

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman modern kini memberikan dampak yang besar terutama dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Kecanggihan teknologi membuat informasi dapat dengan mudah didapatkan. Berita bisa dengan mudah masuk melalui *smartphone* atau portal berita *online*, tak bisa dipungkiri meski demikian peminat media massa konvensional masih tetap ada dan menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi, hingga saat ini media massa konvensional masih bisa bertahan dan tidak ditinggalkan.

Menjelang pemilu, banyak partai-partai politik yang memanfaatkan media massa sebagai salah satu saluran yang bisa mempengaruhi khalayak. Iklan-iklan partai politik mulai bermunculan di televisi. Target media massa atau pers yaitu mempengaruhi masyarakat serta lebih yakin akan perannya sebagai pemilik hak suara.

Kehidupan sosial masyarakat sangat erat kaitannya dengan media massa, karena dari media masyarakat memperoleh informasi. Pola komunikasi tradisional perlahan mulai ditinggalkan, misalnya komunikasi antar individu. Dibandingkan media massa lainnya, televisi merupakan salah satu media yang banyak menarik perhatian karena memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media lain.

Oleh karena informasi atau pesan yang diterima masyarakat cukup banyak jumlahnya dari media massa, maka dari itu media massa menjadi alat penyalur informasi yang sangat efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Media massa juga dianggap bisa merubah perilaku dalam berkomunikasi, sikap serta pendapat.

Daya tarik televisi yaitu gabungan antara audio dan visual, sehingga dapat menarik perhatian khalayak. Keunggulan televisi dibandingkan dengan media massa lainnya yaitu khalayak bisa menyaksikan secara langsung tayangan-tayangan yang aktual, dan lain sebagainya (Effendi, 2003: 177).

Acara televisi pun beragam dari mulai, berita, hiburan, talkshow, dan lain sebagainya. Melalui televisi masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi. Dengan adanya televisi diharapkan dapat merubah sikap dari khalayak yang asalnya negatif menjadi positif.

Sikap dapat diartikan sebagai respon dari kondisi yang ada disekitar, melalui kesadaran untuk berbuat lewat perasaan tertentu. Sikap meliputi perasaan suka atau tidak terhadap sesuatu, perubahan pikiran dan serta tindakan yang akan diambil. Menjelang pemilu, televisi merupakan media massa yang dianggap penting, karena melalui televisi bisa menjadi alat kampanye, terutama partai politik.

Di beberapa negara sering terjadi permasalahan dimana rendahnya minat para pemilih pemula untuk menyalurkan hak pilihnya, bahkan mungkin bisa menjadi mayoritas dari pemilih yang tidak menyalurkan hak pilihnya dibandingkan dengan pemilih yang lebih tua. Di Indonesia sendiri jumlah non-

voter atau sering disebut golongan putih (golput) khususnya dari kalangan kaum muda cenderung meningkat di beberapa masa pemilu. Jika pada pemilu tahun 1999 jumlah kaum golput terdapat 10,21%, maka pada pemilu tahun 2004 naik menjadi 23,34%, sedangkan pada masa pemilu selanjutnya yakni tahun 2009 kembali naik jumlahnya menjadi 39,10% (Sodikin, 2015).

Televisi merupakan media yang tepat untuk menyebarkan informasi mengenai pemilu. Dengan kemajuan teknologi, kini acara televisi pun bisa disaksikan melalui Youtube. Kelebihannya yaitu kita dapat dengan mudah menonton kembali tayangan yang telah berlalu. Masyarakat dapat menganggap penting apa yang diberitakan oleh media, terutama mengenai pemilu. Karena salah satu fungsi media massa yaitu mempengaruhi khalayak.

Partisipasi pemilu yang rendah merupakan efek dari kesadaran berpolitik yang minim, disebabkan oleh sikap antipati terhadap masalah politik sehingga mudah terpengaruhi khususnya bagi pemilih pemula. Informasi yang dengan mudah didapatkan melalui media massa ataupun media sosial, bisa dijadikan sarana pendidikan politik jika dimanfaatkan dengan baik yang dapat mempengaruhi pemilih pemula untuk melek terhadap masalah politik.

Masyarakat dapat menentukan sikap politiknya setelah menyaksikan tayangan debat capres yang disiarkan melalui televisi. Tayangan debat capres merupakan salah satu bentuk kampanye yang memiliki tujuan sebagai tayangan yang mengedukasi mengenai politik. Sehingga terbentuk kesadaran sebagai warga negara yang baik untuk menggunakan hak pilih. Pada 2019, debat capres diselenggarakan sebanyak lima kali dan disiarkan melalui televisi serta youtube.

Debat memiliki efek langsung dan lanjutan. Efek langsungnya ialah publik menjadi tahu visi, misi, dan program para kandidat meskipun bisa jadi tidak terlalu mendalam. Efek lanjutannya ialah membangun persepsi positif atau negatif tentang paslon. Selama debat, publik akan melihat cara setiap paslon menyampaikan pesan dan membangun kesan. Pesan hubungannya dengan visi, misi, dan program yang harus dikemas melalui bahasa yang tepat, artikulatif, efektif, dan memiliki benang merah.

Sementara itu, kesan dibangun untuk menunjukkan kredibilitas, komitmen, dan kepedulian paslon dalam membawa perubahan Indonesia di masa mendatang. Selain persepsi, efek lanjutan lainnya yang akan muncul dari debat ialah tindakan atau perilaku memilih. Saat ini pemilih memang terpola menjadi tiga, yakni pendukung (*strong voters*) Jokowi-Ma'ruf Amin, pendukung Prabowo-Sandiaga Uno, dan kelompok yang belum menentukan pilihan (*swing voters*).

Debat sulit mempengaruhi kelompok yang sudah ajek memutuskan pilihan pada salah satu paslon, tetapi masih sangat mungkin memengaruhi kelompok yang belum berkomitmen memilih salah satu dari dua paslon yang bertarung. Debat capres juga merupakan salah satu instrument yang digunakan tidak untuk mendalami program-program yang ditawarkan tetapi juga dimanfaatkan untuk penetrasi komunikasi politik (Kartika, 2014: 1). Dengan strategi komunikasi yang baik saat debat, dapat dengan mudah menarik perhatian khalayak, sehingga elektabilitas bisa terbangun oleh kandidat capres.

Debat Capres pertama membahas tema Hukum, HAM, Korupsi, dan Terorisme, pada debat pertama capres didampingi cawapres. Berbeda dengan

masalah sebelumnya energi, pangan, infrastruktur, sumber daya alam, lingkungan hidup merupakan pokok yang dibahas pada debat kedua yang hanya didikuti oleh capres tanpa didampingi cawapres. Masalah pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, sosial dan budaya merupakan tema yang dibahas saat debat ketiga yang diikuti oleh cawapres, debat ini diikuti oleh cawapres. Debat keempat membahas ideologi, pemerintahan keamanan serta hubungan internasional yang akan dipaparkan langsung oleh capres. Ekonomi dan kesejahteraan sosial, keuangan, investasi, serta industry merupakan tema yang diangkat dalam debat terakhir yang diikuti oleh pasangan capres dan cawapres.

Sebelumnya peneliti telah melakukan wawancara kepada tiga orang responden mengenai tayangan debat capres 2019, diantaranya bernama: Mutia Adisti (18 tahun), Hasna Fitria (19 tahun), dan Adhi Firmansyah (17 tahun) dari hasil wawancara tersebut terdapat tiga orang yang menonton tayangan debat capres 2019, dapat disimpulkan ketiga orang responden mengungkapkan alasan mereka menonton debat capres 2019 yaitu agar mengetahui bagaimana visi serta misi yang akan diterapkan untuk lima tahun ke depan, selain itu tayangan debat capres ini memberikan gambaran bagaimana sosok pemimpin yang akan dipilih nantinya.

Peneliti meyakini bahwa responden yang akan diteliti ada yang sudah menonton maupun belum menonton tayangan tersebut maka dari itu, peneliti akan menayangkan kembali tayangan tersebut agar dapat dikaji kembali. Oleh sebab itu, sasaran *audience* pada tayangan Debat Capres 2019 adalah pemilih pemula

khususnya warga Lio Selatan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung yang berusia 17 – 21 tahun.

Untuk menambah referensi dan memecahkan rasa ingin tahu sebelum berlangsungnya pemilu, pemilih pemula cenderung aktif mencari informasi. Pemilihan tayangan di televisi merupakan salah satu faktor yang dapat dianggap bahwa pemilih pemula itu selektif. Melalui tayangan debat capres 2019 diharapkan dapat menjadi tayangan yang bermanfaat agar pemilih pemula memiliki gambaran mengenai kandidat capres yang akan dipilih.

Sesuai dengan pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui mengenai pengaruh tayangan Debat Capres 2019 terhadap sikap pemilih pemula. Dengan demikian, akan muncul perubahan sikap apakah tayangan tersebut memberikan manfaat bagi pemilih pemula ataukah sebaliknya.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai penjelasan di latar belakang, rumusan masalah utama penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula. Identifikasi masalah penelitian ini diantaranya:

1. Seberapa besar pengaruh Frekuensi dari Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif, dan Konatif?
2. Seberapa besar pengaruh Durasi dari Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif, dan Konatif?

3. Seberapa besar pengaruh Atensi dari Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif, dan Konatif?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube Terhadap Sikap Pemilih Pemula. Adapun rincian penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Frekuensi Dari Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif, dan Konatif.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Durasi dari Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif, dan Konatif.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Atensi dari Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap Sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif, dan Konatif.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumbangan hasil penelitian bagi pengembang ilmu komunikasi khususnya mengenai jurnalistik yang berkaitan dengan politik. Sehingga tema mengenai pengaruh tayangan dapat dikembangkan lagi di masa yang akan datang. Penelitian ini juga diharapkan memberikan motivasi bagi peneliti lain untuk mengungkap lebih dalam mengenai

pengaruh tayangan, khususnya bagi yang melakukan penelitian pada bidang yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan untuk menambah sumber mengenai pengaruh tayangan debat capres 2019 terhadap sikap pemilih pemula. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi KPU khususnya dalam mengemas debat capres agar lebih baik lagi untuk kedepannya sehingga terciptanya kesadaran politik.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh tayangan debat capres 2019 di youtube terhadap sikap pemilih pemula. Apakah tayangan debat capres 2019 bisa mengubah sikap pemilih pemula yang ditandai dengan adanya perubahan kogniti, afektif dan konatif. Selain itu tayangan debat capres memiliki manfaat sebagai pendidikan politik. Terdapat penelitian sejenis yang dijadikan referensi, diantaranya:

Berikut beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan dan relevansi dengan penelitian ini:

1. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum Vol. 3 No. 2 Tahun 2016 oleh Daud M. Liando, dengan judul Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014), menggunakan metode *desk study* dan *field study*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa tingkat partisipasi

politik masyarakat sangat dinamis, namun yang menjadi peroslan adalah terkait motivasi. Sebagian besar masyarakat mengakui bahwa ia memilih didorong oleh faktor transaksi dan unsur kedekatan secara emosional. Visi dan misi calon bukan merupakan ukuran dalam memilih.

2. e-journal “Acta Diurna” Volume V. No.3. Tahun 2016, oleh Elise E Haloho, Max Rembang, Grace Waleleng, dengan judul Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Manado 2016, menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula aktif menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Pasangan Harley Mangindaan adalah pasangan yang paling aktif memberikan pesan politik lewat media sosial dan juga pasangan yang paling banyak di pilih oleh pemilih pemula. Pemilih pemula cenderung memilih pasangan yang aktif memberikan informasi lewat media sosial kepada mereka.
3. Jurnal Politik Profetik Vol. 3 No. Tahun 2014, oleh Farahdiba Rahma Bachtiar, dengan judul Pemilu Indonesia: Kiblat Negara Demokrasi Dari Berbagai Refresentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia malah mampu mempertahankan dan bertansformasi menjadi negara demokrasi yang sistem, lembaga, hukum dan masyarakatnya adalah contoh bagi model demokrasi untuk negara-negara lainnya. Adapun ke depan Indonesia akan terus menghadapi tantangan-tantangan lama dan baru seputar sistem demokrasi yang telah berlangsung dalam dekade. Untuk itu, Indonesia Namun, sistem yang ada saat ini masih menjadi pilihan terbaik yang bisa

diambil dan diharapkan mampu membawa Indonesia bukan hanya sebagai *'role model'* bagi negara lain terutama negara berkembang bahwa transformasi ekonomi harus dibarengi dengan transformasi politik.

4. Jurnal ASPIKOM, Vol. 3 No 4 Januari 2018, oleh Loina Lalolo Krina Perangin-angin dan Munawaroh Zainal, dengan judul Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial Di Media Sosial, menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan media sosial telah digunakan secara massif oleh para pemilih pemula karena melalui media sosial mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi tanpa memerlukan persiapan fisik maupun keharusan untuk memperlihatkan atribut kepribadian secara terbuka. Jaringan Internet dapat diakses dengan mudah, baik di kampus maupun di rumah, sehingga intensitas menggunakan media sosial menjadi sangat tinggi. Di dalam berjejaring, interaksi dan komunikasi hanya dilakukan dengan orang-orang yang telah dikenal sebelumnya sehingga berjejaring tidak bertujuan untuk membuat jaringan baru, tetapi memperkuat jejaring lama dalam dunia nyata.
5. Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 18 No.2, Desember 2015, oleh Syarif Budhirianto, dengan judul Sikap Masyarakat Terhadap Debat Calon Presiden Pada Pemilu Presiden 2014 Di RCTI, menggunakan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan aspek pemahaman dan aspek ketertarikan masyarakat pada kampanye ini tergolong sangat baik, tetapi tidak diikuti dengan aspek kesadaran dan perilaku dalam mendukung salah satu capres, hal ini karena

pesan-pesan komunikasi yang disampaikan sudah termediasi oleh faktor-faktor kelompok dan interpersonal yang menyertainya.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum Vol. 3 No. 2 Tahun 2016 oleh Daud M. Liando	Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014)	metode <i>desk study</i> dan <i>field study</i>	Hasil penelitian menyebutkan bahwa tingkat partisipasi politik masyarakat sangat dinamis, namun yang menjadi peroslan adalah terkait motivasi. Sebagian besar masyarakat mengakui bahwa ia memilih didorong oleh faktor transaksi dan unsur kedekatan secara emosional. Visi dan misi calon bukan merupakan ukuran dalam memilih.	Objek penelitian pada jurnal ilmiah ini adalah partisipasi masyarakat, sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan yaitu mengenai pemilihan pemula dan tayangan debat capres 2019. Metode yang digunakan pun berbeda.
2	e-journal "Acta Diurna" Volume V. No.3. Tahun 2016, oleh Elise E Haloho, Max Rembang, Grace Waleleng	Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Manado 2016	Metode deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula aktif menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Pemilih pemula cenderung memilih pasangan yang aktif memberikan informasi lewat media sosial kepada mereka	Metode yang digunakan berbeda, selain itu teori yang digunakan pada jurnal ini adalah teori media baru dan teori SOR. Sedangkan peneliti menggunakan teori behaviorsme dan teori SOR.
3	Jurnal Politik Profetik Vol. 3 No. Tahun 2014, oleh Farahdiba Rahma Bachtiar	Pemilu Indonesia: Kiblat Negara Demokrasi Dari Berbagai Representasi	Metode kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia malah mampu mempertahankan dan bertansformasi menjadi negara demokrasi yang sistem, lembaga, hukum dan masyarakatnya adalah contoh bagi	Metode penelitian, objek penelitian yang digunakan berbeda dengan yang akan diangkat oleh peneliti

				model demokrasi untuk negara-negara lainnya..	
4	Jurnal ASPIKOM, Vol. 3 No 4 Januari 2018, oleh Loina Lalolo Krina Perangin-angin dan Munawaroh Zainal	Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial Di Media Sosial	Metode kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan media sosial telah digunakan secara massif oleh para pemilih pemula karena melalui media sosial mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi tanpa memerlukan persiapan fisik maupun keharusan untuk memperlihatkan atribut kepribadian secara terbuka. Jaringan Internet dapat diakses dengan mudah, baik di kampus maupun di rumah, sehingga intensitas menggunakan media sosial menjadi sangat tinggi.	Metode yang digunakan, peneliti menggunakan metode sensus. Objek dalam jurnal ilmiah ini adalah partisipasi pemilih pemula, sedangkan dalam penelitian yang akan diangkat oleh peneliti adalah tayangan debat capres 2019 dan sikap pemilih pemula.
5	Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 18 No.2, Desember 2015, oleh Syarif Budhirianto	Sikap Masyarakat Terhadap Debat Calon Presiden Pada Pemilu Presiden 2014 Di RCTI	Metode survei	Hasil penelitian menunjukkan aspek pemahaman dan aspek ketertarikan masyarakat pada kampanye ini tergolong sangat baik, tetapi tidak diikuti dengan aspek kesadaran dan perilaku dalam mendukung salah satu capres, hal ini karena pesan komunikasi yang disampaikan sudah termediasi oleh faktor-faktor kelompok dan interpersonal yang menyertainya.	Objek yang diteliti berbeda, peneliti memfokuskan pada pemilih pemula

1.5.2 Kerangka Teoritis

Berdasarkan Penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana sikap pemilih pemula setelah menonton tayangan debat Capres 2019 yang disajikan oleh stasiun televisi melalui Youtube. Tayangan televisi memang mampu mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan rasa penasaran khalayak. Peneliti menggunakan Teori Behaviorisme dalam penelitian ini, karena dalam aliran Behaviorisme ini termasuk ke dalam psikologi komunikasi yang membahas efek dari komunikasi massa khususnya perilaku.

Karena peneliti mengangkat masalah sikap, maka digunakan teori behaviorisme yang dianggap sesuai dan memiliki keterkaitan dengan apa yang akan diteliti, yaitu sikap. Penelitian ini pula berusaha menjabarkan mengenai efek yang ditimbulkan setelah menonton tayangan debat Capres 2019 yang di dalamnya terdapat perubahan sikap bagi pemilih pemula (Rakhmat, 2008: 1).

Selain teori behaviorisme, teori komunikasi S-O-R (*Stimulus, organism, respons*) juga sesuai dengan penelitian. Stimulus yang didapatkan berupa menyaksikan tayangan debat capres 2019 sehingga timbul respon pemilih pemula dalam bentuk perubahan sikap. Menurut teori S-O-R jiwa manusia, meliputi: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi yang erat hubungannya dengan psikologi namun dipelajari juga dalam ilmu komunikasi (Effendy, 2003: 254).

Menurut teori ini jika terdapat stimulus maka akan memicu respon atau reaksi yang dapat diperkirakan atau diharapkan (Effendy, 2003: 254). Hubungan teori S-O-R dengan penelitian ini yaitu, stimulus adalah pesan atau informasi yang terdapat pada tayangan Debat Capres 2019 yang ditunjukkan pada *audience*

termasuk pemilih pemula, adapun responnya dalam penelitian ini ditunjukkan langsung dengan adanya perubahan sikap pemilih pemula.

Adanya perubahan kognitif, afektif dan konatif terhadap efek dari lingkungan sekitar merupakan pengertian sikap. Menurut Second dan Backman (1964), sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (konasi), dan tindakan (konasi) terhadap suatu aspek di lingkungan sekitar (Azwar, 2012: 5).

Frekuensi, durasi, dan atensi merupakan indikator dari terpaan media massa. Bisa diartikan sebagai. Khalayak yang memiliki pengalaman serta perhatian terhadap informasi yang disampaikan oleh media. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdinaya, 2005:2).

Penggunaan media dalam satu bulan bisa terlihat dari berapa kali seseorang menyaksikan tayangan dalam satu tahun (frekuensi). Berapa lama seseorang mengikuti sebuah tayangan dalam satu bulan (durasi). Sedangkan atensi merupakan hubungan antara khalayak dengan isi tayangan. Adapun penjelasan secara rinci adalah sebagai berikut:

1) Frekuensi penggunaan media

Frekuensi penggunaan media merupakan keteraturan tindakan yang dapat dilihat dari pernah atau tidak menyaksikan debat capres 2019, pengulangan menyaksikan tayangan debat capres 2019, ketuntasan menyaksikan.

2) Durasi penggunaan

Durasi penggunaan yaitu berapa lama waktu yang dihabiskan khalayak untuk menyaksikan tayangan. Bisa dilihat dari kedalaman menonton, berapa lama waktu yang dibutuhkan atau waktu yang dihabiskan untuk menyaksikan tayangan debat capres 2019.

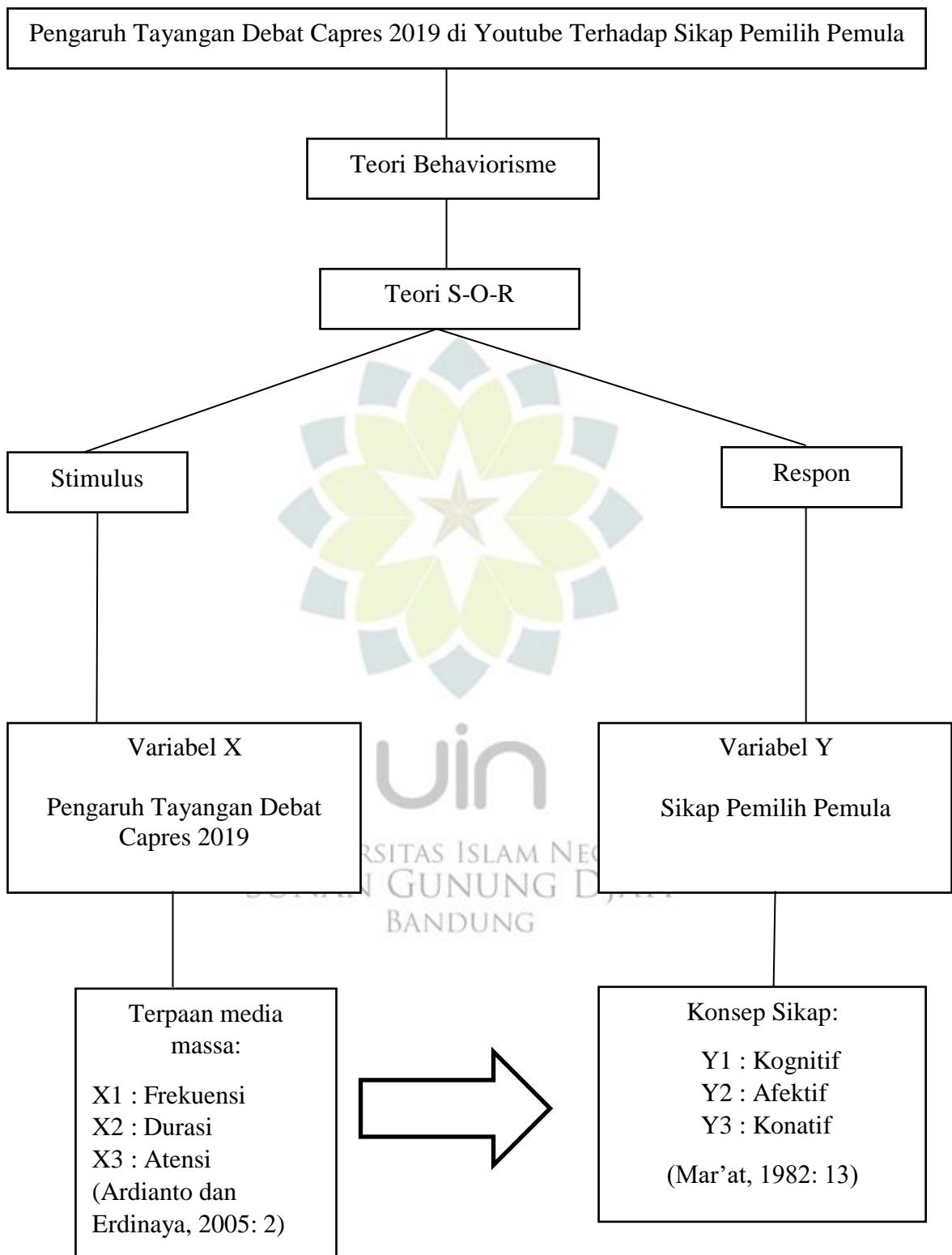
3) Atensi

Atensi yaitu hubungan khalayak dengan isi media. Menurut Anderson atensi dapat diartikan mengesampingkan masukan melalui alat indera lain, memfokuskan diri pada salah satu indera (Rakhmat, 2005: 52).

Selain itu terdapat efek dari komunikasi, diantaranya: kognitif yaitu berupa pengetahuan, keterampilan kepercayaan atau informasi. Afektif yaitu berkaitan dengan emosi, sikap / nilai. Konatif yaitu perilaku nyata yang dapat diamati (Devito, 1986: 14-25).



1.5.3 Bagan Kerangka Pemikiran



(Diolah dari berbagai sumber)

1.5.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.2 operasionalisasi Operasional

Variabel	Sub variabel	Indikator
Pengaruh Tayangan Debat Capres 2019 (X)	Frekuensi (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Pernah menonton - Ketuntasan dalam menyaksikan - Pengulangan menonton berita menarik
	Durasi (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Kedalaman menonton - Berapa kali - Berapa lama
	Atensi (X3)	<ul style="list-style-type: none"> - Memperhatikan tayangan secara keseluruhan - Memperhatikan tayangan hanya sambil lalu - Memperhatikan tayangan hanya sekilas saja
Sikap Pemilih Pemula (Y)	Perubahan Kognitif (Y1)	<ul style="list-style-type: none"> - Perubahan Pendapat - Penambahan pengetahuan - Perubahan Kepercayaan
	Afektif	<ul style="list-style-type: none"> - Sikap

	(Y2)	- Perasaan - Kesukaan
	Konatif (Y3)	- Kecenderungan - Perilaku

1.6 Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Ada pengaruh dari frekuensi Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif dan Konatif

H2 : Ada pengaruh dari durasi Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif dan Konatif

H3 : Ada pengaruh dari atensi Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif dan Konatif

H4 : Tidak ada pengaruh dari frekuensi Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif dan Konatif

H5 : Tidak ada pengaruh dari durasi Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif dan Konatif

H6 : Tidak ada pengaruh dari atensi Tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap Pemilih Pemula dengan adanya perubahan Kognitif, Afektif dan Konatif

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh tayangan debat capres 2019 di youtube terhadap sikap pemilih pemula ini akan dilaksanakan di Lio Selatan RW 01 Kelurahan Cipadung Wetan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung. Peneliti memilih lokasi tersebut karena jarak hingga biaya dapat terjangkau oleh peneliti. Selain itu faktor lainnya menurut hasil survey pra-penelitian yang menunjukkan bahwa Masyarakat khususnya pemilih pemula di daerah Lio Selatan RW 01 Kecamatan Panyileukan Kota Bandung pernah menonton tayangan Debat Capres 2019.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Pengaruh tayangan debat capres 2019 di youtube terhadap sikap pemilih pemula, ini menggunakan paradigma positivisme, sebab sesuai dengan penelitian yaitu mencari korelasi antara variabel X terhadap variabel Y. Positivisme untuk mengkaji hal-hal yang ditemui di lapangan, sehingga dalam proses selanjutnya peneliti melakukan riset dengan mengedepankan alur pemikiran yang tepat dalam metode kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif dipilih dalam penelitian ini yang analisisnya lebih fokus pada data-data statistika. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang mengutamakan numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika (Azwar, 2011:5).

1.7.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Karena populasi kurang dari 100 orang maka, seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Sensus atau sampling jenuh merupakan semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2017: 85).

Data dari lapangan diperoleh dengan pembagian kuisioner serta wawancara guna mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan untuk penelitian ini.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Data kuantitatif merupakan jenis data dalam penelitian ini. Untuk memperoleh data kuantitatif dengan cara menyebarkan angket penelitian yang berkaitan dengan pengaruh tayangan Debat Capres 2019 di Youtube terhadap sikap pemilih pemula. Adapun data yang digunakan:

1. Data mengenai tayangan Debat Capres 2019 di Youtube
2. Data mengenai pengaruh tayangan Debat Capres 2019
3. Data mengenai sikap pemilih pemula

1.7.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pokok atau utama. Sumber data ini diperoleh dari hasil kuesioner responden dan juga observasi di Lio Selatan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung. Karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan Debat Capres 2019 terhadap sikap pemilih pemula maka dibutuhkan pemilih pemula khususnya umur 17 – 21 tahun sebagai responden untuk mengisi angket.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui perantara. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah informasi seputar tayangan Debat Capres 2019 disaksikan melalui Youtube ataupun informasi lainnya.

1.7.5 Populasi dan Sampel

Seluruh pemilih pemula di Lio Selatan RW 01 Kelurahan Cipadung Wetan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung yang berjumlah 41 orang, merupakan populasi pada penelitian ini.

Tabel 1.3
Jumlah Pemilih Pemula di Lio Selatan RW 01 Kelurahan Cipadung Wetan
Kecamatan Panyileukan Kota Bandung

RT	Jumlah
1	3
2	4

3	6
4	4
Total	17

Sumber: DPT Kelurahan Cipadung Wetan Kecamatan Panyileukan Tahun 2018

Peneliti menggunakan pendapat Arikunto dalam menentukan ukuran sampel. Menurut Arikunto, lebih baik sampel diambil secara keseluruhan jika subjek penelitian kurang dari 100 (Arikunto, 1998:120). Namun setelah angket disebar terdapat 17 orang yang menonton tayangan debat capres 2019 melalui youtube. Jadi total keseluruhan sampel pada penelitian ini adalah 17 orang.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data melalui pertanyaan atau pernyataan yang ditulis kemudian dibagikan kepada responden. Jika peneliti tahu variabel yang akan diukur atau diharapkan oleh responden maka teknik pengumpulan data melalui kuesioner ini efisien (Sugiyono, 2012:141).

Kuesioner pada penelitian ini dibagikan langsung kepada responden lalu responden memilih jawaban yang sudah tercantum pada pertanyaan dan pernyataan (kuesioner tertutup). Kuesioner akan disebar kepada pemilih pemula di Lio Selatan RW 01 Kelurahan Cipadung Wetan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung. Skala likert merupakan skala yang digunakan dalam penelitian ini.

Skala likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:93). Sebelum dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner, maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yang memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan dengan menggunakan skala Likert 5-4-3-2-1. Dengan skala Likert maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang menggunakan skala Likert.

Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi mengenai fenomena sosial maka skala likert merupakan metode pengukuran yang tepat (Sugiyono, 2012:93). Pengolahan data dilakukan sebelum dianalisis. Indikator variabel dijelaskan melalui skala likert. Lalu disusun item instrumen yang menjadi titik tolak. Adapun skala penilaian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Skala Penilaian Kuesioner
Pernyataan Positif

JAWABAN	NILAI
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pernyataan Negatif

JAWABAN	NILAI
Sangat Tidak Setuju (STS)	5
Tidak Setuju (TS)	4
Netral (N)	3
Setuju (S)	2
Sangat Setuju (SS)	1

(Sugiyono,

2017:94)



b. Observasi

Mengumpulkan fakta dirasa sangat penting terhadap objek penelitian yang kemudian diamati secara langsung (observasi). Pengaruh tayangan debat capres 2019 merupakan data yang ingin diperoleh dalam penelitian ini. Selain itu pengamatan juga dilakukan terhadap respon pemilih pemula di Lio Selatan RW 01 Kecamatan Panyileukan Kota Bandung.

c. Wawancara

Wawancara pada penelitian ini dilakukan sebagai survei awal untuk mengetahui apakah pemilih pemula di Lio Selatan RW 01 Kelurahan Cipadung Wetan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung menyaksikan tayangan debat capres 2019 atau tidak. Selain itu wawancara disini dibutuhkan sebagai referensi untuk penjelasan gambaran umum lokasi penelitian.

1.7.7 Validitas dan Reliabilitas

1.7.7.1 Validitas

Cara menunjukkan kevalidan suatu instrumen maka diukur melalui validitas. Jika validitasnya tinggi maka bisa dikatakan bahwa instrumen tersebut valid. Kebaikannya validitas yang rendah dimiliki oleh instrument yang kurang valid (Arikunto, 2010: 211). Program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25 digunakan untuk menguji validitas pada penelitian ini. Mengukur validitas instrumen dalam penelitian ini, yaitu data yang didapat dari lapangan kemudian diolah ke dalam program SPPS sehingga bisa diketahui tingkat kevalidannya.

Rumus *correlation product moment* digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan instrument dengan cara skor total pertanyaan yang telah dihitung kemudian dicari nilai korelasinya, adapun rumusnya adalah sebagai berikut: (Singarimbun & Effendi , 2006:3010)

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

Keterangan:

r = Koefisien Validitas

N = Jumlah Responden

X = Nilai Pernyataan

Y = Nilai Total

1.7.7.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah cara untuk mengetahui apakah data yang didapatkan bisa dipercaya karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 154). Untuk mengukur suatu peristiwa maka perlu diketahui kestabilan alat ukur yang digunakan. Semakin stabil alat pengukur maka semakin tinggi reliabilitas yang didapatkan. Rumus Alpha Cronbach merupakan uji reliabilitas pada penelitian ini. Adapun penjabaran rumusnya adalah (Sugiyono, 2012:365):

$$a = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

a = Koefisien Reliability Cronbach

k = Banyaknya item

Si = Varian dari item ke-i (i = banyaknya item)

St = Varian total (semua item digabungkan)

Reliabel atau tidak reliabel sebuah pertanyaan dapat dikategorikan sesuai kriteria uji reliabilitas, yaitu:

- 1) Jika $r \text{ tabel} > r \text{ alpha}$ maka bisa dikategorikan tidak reliabel
- 2) Jika $r \text{ tabel} < r \text{ alpha}$ maka bisa dikategorikan reliabel

Berdasarkan nilai alpha kita dapat mengetahui tingkat reliabilitas, seperti uraian pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.5
Tingkat Reliabilitas Sesuai dengan Nilai Alpa

Nilai Alpha	Tingkat Reabilitas
0,00 – 0,20	Sangat Kurang Reliabel
> 0,21 - 0,40	Kurang Reliabel
> 0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
> 0,61 – 0,80	Reliabel
> 0,81 – 0,100	Sangat Reliabel

Sumber: (Wahyu Agung, 2010: 95)

1.7.8 Teknik Analisis Data

Setelah hasil penelitian yang didapatkan di lapangan, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Adapun rincian mengenai analisis data pada penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1.7.8.1 Uji Korelasi

Cara untuk mengetahui pengaruh tayangan debat capres 2019 terhadap sikap pemilih pemula pada masyarakat Lio Selatan RW 01 Kelurahan Cipadung Wetan Kecamatan Panyileukan Kota Bandung yaitu dengan uji korelasi.

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah ada keterkaitan antara tayangan debat capres 2019 dengan sikap pemilih pemula. Untuk mempermudah dalam mengolah data-data hasil penelitian maka peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Adapun rincian rumusnya adalah:

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

(Rakhmat, 2012: 148)

Untuk lakukan uji pengaruh, adalah dengan cara mengkuadratkan data yang dihasilkan dari rumus diatas, untuk memperoleh koefisien determinasi atau nilai PRE, r^2 .

1.7.8.2 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang dipakai untuk mengolah data melalui penjabaran atau penggambaran data yang sudah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasikan (Sanusi, 2003: 115). Pada penelitian pengaruh tayangan debat capres 2019 di youtube terhadap sikap pemilih pemula ini dilakukan melalui tahapan analisis deskriptif diantaranya:

- 1) Menyusun tabel distribusi jawaban
- 2) Menentukan nilai atau skor jawaban
- 3) Menghitung jumlah skor

- 4) Setelah jumlah skor diketahui, maka bisa langsung dihitung menggunakan rumus:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan:

n = nilai yang diperoleh

N = total nilai yang diharapkan (jumlah responden x jumlah soal x nilai tertinggi)

% = tingkat keberhasilan yang dicapai

Kemudian tahap deskriptif persentase dilanjutkan sebagai berikut:

- a) Hasil presentase maksimal diputuskan dengan cara

$$\frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100 \%$$

- b) Hasil presentase minimal diputuskan dengan cara

$$\frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$

- c) Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

- d) Panjang interval dalam persentase = $\frac{\text{interval}}{\text{jenjang}}$

Analisis deskriptif ini didapat dari hasil nilai yang diperoleh (%) dengan berpedoman pada tolak ukur yang telah ditentukan, yaitu:

Tabel 1.5

Kriteria Analisis Deskriptif

Presentase	Kriteria
≥80%	Sangat Baik

61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup Baik
21% - 40%	Tidak Baik
$\leq 20\%$	Sangat Tidak Baik

Sumber: *Suharsimi Arikunto (2011:245)*



1.7.8.2 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan tahapan:

- 1) Mencari nilai t hitung dengan rumus:

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

(Sudjana, 1996:380)

- 2) Mencari nilai t tabel dengan nilai taraf nyata 10%
- 3) Ketentuan uji hipotesis:
 - Hipotesis diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$
 - Hipotesis ditolak jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$
- 4) Mencari pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan

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

$$K = \sqrt{1 - r^2}$$

Keterangan: KD = besarnya pengaruh

K = *lack correlations* (tidak ada pengaruh)

1 = angka konstan

r = koefisien korelasi