sehingga mahasiswa dianggap mampu memberikan penilaian objektif terhadap berbagai informasi terkait Pemilihan Presiden 2014 yang menerpanya melalui media massa.

Samuel Huntington (dalam Rahman, 2007: 285) mengatakan bahwa “partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik seperti memilih pimpinan negara atau upaya – upaya mempengaruhi kebijakan pemerintah”. Sedangkan, Dan Nimmo (Nimmo, 2010: 126) menyatakan, “partisipan adalah anggota khalayak yang aktif yang tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh para pemimpin politik, tetapi juga menanggapi dan bertukar pesan dengan para pemimpin itu”. Ringkasnya, partisipasi politik melakukan kegiatan bersama dan bersama sama dengan para pemimpin politik, yaitu mereka sama-sama merupakan komunikator politik.

Myron Weiner (dalam Rahman, 2007 : 286) menyebutkan lima penyebab timbulnya gerakan partisipasi politik, salah satunya adalah pengaruh kaum intelektual dan komunikasi massa modern. Mahasiswa termasuk kedalam tataran kaum intelektual sementara komunikasi massa turut memberikan stimulus untuk ikut

berpartisipasi dalam politik. Mahasiswa jurnalistik diasumsikan yang paling tepat untuk menilai apakah suatu berita Pemilihan Presiden 2014 dapat mempengaruhi mereka dalam berpartisipasi. Asumsi ini berpijak kepada pemahaman bahwa mahasiswa jurnalistik telah memperoleh pengetahuan lebih mendetail terkait dengan struktur berita dan berbagai isu publik. Mereka akan lebih objektif dalam menilai suatu berita sehingga dari penelitian ini akan terlihat apakah kehadiran berita Pemilihan Presiden 2014 dapat mempengaruhi mereka atau tidak.

Berangkat dari pemahaman teori bahwa efek terpaan media massa sangat besar kepada khalayak, seharusnya tingkat partisipasi politik pun semakin meningkat dengan adanya media massa sebagai sarana informasi publik. Namun, tidak dapat dipungkiri fenomena menurunnya tingkat partisipasi politik di Indonesia dari tahun ke tahun menyiratkan bahwa media massa tidak selamanya dapat mempengaruhi khalayak untuk berpartisipasi dalam politik. Khalayak memiliki keputusan sendiri dalam menanggapi setiap informasi yang menerpanya berdasarkan latar belakang dan lingkungannya.

Kehadiran berita di media cetak mengenai kandidat tertentu, bisa mendongkrak popularitasnya bisa juga tidak. Peneliti ingin membuktikan apakah kehadiran berita masih relevan untuk mempengaruhi minat mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014 ataukah sebaliknya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah berita calon presiden masih relevan untuk mempengaruhi minat mahasiswa mengikuti Pemilihan Presiden.

Adapun rincian dari pertanyaan penelitian adalah :

1. Sejauhmana pengaruh *Visibility* (Penonjolan Berita) di Koran SINDO terhadap perhatian, motif dan perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014?
2. Sejauhmana pengaruh *Audience Salience* (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak) terhadap perhatian, motif dan perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014?
3. Sejauhmana pengaruh *Valence* (Cara Pemberitaan) di Koran SINDO terhadap perhatian, motif dan perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah berita calon presiden masih relevan untuk mempengaruhi minat mahasiswa mengikuti Pemilihan Presiden. Selain itu, untuk menjawab pertanyaan penelitian yang tercantum dalam rumusan masalah.

1. Mengetahui sejauhmana pengaruh *Visibility* (Penonjolan Berita) di Koran SINDO terhadap perhatian, motif dan perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.

2. Mengetahui sejauhmana pengaruh *Audience Salience* (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak) terhadap perhatian, motif dan perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
3. Mengetahui sejauhmana pengaruh *Valence* (Cara Pemberitaan) di Koran SINDO terhadap perhatian, motif dan perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih secara akademis maupun praktis, diantaranya:

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu komunikasi terutama komunikasi politik. Selain itu, dapat dijadikan sumber referensi dalam mengkaji berita-berita politik seperti Pemilihan Presiden ataupun lainnya yang menuntut adanya informasi berimbang.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi pelaku, media dan khalayak tentang berita politik seperti Pemilihan Presiden. Serta dapat dijadikan bahan kajian bagi para kandidat yang hendak menggunakan media massa dalam masa kampanyenya.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

*Pertama*, Nur Siti Hasanah (2003) “Wacana Pemilihan Kepala Desa di Surat Kabar (Analisis Framing terhadap Pemberitaan Pemilihan Gubernur Jabar pada Harian Umum Galamedia dan Harian Pagi Metro Bandung)”. Metode penelitian kualitatif dengan teori analisis framing. Hasil penelitian berupa : (1) Harian Umum Galamedia dalam pengemasan pasangan figur seputar calon lebih mengedepankan pasangan Danny Nu'man disinyalir media lebih memihak pada calon sipil karena media ini secara tidak langsung membuang figur Tayo-Rudi. Harian Pagi Metro Bandung mengedepankan dan menonjolkan figur Tayo-Rudi yang berlatar belakang militer. Pasangan ini dalam pandangan Metro sangat loyal karena Jawa Barat memerlukan figur militer yang disiplin dan bebas KKN. (2) Dalam mem-frame tentang wacana pelaksanaan pemilihan Gubernur, Galamedia mem-fareem bahwa Pilgub harus segera dilaksanakan sesuai agenda, karena jika masih ditunda maka hal ini melanggar UU No.2/ 1999 yang di dalamnya tidak menyiratkan penundaan pemilihan gubernur. Harian Pagi Metro Bandung yang mencerminkan pendukung terhadap penundaan pelaksanaan pemilihan Gubernur ini terlihat dari banyaknya judul yang ditulis Metro tentang keterancaman Pilgub karena ketidakkonsistenan.

*Kedua*, Lany Jaelani (2004) “Respon Pembaca Tentang Berita Kampanye Partai Politik Islam Dalam Pemilihan Umum 2004 Pada Pikiran Rakyat (Studi Deskriptif mengenai Respon Pembaca Pikiran Rakyat di Kantor Wilayah Departemen Agama Jawa Barat)”. Metode penelitian kuantitatif dengan teori S-O-R. Hasil penelitian berupa : (1) Perhatian pembaca di lingkungan Kanwil Departemen Agama



Jawa Barat tentang berita kampanye partai politik Islam dikatakan positif. Penyajian berita kampanye partai politik Islam menggambarkan berita yang menarik dan penting. Penyajian berita kampanye disajikan dalam bahasa yang cukup baik sehingga pembaca menyukai partai politik Islam. (2) Pemahaman pembaca dinilai cukup baik dilihat dari pengetahuan dan pemahaman tentang visi-misi, program-program, tujuan partai politik Islam. Hal ini karena berita kampanye cukup dimengerti dengan memuat foto peristiwa kampanye dan berita yang sesuai data dan fakta di lapangan. (3) Pembaca tertarik dan berminat memilih partai politik Islam. Hal ini menunjukkan keberhasilan Pikiran Rakyat dalam mengkampanyekan partai politik Islam. Bahasa yang digunakan Pikiran Rakyat cukup merata dan seimbang.

*Ketiga*, Reni Susanti (2006) “Persepsi Politik Pers Terhadap Kontroversi Pilkada Kota Depok (Studi Komparatif Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Kasus Kontroversi Pilkada Kota Depok di Harian Umum Media Indonesia dan Republika)”. Metode penelitian kualitatif dengan teori analisis framing. Hasil penelitian : (1) Harian Umum Media Indonesia cukup jelas memberikan ruang yang lebih terhadap Badrul-Syihabuddin. Harian Umum Media Indonesia dalam beberapa berita lebih menuturkan kronologis atau deskripsi kejadian. Berita yang dimuat menonjolkan proses hukum sedangkan substansinya kurang. (2) Harian Umum Republika secara jelas memberikan ruang yang lebih terhadap Nurmahmudi-Yuyun. Harian Umum Republika lebih menuturkan konflik. Berita yang diteliti menonjolkan proses hukum yang menekankan pada substansi hukum.

*Keempat*, Agung Tirta Wibawa (2010) “Analisis Nilai Berita Capres dan Cawapres 2009 Pada Harian Pikiran Rakyat Edisi 8 Juni- 7 Juli 2009”. Metode yang digunakan adalah analisis nilai berita untuk mengungkap nilai yang terkandung dalam pesan Komunikasi dari berita pemilihan capres dan cawapres 2009 di harian umum pikiran rakyat dari edisi 8 juni sampai 7 juli 2009. Hasil penelitian : (1) Dalam proses perkembangannya, HU. Pikiran Rakyat terjalin kerjasama dengan pemda yang bertujuan untuk membantu pemerintah dalam melaksanakan program serta menyalurkan informasi dari kota ke desa melalui edisi khusus meski adanya ketertarikan dalam tubuh perusahaan dengan pemerintah. Berita utama yang disajikan dalam pemilihan capres dan cawapres tidak terlihat condong terhadap salah satu pihak calon. Hal ini mengidentasikan bahwa surat kabar ini berkembang dalam menyajikan berita umum. (2) Semua peyajian berita yang digunakan, menggunakan jenis *straight news report* artinya berita yang langsung mengenai peristiwa. Dari pandangan setiap calon menjadi *stetment* penting dalam mengungkapkan fakta di lapangan mengenai perkembangan kampanye mereka. Hal ini yang menjadi kemasam mereka dalam penyajian berita utama tentang pemilihan capres dan cawapres 2009. (3) Sementara edisi 8 juni – 7 juli 2009 merupakan rentetan waktu dalam masa kampanye pemilihan capres dan cawapres 2009. Maka hasil dari analisis peneliti menunjukkan unsur kedekatan, konflik, dan informasi yang lebih santer.

*Kelima*, Agustian Putra Nurcahyo (2011) “Kebijakan Redaksional Harian Umum Bandung Ekspres Dalam Berita-berita Politik”. Metode penelitian kualitatif dengan teori agenda setting dan teori *hierarcy of influence*. Hasil penelitian berupa :

(1) Proses memilih dan menentukan berita politik dilaksanakan dengan rapat dewan redaksi dan penugasan liputan. Kewenangan teknisnya diserahkan oleh Pimred kepada redaktur dan wartawan. (2) Proses dukungan kebijaksanaan Harian Umum Bandung Ekspres mengikuti Kode Etik Jurnalistik, visi, misi dan SOP. (3) Kelayakan dalam pemberitaan politik di Harian Umum Bandung Ekspres memiliki nilai, yakni fakta, penting, aktual dan keluarbiasaannya.

### 1.6 Kerangka Pemikiran

Berita merupakan produk jurnalistik yang selalu hadir dalam media massa baik itu surat kabar, majalah, siaran radio maupun siaran televisi. Kustadi Suhandang (2010: 102) menyebutkan, “Dalam konteks jurnalistik yang berupa pemberitahuan pun dikenal sebagai *produk jurnalistik* yang berupa (1) *news* (berita), (2) *views* (pandangan, komentar, ulasan), dan (3) *advertisement* (iklan/perkenalan yang bersifat propaganda)”.

Menurut Sumadiri (2011: 65), “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 online internet”. Berita menuntut penyajian berimbang dari media yang bersangkutan.

Menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014, media massa gencar menjadikan topik tersebut sebagai agenda media. Topik-topik yang berkaitan dengan Calon Presiden (Capres) 2014 menjadi marak dibicarakan khalayak bahkan media tidak segan-segan menjadikannya sebagai *headline* di halaman pertama surat kabar.

Mc. Combs dan D.L Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* (dalam Effendy, 2003: 287) menyebutkan “jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting”.

Penelitian ini menggunakan teori Penentuan Agenda (*Agenda Setting Theory*), yaitu “teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.” (Tamburaka, 2012 : 22)

Melalui teori tersebut akan diketahui dimensi-dimensi yang menjadi kajian media massa dalam menentukan isu-isu tersebut. Dimensi-dimensi tersebut adalah *Visibility* (Penonjolan Berita), *Audience Salience* (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak), dan *Valence* (Cara Pemberitaan). Ketiga dimensi inilah yang akan dianalisis melalui berita yang disajikan oleh suatu media (dalam penelitian ini, penulis memilih Koran SINDO Jabar). Apakah berita yang disajikan Koran SINDO Jabar mempengaruhi minat mahasiswa dalam mengikuti pemilihan presiden (Pilpres) 2014 mendatang.

Asumsi dari Teori Penentuan Agenda (*Agenda Setting Theory*) menyatakan, “terdapat hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut. Sehingga, apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting juga oleh masyarakat” (Effendy, 2003: 288). Begitupun dengan Pilpres 2014, media massa

banyak mengangkat hal ini sebagai pemberitaan sehingga membentuk opini publik yang menyajikan efek tertentu.

Hadirnya berita Calon Presiden (Capres) 2014 dalam agenda media memberikan stimulus terhadap partisipasi politik khalayak. Mc. Comb dan Shaw (dalam Effendy, 2003: 287) menunjukkan bahwa “surat kabar dan televisi sama-sama mempengaruhi agenda politik pada khalayak, ternyata surat kabar pada umumnya lebih efektif dalam menata agenda ketimbang televisi”. Adanya tekanan dari media massa terhadap berita Calon Presiden (Capres) 2014 memunculkan efek berupa jenis-jenis partisipasi politik pada mahasiswa.

Efek media massa terhadap khalayak menghasilkan respon yang berbeda-beda, seperti yang disebutkan oleh Melvin De Fleur (1982: 185) dalam buku *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* bahwa “setiap orang akan menanggapi isi media berdasarkan kepentingan mereka dan disesuaikan dengan kepercayaan serta nilai-nilai sosial mereka” (Suprpto, 2009: 22). Walaupun khalayak diterpa dengan informasi yang sama efek yang dihasilkan tidak akan sama. Artinya, jika khalayak dalam konteks penelitian ini adalah mahasiswa diterpa dengan berita Pilpres 2014, bentuk partisipasi mereka tidak akan sama.

Melvin De Fleur menjelaskan lebih lanjut, perbedaan tersebut terjadi karena khalayak memiliki kepribadian masing-masing, lingkungan, dan pengetahuan yang berbeda sehingga menghasilkan sikap, nilai-nilai, serta kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka. Adanya minat dari setiap individu cenderung mempengaruhi setiap perilaku yang dilakukan. Menurut Whitherington (1986: 135), “minat adalah

kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, kalau tidak, minat tidak mempunyai arti". Alex Sobur (2003: 246) menyebutkan, keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat memengaruhi corak perbuatan yang akan dilakukan seseorang. Minat/keinginan erat hubungannya dengan perhatian yang dimiliki. Karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang.

Crow and Crow (dalam Abror, 1989: 248) menekankan bahwa minat dapat merujuk pada kemampuan atau memberikan stimulus yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, sesuatu barang atau benda atau kegiatan, atau sesuatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri. Minat dapat menjadi sebab suatu kegiatan yang menghasilkan partisipasi seseorang dalam suatu kegiatan. Dari berbagai pendapat tersebut dapat dipahami bahwa minat memiliki dua unsur penting, yaitu motif dan perhatian. Melalui dua unsur inilah setiap individu berperilaku, termasuk dalam hal berpartisipasi dalam Pemilihan Presiden 2014.

### Skema 1.1

#### Alur Kerangka Pemikiran



**Tabel 1.1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Berita Calon Presiden (Capres) di Koran SINDO  (Variabel X)	Visibility (Penonjolan Berita)	1. Judul Berita 2. Teras Berita 3. Isi Berita 4. Gaya Bahasa
	Audience Salience (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak)	1. Topik Berita 2. Penyajian Berita 3. Atribut Kognitif
	Valence (Cara Pemberitaan)	1. Kebebasan Media 2. Keberagaman Berita 3. Gambaran Realitas 4. Objektivitas Berita
Minat Mahasiswa Mengikuti Pemilihan Presiden  (Variabel Y)	Perhatian	1. Kecenderungan memikirkan objek yang diminati 2. Keinginan untuk mengetahui 3. Memiliki daya tarik
	Motif	1. Durasi kegiatan 2. Frekuensi kegiatan 3. Kemauan untuk terlibat 4. Tingkatan Aspirasi
	Perilaku	1. Mengikuti Kampanye 2. Mengikuti Demonstrasi 3. Melakukan Pemberian Suara

### 1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah “pernyataan dugaan (*conjectural*) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih” (Fred N. Kerlinger dalam Silalahi, 2012: 160). Adapun hipotesis untuk penelitian ini ialah :



- H<sub>1</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Visibility* (Penonjolan Berita) di Koran SINDO terhadap perhatian mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
- H<sub>2</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Visibility* (Penonjolan Berita) di Koran SINDO terhadap motif mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
- H<sub>3</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Visibility* (Penonjolan Berita) di Koran SINDO terhadap perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
- H<sub>4</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Audience Salience* (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak) di Koran SINDO terhadap perhatian mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
- H<sub>5</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Audience Salience* (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak) di Koran SINDO terhadap motif mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
- H<sub>6</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Audience Salience* (Penonjolan Isi Berita Bagi Khalayak) di Koran SINDO terhadap perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.
- H<sub>7</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Valence* (Cara Pemberitaan) di Koran SINDO terhadap perhatian mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.

H<sub>8</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Valence* (Cara Pemberitaan) di Koran SINDO terhadap motif mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.

H<sub>9</sub> : Ada pengaruh yang signifikan dari *Valence* (Cara Pemberitaan) di Koran SINDO terhadap perilaku mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.

## 1.8 Langkah Penelitian

### 1.8.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode korelasional, yaitu "suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel"(Rakhmat, 2005: 27).

Penulis menggunakan metode korelasional karena metode tersebut dipandang paling tepat untuk mengetahui hubungan antara berita Pemilihan Presiden 2014 terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa. Selain itu, metode korelasional dapat meramalkan tingkat partisipasi politik mahasiswa dari pengetahuan tentang berita Calon Presiden (Capres) 2014 dan memberikan jalan bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode eksperimental.

## **1.8.2 Sumber Data**

### **1.8.2.1 Sumber Data Primer**

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Jurnalistik Tahun Akademik 2011-2012. Mahasiswa jurnalistik dipilih sebagai subjek dari penelitian ini karena latar belakang dan kapasitas mereka dalam memahami informasi atau berita media massa dipandang memiliki integritas yang tinggi, sehingga mampu menilai secara objektif mengenai informasi yang menjadi isu publik.

### **1.8.2.2 Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah berita calon presiden 2014 yang terdapat dalam Koran SINDO Jabar edisi Februari 2014. Serta ditunjang oleh sumber-sumber lainnya yang berasal dari buku-buku, jurnal/karya ilmiah dan situs-situs internet yang berhubungan dengan media massa dan partisipasi politik. Penelitian ini menggunakan data sekunder untuk melengkapi berbagai informasi terkait media massa, berita pemilihan presiden maupun partisipasi politik mahasiswa.

## **1.8.3 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu “data yang berwujud angka-angka” (Riduwan, 2012:

21). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena menghasilkan data numerikal dengan nilainya berupa angka nyata serta kalkulasi aritmatik dari penelitian tersebut valid. Selain itu, hasil penelitian data kuantitatif dapat digeneralisir dan diterapkan pada objek kajian yang sama tentang pengaruh berita calon presiden terhadap minat masyarakat atau mahasiswa dalam berpartisipasi pada harian umum lainnya, selain Koran SINDO.

#### 1.8.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2011: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Jurnalistik, karena dianggap mampu menilai secara objektif informasi/berita dari media massa.

Dalam penarikan sampelnya, peneliti menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata dalam anggota populasi tersebut. Hal ini dikarenakan apabila anggota populasi dianggap homogen. (Riduwan, 2012: 10)

Penulis membatasi sampel pada mahasiswa jurnalistik tahun akademik 2011-2012. Penulis memilih mahasiswa tersebut dikarenakan

keaktifan mereka dalam mengikuti perkuliahan masih tinggi dan tingkat wawasan/pengetahuannya mengenai media massa dan isu politik telah terbentuk.

Populasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Jurnalistik Tahun Akademik 2011-2012 berjumlah 122 orang yang terbagi pada empat kelompok belajar (kelas), yaitu kelas A, B, C, dan D. Berikut tabel populasi siswa tersebut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Mahasiswa UIN Bandung Jurusan Jurnalistik Tahun Akademik 2011-2012**

<b>Kelas</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
A	29
B	28
C	33
D	32
<b>Populasi</b>	<b>122</b>

Peneliti akan meneliti sebagian dari populasi, sehingga peneliti menggunakan penarikan sampel yang diambil dari populasi. Penarikan sampel dilakukan karena populasi yang besar serta keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili) agar hasil yang dicapai sesuai harapan.

Penetapan ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus dari Taro Yamane:

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

(Hamidi, 2010: 131)

Dimana :

n : Besarnya ukuran sampel

N : Besarnya ukuran populasi

d : Presisi yang digunakan (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

1 : angka konstan

Berdasarkan prosedur menentukan sampel di atas, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 122 orang. Adapun jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 95%. Maka diketahui ukuran sampel mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Jurnalistik Tahun Akademik 2011-2012 berjumlah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{Nd^2 + 1} \\ &= \frac{122}{122 (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{122}{2,22} = 54,95 = 55 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, penelitian ini dengan ukuran populasi 122 orang dan presisi 10%. Maka ukuran sampelnya sebanyak 55 orang. Dari jumlah 55 responden, angket disebar ke empat kelas dengan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Dimana :

$N_i$  : Besarnya populasi kelas ke-i

$N$  : Besarnya populasi keseluruhan

$n_i$  : Besar sampel kelas ke-i

$n$  : Besar sampel keseluruhan

Dengan rumus tersebut, sehingga didapat besar sampel setiap kelas sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Pembulatan Sampel**

Kelas	Populasi	Besar Sampel	Pembulatan
A	29	13	13
B	28	12,6	13
C	33	14,8	15
D	32	14,4	14
<b>Jumlah</b>	<b>122</b>	<b>-</b>	<b>55</b>

### 1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini didapatkan dengan teknik sebagai berikut:

- 1) Observasi, yakni metode menganalisis data, mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Observasi dianggap cukup penting untuk mengumpulkan fakta melalui pengamatan langsung pada mahasiswa.

Tujuan dari observasi ini adalah memperoleh data tentang minat mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014.

- 2) Angket, yakni pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan kepada objek penelitian. Angket digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh berita Capres di Koran SINDO terhadap minat mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014. Penulis memberikan daftar pertanyaan mengenai berita Capres dan bentuk partisipasi politik dengan menyertakan berita-berita terkait Calon Presiden (Capres) 2014 yang dimuat pada Koran SINDO Edisi Februari 2014. Setiap soal yang tertera dalam angket memiliki lima pilihan jawaban (a, b, c, d, dan e).
- 3) Dokumentasi, digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa berita Calon Presiden (Capres) 2014 di Koran SINDO Jabar Edisi Februari 2014.

### 1.8.6 Teknik Analisis Instrumen Penelitian

Analisis instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui kualitas dari sebuah kuesioner sebagai instrumen penelitian untuk mengukur variabel X (berita Capres) dan variabel Y (minat mahasiswa) sehingga menghasilkan kuesioner yang valid dan reliabel. Adapun untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner digunakan rumus:

- Uji Validitas

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$



(Arikunto, 2013 : 87)

Dimana :

Rxy: Koefisien korelasi variabel X dan variabel Y

X : Skor jawaban masing-masing item

Y : Skor total

N : Banyaknya subjek

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

(Riduwan, 2012 : 218)

Hasil koefisien korelasi dihitung dengan rumus  $t_{hitung}$  untuk selanjutnya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dari  $\alpha = 0,1$  dan  $dk = n - 2$ ;  $dk = (55 - 2)$ . Peneliti memadukan dua cara perhitungan, yaitu secara manual dan menggunakan program SPSS versi 16 for Windows.

- Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitas, digunakan rumus *Alpha Cronbach* untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0:

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

(Arikunto, 2010: 239)

Dimana :

 $r_{11}$  : Reliabilitas tes $k$  : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal $\sum \sigma_b^2$  : jumlah varians butir $\sigma_t^2$  : varians total

Untuk menjelaskan rumus diatas, uji reliabilitas instrumen varians tiap butir dilanjutkan dengan rumus :

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana :

$\sigma_t^2$  : Varian butir pertanyaan ke-n (misalnya ke-1, ke-2, dst)

$\sum X_i$  : Jumlah skor jawaban subjek untuk butir pertanyaan ke-n

Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti menggunakan program SPSS versi 16 for Windows.

### 1.8.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh berita Calon Presiden terhadap minat mahasiswa dalam mengikuti Pemilihan Presiden 2014. Langkah-langkah yang ditempuh dalam mengolah dan menganalisis data penelitian sebagai berikut:

#### 1) Seleksi Data

Seleksi data dilakukan setelah seluruh angket terkumpul dengan kriteria setiap angket sesuai dengan petunjuk yang telah ditentukan dan harus dipastikan setiap angket tidak ada yang hilang atau rusak. Berdasarkan kriteria tersebut, maka seluruh angket dapat diolah sebanyak yang telah ditetapkan sebelumnya.

#### 2) Coding dan Tabulasi Data

Coding data adalah memberikan kategori pada data dengan memberikan kode atau simbol untuk dapat ditabulasikan. Sementara, pembuatan tabulasi data pada penelitian ini agar frekuensi setiap jawaban pada setiap sebaran item dapat diketahui, kemudian diartikan dalam bentuk presentase sehingga dapat diketahui kecenderungan setiap jawaban. Pembuatan coding dan tabulasi data diproses menggunakan *software* komputer Microsoft Excel.

### 3) Pengumpulan Data

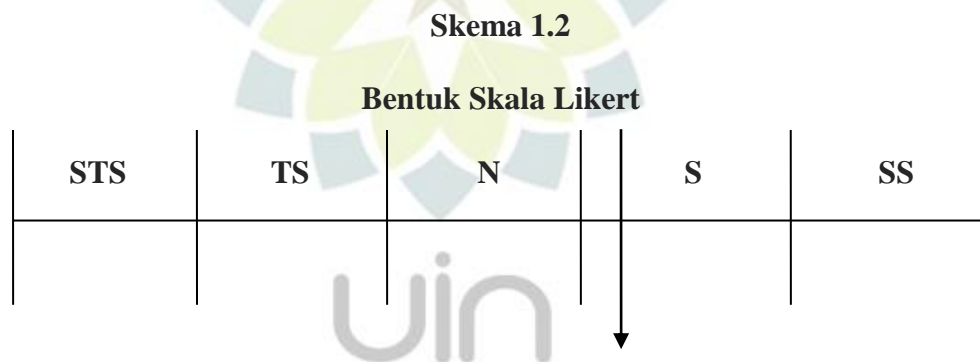
Penelitian ini menggunakan item-item berskala, berupa skala sikap dan dalam pengumpulannya menggunakan *Skala Likert*. Dengan menggunakan Skala Likert, indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab responden. (Riduwan, 2012: 27)

Responden diminta untuk menjawab suatu pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Masing-masing jawaban dikaitkan dengan angka, nilai, atau skor. Jika pertanyaan atau pernyataan mendukung sikap positif maka diberi nilai SS = 5, S = 4, N = 3, TS = 2, dan STS = 1. Sebaliknya, jika pertanyaan atau pernyataan mendukung sikap negatif maka diberi nilai SS = 1, S = 2, N = 3, TS = 4, dan STS = 5.

Setelah diketahui nilai skornya, maka langkah selanjutnya dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Minimum} &= (\text{skor minimum}) \times (\text{jumlah pertanyaan}) \times (\text{jumlah responden}) \\ \text{Nilai Indeks Maksimum} &= (\text{skor maksimum}) \times (\text{jumlah pertanyaan}) \times (\text{jumlah responden}) \\ \text{Interval} &= (\text{nilai indeks maksimum}) - (\text{nilai indeks minimum}) \\ \text{Jarak Interval} &= \text{Interval} : \text{Jenjang} \end{aligned} \quad (\text{Arikunto, 2005: 353-356})$$

Setelah diketahui nilai skor dan jumlah total nilai, maka peneliti memasukkannya ke dalam garis Skala Likert, seperti berikut ini :



(Sugiyono, 2009: 95)

#### 4) Analisis Data

Tahap selanjutnya melakukan analisis data, analisis data adalah langkah-langkah yang ditempuh peneliti dalam dan memilah data untuk tujuan menarik kesimpulan (Hamidi, 2010: 6). Peneliti menggunakan dua cara perhitungan, yaitu secara manual dan menggunakan program SPSS versi 16 for Windows. Analisis data secara manual dilakukan dengan cara :

a) Menghitung korelasi dengan Korelasi *Pearson Product Moment*

(PPM) :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Riduwan, 2012 : 217)

Dimana :

- n : ukuran sampel
- X dan Y : nilai dalam variabel X dan Y
- X<sup>2</sup> dan Y<sup>2</sup>: perkalian dalam variabel X dan Y
- XY : perkalian dari skor variabel X dan Y

b) Menguji tingkat signifikansi dengan rumus  $t_{hitung}$  :

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

(Riduwan, 2012 : 218)

Kaidah pengujian :

Jika  $t_{hitung} \geq$  dari  $t_{tabel}$ , maka signifikan.

Jika  $t_{hitung} \leq$  dari  $t_{tabel}$ , maka tidak signifikan.

dengan ketentuan tingkat kesalahan :

$\alpha = 0,1$  ; db = n-2 sehingga akan didapatkan  $t_{tabel}$ .

c) Menentukan besarnya sumbangan (koefisien diterminan atau koefisien

penentu) variabel X terhadap variabel Y dengan rumus:

$$KP = r^2 \cdot 100\%$$

(Riduwan, 2012 : 218)

Keterangan :

KP : besarnya koefisien penentu (diterminan)

r : koefisien korelasi

d) Menafsirkan Koefisien Korelasi dengan kriteria :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Riduwan, 2012 : 218)

e) Analisis Regresi, digunakan untuk menguji hubungan yang berbentuk pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Riduwan, 2012: 270)

Dimana :

$\hat{Y}$  = subjek variabel terikat yang diproyeksikan

$X$  = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

$a$  = nilai konstanta harga  $Y$  jika  $X = 0$

$b$  = nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel  $Y$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

### 1.8.8 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berlangsung di kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H Nasution No. 105 Bandung dan kantor redaksi koran SINDO Jabar, Jalan Ahmad Yani No. 246 Bandung. Lokasi penelitian ini ditentukan atas pertimbangan bahwa mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki persepsi ideal mengenai isu politik dan partisipasi yang akan mereka lakukan dalam pemilihan presiden mendatang.

### 1.8.9 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian digunakan untuk melihat waktu dan proses penelitian, maka peneliti menyajikannya dalam bentuk tabel jadwal penelitian.

**Tabel 1.4**  
**Jadwal Penelitian**

	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
SUPS						
Surat Keputusan						
Bimbingan						
Angket						
Komprehensif						
Tahfidz						
Munaqosah						

