

BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul

Efek Pemberitaan Pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah

B. Sub Judul

Studi Kuantitatif Mengenai Pengaruh Terpaan Berita Pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan terhadap Sikap PNS Palangka Raya

C. Latar Belakang

Media massa sebagai saluran informasi bagi khalayak luas selalu hadir dengan beragam pemberitaan. Khalayak tidak dapat menghindari akan kebutuhannya terhadap informasi, baik dari dunia politik, ekonomi, pendidikan, sosial, budaya, teknologi, dan lainnya. Sementara di sudut lain, pihak-pihak tertentu dengan kepentingan politiknya juga membutuhkan media massa sebagai medium publikasi. Hasil penelitian Dr. Harsono Suwardi terhadap peran pers dalam politik di Indonesia menyatakan bahwa dalam praktek kehidupan pers sehari-hari di negara ini, berlaku prinsip hubungan pers yang bersifat simbiosis mutualistik. Hal ini mendorong pers di Indonesia untuk mencoba saling menghidupkan antara kepentingan pers di satu pihak dan pemerintah di pihak lain, tanpa mengurangi arti dari tanggung jawab pers sebagai wadah informasi bagi

masyarakat banyak.¹ Pendapat Harsono ini juga yang mengisyaratkan arti dasar terwujudnya komunikasi politik dalam pendistribusian pesan oleh media massa.

Terlepas dari prinsip simbiosis mutualistik, ada sisi lain dari fenomena media massa yaitu efek pesan yang muncul sebagai bagian dari komunikasi massa. Di era pers bebas masa kini, penelitian tentang pengaruh komunikasi massa terhadap khalayak sudah tidak selangka di zaman pasca Perang Dunia I. Kecenderungan terhadap pemikiran adanya propaganda menjadi dasar untuk melakukan analisis dampak komunikasi yang disalurkan melalui media. Contoh penelitian yang menjadi referensi penulis adalah penelitian pengaruh terpaan media terhadap sikap pembaca, seperti yang telah dilakukan oleh Andika Gesta Aji, mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY. Skripsi berjudul “Pengaruh Terpaan Berita Pencalonan Indonesia sebagai Tuan Rumah Piala Dunia 2022 di Tabloid Bola terhadap Sikap Pembaca” yang selesai disusun Andika pada tahun 2010, mengangkat isu tentang pencalonan Indonesia sebagai calon tuan rumah Piala Dunia 2022 yang sempat menjadi pembicaraan hangat di berbagai media.

Sesuai dengan judulnya, Andika meneliti apakah ada pengaruh terpaan berita di Tabloid Bola terkait isu tersebut terhadap terbentuknya sikap masyarakat pembaca. Dalam menganalisa Andika mengandalkan teori-teori, seperti teori media massa (fungsi, efek, terpaan media, berita), teori *audiens*, dan teori sikap. Hasil penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei ini menunjukkan adanya pengaruh terpaan berita pencalonan Indonesia menjadi tuan rumah Piala dunia 2022 di Tabloid Bola terhadap sikap pembaca. Namun, pengaruh yang

¹ Harsono Suwardi. 1993. *Peranan Pers dalam Politik di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, hal: 225.

terjadi begitu lemah, karena sikap pembaca lebih banyak dipengaruhi variabel lain di luar terpaan berita tabloid Bola. Pembaca sendiri bersikap setuju terhadap pencalonan Indonesia menjadi tuan rumah Piala dunia 2022, tapi tidak yakin dengan kemampuan Indonesia menggelar piala dunia tersebut. Sementara kebijakan redaksional tabloid Bola yang mendukung pencalonan Indonesia ini sesuai dengan sikap pembacanya.²

Surat kabar sebagai produk dari industri media massa cetak menjadi medium yang paling banyak memberikan isi pesan secara luas dan yang sepanjang masa dapat dimanfaatkan.³ Terlebih pada ajang pemilihan umum (pemilu), surat kabar kerap menyuarakan pemberitaan yang berkaitan dengan isu-isu politik pemilu, persiapan pemilu, seputar partai, peserta pemilu dan kampanyenya, hingga mengangkat kasus-kasus menarik di balik keramaian pemilihan umum. Surat kabar dianggap menjadi salah satu faktor kesuksesan pemilu karena isi pemberitaannya mengandung makna tertentu yang dapat mempengaruhi masyarakat. Misalnya pada penelitian yang dilakukan Caesillia H.K. Sumaryono tentang studi analisis isi obyektivitas pemberitaan RAKERNAS IV PDI Perjuangan pada SKH Kompas dan SKH Republika periode 22-31 Januari 2009.

Dalam skripsinya yang berjudul "Agenda Politik PDI Perjuangan Menghadapi Pemilu Legislatif 2009", Caesillia ingin mencari jawaban bagaimana obyektivitas pemberitaan pada kedua surat kabar tersebut berkaitan dengan tema-tema yang ditampilkan, kecenderungan isi pemberitaan, dan perbedaan liputan

² Andika Gesta Aji. 2010. *Pengaruh Terpaan Berita Pencalonan Indonesia sebagai Tuan Rumah Piala Dunia 2022 di Tabloid Bola terhadap Sikap Pembaca*. Skripsi Kesarjanaan tidak diterbitkan, Yogyakarta: FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, hal: xxii.

³ Harsono Suwardi, *op.cit.*, hal: 71.

antar surat kabar mengenai agenda politik RAKERNAS IV PDI Perjuangan⁴. Berdasarkan hasil penelitiannya, Caesillia berkesimpulan bahwa SKH Republika bertindak lebih objektif dalam pemberitaannya seputar agenda Politik RAKERNAS PDI Perjuangan 2009, dan SKH Kompas dinilai tidak objektif dalam pemberitaannya. Hal ini sesuai dengan data-data yang diteliti bahwa pada Kompas masih terdapat pencampuran antara fakta dengan opini, dramatisasi hampir pada setiap berita, dan adanya ketidakseimbangan dalam meliput narasumber.

Disadari ataupun tanpa disadari dalam proses pemberitaan media massa, terlebih yang berkenaan dengan pesan-pesan politik seperti kampanye pemilu, efek atau pengaruh komunikasi oleh media bisa terjadi. Sebagai contoh adalah pemberitaan yang diterbitkan SKH Kompas dan SKH Republika tentang RAKERNAS IV PDI Perjuangan yang menjadi topik penelitian Caesillia. Namun, kembali lagi apakah efek yang ditimbulkan terhadap khalayak sangat kuat hingga mampu mempengaruhi pandangan dan sikap pembacanya; atau sebaliknya bisa jadi lemah karena ada faktor lain yang mampu menggoyahkan efek pesan pemberitaan. Fenomena komunikasi massa seperti ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Andika terhadap pembaca Tabloid Bola, seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

Pesta demokrasi Indonesia tidak hanya pada pemilihan presiden dan wakil presiden saja, tetapi juga dirasakan dalam penentuan kepala daerah. Meskipun ruang lingkungannya lebih kecil, yaitu pada daerah tertentu, namun pemilihan kepala

⁴ Caesillia Henny Kristanty Sumaryono. 2010. *Agenda Politik PDI Perjuangan Menghadapi Pemilu Legislatif 2009*. Skripsi Kesarjanaan tidak diterbitkan, Yogyakarta: FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, hal: 7.

daerah merupakan bagian dari prinsip demokrasi Indonesia sebagai bentuk kebebasan warganya. Pada 5 Juni 2010, momen inipun dirasakan bagi penduduk Propinsi Kalimantan Tengah untuk memilih salah satu dari empat pasangan calon gubernur dan wakil gubernur periode 2010-2015. Nama pasangan peserta Pemilu Kepala Daerah (Pemilu Kada) Kalimantan Tengah tersebut adalah Agustin Teras Narang yang kembali mencalonkan dirinya sebagai Gubernur bersama Achmad Diran sebagai calon Wakil Gubernur, pasangan Achmad Amur dan Baharudin H Lisa, Achmad Yuliansyah yang menggandeng Didik Salmijardi, serta pasangan Yuandrias dan Basuki. Hingga akhirnya suara terbanyak didapatkan oleh pasangan Agustin Teras Narang dan Achmad Diran untuk menduduki kembali kursi Gubernur dan Wakil Gubernur.

Berbagai pemberitaan yang berkaitan dengan pra pemilihan Kepala Daerah marak mengisi halaman-halaman surat kabar lokal yang beredar di kawasan Kalimantan Tengah, seperti Kalteng Pos, Palangka Pos, dan Harian Tabengan. Upaya penyampaian informasi perihal peserta Pemilu Kada sebagai calon-calon pasangan gubernur dan wakil gubernur, baik kegiatan kampanye peserta, hingga pemberitaan yang bernilai positif sebagai pengangkatan citra kandidat; serta persiapan pemilu di berbagai tempat, disampaikan kepada segenap penduduk Kal-Teng melalui berita-berita di surat kabar maupun media massa lain. Harian Tabengan yang terbit setiap Senin sampai dengan Sabtu menjadi salah satu surat kabar yang turut meramaikan pemberitaan tersebut.

Dalam Harian Tabengan edisi Senin, 17 Mei 2010, Rubrik Pemilu Kada menyampaikan pendapat dan himbauan Kyai Haji Muchtar Ruslan, Mubaligh asal

Hulu Sungai, kepada warga Dadahup, Kecamatan Kapuas Murung (Kapupaten Kapuas), bahwa dalam Pemilu Kada Kal-Teng Periode 2010-2015 yang dipilih adalah pemimpin masyarakat bukan pemimpin agama atau lainnya. Ketua Tim Relawan Teras-Diran ini berupaya penuh mendukung pasangan nomor urut 2 yang diusung PDI Perjuangan tersebut. Berita ini menginformasikan kepada khalayak agar dalam Pemilu Kada bisa memilih tanpa memandang latar belakang agama kandidat pasangan calon gubernur dan wakil gubernur. Namun berdasarkan pengamatan peneliti terhadap pemberitaan tersebut, nampak dukungan penuh dan anjuran kepada pembaca untuk memilih Teras-Diran.

Sisi lain pemberitaan pra Pemilu Kada di Harian Tabengan yang cukup menarik perhatian adalah pengungkapan fakta profil keluarga Achmad Amur yang dinilai mampu mencoreng nama dan menurunkan citra Amur sebagai peserta calon gubernur. Misalnya isi pemberitaan Harian Tabengan edisi Kamis, 3 Juni 2010 menyampaikan kesaksian Gunawan dan Imelda sebagai anak Amur dari istri terdahulunya yang ditinggal saat balita dan hingga kini (dalam berita) merasa tidak diakui sebagai darah daging Amur. Selain mengangkat fakta dan menyampaikan kisah kejiwaan anak yang kecewa terhadap ayah kandung, berita berjudul "Undangan Pernikahan Imelda, Papa Amur atau Papa Daniel?" yang dimuat pada halaman pertama ini mampu menurunkan citra Amur sebagai pesaing peserta calon gubernur.

Demikian beberapa contoh pemberitaan yang dimuat dalam Harian Tabengan yang dapat menarik perhatian masyarakat Kalimantan Tengah, khususnya Palangka Raya. Pandangan dan sikap positif atau negatif; pro atau

kontra terhadap pasangan Teras-Diran ataupun pasangan lain, bisa timbul karena pengaruh pemberitaan tersebut. Selama masa pra Pemilihan Gubernur Kalimantan Tengah, berita-berita dalam Harian Tabengan didominasi oleh sosok Teras Narang yang sekaligus adalah "jempolan" dari PDI Perjuangan Kalimantan Tengah serta masih menjabat sebagai Gubernur di daerah tersebut. Berbagai isu pun beredar di tengah warga Palangka Raya. Pendapat-pendapat pribadi turut bersuara dan menimbulkan reaksi tertentu dari masyarakat.

Hal positif pun mengundang ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian terhadap efek pesan media massa melalui sebuah media pemberitaan, seputar berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah di Harian Tabengan. Berbicara perihal efek pesan media massa berarti tidak lepas dari pembahasan tentang teori efek komunikasi massa. Oleh itu, dalam penelitian membahas tentang efek komunikasi massa yang mengarah pada "efek pesan media massa", tetapi peneliti juga tidak menutup diri pada "efek media massa" itu sendiri. Awalnya peneliti terinspirasi pada tema besar "komunikasi politik", kemudian peneliti memfokuskan topik permasalahan pada efek pemberitaan yang berkaitan dengan komunikasi politik. Hal-hal yang diteliti berfokus pada efek atau pengaruh pemberitaan tersebut kepada khalayak pembaca di Palangka Raya. Sejatinya media lokal seperti Tabengan memiliki pengaruh terhadap khalayak pembacanya. Namun, apakah efek tersebut cukup kuat ataupun lemah tidak dapat dibuktikan secara empiris tanpa adanya penelitian ilmiah.

Peneliti juga memanfaatkan beberapa riset terdahulu seperti yang telah disebutkan sebelumnya sebagai bahan referensi melakukan penelitian. Adapun

penelitian yang juga sekaligus sebagai skripsi atau tugas akhir selama kuliah di FISIP UAJY ini menganalisa lebih lanjut efek pemberitaan kampanye ataupun pemberitaan di Harian Tabengan, sebelum dilaksanakan Pemilu Kepala Daerah. Peneliti melihat lebih lanjut apakah pemberitaan berdampak pada sikap para khalayak pembacanya yang juga berperan sebagai pemilih dalam ajang pemilu.

Dalam kajian studi efek komunikasi massa dan khalayak ini, penulis membatasi fokus penelitian pada "Studi Kuantitatif Mengenai Pengaruh Terpaan Berita Pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan terhadap Sikap PNS Palangka Raya". Penulis memilih PNS Palangka Raya sebagai populasi penelitian karena selain sebagai khalayak pembaca sekaligus pemilih dalam Pemilu Kepala Daerah pada 5 Juni 2010, mayoritas penduduk Palangka Raya bekerja pada sektor jasa, salah satunya sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS)⁵. Melalui penelitian berjudul "Efek Pemberitaan Pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah" ini, penulis berharap dapat mengetahui efek pemberitaan Harian Tabengan seputar pra pemilihan Kepala Daerah terhadap kalangan PNS Palangka Raya yang juga bisa menjadi salah satu faktor dalam menentukan pemimpin di daerah mereka.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian penulis adalah "bagaimana efek pemberitaan pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan terhadap sikap PNS Palangka Raya?".

⁵ Badan Pusat Statistik dan Bappeda Kota Palangka Raya. 2010. *Kota Palangka Raya Dalam Angka "2009"*. Palangka Raya: Pemerintah Kota Palangka Raya, hal: 72.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek pemberitaan pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan terhadap sikap PNS Palangka Raya.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan dengan masalah yang telah disebutkan sebelumnya. Adapun manfaat penelitian tersebut bersifat akademis maupun praktis.

F.1. Manfaat Akademis

F.1.1. Menambah perbendaharaan penelitian studi efek komunikasi massa dan khalayak pada Program Studi Ilmu Komunikasi UAJY, serta dapat digunakan sebagai bahan literatur untuk kalangan akademisi ataupun umum yang hendak melakukan penelitian serupa ataupun penelitian lebih mendalam.

F.1.2. Memberikan pengetahuan dalam mengukur efek pemberitaan media kepada sikap khalayak tertentu.

F.2. Manfaat Praktis

F.2.1. Mengetahui dan memahami keberadaan efek pemberitaan media yang disalurkan melalui media massa cetak lokal serta dampaknya terhadap sikap para khalayak pembaca tertentu.

G. Kerangka Teori

Dalam sebuah penelitian, teori merupakan unsur yang memiliki peranan terbesar. Teori adalah serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi, dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep.⁶ Berikut ini adalah teori-teori yang menjadi pedoman peneliti untuk menganalisis fenomena efek pesan atau pemberitaan media massa sebagai fokus perhatian peneliti.

G.1. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa terdiri dari dua istilah yang digabungkan menjadi satu rangkaian, yakni “efek” dan “komunikasi massa”. Adapun definisi efek adalah semua jenis perubahan yang terjadi dalam diri penerima, setelah menerima pesan dari suatu sumber. Perubahan tersebut meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku nyata.⁷ Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik).⁸ Apabila disimpulkan dengan memahami kedua pengertian tersebut, efek komunikasi massa ialah semua jenis perubahan, termasuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata, yang terjadi pada diri penerima, setelah

⁶ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, hal: 37.

⁷ Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo, hal: 39.

⁸ Deddy Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal: 75.

menggunakan dan menerima pesan dari media massa. Ini artinya, membicarakan efek komunikasi massa juga berarti membahas efek pesan (berupa pemberitaan) yang disalurkan oleh media massa.

Komunikasi massa mempunyai efek atau pengaruh adalah hal yang tidak terbantahkan lagi, terlebih erat kaitannya dengan media massa sebagai saluran pesan komunikasi massa tersebut. Berdasarkan batas pengelompokannya, Keith R. Stamm dan John E. Bowes membagi efek komunikasi massa menjadi dua bagian dasar⁹, yakni :

a. Efek Primer

Jika dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat terlepas dari media massa, artinya efek yang ditimbulkan nyata terjadi. Sedangkan di era modern yang kaya akan informasi dan teknologi ini, manusia tentu tidak dapat jauh dari keberadaan media massa. Efek primer terjadi apabila seseorang mengatakan telah terjadi proses komunikasi terhadap objek yang dilihatnya.¹⁰ Efek ini meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman.

b. Efek Sekunder

Efek sekunder ini secara singkat dan sederhana merupakan efek lanjut setelah terjadinya efek primer. Perilaku penerima pesan komunikasi massa (komunikan) yang ada di bawah kontrol langsung komunikator termasuk dalam efek sekunder.¹¹ Pengaruh tingkat kedua pada komunikasi massa ini akan terbentuk sebagai konsekuensi setelah komunikan diterpa efek primer komunikasi.

⁹ Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, hal: 206.

¹⁰ *Ibid.*, hal: 207.

¹¹ *Ibid.*

Efek sekunder ini meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan atau keyakinan), tingkat afektif (perubahan emosi/perasaan), serta tingkat behavioral (perubahan perilaku, seperti: menerima, memilih, dan menolak). Ketiga unsur perubahan ini merupakan komponen sikap yang akan diulas pada pembahasan teori berikutnya.

Sejalan waktu dan penelitian empiris yang dilakukan para ilmuwan terhadap efek komunikasi massa sejak tahun 1930-an, sejarah mencatat taksiran rentang waktu efek komunikasi massa dengan beragam versi. Ada tiga efek terkenal dalam riset komunikasi massa yang dijelaskan oleh Keith R. Stamm dan John E. Bowes. Jika diperhatikan, efek-efek tersebut diklasifikasikan berdasarkan rentang waktu sejarah pembentukannya, keterbatasan, dan kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak. Tiga efek tersebut adalah sebagai berikut.

a. Efek Tak Terbatas (Unlimited Effect)

Efek ini muncul pada tahun 1930-1950. *Unlimited effect* atau dikenal juga sebagai *all powerfull effect* pada komunikasi massa menjelaskan bahwa media massa mempunyai pengaruh yang besar saat menerpa *audience*. Efek tidak terbatas ini sangat cocok dengan konsep model peluru (*bullet*) atau disebut juga sebagai teori jarum hipodermik (*hypodermic needle*). Berdasarkan teori peluru ini, efek tak terbatas menggambarkan media massa ibarat peluru. Jika peluru itu ditembakkan ke sasaran, sasaran tidak akan bisa menghindar.¹²

Sama halnya dengan sebuah jarum suntik yang disuntikkan ke tubuh pasien. Khalayak diposisikan sebagai pasien yang tidak menyadari dan tak kuasa

¹² *Ibid.*, hal: 215.

menghindar masuknya obat yang disuntikkan, yaitu pesan komunikasi. Khalayak dianggap sebagai entitas pasif yang terbentuk akibat terpaan pesan media. Khalayak bersifat homogen dan akan bereaksi sama terhadap pesan media.¹³ Teori ini mengasumsikan bahwa ada hubungan yang langsung antara isi pesan dengan efek yang ditimbulkan, di mana penerima pesan tidak mempunyai sumber sosial dan psikologis untuk menolak upaya persuasif yang dilakukan media massa.¹⁴

b. Efek Terbatas (Limited Effect)

Efek terbatas akrab digunakan sejak tahun 1956 hingga 1970. Awalnya diperkenalkan oleh Joseph Klapper yang berpendapat bahwa media massa memiliki efek terbatas berdasarkan penelitiannya pada kasus kampanye publik, kampanye politik, dan percobaan pada desain pesan yang bersifat persuasif. Klapper menyimpulkan, “Ketika media menawarkan isi yang diberitakan ternyata hanya sedikit yang bisa mengubah pandangan dan perilaku *audience*”.¹⁵ Klapper juga membuktikan bahwa faktor psikologis dan sosial turut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa. Faktor-faktor tersebut di antaranya: proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok, dan keberadaan pemimpin opini. Terbentuknya efek terbatas juga terjadi karena rendahnya terpaan media massa dan perlawanan dari individu sebagai audiens komunikasi massa.

c. Efek Moderat (Not-so Limited Effect)

Tipe efek ini dikenal pada 1970 sampai dengan 1980-an. Zaman yang terus berubah dan perkembangan komunikasi massa semakin pesat diiringi peningkatan

¹³ Rachmat Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, hal: 205.

¹⁴ Nurudin, *op.cit.*, hal: 216.

¹⁵ *Ibid.*, hal: 220.

pendidikan masyarakat, efek komunikasi ikut berubah. Dua efek yang muncul sebelumnya dianggap terlalu “berat sebelah”, sehingga efek moderat sebagai koreksi dari kedua efek tersebut. Pada efek ini dijelaskan bahwa ada beberapa hal yang turut mempengaruhi proses penerimaan pesan seseorang. Misalnya *selective exposure*, yakni gejala kunci yang sering dikaitkan dengan model efek terbatas, tetapi bukti di lapangan justru sering bertolak belakang.¹⁶

Studi tentang pengaruh politik komunikasi massa belakangan ini menjadi tantangan langsung pada model efek terbatas. Debat antar calon pemimpin (konteks pada penelitian ini adalah gubernur) masa kini tetap memiliki dampak, tetapi referensi pemilih, serta latar belakang kehidupan sosial politik juga menentukan keputusan politik. Ada banyak variabel yang ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan. Artinya, efek dimiliki media massa, tetapi penerimaan efek itu juga dipengaruhi faktor lain, seperti tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan, dan sistem nilai yang dianut. Semakin tinggi tingkat pendidikan individu, semakin selektif untuk menerima pesan-pesan media massa.¹⁷ Kemunculan efek moderat membuktikan ada perubahan dari efek tak terbatas ke efek terbatas, efek terbatas ke efek moderat. Efek ini menjelaskan bahwa komunikasi massa mempunyai pengaruh, tetapi tidak terlalu besar.

Dari ketiga teori efek menurut versi Stamm dan Bowes seperti yang telah dijelaskan di atas, pendekatan dengan efek moderat menjadi perangkat utama penulis untuk melakukan penelitian. Konsep efek moderat merupakan kelahiran baru untuk mengkritisi teori efek terbatas. Peningkatan pendidikan dan

¹⁶ *Ibid.*, hal: 226.

¹⁷ *Ibid.*, hal: 227.

pengetahuan masyarakat, serta lingkungan sosial yang jauh berbeda dibandingkan era penelitian *unlimited* dan *limited effect* yang berjaya puluhan tahun silam, khalayak kini lebih selektif dalam menghadapi terpaan pesan-pesan media massa. Hal ini sesuai dengan pendekatan konsep efek moderat yang menyadari bahwa penggunaan media secara sadar memungkinkan seseorang untuk mengontrol atau meringankan efek media.

Seperti yang dipaparkan oleh Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, secara umum teori-teori efek mengandung skeptisisme dari para ahli behavioris awal terkait kemampuan seseorang untuk secara sadar mengontrol perilaku mereka untuk meraih atau menghindari efek media tertentu.¹⁸ Khalayak tidak lagi mudah dipengaruhi informasi, ataupun dengan serta-merta menolak pesan komunikasi massa. Adanya disonansi kognitif (informasi yang tidak konsisten dengan sikap seseorang yang sudah ada menimbulkan ketidaknyamanan psikologis) menyebabkan individu lebih kritis untuk membuat keputusan ataupun berusaha menjaga pengetahuannya konsisten searah dengan yang diinginkannya. Hal ini sesuai pendapat Festinger¹⁹, “Jika seseorang mengetahui banyak hal yang tidak sejalan satu sama lain, ia akan, dalam berbagai cara, mencoba membuatnya sejalan”. Secara kolektif, cara-cara mengatasi disonansi ini dikenal sebagai proses selektif.

Dalam teori efek moderat, proses selektif berfungsi sebagai penyaring yang kompleks dan sangat canggih untuk memisahkan data yang tidak berguna dan dengan cepat mengidentifikasi serta menandai pola data yang paling berguna.

¹⁸ Stanley J. Baran, dan Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan, Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika, hal: 309-310.

¹⁹ *Ibid.*, hal: 185.

Proses selektif ini dikuatkan juga oleh kesimpulan Klapper dalam bukunya “*The Effects of Mass Communication*”, bahwa “penguatan dapat ditingkatkan oleh kecenderungan dan proses yang terkait ekspos selektif, persepsi selektif, dan ingatan selektif”.²⁰ Ketiga bagian dalam proses selektif oleh Klapper ini turut menjadi faktor yang mempengaruhi terbentuknya efek moderat dan diuraikan lebih lanjut dalam penjelasan faktor-faktor yang mempengaruhi efek.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efek

Wujud efek bisa terjadi dalam tiga hal, yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (emosional dan perasaan), dan behavioral (perubahan perilaku). Ketiga wujud ini merupakan komponen pembentuk sikap individu. Media massa menyampaikan pesan, tetapi pesan tersebut tidak langsung mengenai individu. Proses pengaruh yang muncul melalui ketiga wujud efek harus melewati beberapa faktor yang turut mempengaruhi proses penerimaan pesan. Pesan akan melalui proses penyaringan atau penyeleksian: “dipikirkan”, “dipertimbangkan”, kemudian “memutuskan” apakah pesan media massa itu bisa diterima atau tidak oleh komunikan. Nurudin menguraikan faktor utama yang mempengaruhi proses terbentuknya efek menjadi dua kategori, yakni faktor individu dan faktor sosial.

Faktor individu cenderung dipengaruhi oleh pemikiran psikologi²¹, yaitu:

Selective attention adalah individu cenderung memperhatikan dan menerima terpaan pesan media massa yang sesuai dengan pendapat dan minatnya, serta menghindari pesan-pesan yang tak sesuai dengan pendapat dan minatnya tersebut. Kecenderungan menjauhkan diri dari pesan ini untuk mengantisipasi

²⁰ *Ibid.*

²¹ Nurudin, *op.cit.*, hal: 228.

timbulnya disonansi, oleh Klapper disebut juga sebagai ekspos selektif²². *Selective perception* (persepsi selektif) yaitu perubahan mental atau psikologis dari pesan sehingga maknanya sejalan dengan keyakinan dan sikap seseorang²³. Individu aktif mencari informasi yang mendorong dan memperkuat kecenderungan dirinya, berupa pendapat, sikap, atau keyakinan. *Selective retention* merupakan proses ketika seseorang cenderung untuk mengingat paling baik dan lama pesan yang konsisten dengan minat dan sikap yang sudah dimiliki sebelumnya²⁴. Dalam hal ini seseorang juga akan mengingat pesan yang sesuai kebutuhan dirinya. Motivasi dan pengetahuan juga menjadi faktor individu dalam menentukan apakah pesan diterima atau tidak. Faktor kepercayaan yaitu seseorang yang percaya bahwa memanfaatkan media massa, masyarakat akan menjadi cerdas sehingga akan mendudukan media massa sebagai satu-satunya faktor yang ikut mempengaruhi sikap dan perilaku.

Pendapat menjadi faktor individu di mana opini pribadi akan mempengaruhi keyakinan seseorang dalam proses penerimaan pesan. Terlebih lagi jika opini pribadi dipengaruhi oleh pendapat di luar dirinya juga akan semakin memperkuat atau memperlemah pendapat pribadinya. Nilai dan kebutuhan adalah sistem nilai yang dianut seseorang serta tingkat kebutuhannya akan turut mempengaruhi apakah pesan dapat diterima atau tidak. Pembujukan yaitu faktor di mana seseorang menerima atau terpengaruh pesan-pesan media massa sangat bergantung pada pengaruh yang dilakukan orang lain. Artinya,

²² Stanley J. Baran, dan Dennis K. Davis, *loc.cit.*

²³ *Ibid.*, hal:187.

²⁴ *Ibid.*, hal:186.

pembujukan yang dilakukan orang lain berpengaruh terhadap proses penerimaan pesan media massa. Faktor kepribadian seseorang juga akan ikut membentuk proses penerimaan pesan. Contohnya adalah orang yang tidak suka serius akan menolak berita-berita politik karena baginya informasi tersebut membosankan. Faktor penyesuaian diri yakni orang yang cepat menyesuaikan diri akan mudah terkena terpaan media massa. Pesan-pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh individu yang dapat menerima hal-hal baru.

Faktor sosial lebih cenderung melihat individu dalam kerangka yang lebih luas, yakni sebagai gejala sosial²⁵. Hal ini berdasarkan kajian sosiologi yang memandang bagaimana individu berhubungan dengan orang lain dan menjadi faktor yang mempengaruhi proses terbentuknya efek. Beberapa hal yang diperhatikan faktor sosial dalam proses penerimaan pesan sebagai berikut.

Umur dan jenis kelamin menjadi faktor yang menentukan lingkungan sosial lembaga seseorang. Individu akan ikut bergabung pada kelompok mana dan yang sesuai dengan usia serta jenis kelaminnya. Konteks kelompok yaitu organisasi tempat individu bergabung akan mempengaruhi proses penerimaan pesan dan bagaimana pesan itu menentukan perilaku seseorang. Faktor tingkat pendidikan yang berbeda akan menentukan proses penerimaan pesan. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi minat seseorang terhadap ketertarikannya dengan sebuah berita. Faktor pekerjaan dan pendapatan turut menentukan koran apa yang dijadikan bacaan setiap hari. Semakin rendah pendapatan, semakin selektif dan terbatas pengonsumsi seseorang terhadap koran. Media massa yang dikonsumsi

²⁵ Nurudin, *op.cit.*, hal: 234-235.

akhirnya membentuk efek pada diri seseorang. Faktor agama menentukan dan mendorong motivasi untuk memanfaatkan pesan media massa. Agama dan sistem kepercayaan nilai yang diyakini juga akan mempengaruhi lingkungan sosial seseorang hingga berdampak pada proses penerimaan pesan. Misalnya organisasi keagamaan yang diikuti. Faktor tempat tinggal adalah faktor penentu efek yang terjadi karena perbedaan pola konsumsi media massa.

Indikator-indikator dalam faktor individu dan sosial di atas secara spesifik memberikan celah pemikiran untuk menguraikan hal-hal apa saja yang mempengaruhi terbentuknya efek. Keseluruh indikator tersebut diasumsikan dapat menjelaskan proses bagaimana seseorang diterpa media sehingga berdampak pada pembentukan sikapnya, serta menjelaskan bagaimana efek moderat terjadi. Terlebih dalam pengonsumsian informasi, seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis dalam dirinya serta lingkungan sosial untuk menentukan media apa yang menjadi sumber informasinya.

Dalam riset ini, peneliti ingin melihat faktor proses selektif, pendapat, pembujukan, konteks kelompok, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan, serta agama dalam mempengaruhi terbentuknya efek. Pada penelitian ini tidak mudah menilai kepribadian dan sifat penyesuaian diri sejumlah sampel atau populasi karena untuk mengetahui kedua hal tersebut, peneliti harus melakukan pendekatan personal dan memerlukan waktu lama. Faktor tempat tinggal tidak menjadi salah satu fokus utama peneliti karena dalam riset ini telah ditentukan tempat penelitian adalah di Palangka Raya di mana populasi penelitian bermukim.

G.2. Teori Sikap

Sikap oleh Gordon Allport didefinisikan sebagai kesiapan mental dan sistem saraf yang diorganisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respon-respon seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait²⁶. Lain halnya dengan opini Krech, Crutchfield, dan Ballachey yang menyatakan sikap ialah “sistem yang selalu ada mengenai evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan pro dan kontra dalam kaitannya dengan objek sosial”²⁷. Media massa tidak mengubah sikap secara langsung sebagai tendensi dan rangkuman evaluasi individu terhadap sesuatu yang diamatinya. Telah disinggung sebelumnya bahwa sikap disusun oleh tiga komponen pembentuk. Komponen-komponen ini juga merupakan wujud efek yang ditimbulkan pesan media massa. Ketiga komponen itu sebagai berikut.

a. Kognitif

Komponen sikap ini berupa keyakinan terhadap sebuah objek²⁸. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi²⁹. Pemahaman ini serupa dengan tulisan Sears, Freedman, dan Peplau, bahwa “komponen kognitif terdiri dari

²⁶ Werner J. Severin, dan James W. Tankard, Jr. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa, Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana, hal: 179.

²⁷ David Krech, Richard S. Crutchfield, dan Egerton L. Ballachey. 1996. *Sikap Sosial (Judul asli: Social Attitudes)*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta, hal: 6.

²⁸ Werner J. Severin, dan James W. Tankard, Jr., *op.cit.*, hal: 177.

²⁹ Jalaluddin Rakhmat. 2007. *Psikologi Komunikasi, Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal: 219.

seluruh kognisi yang dimiliki seseorang mengenai objek sikap tertentu – fakta, pengetahuan, dan keyakinan tentang objek”³⁰.

Pembentukan unsur kognitif pada individu juga erat kaitannya dengan pembentukan dan perubahan citra. Citra merupakan gambaran realitas yang memiliki makna, seperti yang diungkapkan oleh Roberts bahwa citra menunjukkan keseluruhan informasi tentang dunia ini yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan individu³¹. Dan Nimmo menyatakan “citra adalah segala sesuatu yang telah dipelajari seseorang, yang relevan dengan situasi dan dengan tindakan yang bisa terjadi di dalamnya”³². Lebih spesifik lagi Nimmo menambahkan, citra merupakan kecenderungan yang tersusun dari pikiran, perasaan, dan kesudian. Citra akan berubah seiring perubahan pengalaman.

Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, seperti melalui media massa. Informasi tersebut memuat hal-hal berupa benda, orang, atau tempat yang tidak dialami secara langsung, baik tentang lingkungan sosial dan politik. Realitas yang ditampilkan media, seperti surat kabar, adalah realitas yang sudah diseleksi melalui proses *gatekeeping*. Jadi, informasi yang diperoleh individu dari media massa akan membentuk maupun mempertahankan atau “menggoyahkan” citra yang sudah dimiliki tentang lingkungan sosial dan politik berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media massa tersebut. Kemudian citra juga yang akhirnya akan mempengaruhi terbentuknya efek kognitif pada seseorang.

³⁰ David O. Sears, Jonathan L. Freedman, dan L. Anne Peplau. 1985. *Social Psychology, Fifth Edition (Psikologi Sosial, Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga, hal: 138.

³¹ Jalaluddin Rakhmat, *op.cit.*, hal: 223.

³² Dan Nimmo. 2000. *Komunikasi Politik : Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal: 4.

b. Afektif

Afektif merupakan komponen sikap yang berisi perasaan atau emosional, kesukaan ataupun ketidaksukaan, terhadap objek. Seperti diungkapkan oleh Krech, Crutchfield, dan Ballachey, komponen perasaan dalam sikap berkenaan dengan emosi yang berkaitan dengan objek tersebut. Beban emosional tersebut yang memberikan watak tertentu terhadap sikap, yaitu watak mantap, tergerak, dan termotivasi³³. Efek afektif sebagai perwujudan pengaruh pesan media massa timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak³⁴. Efek ini juga berhubungan dengan nilai-nilai.

Afektif berkaitan erat dengan komponen kognitif. Menurut Asch semua sikap bersumber pada organisasi kognitif³⁵. Asch menyimpulkan bahwa tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitifnya. Respon-respon kognitif menjadi mediator pembentukan efek afektif, seperti citra dalam struktur kognitif. Media massa membentuk atau mengubah dulu citra, dan citra yang mendasari terbentuknya sikap tertentu, dalam hal ini efek afektif. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa adalah suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

³³ Krech, Crutchfield, dan Ballachey, *op.cit.*, hal: 8.

³⁴ Jalaluddin Rakhmat, *op.cit.*, hal: 219.

³⁵ *Ibid.*, hal: 233.

c. Behavioral

Komponen behavioral berupa perilaku atau tindakan terhadap objek, baik sengaja atau tidak disengaja. Jalaluddin menguraikan bahwa efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku³⁶. Sears dan kawan-kawan dalam bukunya “Social Psychology” lebih akrab dengan istilah komponen perilaku. Mereka menerangkan komponen ini terdiri dari kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan untuk bertindak terhadap objek³⁷. Pada konteks komunikasi massa dapat dikatakan bahwa media cetak, seperti buku, majalah dan surat kabar dapat mengajarkan kepada pembacanya berbagai keterampilan melalui pesan-pesan yang diberikannya. Sama halnya dengan struktur terbentuknya efek afektif, perilaku juga merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Seseorang mampu memiliki keterampilan tertentu apabila terdapat jalinan positif antara stimuli yang diamati (pesan media massa) dan karakteristik diri individu.

Perilaku atau tindakan terbentuk setelah mempelajari sesuatu melalui proses pengamatan. Setiap saat manusia menyaksikan beragam peristiwa yang dapat diteladaninya. Namun, tidak semua peristiwa itu diperhatikan. Stimuli yang dapat dijadikan teladan diperhatikan karena sifat-sifatnya dan karakteristik individu yang menangkap stimuli tersebut. Biasanya hal-hal yang menarik perhatian seseorang adalah tampak menonjol dan sederhana, terjadi berulang-ulang, dan menimbulkan perasaan positif pada pengamatnya. Artinya, individu tersebut mendapatkan kepuasan psikologis. Seseorang juga akan terdorong

³⁶ *Ibid.*, hal: 219.

³⁷ Sears, Freedman, dan Peplau, *loc.cit.*

melakukan perilaku bila melihat orang lain berbuat dan mendapatkan ganjaran yang membuat pengamat merasa tertarik.

Namun, adakalanya perilaku tidak selalu sesuai dengan kognisi dan afeksi seseorang. Hal ini seperti ungkapan Sears dan kawan-kawan yang sedikit menyeronong dari penjelasan tersebut. Seseorang mengetahui bahwa objek sikapnya buruk dan ia tidak menyukai objek tersebut. Namun, ia tetap berperilaku searah dengan objek sikapnya. Sears dan kawan-kawan mengatakan, banyak penelitian dalam psikologi sosial menyatakan bahwa perilaku nyata sering tidak sesuai dengan sikap, dan nampaknya orang hidup cukup nyaman dengan ketidaksesuaian itu. Contoh banyak perokok percaya merokok itu tidak baik untuk kesehatan dan banyak yang tidak menyukai rasa nikotin. Namun, sulit bagi mereka untuk lepas dari kebiasaan itu. Perilaku merokok mereka tidak dikendalikan oleh kognisi dan penilaian negatif tentang merokok³⁸. Walaupun demikian, Sears dan kawan-kawan masih sependapat jika seseorang dalam keadaan terdesak atau dalam tekanan, maka hubungan antara komponen kognitif dan afektif di satu pihak, dan perilaku nyata di lain pihak, dapat berlangsung searah. Faktor-faktor yang menjadi penentu seseorang untuk bertindak adalah faktor personal, karakteristik demografis, kebutuhan, suasana emosional, nilai, dan pengalaman masa lalu.

Berdasarkan uraian teori-teori di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi massa menimbulkan efek atau pengaruh tertentu kepada khalayak. Efek komunikasi massa terdiri dua bagian dasar, yaitu efek primer (terpaan, perhatian, dan pemahaman) dan efek sekunder (sikap: kognitif, afektif, behavioral/perilaku).

³⁸ *Ibid.*, hal: 141.

Kesimpulan dari sikap para komunikan atau khalayak membentuk suatu efek tertentu yang mencerminkan efek tak terbatas, efek terbatas, atau efek moderat. Hal ini tergantung bagaimana khalayak menyikapi pesan komunikasi massa yang diterimanya. Pada penelitian ini penulis mengutamakan teori efek moderat untuk menganalisa data, tanpa mengabaikan teori efek lainnya. Dalam prosesnya, sikap sebagai perwujudan efek harus melewati faktor-faktor individu dan sosial. Namun, dalam penelitian ini diperlukan perangkat lain untuk mengukur dan menganalisa efek atau pengaruh pesan komunikasi massa tersebut. Perangkat itu ialah teori terpaan media.

G.3. Terpaan Media (*Media Exposure*)

Terpaan media merupakan salah satu bentuk *audience research* (riset khalayak). Seperti yang dijelaskan Endang Sari, *audience research* adalah upaya untuk mencari data tentang khalayak sebagai pengguna media massa³⁹. *Media exposure* (terpaan media) berusaha mencari data *audience* tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan (*longevity*)⁴⁰. Sedangkan Shore mengoperasionalkan terpaan media sebagai kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut⁴¹. Selain itu, dalam riset terpaan media terdapat hubungan antara khalayak dengan isi media yang berkaitan dengan perhatian. Kenneth E. Andersen mendefinisikan perhatian atau

³⁹ Endang S. Sari. 1993. *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset, hal: 28.

⁴⁰ *Ibid.*, hal: 29.

⁴¹ Larry Shore. 1985. *Mass Media For Development And Examination of Access, Exposure and Impact*. New York: Praeger, hal: 26.

atensi sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah⁴².

Dari pemahaman oleh para ahli tentang terpaan media tersebut, peneliti mencari data dan mengukurnya berdasarkan pada frekuensi, intensitas (durasi atau kedalaman membaca berita), dan atensi atau perhatian (ketertarikan) PNS Palangka Raya sebagai pembaca berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah. Sedangkan indikator jenis media sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, yaitu media cetak lokal Surat Kabar Harian Tabengan. Erdinaya Ardiyanto menjelaskan frekuensi penggunaan media diukur dengan mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali (hari) seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali (minggu) seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan), serta berapa kali (bulan) seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan). Durasi penggunaan media dapat dilihat dari berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program. Sedangkan atensi (perhatian) dinilai dari ketertarikan pembaca pada berita yang disampaikan media⁴³.

H. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang digunakan peneliti untuk menggambarkan fenomena alami secara abstrak. Kerlinger menyebut konsep sebagai abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus⁴⁴.

⁴² Jalaluddin Rakhmat, *op.cit.*, hal: 52.

⁴³ Erdinaya Ardiyanto. 2005. *Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal: 164.

⁴⁴ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 17.

Sofian Effendi mendefinisikan konsep sebagai abstraksi suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok, atau individu tertentu.⁴⁵ Jadi, menjelaskan konsep berarti menguraikan sejumlah ciri atau standar umum suatu objek. Peranan kerangka konsep penting karena menghubungkan teori atau kerangka pemikiran dan dunia observasi, antara abstraksi dan realitas.

Konsep besar dalam penelitian ini adalah efek (pengaruh) yang ditimbulkan oleh pesan media massa Harian Tabengan seputar pemberitaan pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 terhadap sikap PNS Palangka Raya. Selanjutnya peneliti ingin melihat fenomena efek pemberitaan terhadap khalayak PNS Palangka Raya tersebut, apakah tergolong dalam kriteria efek komunikasi massa yang sifat kekuatannya tak terbatas, terbatas, atau moderat. Untuk membuktikan hal ini, peneliti memanfaatkan konsep terpaan media sebagai indikator pengukuran proses terbentuknya sikap PNS Palangka Raya. Hubungan antara terpaan berita pra Pemilihan Kepala Daerah dan sikap PNS Palangka Raya dengan memperhatikan faktor individu dan sosial sebagai faktor pengontrol hubungan kedua variabel tersebut.

H.1. Terpaan Berita Pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan

Kegiatan melihat, membaca, dan menaruh perhatian pada berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan termasuk terpaan media. Dalam penelitian ini, terpaan media berkaitan

⁴⁵ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *op.cit.*, hal: 34.

dengan frekuensi, intensitas (durasi atau kedalaman), dan atensi atau perhatian (ketertarikan) dari khalayak pembaca, yaitu PNS Palangka Raya, pada surat kabar Harian Tabengan. Berknaan dengan hal tersebut, pengukuran penelitian terletak pada pengaruh terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah terhadap sikap PNS Palangka Raya. Frekuensi, intensitas, dan atensi membaca Harian Tabengan menjadi dimensi dari variabel pengaruh terpaan pemberitaan terhadap sikap PNS Palangka Raya.

H.2. Sikap PNS Palangka Raya

Pegawai Negeri Sipil (PNS) Palangka Raya yang membaca dan menaruh perhatian pada pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan menanggapi pemberitaan itu dengan sikap tertentu. Sikap PNS Palangka Raya merupakan tendensi dan rangkuman evaluasi individu terhadap obyek pengamatannya, yaitu berita. Sikap terdiri dari tiga komponen pembentuk, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral. Ketiga komponen ini adalah perwujudan dari efek pesan komunikasi massa.

Sikap ditunjukkan dengan cara-cara tertentu yang sifatnya pro (positif) atau kontra (negatif) terhadap yang diberitakan. Komponen kognitif PNS Palangka Raya sebagai pembaca berkaitan dengan kognisi (pengetahuan), keyakinan, citra, dan pemahaman atas dasar informasi yang berhubungan dengan obyek pengamatan. Komponen afektif PNS Palangka Raya ialah perasaan atau emosionalnya dalam menanggapi obyek. Pembaca bisa merasa suka atau tidak suka, menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap berita yang dibacanya atau yang diberitakan.

Komponen behavioral PNS Palangka Raya berkaitan dengan perilaku atau tindakan terhadap obyek, baik sengaja ataupun tidak disengaja. Kecenderungan bertindak bisa mengarah pada perilaku positif, seperti memuji, mendukung, mengikuti, atau setuju terhadap yang diberitakan oleh berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah; atau perilaku negatif, seperti menghina, menolak, tidak mengikuti, atau tidak setuju terhadap yang diberitakan oleh berita tersebut. PNS Palangka Raya akan mengikuti atau tidak mengikuti Pemilu Kepala Daerah; memilih atau tidak memilih kandidat yang diberitakan. Sikap PNS Palangka Raya sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan.

H.3. Faktor Individu dan Sosial

Terbentuknya efek moderat juga karena peranan faktor individu dan sosial yang mempengaruhi proses terwujudnya efek itu. Pada penelitian ini diasumsikan bahwa di antara hubungan variabel terpaan berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan dan variabel sikap PNS Palangka Raya terdapat variabel faktor individu dan sosial yang berfungsi sebagai perantara yang mengontrol kedua variabel tersebut. Peneliti ingin melihat faktor pendapat, pembujukan, konteks kelompok, tingkat pendidikan, dan agama sebagai dimensi yang mempengaruhi hubungan dua variabel tersebut. Faktor individu dan sosial yang terdiri dari kelima dimensi ini sebagai variabel kontrol antara hubungan variabel pengaruh dan variabel terpengaruh.

I. Hipotesis

Dalam penelitian perlu adanya perumusan hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Secara teknis, hipotesis berisi pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Sedangkan, secara statistik, hipotesis merupakan pernyataan mengenai keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sampel.⁴⁶ Dalam rangkaian langkah penelitian, hipotesis menjadi rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang didapatkan dari penelaahan kepustakaan dan sebagai jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Pada penelitian ini hipotesis disusun hanya untuk melihat hubungan terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah di Harian Tabengan terhadap sikap PNS Palangka Raya. Berdasarkan penjabaran konsep di atas, peneliti menarik hipotesis sebagai berikut.

I.1. Hipotesis Nol (H_0) adalah hipotesis yang menjelaskan ‘tidak adanya perbedaan’ antara parameter dengan statistik atau tidak adanya hubungan antara variabel satu dengan lainnya⁴⁷. H_0 dalam penelitian ini:

“Tidak terdapat efek terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan terhadap sikap PNS Palangka Raya”.

⁴⁶ Sumadi Suryabrata. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal: 69.

⁴⁷ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 33-34.

I.2. Hipotesis alternatif (H_a) adalah alternatif dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif mempunyai sifat berlawanan dengan hipotesis nol⁴⁸. H_a dalam penelitian ini:

“Terdapat efek terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan terhadap sikap PNS Palangka Raya”.

Kemudian peneliti juga menyusun sebuah hipotesis lagi untuk menjelaskan hubungan variabel terpaan pemberitaan dan variabel sikap PNS Palangka Raya yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel faktor individu dan sosial sebagai variabel kontrol. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam definisi konseptual, faktor individu dan sosial sebagai perantara yang memoderasi dan berpotensi mempengaruhi hubungan antara variabel X dan Y. Hipotesis ini disusun berdasarkan konsep penelitian yang ingin melihat fungsi faktor-faktor tertentu dalam membentuk konsep efek moderat. Hipotesis tersebut dirumuskan sebagai berikut.

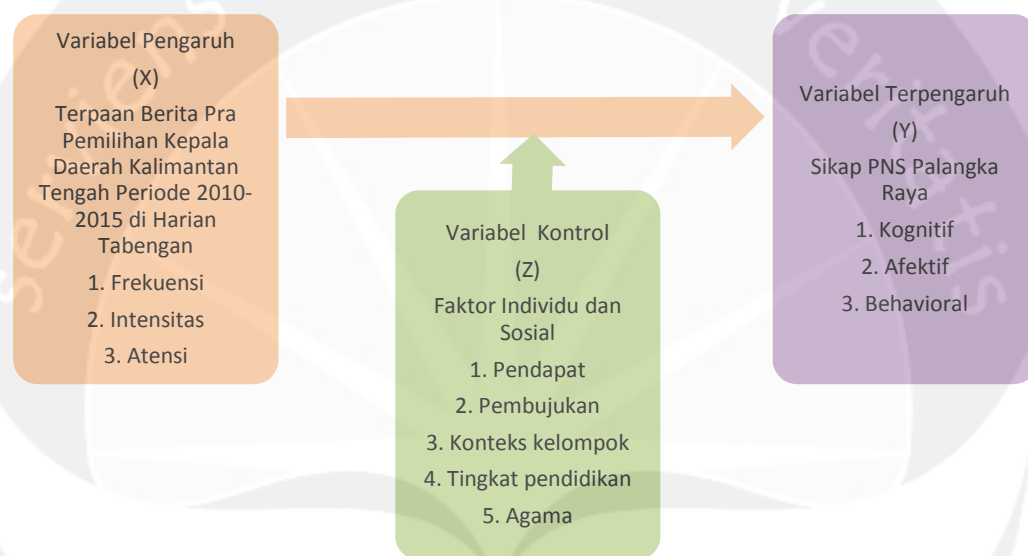
“Terdapat hubungan antara terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan dengan sikap PNS Palangka Raya, di mana faktor individu dan sosial sebagai pengontrol yang mempengaruhi hubungan tersebut”.

J. Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep dalam bentuk konkret yang akan diobservasi pada unit amatan. Robert Mayer dan Greenwood menjelaskan suatu variabel adalah

⁴⁸ *Ibid.*, hal: 34.

konsep tingkat rendah yang acuan-acuannya secara relatif mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah diklasifikasi, diurut atau diukur. Jadi, variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk. Variabel berfungsi sebagai penghubung antara dunia teoritis dengan dunia empiris.⁴⁹ Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



GAMBAR 1. Hubungan Antar Variabel Penelitian

Gambar hubungan antar kedua variabel di atas dijelaskan sebagai berikut.

- Variabel pengaruh atau dikenal juga sebagai variabel bebas (*independent variable*) diberi simbol X, adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya⁵⁰. Variabel pengaruh dalam penelitian ini ialah terpaan berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan. Variabel bebas yang terdiri dari dimensi frekuensi, intensitas, dan atensi ini mempengaruhi variabel terikat (Y).

⁴⁹ *Ibid.*, hal: 20.

⁵⁰ *Ibid.*, hal: 21.

- b. Variabel terpengaruh atau disebut juga variabel terikat/tergantung/tak bebas (*dependent variable*) diberi simbol Y, yakni variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya⁵¹. Variabel Y yang dipengaruhi variabel terpaan berita (X) pada penelitian ini adalah sikap PNS Palangka Raya. Dimensi dari variabel terpengaruh ini yakni komponen pembentuk sikap: kognitif, afektif, dan behavioral.
- c. Variabel kontrol diberi simbol Z, adalah untuk membatasi variabel pengaruh atau mengeliminasi faktor pengaruh yang tak diinginkan⁵². Variabel Z yang terletak di antara variabel X dan Y mengontrol hubungan kedua variabel tersebut. Variabel kontrol ini dilihat dari dimensi pendapat, pembujukan, konteks kelompok, tingkat pendidikan, dan agama.

K. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur. Variabel adalah sesuatu yang nilainya berubah-ubah atau berbeda-beda, biasanya diberi simbol huruf “X” atau “Y”. Dalam hal ini nilai karakteristik dari suatu elemen yang berbentuk angka atau kuantitatif.⁵³ Pada penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu X, Y, dan Z. Variabel X mempengaruhi variabel Y dan hubungan kedua variabel dikontrol oleh variabel Z. Cara mengukur ketiga variabel tersebut diterjemahkan dalam definisi operasional sebagai berikut.

K.1. Terpaan Berita Pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan (Variabel X)

⁵¹ *Ibid.*

⁵² *Ibid.*, hal: 23.

⁵³ Supranto. 1992. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Rineka Cipta, hal: 8.

Variabel terpaan berita (X) berupa frekuensi, intensitas, dan atensi dari PNS Palangka Raya sebagai pembaca dalam merespon suatu berita.

- 1) Frekuensi PNS Palangka Raya membaca Harian Tabengan berupa tingkat keseringan membaca Harian Tabengan. Pertanyaan menggunakan Skala Ordinal yaitu berdasarkan urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya. Namun jarak antar jenjang tidak sama⁵⁴. Berapa kali (hari) dalam seminggu (1; 2; 3; 4; atau ≥ 5 hari) dan berapa kali dalam sehari PNS Palangka Raya membaca Harian Tabengan. Pertanyaan kedua ini diukur dengan pertimbangan peneliti terhadap kegiatan harian, yaitu : sebelum berangkat ke kantor; saat bekerja di kantor; saat menikmati jam istirahat kerja; dan setelah pulang bekerja.
- 2) Intensitas PNS Palangka Raya membaca berita seputar pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan. Pengukuran intensitas berupa pertanyaan Skala Ordinal, yaitu kedalaman PNS Palangka Raya membaca berita tersebut pada Harian Tabengan. Apakah setiap membaca berita tersebut PNS hanya membaca judulnya saja; tidak membaca hingga selesai; hanya membaca beberapa judul berita atau tidak membaca hingga selesai dan beberapa berita lagi ada yang dibaca sampai selesai; atau selalu membaca hingga selesai.
- 3) Atensi PNS Palangka Raya terhadap berita seputar pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan. Pengukuran berdasarkan ketertarikan PNS Palangka Raya terhadap berita

⁵⁴ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 133.

tersebut. Apakah PNS Palangka Raya : sangat tertarik; tertarik; tidak tertarik; atau sangat tidak tertarik pada berita seputar pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan.

K.2. Sikap PNS Palangka Raya (Variabel Y)

Variabel sikap PNS Palangka Raya (Y) terdiri dari tiga komponen pembentuk, yakni kognitif, afektif, dan behavioral. Ketiga komponen ini memperlihatkan sikap PNS Palangka Raya bersifat pro (positif) atau kontra (negatif) terhadap obyek pengamatan yang diberitakan Harian Tabengan seputar pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015.

1) Kognitif

- a. Keyakinan PNS Palangka Raya terhadap Harian Tabengan sebagai salah satu sumber informasi yang terpercaya.
- b. Keyakinan PNS Palangka Raya terhadap Harian Tabengan sebagai salah satu sumber informasi yang dapat mencerdaskan masyarakat.
- c. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang nama keempat calon Gubernur dan Wakil Gubernur peserta Pemilu Kepala Daerah (Kada) Kalimantan Tengah Periode 2010-2015.
- d. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang persiapan pengamanan Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 oleh Kapolda Kalteng.
- e. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang sosialisasi pelaksanaan Pemilu Kada Kalimantan Tengah oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kalteng, bahwa yang dilakukan pada kertas suara adalah “mencoblos” bukan “mencontreng”.

- f. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang tanggal pelaksanaan Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015, yaitu 5 Juni 2010.
- g. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang kebijakan Pemprov Kalteng bahwa pada hari Pemilu Kada 5 Juni 2010 PNS di seluruh wilayah Kalteng diliburkan agar dapat memberikan hak suaranya.
- h. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang jumlah pemilih dalam Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Palangka Raya.
- i. Pengetahuan PNS Palangka Raya bahwa hak pilih masyarakat dilindungi Undang-Undang.
- j. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang kelebihan surat suara untuk Pemilu Kada Kalimantan Tengah.
- k. Keyakinan PNS Palangka Raya terhadap citra para kandidat calon Gubernur dan Wakil Gubernur Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 yang diberitakan Harian Tabengan.
- l. Pengetahuan PNS Palangka Raya tentang jadwal dan rute kampanye para kandidat calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang diberitakan Harian Tabengan.
- m. Pengetahuan PNS Palangka Raya bahwa dalam kampanye peserta Pemilu Kada tidak diperbolehkan membawa anak kecil.
- n. Keyakinan PNS Palangka Raya terhadap visi dan misi, serta kemampuan keempat calon Gubernur dan Wakil Gubernur.
- o. Keyakinan PNS Palangka Raya akan kemenangan salah satu pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang sering diberitakan Harian Tabengan.

2) Afektif

- a. Perasaan puas PNS Palangka Raya terhadap pemberitaan pra Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan.
- b. Perasaan suka PNS Palangka Raya kepada pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang sering diberitakan Harian Tabengan.
- c. Perasaan suka PNS Palangka Raya kepada visi dan misi, serta kemampuan keempat pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur.
- d. Perasaan puas PNS Palangka Raya terhadap sosialisasi Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 yang dilakukan KPU.
- e. Perasaan puas terhadap pengungkapan fakta profil keluarga Achmad Amur yang dinilai mampu mencoreng nama dan menurunkan citra Amur sebagai peserta calon gubernur.
- f. Perasaan tidak suka PNS Palangka Raya terhadap Achmad Amur setelah pengungkapan fakta profilnya yang dinilai negatif.
- g. Perasaan puas PNS Palangka Raya terhadap Kapolda Kalteng dalam melakukan persiapan pengamanan Pemilu Kada.
- h. Perasaan kagum PNS Palangka Raya pada Teras Narang dan Achmad Diran sebagai pasangan peserta Pemilu Kada Kalimantan Tengah.
- i. Perasaan tidak sabar PNS Palangka Raya untuk segera melaksanakan Pemilu Kada.
- j. Perasaan tidak sabar PNS Palangka Raya untuk mengetahui pasangan yang akan menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Kalimantan Tengah Periode 2010-2015.

3) Behavioral

- a. PNS Palangka Raya selalu mengikuti perkembangan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan.
- b. PNS Palangka Raya mengikuti jadwal kegiatan dan rute kampanye yang diberitakan Harian Tabengan.
- c. PNS Palangka Raya memuji pasangan kandidat calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang sering diberitakan Harian Tabengan.
- d. PNS Palangka Raya mendukung pelaksanaan Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015.
- e. PNS Palangka Raya mengikuti Pemilu Kada Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 pada 5 Juni 2010.
- f. PNS Palangka Raya tidak bekerja pada 5 Juni 2010.
- g. PNS Palangka Raya memilih pasangan kandidat calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang sering diberitakan Harian Tabengan.
- h. Aksi PNS Palangka Raya mengajak orang lain untuk memilih pasangan kandidat calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang sering diberitakan Harian Tabengan.
- i. PNS Palangka Raya “mencoblos” kertas suara dalam Pemilu Kada Kalimantan Tengah, bukan “mencontreng”.

Pertanyaan dimensi kognitif dan behavioral diukur dengan Skala Guttman, yaitu digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas (tegas), dan konsisten⁵⁵. Hal ini

⁵⁵ *Ibid.*, hal: 136.

sesuai dengan uraian Mueller bahwa keunikan skala yang diperkenalkan oleh Louis Guttman terletak pada tekanan ekstrim pada unidimensionalitas⁵⁶. Berdasarkan pemahaman tersebut, kognitif dan behavioral PNS Palangka Raya diukur dengan jenis jawaban “Ya” – “Tidak”. Jawaban “Ya” nilainya 1 dan “Tidak” nilainya 0.

Pengukuran dimensi afektif menggunakan Skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu obyek sikap⁵⁷. Mueller menjelaskan, mengukur sikap seseorang adalah mencoba untuk menempatkan posisinya pada suatu kontinum afektif berkisar dari “sangat positif” hingga “sangat negatif” terhadap obyek sikap. Dalam teknik penskalaan Likert kuantifikasi ini dilakukan dengan mencatat (tally) penguatan respon dan untuk pernyataan kepercayaan positif dan negatif tentang obyek sikap⁵⁸.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti akan memberikan daftar pernyataan yang harus dijawab responden dengan menentukan pilihannya pada pernyataan “Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS)”. Bobot (*score*) masing-masing jawaban pernyataan adalah “SS” mendapat skor 4; “S” mendapat skor 3; “TS” mendapat skor 2; dan “STS” mendapat skor 1. Peneliti tidak menggunakan pilihan pernyataan netral atau ragu-ragu untuk menghindari makna ganda atau tidak jelas dari responden. Jawaban yang sifatnya netral akan menghilangkan data yang diperlukan peneliti dalam riset.

K.3. Faktor Individu dan Sosial (Variabel Z)

⁵⁶ Daniel J. Mueller. 1992. *Mengukur Sikap Sosial: Pegangan untuk Peneliti dan Praktisi*. Jakarta: Bumi Aksara, hal: 55.

⁵⁷ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 134.

⁵⁸ Daniel J. Mueller, *op.cit.*, hal:11.

Variabel faktor individu dan sosial (Z) sebagai variabel kontrol di antara hubungan variabel X dan Y terdiri dari dimensi pendapat, pembujukan, konteks kelompok, tingkat pendidikan, dan agama.

1) Pendapat

- a. Apakah PNS Palangka Raya dipengaruhi pendapat orang lain saat membaca Tabengan.
- b. Apakah pendapat orang lain mempengaruhi pilihan PNS Palangka Raya dalam Pemilu Kepala Daerah Kal-Teng.

2) Pembujukan

- a. Apakah PNS Palangka Raya dibujuk orang lain untuk membaca Tabengan.
- b. Apakah PNS Palangka Raya dibujuk orang lain untuk memilih pasangan tertentu dalam menentukan Kepala Daerah Kal-Teng.

3) Konteks kelompok

- a. Apakah PNS Palangka Raya tergabung dalam kelompok atau organisasi tertentu.
- b. Apakah kelompok atau organisasi mempengaruhi PNS Palangka Raya dalam menentukan Kepala Daerah Kal-Teng.

4) Tingkat Pendidikan

Dimensi ini diukur berdasarkan pendidikan terakhir PNS Palangka Raya.

5) Agama

- a. Apakah agama PNS Palangka Raya mempengaruhi ketertarikannya untuk membaca Tabengan.

- b. Apakah agama PNS Palangka Raya mempengaruhi keputusan dalam menentukan Kepala Daerah Kal-Teng.

Dimensi pendapat, pembujukan, konteks kelompok, dan agama diukur dengan Skala Guttman berdasarkan jawaban “Ya”–“Tidak”. Jawaban “Ya” nilainya 1 dan “Tidak” nilainya 0.

L. Metodologi Penelitian

L.1. Tipe Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian survai, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok⁵⁹. Tipe penelitian berupa penelitian penjelasan *explanatory research*, yakni penelitian penjelasan menyorot hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya, disebut juga penelitian pengujian hipotesa atau *testing research*.⁶⁰ Dalam menguji Hipotesis Nol dan Alternatif, peneliti menjelaskan hubungan antara variabel terpaan berita dan sikap PNS Palangka Raya dengan menggunakan metode analisa data yang telah ditentukan. Kemudian dalam menguji hipotesis tambahan, peneliti menerangkan hubungan variabel terpaan berita dan sikap PNS Palangka Raya, di mana terdapat faktor individu dan sosial yang dimasukkan sebagai faktor kontrol yang mempengaruhi hubungan tersebut.

L.2. Jenis Penelitian

⁵⁹ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *op.cit.*, hal: 3.

⁶⁰ *Ibid.*, hal: 5.

Jenis penelitian yang melatarbelakangi karya ilmiah penulis ini adalah penelitian kuantitatif yang berdasarkan pada pendekatan positivisme (objektif). Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan⁶¹. Dalam aplikasinya, periset membatasi konsep atau variabel yang diteliti dengan mengarahkan penelitian dalam *setting* terkontrol, sistematis, serta terstruktur dalam desain riset. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data-data yang diperoleh dari responden secara tertulis dalam kuesioner. Penelitian ini menekankan analisa dari data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika⁶².

L.3. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitiannya adalah di Kota Palangka Raya, Ibukota Propinsi Kalimantan Tengah di mana Surat Kabar Harian Tabengan terbit.

L.4. Populasi dan Sampel

Populasi ialah kumpulan yang lengkap dari elemen-elemen yang sejenis akan tetapi dapat dibedakan karena karakteristiknya, sedangkan sampel atau dapat dikatakan juga sebagai contoh, adalah sebagian dari populasi. Elemen-elemen anggota sampel merupakan anggota populasi dari mana sampel diambil. Kalau $N =$ banyaknya elemen populasi, $n =$ banyaknya elemen sampel, maka $n < N$ artinya nilai n lebih kecil dari N .⁶³ Populasi dan sampel yang dipilih penulis pada penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil Palangka Raya (PNS Daerah Tingkat II).

⁶¹ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 57.

⁶² Saiffudin Azwar.1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal: 5.

⁶³ Supranto, *op.cit.*, hal: 8-9.

L.4.1. Populasi

Dari jumlah penduduk Kota Palangka Raya sebesar 220.223 jiwa⁶⁴, mayoritas berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Berdasarkan data KPU Propinsi Kalimantan Tengah, pemilih tetap Kota Palangka Raya Pemilu Gubernur Periode 2010-2015 berjumlah 162.052 orang dan di antara para pemilih tersebut adalah para PNS Palangka Raya. Hal tersebut yang menjadi alasan penulis untuk memilih PNS Palangka Raya sebagai populasi penelitian ini.

Berdasarkan rekapitulasi data Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kota Palangka Raya per 15 Oktober 2010 oleh Badan Kepegawaian, Pendidikan, dan Pelatihan Pemkot Palangka Raya, jumlah PNS adalah 6.561 orang dan tersebar ke 40 instansi (daftar nama-nama instansi dapat dilihat pada lampiran). Sejumlah instansi tersebut terdiri dari 4 Sekretariat, 1 Inspektorat Kota, 7 Badan, 15 Dinas, 3 Kantor, 5 Kecamatan, dan 5 Lembaga Pendidikan (TK, SD, SLTP, SLTA, SLB). PNS yang bekerja di tiap instansi tidak sama jumlahnya antara instansi satu dengan lainnya. Berdasarkan data-data tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah PNS Pemkot Palangka Raya sebesar 6.561 orang.

L.4.2. Sampel

Sampel adalah contoh, monster, representasi, atau wakil dari satu populasi yang cukup besar jumlahnya. Tujuan penelitian dengan mengambil sampel adalah untuk memperoleh keterangan mengenai obyeknya, dengan jalan hanya mengamati sebagian saja dari populasi⁶⁵. Sampel ini diharapkan dapat

⁶⁴ <http://www.bps.go.id/>, diakses pada 1 Juli 2011 pada pukul 20.30 WIB.

⁶⁵ Kartini Kartono. 1983. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Alumni Offset, hal: 115.

memberikan gambaran dari sifat populasi yang diteliti. Selain berprofesi sebagai PNS di Pemerintah Kota Palangka Raya, syarat responden sebagai sampel pada penelitian ini adalah pernah membaca berita seputar pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan. Hal ini untuk mendapatkan sampel dan data yang akurat berdasarkan topik penelitian. Jumlah populasi pada penelitian ini cukup besar, yaitu 6.561 orang PNS. Dengan menggunakan Rumus Taro Yamane, maka dapat ditentukan jumlah sampel sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

d : nilai presisi untuk mengukur kesalahan standar dari estimasi yang dilakukan

Berdasarkan jumlah populasi (N) sebanyak 6.561 orang, dengan presisi (d) 10% atau 0,1 pada tingkat kepercayaan 90% (0,9), maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{6.561}{6.561 (0,1^2) + 1} = \frac{6.561}{66,61} = 98,49$$

Jumlah sampel (n) sebesar 98,49 dibulatkan menjadi 99. Namun, atas dasar pertimbangan peneliti berdasarkan acuan pendapat Fraenkel dan Wallen besarnya sampel minimum adalah 100 orang, maka responden yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 100 orang PNS Palangka Raya.

Teknik Penarikan Sampel

Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* (sampel nonprobabilitas), yaitu sampel tidak melalui teknik random (acak). Semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh peneliti⁶⁶. Teknik yang dipakai untuk menarik sampel ialah *sampling kuota* (*quota sampling*), yakni teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan peneliti. Dalam teknik ini, peneliti menentukan jumlah tertentu untuk setiap strata (kuota), lalu menentukan siapa saja orang-orang yang memenuhi kriteria sampai jumlah yang ditentukan terpenuhi⁶⁷.

Ida Bagoes Mantra dan Kasto menjelaskan cara pengambilan sampel seperti ini dengan memilih subgrup dari populasi sedemikian rupa sehingga sampel yang dipilih mempunyai sifat yang sesuai dengan sifat-sifat populasi⁶⁸. Alasan peneliti menggunakan teknik *non random sampling* ini karena penelitian melibatkan banyak elemen (ribuan orang) dalam populasi yang tergabung dalam subgrup (instansi) yang berbeda-beda. Berdasarkan pertimbangan peneliti agar penelitian ini dapat meminimalkan pengeluaran biaya, waktu, dan tenaga, dari 40 instansi (daftar nama-nama instansi dapat dilihat pada lampiran) dipilih 5 instansi dengan perbandingan proporsi yang sama. Kriteria penentuan kelima instansi adalah instansi yang berlangganan Harian Tabengan semenjak koran tersebut

⁶⁶ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 154.

⁶⁷ *Ibid.*, hal: 155.

⁶⁸ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *op.cit.*, hal: 169.

terbit atau minimal sudah berlangganan pada saat pemberitaan pra Pemilihan Kepala Daerah Kal-Teng Periode 2010-2015. Penentuan kriteria ini oleh peneliti dengan alasan bahwa jika instansi tersebut berlangganan Harian Tabengan, maka ada peluang besar bagi PNS Palangka Raya yang bekerja pada instansi tersebut untuk membaca Harian Tabengan.

Tiap instansi terdiri atas 20 responden sebagai sampel sehingga diperoleh keseluruhan sampel berdasarkan ukuran yang ditentukan yaitu 100 orang. Pembagian kelima instansi dan jumlah responden tiap strata (subgrup) tersebut sesuai dengan penjelasan dalam buku Kriyantono dan Singarimbun seperti yang telah disebutkan di atas. Kelima instansi juga dapat mewakili sifat populasi PNS Palangka Raya. Berdasarkan peninjauan peneliti untuk memenuhi kriteria instansi yang diinginkan, kelima instansi yang memenuhi syarat tersebut adalah Sekretariat Daerah Kota; Sekretariat DPRD; Bappeda Kota; Badan Pemberdayaan Masyarakat (BPM); dan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi.

Rancangan Kegiatan di Lokasi Penelitian

Dalam aplikasinya, tidak mudah menemui 100 orang PNS yang sibuk bekerja serta dari instansi yang berbeda-beda. Setelah mendapat izin atau persetujuan penelitian dari Kepala Dinas/Badan/Instansi yang bersangkutan, peneliti bekerja sama dan melakukan koordinasi dengan instansi tersebut (misalnya dengan Kepala Dinas atau Kepala Sub Bagian Kepegawaian instansi bersangkutan), sebelum dilaksanakannya pembagian kuesioner kepada sampel. Upaya ini dilakukan untuk menjaga situasi dan keadaan yang kondusif agar aktifitas para PNS yang bekerja tidak terganggu.

L.5. Sumber Data

Pada riset peneliti menggunakan sumber data sebagai salah satu bagian vital penyusunan skripsi ini. Berdasarkan sumbernya, data terbagi menjadi data primer dan data sekunder.

L.5.1. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.⁶⁹ Dalam penelitian penulis memperoleh data langsung dari responden atau subyek riset dengan menggunakan kuesioner yang telah disusun terlebih dulu. Kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa khawatir bila responden menjawab tidak sesuai dengan kenyataan dalam mengisi daftar pertanyaan⁷⁰.

L.5.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua atau sumber sekunder.⁷¹ Penulis memperoleh data sekunder dari data-data yang dapat menunjang penelitian dan juga melengkapi data primer, terutama untuk melengkapi data tentang Pegawai Negeri Sipil (PNS) Palangka Raya, data geografis lokasi penelitian, serta profil Harian Tabengan. Data sekunder ini juga didapatkan dengan observasi ke lokasi penelitian dan pemanfaatan sumber lain seperti perpustakaan dan media internet.

⁶⁹ Rachmat Kriyantono, *op.cit.*, hal: 41.

⁷⁰ *Ibid.*, hal: 93.

⁷¹ *Ibid.*, hal: 42.

L.6. Teknik Pengukuran

Dalam penelitian kuantitatif *explanatory research* diperlukan teknik pengukuran guna mengetahui nilai-nilai variabel yang dioperasionalkan dalam bentuk daftar pertanyaan kuesioner. Pada riset ini penentuan nilai menggunakan skala interval karena tiap pernyataan yang berskala interval mempunyai jenjang (jarak) dengan bobot tertentu. Jenjang tertinggi adalah pernyataan yang searah atau mendukung hipotesa dan jenjang terendah merupakan pernyataan yang berlawanan dengan hipotesa (tidak mendukung). Berdasarkan jumlah pernyataan untuk tiap variabel, nilai-nilai yang diperoleh dijumlah lalu diklasifikasikan dalam tiga kategori alternatif: tinggi, sedang, dan rendah pada variabel terpaan berita pra Pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan (X); dan kategori: baik, cukup baik, serta kurang baik pada variabel sikap PNS Palangka Raya (Y). Sedangkan untuk variabel kontrol faktor individu dan sosial (Z) terdiri dari kategori: tinggi, sedang, dan rendah.

Penilaian menggunakan skala interval, untuk mengetahui intervalnya maka digunakan rumus sebagai berikut⁷².

$$\text{Interval} = \frac{\text{jumlah skor tertinggi} - \text{jumlah skor terendah}}{\text{banyaknya alternatif jawaban (jumlah kelas)}}$$

L.7. Validitas Instrumen

Sebelum menganalisa data, perlu dilakukan pengujian validitas. Validitas merupakan tingkat kemampuan instrumen untuk mengungkapkan suatu yang

⁷² Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, hal: 27.

menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut⁷³. Djamaludin Ancok mengungkapkan, validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur⁷⁴. Validitas data ini berkaitan dengan prosedur yang dipakai pada analisa data. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment*. Uji signifikansi adalah membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka butir pertanyaan dapat dikatakan valid.

L.8. Reliabilitas Instrumen

Selain melakukan uji validitas, dalam penelitian ini juga perlu dilakukan pengujian reliabilitas terhadap instrumen. Reliabilitas oleh Djamaludin Ancok diartikan sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan⁷⁵. Bila suatu alat pengukur dipakai berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh konsisten, maka alat pengukur tersebut dikatakan reliabel. Jadi, reliabilitas membuktikan konsistensi alat pengukur yang dipakai untuk mengukur gejala yang sama.

Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan peneliti dengan memakai rumus *Cronbach Alpha*. Penghitungan uji reliabilitas menggunakan program SPSS 17.0 for Windows. Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat bersifat reliabel atau tidak. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *alpha* hitung lebih besar dari nilai 0,60.⁷⁶

⁷³ Sutrisno Hadi. 1991. *Metodologi Penelitian (Jilid 2)*. Yogyakarta: Andy Offset, hal: 1.

⁷⁴ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *op.cit.*, hal: 124.

⁷⁵ *Ibid.*, hal: 140.

⁷⁶ Bambang Setiaji. 2004. *Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, hal: 48.

L.9. Metode Analisa Data

L.9.1. Analisis Korelasi *Product Moment*

Teknik korelasi *Product Moment* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel jika data kedua variabel berbentuk internal atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai ± 1 menunjukkan pengaruh yang kuat. Besar kecilnya angka korelasi menentukan kuat atau lemahnya hubungan antar variabel⁷⁷. Adapun analisis yang digunakan adalah teknik Korelasi Pearson. Kriteria besarnya nilai korelasi berdasarkan acuan pendapat Young, yaitu:⁷⁸

- < 0,2 : baik positif maupun negatif, hubungan dapat diabaikan.
- 0,2-0,4 : baik positif maupun negatif, menunjukkan derajat hubungan yang rendah atau lemah.
- 0,4-0,7 : baik positif maupun negatif, menunjukkan derajat hubungan yang substansial atau cukup.
- 0,7-1,0 : baik positif maupun negatif, menunjukkan derajat hubungan yang tinggi atau kuat.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan uji signifikansi berdasarkan perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel atau dengan uji signifikansi alpha 5%. Kriteria pengujian :⁷⁹

⁷⁷ Jonathan Sarwono. 2005. *Riset Pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi, hal: 118.

⁷⁸ C. Trihendradi. 2009. *7 Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI, hal 197-198.

⁷⁹ Duwi Priyatno. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI, hal: 113.

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka ada hubungan antara terpaan berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan dan sikap PNS Palangka Raya.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka tidak ada hubungan antara terpaan berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan dan sikap PNS Palangka Raya.

Rumus sederhana yang dipakai untuk menghitung koefisien korelasi⁸⁰, yakni:

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

Keterangan :

- r_{xy} : nilai korelasi antara X dan Y
- X : variabel bebas/pengaruh (Terpaan berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan)
- Y : variabel terikat/terpengaruh (Sikap PNS Palangka Raya)
- N : banyaknya sampel

L.9.2. Regresi Linier Sederhana

Sugiyono menjelaskan, regresi linier sederhana merupakan hubungan dari suatu variabel X terhadap variabel Y yang didasarkan dengan hubungan fungsional atau kausal⁸¹. Rumusnya adalah :

⁸⁰ Sugiyono, *op.cit.*, hal: 213.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Sikap PNS Palangka Raya

a : Konstanta

X : Terpaan berita pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah
Periode 2010-2015 di Harian Tabengan

b : Fungsi dari Koefisien Regresi

Pengujian signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dilakukan dengan uji statistik t. Pengujian dengan Uji t dilakukan supaya mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau probabilitas t hitung (sig t) dengan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$) dan 2 sisi.

Ketentuan kriteria pengujian yang digunakan pada Uji t adalah :

1. Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas tidak mempengaruhi secara signifikan variabel terikat, atau variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat.
2. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas mempengaruhi secara signifikan variabel terikat atau variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat.

Selanjutnya untuk mengetahui sejauh mana distribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R^2).

⁸¹ *Ibid.*, hal: 243-245.

Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin besar pula pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

L.9.3. Korelasi Parsial

Korelasi parsial (*partial correlation*) adalah hubungan antara dua variabel yang dalam hal ini variabel lain yang dianggap mempengaruhi (sebagai variabel kontrol) akan dikeluarkan. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Apabila nilai semakin mendekati 1 atau -1, maka hubungan semakin erat; jika mendekati 0, maka hubungan semakin lemah⁸². Analisa data dengan menggunakan rumus korelasi parsial ini akan memanfaatkan olah data dengan bantuan program *SPSS 17.0 for Windows*.

Pengujian signifikansi juga dilakukan kembali terhadap nilai korelasi antara variabel X dan Y, di mana variabel kontrol Z mempengaruhi korelasi kedua variabel tersebut. Pengujian signifikansi ini untuk membuktikan apakah hipotesis dapat diterima atau tidak. Adapun hipotesisnya adalah :

“Terdapat hubungan antara terpaan pemberitaan pra pemilihan Kepala Daerah Kalimantan Tengah Periode 2010-2015 di Harian Tabengan dengan sikap PNS Palangka Raya, di mana faktor individu dan sosial sebagai pengontrol yang mempengaruhi hubungan tersebut”.

Pengambilan keputusan dengan melakukan uji signifikansi, yaitu membandingkan nilai signifikansi korelasi X dan Y yang dikontrol Z dengan tingkat signifikansi alpha 0,05 (5%). Kriteria pengujian adalah:

Jika signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak.

⁸² Duwi Priyatno, *op.cit.*, hal: 122.

Jika signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima.

