

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam melaksanakan penelitian tentang “PENGARUH TERPAAN BERITA SUAP PILKADA DI TELEVISI TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA TENTANG PEMILU (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Pemberitaan Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa FIKOM Universitas Garut)” peneliti mengacu pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya untuk menambah referensi dan membandingkan teori yang digunakan dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

2.1.1 Pengaruh Terpaan Berita Korupsi Angelina Sondakh dalam Kasus Wisma Atlet di TVONE dan METROTV Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta Tentang Pejabat Negara Bergender Perempuan. Oleh Vincencia Evita.

Penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Vincencia Evita Puspita Sari, NIM 080903493, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2012, yang berjudul “Pengaruh Terpaan Berita Korupsi di Media Televisi Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Tentang Pejabat Negara (Pengaruh Terpaan Berita Korupsi Angelina Sondakh dalam Kasus Wisma Atlet di TVONE dan METROTV Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta Tentang Pejabat Negara

Bergender Perempuan)”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan berita kasus ini terhadap persepsi responden. Teori Efek Terbatas digunakan peneliti sebagai teori utama dalam penelitian ini. Teori efek terbatas adalah teori yang menyatakan bahwa media memiliki efek yang minim atau terbatas karena efek tersebut dikurangi oleh beragam variabel antara.

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yaitu variabel X (Terpaan Berita), Variabel Y (Persepsi) dan variabel Kontrol Z (Faktor Individu dan Faktor Sosial). Alat pengukuran data dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner sebanyak 50 dibagikan secara acak kepada staff dan karyawan BPPM. Analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas kemudian data dikorelasikan dengan korelasi pearson dan korelasi parsial untuk mengetahui hubungan variable, dan menggunakan regresi dan selanjutnya untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, penulis menganalisis dengan menggunakan uji-t. Hasil penelitian yang dilakukan di Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta, menunjukkan hasil bahwa terdapat perngaruh terpaan berita terhadap persepsi responden dalam hal ini staff dan karyawan BPPMDIY. Dengan hasil ini dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini hipotesis diterima. Jika dikaitkan pada teori efek terbatas hal ini dinyatakan benar karena terpaan berita hanya sedikit mempengaruhi persepsi dan persepsi dipengaruhi oleh faktor lain diluar terpaan berita. Dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa semakin meningkat terpaan berita korupsi maka akan meningkatkan persepsi staff dan karyawan BPPM mengenai pejabat Negara bergender perempuan.

2.1.2 Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kasus Korupsi Anas Urbaningrum Di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Partai Demokrat. Oleh Tsuwaibatul Islamiyah

Penelitian terdahulu selanjutnya telah dilaksanakan oleh Tsuwaibatul Islamiyah, dengan Nim 08220168, Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang 2015, yang berjudul: “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kasus Korupsi Anas Urbaningrum Di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Partai Demokrat”.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan survey eksplanatory, yang bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh terpaan pemberitaan kasus korupsi Anas Urbaningrum terhadap persepsi mahasiswa tentang partai demokrat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Agenda Setting. Teori ini menjelaskan tentang asumsi bahwa penonjolan isu yang terus menerus oleh media massa mempengaruhi secara langsung terhadap agenda public. Penelitian ini dilakukan di sekitar kampus III Universitas Muhammadiyah Malang tepatnya di Kel. Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kab. Malang. Sampel pada penelitian ini adalah Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Koordinator Komisariat Universitas Muhammadiyah Malang yang di ambil dengan teknik systematic random sampling 96 orang. Untuk uji validitasnya menggunakan rumus korelasi product moment, uji reliabilitasnya menggunakan rumus Alpha Cronbach dan uji hipotesisnya menggunakan rumus uji F. Semua uji yang dilakukan dalam pengolahan data menggunakan SPSS versi 20.0 for windows operating system.

Dari hasil penelitian ini terbukti adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh pemberitaan kasus korupsi Anas Urbaningrum terhadap persepsi mahasiswa, dengan nilai $F_{hitung} (12,193) > F_{tabel} (2,70)$. sehingga dapat dikatakan bahwa jika pemberitaan kasus korupsi Anas Urbaningrum yang ditayangkan secara terus menerus di televisi di tonton oleh mahasiswa, maka akan muncul peningkatan persepsi pada mahasiswa terhadap Partai Demokrat.

2.1.3 Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kopassus. Oleh Priyo Widyastoko

Penelitian terdahulu selanjutnya telah dilaksanakan oleh Priyo Widyastoko dengan Nim L100090069, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta 2015, yang berjudul: “Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kopassus”.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat Dukuh Tanggul, Desa Pucangan, kecamatan Kartasura Tentang Kopassus. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Dukuh Tanggul Kelurahan Pucangan, kecamatan Kartasura. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Dukuh Tanggul Kelurahan Pucangan, Kecamatan Kartasura. Dengan teknik penentuan sampel menggunakan cluster random sampling. Jumlah sampel sebanyak 76 responden. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif, yakni

periset menghubungkan atau mencari sebab-akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti.

Sumber data penelitian yaitu sumber data primer dan sekunder dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun teknik analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier. Dari analisis menunjukkan pemberitaan di media massa berpengaruh terhadap persepsi masyarakat. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pemberitaan Media Massa (X) mempunyai nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $22.724 > 1,994$. Hasil penelitian ini berarti variabel pemberitaan media massa secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi masyarakat.

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu dalam pendekatan kuantitatif tentang

“Pengaruh Terpaan Berita Korupsi di Media Televisi Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Tentang Pejabat Negara (Pengaruh Terpaan Berita Korupsi Angelina Sondakh dalam Kasus Wisma Atlet di TVONE dan METROTV Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta Tentang Pejabat Negara Bergender Perempuan”

No	Item	Peneliti
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Nama Kota	Vincencia Evita Puspita Sari NIM 080903493. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas AtmaJaya Yogyakarta 2012, yang berjudul: “Pengaruh Terpaan Berita Korupsi Angelina Sondakh dalam Kasus Wisma Atlet di TVONE dan METROTV Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta Tentang Pejabat Negara Bergender Perempuan”
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan berita kasus ini terhadap persepsi penonton
3.	Desain/Pendekatan/ Metode	Pendekatan Kuantitatif dengan Metode Survey

4.	Teori	Teori Efek Terbatas digunakan peneliti sebagai teori utama dalam penelitian ini. Teori efek terbatas adalah teori yang menyatakan bahwa media memiliki efek yang minim atau terbatas karena efek tersebut dikurangi oleh beragam variabel antara
5.	Hasil Penelitian	Dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa semakin meningkat terpaan berita korupsi maka akan meningkatkan persepsi staff dan karyawan BPPM mengenai pejabat Negara bergender perempuan
6.	Perbedaan dan persamaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan	-Perbedaan dari metode yang dilakukan -persamaan peneliti ini dengan peneliti terdahulu adalah sama-sama ingin mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan pada media massa
7.	Kritik	Hasil penelitian tidak dicantumkan secara lengkap

Tabel 2.2

**Matriks Penelitian Terdahulu dalam pendekatan kuantitatif tentang
Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kasus Korupsi Anas Urbaningrum Di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Partai
Demokrat**

No	Item	Peneliti
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Nama Kota	Tsuwaibatul Islamiyah NIM 08220168, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang 2015, yang berjudul: “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kasus Korupsi Anas Urbaningrum Di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Partai Demokrat”.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh terpaan pemberitaan kasus korupsi Anas Urbaningrum terhadap persepsi mahasiswa tentang partai demokrat
3.	Desain/Pendekatan/ Metode	Pendekatan Kuantitatif dengan metode survey eksplanatory
4.	Teori	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Agenda Setting. Teori ini menjelaskan tentang asumsi bahwa penonjolan isu yang terus menerus oleh media massa mempengaruhi secara langsung

		terhadap agenda public
5.	Hasil Penelitian	Dari hasil penelitian ini terbukti adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh pemberitaan kasus korupsi Anas Urbaningrum terhadap persepsi mahasiswa, dengan nilai $F_{hitung} (12,193) > F_{tabel} (2,70)$. sehingga dapat dikatakan bahwa jika pemberitaan kasus korupsi Anas Urbaningrum yang ditayangkan secara terus menerus di televisi di tonton oleh mahasiswa, maka akan muncul peningkatan persepsi pada mahasiswa terhadap Partai Demokrat.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan	-Perbedaan dari metode yang dilakukan -persamaan peneliti ini dengan peneliti terdahulu adalah sama-sama ingin mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan pada media massa
7.	Kritik	Tidak mencantumkan rumusan masalah

Tabel 2.3**Matriks Penelitian Terdahulu dalam pendekatan kuantitatif tentang****Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang****Kopassus**

No	Item	Peneliti
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Nama Kota	Priyo Widyastoko NIM L100090069, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta 2015, yang berjudul: “Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kopassus”
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat Dukuh Tanggul, Desa Pucangan, kecamatan Kartasura Tentang Kopassus.
3.	Desain/Pendekatan/ Metode	kuantitatif eksplanatif
4.	Teori	Teori Kultivasi

5.	Hasil Penelitian	Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pemberitaan Media Massa (X) mempunyai nilai t hitung $> t$ tabel, yaitu $22.724 > 1,994$. Hasil penelitian ini berarti variabel pemberitaan media massa secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi masyarakat.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan	-Perbedaan dari metode yang dilakukan -persamaan dari teori yang digunakan
7.	Kritik	Draf kurang lengkap sehingga peneliti susah menentukan sumber daftar pustaka dan Tidak mencantumkan rumusan masalah

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini

2.2.1 Kerangka Teoritis

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Kerlinger menyebutkan teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2012:6)

2.2.1.1 Minimalist Effect Theory

Antusiasme sarjana terhadap model jarum suntik berkurang setelah muncul dua studi masif terhadap perilaku pemilih, yang satu di Erie County, Ohio, pada 1940, dan yang satunya di Elmira, New York, pada 1948. Studi tersebut, yang dipimpin oleh sosiolog Paul Lazarsfeld dari Columbia University, adalah tes ketat pertama atas media terhadap pemilu. Alih-alih mengutip dari koran, majalah atau stasiun radio, mereka justru menyebut teman dan kenalan. Media tidak punya efek langsung. Jelas teori jarum suntik sudah basi, dan teori powerfull effect itu perlu dikaji kembali. Dari kajian itu muncul *minimalist effect*

theory (teori efek minimalis) yang mencakup model alur dua langkah (Jhon Vivian, 2008: 470-471)

2.2.1.1.1 Model Alur Dua Langkah

Sarjana pendukung teori minimalis menyusun model alur dua langkah (*two-step flow*) untuk menunjukkan bahwa pemilih tak terlalu dimotivasi oleh media ketimbang oleh orang yang mereka kenal secara pribadi dan mereka hormati. Orang-orang ini, disebut *opinion leader* (Pemimpin opini) antara lain adalah ulama / pendeta, guru, dan tokoh yang merupakan pemimpin opini. Misalnya, tak semua ulama itu berpengaruh, dan pemimpin opini tidak selalu memegang otoritas. Maksud sarjana minimalis adalah bahwa kontak personal adalah lebih penting ketimbang kontak media. Model alur dua langkah yang menggantikan model jarum suntik, menunjukkan bahwa apa pun efek media terhadap mayoritas populasi, efek itu akan disalurkan melalui pemimpin opini. Setelah riset komunikasi massa makin canggih, model dua langkah ini dikembangkan menjadi model alur banyak langkah (*multistep flow*) untuk mencakup jaringan kompleks dari hubungan social yang memengaruhi individu (Jhon Vivian, 2008: 471)

2.2.1.2 Teori Kultivasi

Teori kultivasi adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan

kultur di lingkungan. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. (Nurudin, 2007:167)

Teori kultivasi adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. George Gerbner menyatakan bahwa media massa khususnya televisi, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa (Morrisan, Wardhani, Hamid, 2010 :106)

2.2.1.3 Asumsi Dasar Teori Kultivasi

Teori Kultivasi mengajukan tiga asumsi dasar untuk mengedepankan gagasan bahwa realitas yang diperantarai oleh televisi menyebabkan khalayak menciptakan realitas social mereka sendiri yang berbeda dengan realitas sebenarnya. Ketiga asumsi kultivasi ini adalah:

1. Televisi adalah media yang sangat berbeda

Asumsi pertama ini menekankan pada keunikan atau mungkin kekuatan televisi dibandingkan dengan media lainnya. Televisi merupakan media yang memiliki akses paling besar untuk menjangkau masyarakat, mulai dari yang muda hingga tua. Seseorang tidak mesti harus bisa membaca, sebagaimana media cetak, untuk mengonsumsi televisi. Tidak seperti bioskop, tayangan televisi umumnya dapat dinikmati tanpa perlu membayar. Tidak seperti radio, televisi menggabungkan antara suara dan gambar. Tidak diperlukan mobilitas untuk menonton televisi.

Televisi mampu menarik perhatian kelompok-kelompok masyarakat yang berbeda, namun sekaligus mampu menunjukkan kesamaannya. Dalam berbagai peristiwa tertentu, misalnya pemilu atau perdebatan isu tertentu, televisi mampu menunjukkan dengan sangat jelas siapa yang setuju, siapa yang tidak, siapa yang mendukung siapa yang menentang. Namun, televisi juga mampu mempersatukan perbedaan antar kelompok misalnya peristiwa olahraga dimana semua orang bersatu mendukung tim, televisi disebut senjata budaya yang penting (*central cultural arm*)

2. Televisi Membentuk Cara masyarakat Berpikir dan Berinteraksi

Analisis kultivasi tidak membahas mengenai apa yang akan dilakukan seseorang setelah ia menonton tayangan kekerasan di televisi, tetapi teori ini mengemukakan bahwa menyaksikan tayangan kekerasan membuat kita merasa takut, karena tayangan kekerasan di televisi mampu menanamkan gambaran didalam otak mengenai dunia yang jahat dan berbahaya. Gagasan ini menyatakan bahwa jumlah kekerasan di televisi jauh lebih banyak dibandingkan dengan realitas yang sebenarnya.

3. Pengaruh Televisi Bersifat Terbatas

Teori kultivasi tidak memandang televisi sebagai media yang memiliki kekuatan besar (*powerfull*), justru sebaliknya gagasan ini memiliki paradigma yang memandang televisi sebagai media yang memiliki pengaruh terbatas terhadap individu dan budaya (Morrison, Wardhani, Hamid, 2010:106-108)

2.2.1.4 Penonton Televisi Dalam Perspektif Teori Kultivasi

Dalam teori kultivasi terdapat pengelompokan antara *light viewers/light user* (penonton ringan) dan *heavy viewers/heavy user* (penonton berat). Kelompok *light viewers* adalah mereka yang menonton televisi sedikitnya dua jam setiap harinya. Merekalah penonton yang selektif yang lebih memilih mematikan layar televisi manakala acara kesukaan mereka usai.

Kelompok *heavy viewers* adalah mereka yang menonton televisi sedikitnya empat jam setiap harinya. Merekalah yang dimaksud sebagai pecandu berat televisi. Mereka dianggap mengunyah habis apa yang disajikan oleh televisi. (Morrisan, Wardhani, Hamid, 2010:110)

2.2.1.5 Proses Kultivasi

Proses kultivasi terjadi dalam dua cara yaitu *mainstreaming* dan *resonance*

1. *Mainstreaming*

Mainstreaming adalah proses mengikuti arus utama yang terjadi ketika berbagai simbol, informasi dan ide yang ditayangkan televisi mendominasi atau mengalahkan simbol, informasi dan ide yang berasal dari sumber lain. *Mainstreaming* berarti penonton kelompok berat yang berasal dari berbagai latar belakang budaya yang berbeda akan mengalami konvergensi, penyatuan atau menjadi sama dalam hal kepercayaan mereka terhadap dunia dibandingkan dengan sesama anggota budaya sendiri, tetapi tidak termasuk kedalam kelompok penonton berat. Proses *Mainstreaming* menjelaskan bahwa televisi mampu membuat audiennya menjadi homogen sedemikian rupa sehingga mereka yang menjadi anggota penonton kelompok berat akan memiliki orientasi, perspektif dan makna yang sama satu sama lain (Morrisan, Wardhani, Hamid, 2010:112-113)

2. Resonance

Resonance adalah proses kecemasan yang menghinggapai para penonton berat akibat terpaan ideology televise. Dalam kehidupan kesehariannya, kebanyakan penonton televisi mungkin pernah mengalami kekerasan, berkelahi, kecelakaan mobil atau sekedar berselisih dengan pacar. Kejadian nyata itu saja sudah demikian buruk. Jika kemudian adegan-adegan kekerasan diulang secara terus menerus di televisi, maka hal itu seperti memutar kembali peristiwa-peristiwa buruk yang dialami oleh pemirsa. Peristiwa itu terus melekat dalam benak mereka. Kejadian sesungguhnya bersama dengan tayangan kekerasan yang terus ditonton akan selalu bergema dalam benak penonton dan semakin kuat membentuk pola-pola penanaman realitas. Pada heavy viewers yang pernah mengalami kekerasan

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Komunikasi Massa

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa, komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa inggris yaitu *mass communication*, disingkat dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Komunikasi massa merupakan sebuah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dimana khalayak tersebut bersifat luas, heterogen, tersebar dan anonim. Pesan yang disampaikan diterima oleh khalayak secara serentak (Ardianto & Erdinaya, 2004:31)

Proses komunikasi tidak hanya dapat dilakukan oleh dua orang atau kelompok-kelompok tertentu namun juga dapat dilakukan oleh kelompok dalam

jumlah yang sangat besar melalui media-media tertentu. Media massa merupakan istilah lain dalam proses komunikasi yang menggunakan alat (media) untuk massa (kelompok dalam jumlah yang sangat besar). Media massa seperti media elektronik dan media cetak merupakan cara yang dianggap efektif untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat yang jangkauannya luas dan tersebar diberbagai tempat yang berbeda.

Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar yang dihadiri oleh ribuan bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa.

2.2.2.2 Terpaan Tayangan Televisi

Terpaan tayangan diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan, jenis isi media serta hubungan antara khalayak dengan media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan (Rakhmat, 2001: 66).

Terpaan media (media exposure) diukur dengan seberapa banyak waktu (berapa jam) dalam setiap harinya dihabiskan untuk menonton tayangan tersebut. Untuk masing-masing dari tiga aspek terpaan media (media televisi, media radio, media surat kabar) ini dibuatkan kategori, tingkat terpaan tergolong tinggi dan rendah. Dalam hal ini terpaan tayangan melalui media televisi, tergolong tinggi apabila lebih dari tiga jam sehari dalam menonton televisi, dan rendah apabila tiga jam atau kurang setiap harinya.

Penelitian terpaan tayangan media televisi yakni penelitian yang berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan maupun durasi penggunaan. Penulis merumuskan turunan variabel tayangan, yaitu :

1. Intensitas Tayangan

Intensitas tayangan, yaitu jumlah keseluruhan waktu yang digunakan oleh khalayak dalam program acara di media massa. Dalam intensitas terdapat frekuensi dan durasi (Ardianto, 2007: 168). Dari pengertian tersebut maka penulis menurunkan subvariabel menjadi dua indikator yaitu:

a. Frekuensi Menonton Tayangan

Frekuensi yaitu seberapa sering khalayak menonton suatu program televisi (berapa kali dalam seminggu) atau seberapa sering khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap bulannya.

b. Durasi Menonton Tayangan

Durasi yaitu berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap penayangannya.

2. Isi Pesan Tayangan

Isi pesan adalah suatu komponen proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa atau lambang lainnya disampaikan kepada orang lain. Isi pesan menurut DR. Sasa Djuasa Sendjaya didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur cerita, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh (narasumber) dan tema aktual dan kontekstual (Kuswandi, 2008: 121). Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti merumuskan indikator isi pesan yaitu :

a. Struktur Pesan (Message Structure)

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Struktur pesan terfokus pada tiga topik, yaitu (Tan, 1981: 135-136):

b. Gaya Pesan (Message Style)

Gaya pesan adalah mengolah bahasa demi terciptanya gaya dalam upaya menjelaskan isi pesan demi tercapainya efektifitas komunikasi (Tan, 1981:135). Gaya pesan dimaksudkan agar pesan yang disampaikan komunikator dapat dipahami oleh komunikan.

c. Daya Tarik pesan (Message Appeals)

Daya tarik pesan yaitu meyakinkan khalayak melalui pendekatan rasional dengan memberi bukti empiris dan logika atau pendekatan emosional untuk menarik emosi atau perasaan khalayak dalam suasana menyenangkan. Daya tarik pesan mengacu ada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (rational and emotional appeals).

Menurut Onong Uchjana Effendy daya tarik atau ketertarikan adalah kesamaan persepsi dari komunikator terhadap komunikasi dengan jalan menarik perhatian, mengubah perilaku, sikap dan opini dari komunikan (effendy, 2003:38). Kemudian berdasarkan teori sensasi Benyamin B.Wolman, daya tarik adalah hasil dari proses penginderaan, karena melalui alat indera manusia dapat merasakan pengalaman elementer yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis atau konseptual (Rakhmat,2001:49).

Mengacu pada penelitian dan pendapat yang disampaikan oleh para ahli diatas, peneliti akan mengukur terpaan media berdasarkan frekuensi, isi pesan,

dan daya tarik pesan, terhadap konsumsi mereka terhadap pemberitaan berita suap PILKADA di televisi.

2.2.2.3 Definisi Berita

Berita merupakan laporan (baik yang tertulis ataupun yang lisan) yang memiliki unsur penting berupa fakta atau opini akurat yang mempunyai *news value* yaitu ketepatan waktu, menarik, dan mempunyai nilai kepentingan bagi masyarakat. Berita juga dibagi menjadi beberapa bentuk. Umumnya berita dibagi menjadi 3 bentuk yaitu *hardnews*, *softnews*, dan *feature*. *Hardnews* merupakan berita yang berisi tentang informasi terbaru dan disusun berdasarkan urutan yang paling penting. *Softnews* merupakan berita yang berisi informasi ringan, ditulis dengan penceritaan yang kreatif, subyektif, dan bertujuan untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada audiens. Sedangkan *feature* sama halnya seperti *softnews*, namun dibawakan dengan informasi yang lebih mendalam dan menatanya kedalam suatu cerita yang menarik dan logis sehingga dapat menyentuh perasaan audiens (Ishwara,2005:59).

Salah satu bagian penting dari penelitian ini adalah berita dari media massa yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, pemberitaan berita suap PILKADA termasuk berita lugas (*hardnews*) dan memiliki unsure penting yang tidak dapat digolongkan menjadi *soft news* atau *feature* karena tidak dimaksudkan untuk menghibur audiens.

2.2.2.4 Definisi Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyajian baik (decoding) dalam proses

komunikasi (Mulyana,2009:180). Desiranto dalam buku Psikologi Komunikasi menyampaikan bahwa persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Rakhmat, 2013:50)

1. Tahap Sensasi

Sensasi berasal dari kata *sense* yang artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organism dengan lingkungannya. Menurut Wolman, sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera (Rakhmat 2013:48).

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapam. Reseptor inderawi mata, telinga, kulit, dan otot, hidung dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar

2. Tahap Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Atensi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yaitu faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya), dan faktor sosial-budaya (gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan sebagainya), serta faktor psikologis termasuk kemauan, keinginan, motivasi, dan sebagainya (Mulyana, 2009:181)

3. Tahap Memori

Schlessinger dan Groves mengartikan memori sebagai system yang sangat berstruktur, yang menyebabkan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya (Rakhmat 2013:61)

Mussen dan Rosenwig menjelaskan secara singkat bahwa memori akan melewati tiga proses yaitu: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melaui reseptor dan sirkit saraf internal. Penyimpanan (*storage*), proses yang kedua adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan dimana. Pemanggilan (*retrieval*) disebut juga pemanggilan sehari-hari yaitu menggunakan informasi yang disimpan (Rakhmat 2013:62)

2.2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang (Liliweri 2001:155)

1. Fisiologis, kemampuan sensoris yang terdiri dari visual dan audio, fisik dan umur
2. Kebudayaan yang terdiri dari kepercayaan, nilai-nilai, pemahaman, asumsi *taken-for-granted*
3. *Standpoint theory* yang terdiri dari komunitas social ras, etnisitas, gender, kelas ekonomi, agama, spiritual, umur, dan orientasi seksual, posisi kekuasaan dalam hierarki social
4. Peranan social yang terdiri dari peranan social ketika berkomunikasi dengan kita, harapan terhadap pemenuhan peran, pilihan karier

5. Kemampuan kognitif
6. Kompleksitas Kognitif
7. Persepsi yang berpusat pada orang

2.2.2.6 Tahap-tahap Persepsi

Dalam kajian psikologis didefinisikan sebagai proses dimana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling (Liliweri 2011:157)

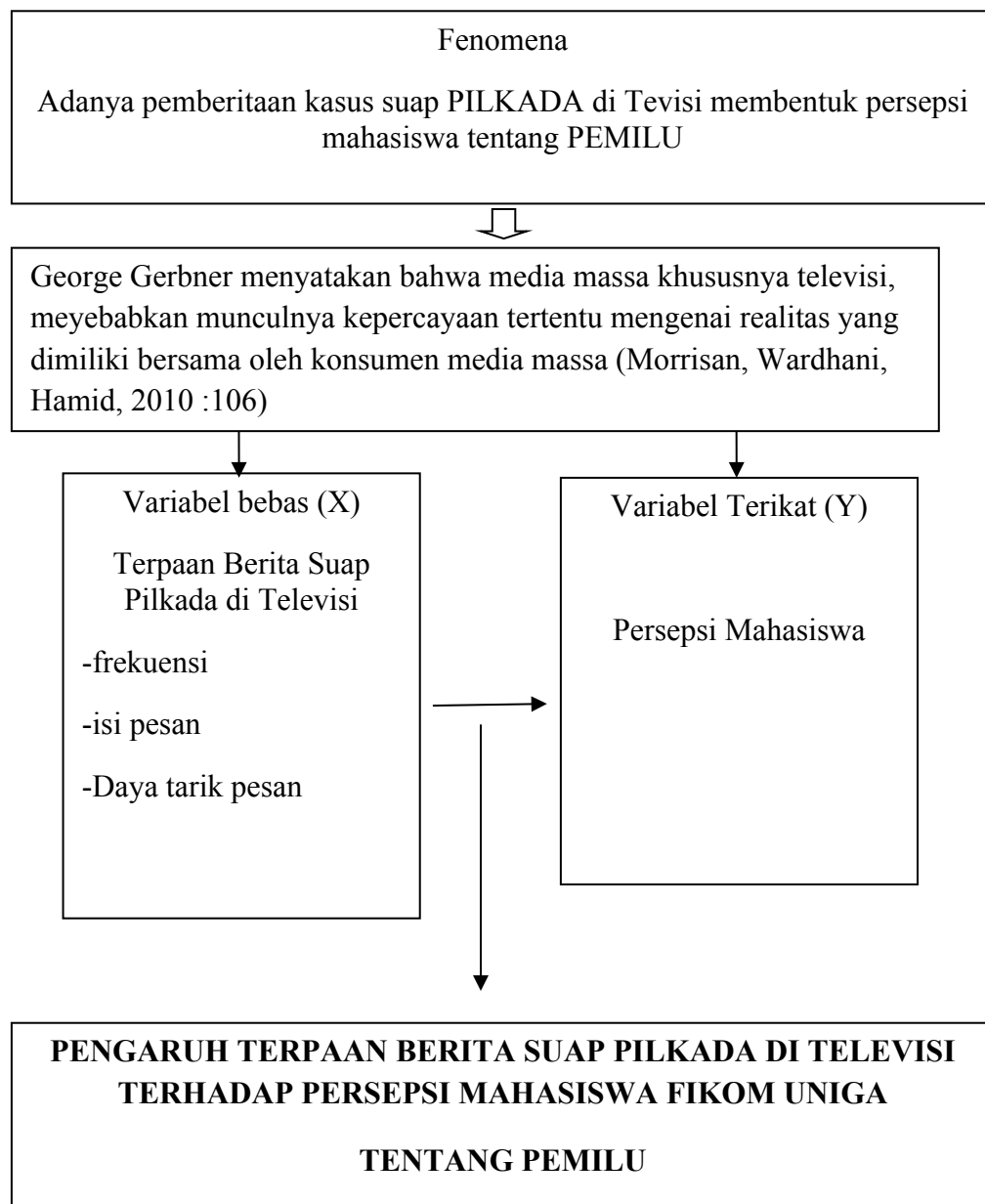
Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama, yaitu:

1. Individu memperhatikan dan membuat seleksi
2. Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indra
3. Individu membuat interpretasi

Pada umumnya, para pemerhati psikologi komunikasi mengikuti lima tahapan utama yakni *stimulations*, *organization*, *interpretation-evaluation*, *memory* dan *recall* (Liliweri 2011:157). Dalam penelitian ini dibatasi hanya 3 aspek saja yaitu sensasi, atensi (Rakhmat, 2013:50) dan intepretasi (Liliweri 2011:157) dengan asumsi ketiga hal tersebut merupakan aspek yang dapat diukur dan merupakan suatu rangkaian pembentukan persepsi, dimana intepretasi merupakan hasil dari sensasi dan atensi maka dari itu peneliti memutuskan untuk mengukur ke tiga aspek dimensi sensasi, atensi dan intepretasi.

2.2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Bagan Kerangka Penurunan Konseptual



Bagan 1. Kerangka Pemikiran Peneliti

2.3 Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Utama

Menurut (Kriyantono, 2012:32), prosedur yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

H_0 : artinya Tidak terdapat pengaruh terpaan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

H_a : artinya Terdapat pengaruh terpaan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

2. Sub Hipotesis

1). H_0 : artinya Tidak terdapat pengaruh dalam frekuensi tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

H_a : artinya Terdapat pengaruh dalam frekuensi tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

2). H_0 : artinya Tidak terdapat pengaruh dalam isi pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

H_a : artinya Terdapat pengaruh dalam isi pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

3). H_0 : artinya Tidak terdapat pengaruh daya tarik pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

H_a : artinya Terdapat pengaruh daya tarik pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu.