

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

FPI merupakan sebuah organisasi yang cukup dikenal oleh berbagai pihak di Indonesia karena sering menimbulkan kontroversi dari setiap aksi-aksi “penertiban” (*sweeping*) yang seringkali berujung pada kekerasan. Aksi-aksi tersebut tentu saja tidak luput dari “mata” media massa sehingga FPI sering menjadi berita di berbagai media massa di Indonesia. Masyarakat Indonesia lebih mengenal organisasi yang lahir pada tanggal 17 Agustus 1998 tersebut sebagai organisasi massa islam bergaris keras (<http://fpi.or.id/?p=tentangfpi&mid=1>). Hal tersebut dapat dilihat dari tujuan besar mereka yaitu menegakkan hukum islam di negara sekuler.

FPI lebih sering mendapatkan penolakan dari berbagai lapisan masyarakat Indonesia daripada dukungan-dukungan terhadap aksi-aksi ekstrimnya. Tidak sedikit kelompok masyarakat yang menginginkan pembubaran organisasi tersebut. Aksi-aksi yang dilakukan oleh FPI pada tahun 2010 antara lain FPI membubarkan Pelatihan Hak Asasi Manusia (HAM) untuk komunitas waria di Hotel Bumi Wiyata, Depok, pada bulan Mei 2010. FPI Membubarkan acara yang diduga berhaluan komunis setelah tiga anggota DPR berkunjung ke Ponpes Al Qadiri Banyuwangi pada bulan Juni 2010. FPI mendatangi tempat penyelenggaraan Q Film Festival pada bulan september 2010. FPI diduga menyerang jemaat HKBP pada bulan Agustus 2010. Masih banyak aksi-aksi yang

dilakukan oleh FPI pada tahun-tahun sebelumnya dimana aksi tersebut tetap mengundang kontroversi dan penolakan terhadap mereka hingga saat ini.

Media Massa memiliki peran penting dalam pembentukan *image* suatu subjek atau objek yang dijadikan “sasaran” dalam pemberitaan yang mereka lakukan. Sesuai dengan prinsip “*bad news is a good news*”, FPI merupakan sasaran empuk media massa. Pemberitaan yang dilakukan berbagai media massa (cetak dan elektronik) mengenai FPI akan mempengaruhi (baik secara langsung maupun tidak langsung) audiens terhadap *image* FPI. Pada tahun 2010 FPI sering menjadi *headline* dalam pemberitaan di berbagai media massa. Dengan aksi ekstrimnya FPI maju memberantas apa yang mereka anggap maksiat. Aksi yang lebih sering berujung pada kekerasan tersebut pada akhirnya membuat *image* FPI menjadi buruk di mata masyarakat Indonesia, ditambah lagi dengan “bumbu-bumbu penyedap” dari masing-masing media. Pada akhirnya aksi kemanusiaan yang dilakukan FPI akan menjadi teredam serta tidak dilihat oleh sebagian besar kelompok masyarakat di Indonesia.

Sesungguhnya FPI tidak melulu melakukan aksi-aksi “penertiban” yang berujung kekerasan saja. Saat Indonesia dirundung bencana seperti Merapi, Mentawai, dan Wasior, FPI tidak tinggal diam. Pada situs resminya FPI menyatakan telah mengirimkan para relawan untuk membantu korban bencana alam. Namun hal tersebut memang tidak mendapat perhatian terlalu besar dari media massa dibanding saat FPI melakukan aksi-aksi ekstrim seperti yang disebutkan diatas.

“FPI Korban Pemberitaan”. Kalimat tersebut merupakan sebuah judul pada salah satu blog yang ditemukan pada *search engine google* ketika penulis mengetikkan kata kunci “FPI” (<http://hukum.kompasiana.com/2010/09/20/fpi-korban-pemberitaan/> ). Hal ini menggelitik pikiran penulis, apakah betul FPI sesungguhnya adalah korban pemberitaan? Bagaimana tanggapan masyarakat? Apakah pemberitaan tersebut mempengaruhi masyarakat Indonesia?

Pengaruh terpaan berita di media massa terhadap suatu kelompok masyarakat di Indonesia menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian tentang pengaruh terpaan berita atau media ini bukan pertama kalinya dilakukan. Beberapa mahasiswa FISIP UAJY pernah melakukan penelitian serupa dengan topik berbeda seperti skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Pencalonan Indonesia Sebagai Tuan Rumah Piala Dunia 2022 di Tabloid Bola Terhadap Sikap Pembaca” milik Andika Gesta Aji, mahasiswa FISIP UAJY angkatan 2005 . Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa suatu berita pada sebuah media dapat memberi pengaruh terhadap sikap pembaca (Aji, 2010: 121). Selain itu ada pula skripsi lain dengan judul “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Ledakan Gas Elpiji terhadap Sikap Khalayak” milik Dina Aktrissita Santoso, mahasiswi FISIP UAJY angkatan 2006, dimana hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa ada pengaruh terpaan pemberitaan ledakan gas elpiji terhadap sikap khalayak (Santoso, 2011: 113). Penelitian lain yang berhubungan dengan terpaan media ialah skripsi milik Nurul Efrina Siregar, mahasiswi FISIP UAJY angkatan 2007 dengan judul skripsi “Pengaruh Terpaan Media tentang Pemberitaan Kiamat 2012 terhadap Sikap Warga Kauman Yogyakarta. Hampir sama dengan penelitian milik Andika dan

Dina, hasil yang didapat dari penelitian tersebut yaitu ada pengaruh terpaan media terhadap subjek penelitian (Siregar, 2011: 108). Dari ketiga penelitian tersebut, peneliti ingin mencoba meneliti sekali lagi melalui topik berita yang berbeda untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh terpaan berita pada media media massa terhadap sikap audiens atau pembaca. Penelitian-penelitian sebelumnya merupakan referensi bagi penelitian ini sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

Pada penelitian ini penulis memilih pemberitaan tentang FPI sebagai bahan penelitian. Penulis ingin melihat, mengetahui dan mendapatkan bukti valid (seperti penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya) apakah benar bahwa pemberitaan FPI yang dilakukan oleh media massa memberikan pengaruh begitu besar terhadap sikap masyarakat Indonesia kepada organisasi tersebut. Pada penelitian ini penulis memilih mahasiswa FISIP sebagai objek penelitian karena penulis beranggapan bahwa seorang mahasiswa merupakan individu yang memiliki pemikiran dan pandangan lebih luas karena faktor pendidikan yang didapatkan. Penulis percaya bahwa mahasiswa FISIP adalah mahasiswa kritis dan teliti serta tidak begitu saja menerima secara mentah-mentah berbagai informasi (dalam hal ini tentang FPI) yang diberikan melalui berbagai media. Oleh karena itulah peneliti ingin mengetahui apakah berita FPI di media massa memberikan pengaruh terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY (yang dipercaya kritis dan tidak mudah percaya pada berita media massa) kepada organisasi tersebut. Penelitian ini penting untuk diteliti lebih lanjut karena melalui penelitian ini siapapun yang tertarik terhadap pengaruh terpaan berita di suatu media massa mendapatkan

kontribusi informasi bahkan bisa melanjutkan penelitian kearah yang lebih spesifik.

## **B. Rumusan Masalah**

Apakah ada pengaruh pemberitaan FPI di media massa terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY kepada organisasi FPI?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh pemberitaan FPI di media massa terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY kepada organisasi FPI.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **D.1 Teoritis**

Memberikan sumbangan untuk pengembangan Ilmu Komunikasi dan referensi bagi penelitian berikutnya, terutama dalam meneliti pengaruh terpaan media massa terhadap sikap masyarakat.

### **D.2 Praktis**

- Penelitian ini berguna bagi media massa untuk memperbaiki berita-berita yang disampaikan kepada masyarakat agar tetap menjaga fungsi dan perannya sebagai media penyampai informasi.
- Penelitian ini juga dapat berguna bagi responden untuk menambah pemahaman terhadap efek media massa sehingga mampu menentukan sikap atas efek tersebut.

## **E. Kerangka Teori**

### **E.1 Komunikasi dalam Media Massa**

Kata komunikasi (*Communication*) berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang berarti “sama”. kata lain selain *communis* yaitu *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama”. Namun istilah yang paling sering digunakan dalam istilah asal usul komunikasi adalah *communis* yang merupakan dasar dari istilah-istilah latin lain yang mirip. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005: 4).

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung dengan lisan maupun secara tidak langsung melalui media (Effendy, 1986 : 6). Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan kegiatan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik secara verbal maupun non verbal serta dilakukan untuk tujuan-tujuan tertentu.

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 di berbagai tempat yang berbeda. Proses komunikasi dalam media massa tidak hanya efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas akan tetapi juga dapat mempengaruhi orang lain untuk berubah sikap terhadap objek informasi.

## **E.2 Efek Komunikasi Massa**

Hal yang penting dalam suatu proses komunikasi adalah dampak atau efek apa yang mampu ditimbulkan dari pesan yang disampaikan. Suatu proses komunikasi dikatakan efektif apabila menghasilkan efek-efek tertentu seperti yang diharapkan oleh pelaku komunikasi. Komunikasi massa dapat menghasilkan efek tertentu jika melalui proses komunikasi yang benar, sesuai dengan pengertian komunikasi massa itu sendiri. Menurut Onong Uchjana Effendy efek yang dapat ditimbulkan pada komunikasi massa dapat dibagi menurut kadarnya, antara lain (Effendy, 1986 : 8) :

### **a. Efek Kognitif**

Efek kognitif yaitu efek yang menyebabkan seseorang menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Pada tahap ini media massa ingin melakukan perubahan pada pemikiran, pemahaman, dan pengetahuan kepada khalayak atau audiens.

### **b. Efek Afektif**

Efek afektif memiliki dampak yang lebih tinggi dibanding efek kognitif. Pada tahap afektif, komunikator (dalam hal ini media massa) tidak hanya ingin mempengaruhi sikap khalayak hanya sebatas pada pemikiran, pemahaman, dan

pengetahuan saja melainkan lebih kepada usaha untuk memunculkan perasaan tertentu khalayak seperti perasaan marah, suka, kagum, benci, dan lain-lain.

c. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan efek komunikasi massa yang menimbulkan pengaruh sikap dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Pada tahap ini, media massa ingin mempengaruhi sikap khalayak dengan melakukan suatu tindakan atas informasi yang telah diberikan oleh media massa tersebut. Efek behavioral merupakan pencapaian tertinggi dalam proses menimbulkan dampak atau efek pada suatu penyampaian pesan.

Ketiga klasifikasi efek komunikasi massa yang disampaikan oleh Onong Uchjana Effendy tersebut merupakan pengetahuan dasar dalam penelitian ini. Dengan begitu dapat diketahui bahwa proses komunikasi massa mampu menghasilkan klasifikasi efek. Hal ini akan menjadi pengetahuan dasar untuk mencapai tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari pemberitaan media massa (dalam hal ini tentang FPI) terhadap sikap khalayak terhadap objek pemberitaan tersebut (dalam hal ini mahasiswa FISIP UAJY kepada organisasi FPI).

### **E.3 Teori Efek Terbatas**

Teori efek dalam komunikasi massa dikenal sejak tahun 1930. Ada tiga teori efek dalam komunikasi massa yakni teori efek tak terbatas, teori efek terbatas, dan teori efek moderat. Dalam teori efek tak terbatas dikatakan bahwa media massa ibarat peluru. Jika peluru tersebut ditembakkan ke khalayak maka mereka tidak bisa menghindar sehingga informasi yang disampaikan oleh media



massa akan langsung diterima oleh khalayak tanpa mempertimbangkan hal lain. Pernyataan tersebut tentu sangat berlawanan dengan teori efek terbatas yang merupakan teori utama dalam pengujian penelitian ini. Pada dasarnya teori efek terbatas ingin mengatakan bahwa media tidak memiliki kekuatan yang besar seperti yang dikatakan oleh teori efek tak terbatas. Dengan kata lain, media memiliki efek yang minim karena ketika sebuah informasi disampaikan oleh media kemudian berefek pada audiens, efek tersebut dikurangi beragam variabel antara. Berbeda dengan teori efek tak terbatas, level pengukuran teori efek terbatas hanya sebatas pada level kognitif seseorang. Joseph Klapper, seorang pencetus teori efek terbatas, menyimpulkan bahwa media memiliki efek terbatas dalam mempengaruhi masyarakat. Adapun beberapa faktor utama yang mempengaruhi efek komunikasi massa. Faktor-faktor ini turut membantu menentukan besar tidaknya efek yang ditimbulkan oleh media massa. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor sosial dan faktor individu. Faktor sosial merupakan faktor dimana individu memiliki kelompok sosial tertentu yang dapat mempengaruhi individu dalam menerima pesan media massa. Kelompok-kelompok tersebut pada akhirnya akan berusaha memberikan kesamaan dalam memandang norma, nilai, dan cara bersikap kepada anggotanya. Beberapa bagian yang dikategorikan kedalam faktor sosial antara lain umur dan jenis kelamin, pendidikan dan latihan, pekerjaan dan pendapatan, agama, dan tempat tinggal. Sedangkan pada faktor individu, disebutkan adanya *selective attention*, *selective perception*, *selective retention*, dan *persuability*. Teori efek terbatas memiliki perbedaan tipis dengan teori efek moderat. Teori efek moderat merupakan

penggabungan antara teori efek tak terbatas dengan teori efek terbatas. Pada teori efek moderat, dikatakan bahwa efek media massa sangat sedikit namun audiens tetap menerima pesan tersebut, meskipun tindakan selanjutnya tidak serta merta berasal dari informasi yang disampaikan oleh media massa. Hal yang membedakan antara teori efek terbatas dengan efek moderat terletak pada level efek masing-masing. Dikatakan sebelumnya bahwa teori efek terbatas mengarah pada level kognitif, maka teori efek moderat dapat dikatakan mengarah pada level yang lebih tinggi dibanding level kognitif (Nurudin, 2007: 220-237).

Lazarsfeld, salah seorang ahli metodologi, juga memiliki kesimpulan yang kurang lebih sama dengan kesimpulan milik Joseph Klapper. Ia menyimpulkan bahwa media jarang mempengaruhi audiens secara langsung. Ketika informasi dilemparkan kepada audiens, mereka akan menerima namun tidak semata-mata akan mengubah sikap mereka kepada objek informasi tersebut. Lazarsfeld percaya bahwa masyarakat tidak terisolasi oleh satu sama lain sehingga mereka akan melakukan diskusi dan berusaha mencari temuan baru yang berhubungan dengan informasi tersebut melalui orang lain (Baran, 2009: 177-178).

Setidaknya ada banyak pendapat yang dikemukakan oleh para ahli mengenai teori efek terbatas. Penjelasan teori efek terbatas tersebut membantu penelitian ini. Peneliti ingin melihat lebih jauh apakah berita FPI yang disampaikan oleh media massa dari periode waktu tertentu memberikan pengaruh yang begitu besar terhadap sikap subyek penelitian atau bahkan hanya efek minim yang diberikan oleh media massa, seperti yang dikatakan dalam teori efek terbatas tersebut.

#### **E.4 Terpaan Media**

Media massa memiliki kekuatan dan peranan penting dalam pembentukan opini publik atas suatu isu atau informasi. Kekuatan dan peranan penting tersebut mampu mempengaruhi sikap audiens dan dapat membawa dampak positif maupun negatif. Di era globalisasi dan teknologi yang semakin canggih ini khalayak semakin membutuhkan informasi dari berbagai media massa sehingga konsumsi akan media massa pun menjadi semakin bertambah. Konsumsi yang semakin tinggi akan media massa ini akan membuat khalayak “terhipnotis” oleh terpaan pesan yang terdapat dalam informasi yang disampaikan oleh media massa tersebut. Keadaan inilah yang disebut terpaan media (Effendy, 1993: 178). Larry Shore dalam bukunya, *Mass Media For Development And Examination of Access, Exposure and Impact*, mengatakan bahwa terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut (Shore, 1985: 26). Ahli teori komunikasi lain mengatakan bahwa terpaan media merupakan penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan (Erdinaya, 2005: 164). Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa terpaan media merupakan kegiatan menggunakan media massa dan menjadi terlibat didalamnya, baik hanya terlibat pada sebatas emosi atau bahkan terlibat lebih dalam.

Secara teknis terpaan media dioperasionalkan sebagai penggunaan media yang didasarkan pada frekuensi dan durasi pengguna. Menurut Rosengren penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai

media, jenis media, dan hubungan antara individu yang mengkonsumsi konten media dengan konten media itu sendiri atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat, 1985: 66). Sedangkan Sari dalam bukunya yang berjudul *Audience Research* mengoperasionalkan terpaan media sebagai pencarian data audiens mengenai penggunaan media melalui jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Sari, 1993: 29).

Mengacu pada penelitian dan pendapat yang disampaikan oleh para ahli diatas, peneliti akan mengukur terpaan media berdasarkan frekuensi, durasi, dan atensi audiens terhadap konsumsi mereka akan berita FPI.

#### **E.5 Berita**

Definisi berita menurut Mitchel V. Charnel dalam buku *Reporting* edisi III (Muda, 2003: 21-22) adalah:

*“Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang mewakili daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas.”*

Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa 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. Secara lebih rinci, nilai berita atau *news values* menurut Ashadi Siregar terdiri dari berbagai aspek yaitu (Siregar, 1998: 27-28):

- a. *Significance* (penting), kejadian yang dapat mempengaruhi dan memberikan akibat terhadap masyarakat.

- b. *Magnitude* (besar), kejadian yang menyangkut angka-angka yang dapat menarik dan memberi arti bagi kehidupan banyak orang.
- c. *Timeliness* (waktu), kejadian yang menyangkut hal-hal baru (*fresh*) yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.
- d. *Proximity* (kedekatan), kejadian yang dekat bagi pembaca, baik secara geografis maupun emosional.
- e. *Prominence* (tenar), menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca, seperti benda, orang, atau tempat.
- f. *Human Interest* (manusiawi), kejadian yang mampu menyentuh perasaan pembaca. Bisa saja menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.
- g. *Conflictual*, yaitu kejadian yang melibatkan pihak yang sedang berkonflik atau bahkan kejadian yang diberitakan tersebut merupakan konflik.

Selain memiliki *news values*, berita juga dibagi menjadi beberapa bentuk. Umumnya berita dibagi menjadi 3 bentuk yaitu *hard news*, *soft news*, dan *feature*. *Hard news* merupakan berita yang berisi tentang informasi terbaru dan disusun berdasarkan urutan yang paling penting. *Soft news* 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 *soft news*, namun dibawakan dengan informasi yang lebih mendalam dan menatanya kedalam suatu cerita yang menarik dan logis sehingga dapat menyentuh perasaan audiens (Ishwara, 2005:59-61).

Salah satu bagian penting dari penelitian ini adalah berita dari media massa yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, pemberitaan FPI termasuk berita lugas (*hard news*) karena berita tersebut disusun berdasarkan fakta terbaru yang sedang terjadi dan memiliki unsur penting yang tidak dapat digolongkan menjadi *soft news* atau *feature* karena tidak dimaksudkan untuk menghibur audiens. Nilai yang terdapat dalam berita tersebut lebih banyak mengandung konflik (*conflictual*) karena pihak yang terlibat dalam kejadian yang diberitakan tersebut merupakan pihak yang sedang berkonflik.

#### **E.6 Audiens**

Proses komunikasi tidak dapat terjadi apabila komponen-komponen pembentuknya tidak lengkap. Seperti yang telah kita ketahui bahwa proses komunikasi melibatkan komunikator sebagai penyampai pesan melalui suatu media untuk dapat sampai kepada komunikan sebagai penerima pesan. Pada proses komunikasi massa dapat dikatakan bahwa komunikator menggunakan media massa (elektronik, cetak, *online*) untuk menyampaikan pesan atau informasi atau berita kepada sejumlah masyarakat luas yang lebih sering disebut audiens. Pada komunikasi massa, audiens merupakan komponen penting yang tidak boleh hilang mengingat mereka merupakan sasaran utama media massa.

Sebelum membahas lebih lanjut tentang pentingnya arti audiens khususnya bagi penelitian ini, kita perlu melihat arti audiens dari para pakar komunikasi. Audiens dalam proses komunikasi massa disebut juga dengan *mass audience*. *Mass audience* adalah sejumlah manusia yang menerima suatu pesan dalam waktu yang sama kendati berada pada tempat yang berjauhan dan tidak

saling mengenal serta tidak dapat mengadakan interaksi secara langsung dengan komunikator (Sari, 1993: 26).

Audiens memiliki 4 karakter utama yaitu heterogen, anonim, *unbound each other*, dan *isolated from one another*. Heterogen merupakan karakter *mass audience* yang berasal dari berbagai lapisan sosial, pendidikan, budaya, dan agama. Anonim merupakan karakter *mass audience* yang tidak kenal satu sama lain, baik antara komunikator dengan audiens maupun diantara audiens sendiri. Karakter *unbound each other* yaitu tidak terikat satu sama lain sehingga sulit digerakkan untuk suatu tujuan tertentu. Karakter terakhir yaitu *isolated from one another* merupakan karakter *mass audience* yang tertutup satu sama lain sehingga mereka seperti terpisah namun tetap merupakan suatu kesatuan yaitu sama-sama pengguna media massa (Sari, 1993: 4).

Secara garis besar *mass audience* memiliki 2 tipe yaitu *general public audience* dan *specialized audience*. *General public audience* merupakan kelompok masyarakat yang sangat luas, heterogen, dan anonim. Sedangkan *specialized audience* dibentuk dari beberapa macam kepentingan bersama antar anggotanya sehingga lebih bersifat homogen (Sari, 1993: 27).

Setelah dipaparkan tentang arti audiens dan komponen-komponen yang ada didalamnya, dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian yang telah dipilih peneliti merupakan audiens yang “mengkonsumsi” informasi atau berita yang menjadi bagian dalam penelitian sesuai dengan judul penelitian ini. Dalam penelitian ini, sekelompok mahasiswa yang merupakan subjek penelitian peneliti merupakan audiens dengan karakter heterogen, *unbound each other* (karena tidak

ada keterikatan antara satu responden dengan responden yang lain), dan *isolated from one another* karena sama-sama menggunakan media massa sebagai sumber informasi. Jika dilihat melalui tipologi audiens yang telah dipaparkan oleh Endang Sari sebelumnya, subjek penelitian dalam penelitian ini merupakan tipe *general public audience*.

### **E.7 Sikap (Definisi, Pembentukan, dan Komponen Sikap)**

Bagian yang utama dari penelitian ini adalah mengukur pengaruh yang ditimbulkan oleh pemberitaan FPI di media massa terhadap sikap audiens (dalam hal ini audiens adalah mahasiswa yang akan menjadi subjek penelitian). Oleh karena itu penjelasan mengenai sikap merupakan hal penting dalam penelitian ini sehingga tujuan dari penelitian ini terjawab sesuai dengan pengertian-pengertian dan penjelasan-penjelasan ilmiah yang telah dijelaskan oleh para ahli komunikasi sebelumnya.

Sikap merupakan masalah penting. Sikap dapat memberikan corak tertentu pada perbuatan seseorang terhadap suatu benda atau hal. Melalui penelitian sikap kita dapat mengetahui perbedaan respon yang diterima oleh setiap orang terhadap satu hal yang sama (dalam hal ini adalah berita). Studi sikap juga akan mendorong orang lain untuk memberikan respon yang sama atau berbeda dari sekelompok orang yang telah menjadi subyek penelitian sebelumnya. Selain itu, studi dan pengukuran sikap akan menjadi sumbangan dasar-dasar teoritik yang bersifat praktis.

Sikap merupakan suatu kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan menuju atau menjauhi nilai-nilai sosial (Effendy, 1986:



19). Dengan kata lain sikap merupakan salah satu komponen penting yang tidak bisa dihilangkan dalam diri setiap individu. Sikap dapat menunjukkan bagaimana seseorang berperilaku atau bertindak. Hal tersebut diungkapkan oleh Gerungan dalam bukunya yang berjudul *Psichology Sosial* (Gerungan, 1983: 151).

Meskipun sikap merupakan salah satu komponen penting dalam diri setiap individu namun sikap tidak dibawa sejak lahir. Sikap berkembang seiring dengan proses pengetahuan individu akan sesuatu dan dapat berubah-ubah sekalipun suatu sikap memiliki kecenderungan untuk tetap. Selain itu sikap juga terbentuk melalui hubungan antara individu dengan objek. Dalam hal ini sikap terbentuk melalui proses pengenalan terhadap objek tersebut. Sikap tidak hanya tertuju pada satu objek saja, namun bisa juga sikap tertuju pada beberapa objek-objek. Sikap yang terbentuk dapat berlangsung lama atau bahkan hanya sebentar. Semua itu bergantung pada lama atau tidaknya individu memegang sikap terhadap objek tertentu. Pembentukan sikap lebih sering melibatkan faktor perasaan dan motif sehingga dapat dipastikan bahwa ketika seseorang bersikap maka orang tersebut akan melibatkan perasaan tertentu terhadap objek yang sedang dihadapinya (Walgito, 1983: 55-56).

Pengalaman merupakan faktor penting dalam pembentukan sikap. Pengalaman seseorang akan menentukan bagaimana ia bersikap. Namun tidak hanya pengalaman yang dapat membentuk dan merubah sikap. Informasi atau peranan dari luar diri individu juga dapat membentuk bahkan merubah sikap. Berdasarkan hal tersebut, pembentukan sikap dan perubahan sikap umumnya

dapat terjadi karena dua faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain (Walgito, 1983: 55-56):

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang memicu pembentukan dan perubahan sikap yang terdapat didalam diri seseorang. Hal-hal yang memicu pembentukan dan perubahan sikap didorong melalui pemikiran yang muncul dari dalam individu tersebut. Hal ini menyebabkan individu akan selektif dan tidak begitu saja menerima semua informasi yang datang dari luar. Karena itulah individu merupakan faktor utama dalam pembentukan dan perubahan sikap.

#### 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang memicu pembentukan dan perubahan sikap yang terdapat diluar diri seseorang. Pada faktor ini, keadaan lingkungan individu akan merangsang individu untuk membentuk bahkan merubah sikap.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh yang ditimbulkan oleh berita FPI terhadap sikap mahasiswa. Oleh karena itu penelitian ini membutuhkan beberapa komponen penting dalam sebuah sikap sebagai dasar pengukuran untuk mendapatkan data yang pasti. Krech menyebutkan ada 3 komponen penting yang dapat membantu peneliti menggambarkan dan mengukur sikap yang akan dimunculkan oleh seseorang. Komponen pertama yaitu komponen kognitif. Kognitif berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap suatu objek. Keyakinan tersebut ditunjukkan dengan adanya pengetahuan dan pemahaman terhadap objek tersebut. Komponen kedua disebut Afektif.

Komponen ini berhubungan dengan perasaan seseorang terhadap suatu objek. Komponen afektif ditunjukkan dengan perasaan senang, sedih, gembira, kagum, atau benci. Sedangkan komponen ketiga mengarah pada behavioral. Komponen behavioral berhubungan dengan perilaku seseorang yang berkaitan dengan sikap terhadap suatu objek. Komponen behavioral ditunjukkan dengan perilaku, tindakan, atau respon seseorang terhadap suatu objek. Perilaku yang muncul dapat berupa perilaku positif atau perilaku negatif (Krech, 1996 : 7-9).

## **F. Kerangka Konsep**

### **F.1 Terpaan Berita FPI**

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. FPI adalah salah satu organisasi masyarakat yang cukup terkenal di Indonesia. Aksi-aksi yang dilakukan oleh organisasi tersebut dianggap ekstrim sehingga akhirnya menimbulkan kontroversi ditengah masyarakat Indonesia. Aksi-aksi yang melibatkan FPI merupakan peristiwa atau isu yang menarik minat masyarakat Indonesia sehingga FPI tidak jarang menjadi objek pemberitaan dari berbagai media massa. Kegiatan masyarakat dalam mengakses berita tentang FPI termasuk dalam terpaan media tentang berita.

Terpaan berita dalam penelitian ini akan dilihat melalui frekuensi, intensitas, dan ketertarikan. Frekuensi merupakan tingkat keseringan audiens dalam mengakses berita FPI. Intensitas merupakan tingkat durasi atau kedalaman

audiens dalam mengikuti pemberitaan FPI. Sedangkan ketertarikan merupakan perhatian yang diberikan oleh pembaca terkait dengan pemberitaan FPI.

## **F.2 Sikap Mahasiswa FISIP UAJY terhadap pemberitaan FPI**

Sikap merupakan suatu kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan menuju atau menjauhi nilai-nilai sosial (Effendy, 1986: 19). Dengan kata lain sikap merupakan komponen penting yang tidak dapat dihilangkan dalam diri seseorang untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek atau peristiwa. Sikap mahasiswa terhadap organisasi FPI terkait pemberitaan FPI akan dilihat melalui dua komponen sikap yaitu kognitif dan afektif meskipun pada teori sikap disebutkan ada tiga komponen penting. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang berlangsung sesuai dengan teori efek terbatas yang dipakai oleh peneliti sebagai acuan teori utama dalam penelitian ini.

Sikap pada level kognitif merupakan sikap dimana mahasiswa FISIP UAJY mengetahui segala informasi atau pemberitaan di media massa mengenai FPI. Pada level ini akan diuji pengetahuan mahasiswa tentang pemberitaan FPI. Sikap pada level afektif merupakan sikap dimana mahasiswa FISIP UAJY menunjukkan perasaannya terkait dengan pemberitaan FPI oleh media massa.

## **F.3 Faktor Individu dan Faktor Sosial**

Pada teori efek terbatas dijelaskan bahwa audiens tidak akan begitu saja terpengaruh terhadap berita-berita pada media massa sehingga muncul faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Faktor tersebut adalah faktor individu dan faktor sosial. Pada faktor individu, unsur-unsur yang terlibat adalah *selective attention*, *selective perception*, *selective retention*, dan *persuability*. *Selective*

*attention* merupakan sifat individu yang cenderung menerima pesan media massa yang sesuai dengan minat dan pendapatnya. *Selective perception* merupakan keadaan dimana individu akan mencari media lain guna mencari informasi yang sesuai dengan keyakinannya. *Selective retention* merupakan kecenderungan individu untuk mengingat pesan yang sesuai dengan pendapat dan kebutuhan dirinya. *Persuability* merupakan keadaan dimana individu akan memperhitungkan apa yang dilakukan oleh orang lain terkait dengan informasi yang ia dapat dan ia butuhkan.

Sedangkan pada faktor sosial, unsur yang terlibat adalah agama. Agama yang dianut akan mempengaruhi efek pesan. Agama akan menjadi faktor penentu organisasi apa yang akan diikuti sehingga pada akhirnya organisasi keagamaan yang diikuti akan ikut menentukan proses penerimaan pesan. Ada beberapa unsur dalam faktor sosial yang tidak dilibatkan oleh peneliti karena unsur-unsur tersebut dimasukkan sebagai data pembeda terkait dengan penelitian ini.

### **G. Hipotesis**

Hipotesa merupakan rumusan kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan baru dapat dibenarkan apabila telah melakukan pengujian dan hasil pengujian tersebut sesuai dengan hipotesa yang dibuat sebelumnya (Nawawi, 1993 : 161). Untuk dapat melihat dengan mudah hubungan antara variabel-variabel penelitian maka harus dibuat hipotesa. Hipotesa tersebut akan membantu peneliti untuk melihat apakah masing-masing variabel memiliki pengaruh atau tidak.

Teori-teori yang telah dijelaskan peneliti pada poin-poin sebelumnya turut membantu peneliti merumuskan hipotesa. Peneliti mengacu pada teori efek terbatas yang mengatakan bahwa media memiliki efek terbatas pada sikap audiens. Media tidak memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi sikap audiens terhadap informasi yang mereka sampaikan karena ada faktor-faktor lain selain media yang turut membentuk sikap mereka seperti faktor individu dan faktor sosial yang telah dijelaskan pada kerangka teori dan kerangka konsep. Mengacu pada pendapat tersebut, peneliti mengambil dua kemungkinan yang akan terjadi pada hasil penelitian ini. Dua kemungkinan tersebut adalah ada pengaruh dari media massa atau bahkan tidak ada pengaruh dari media massa terkait dengan penelitian tersebut. Berikut ini lebih jelas perumusan hipotesa yang akan digunakan dalam penelitian ini:

a. Hipotesa Nol ( $H_0$ ) adalah hipotesa yang dirumuskan untuk Memperlihatkan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Nawawi, 1993 : 162). Hipotesa Nol dalam penelitian ini yaitu **Tidak ada pengaruh terpaan pemberitaan FPI di media massa terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY terhadap organisasi FPI.**

b. Hipotesa Alternatif adalah hipotesa yang menyatakan bahwa ada hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. (Nawawi, 1993: 163). Hipotesa Alternatif dalam penelitian ini yaitu **Ada pengaruh antara terpaan pemberitaan FPI di media massa terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY kepada organisasi FPI.**

## H. Variabel Penelitian

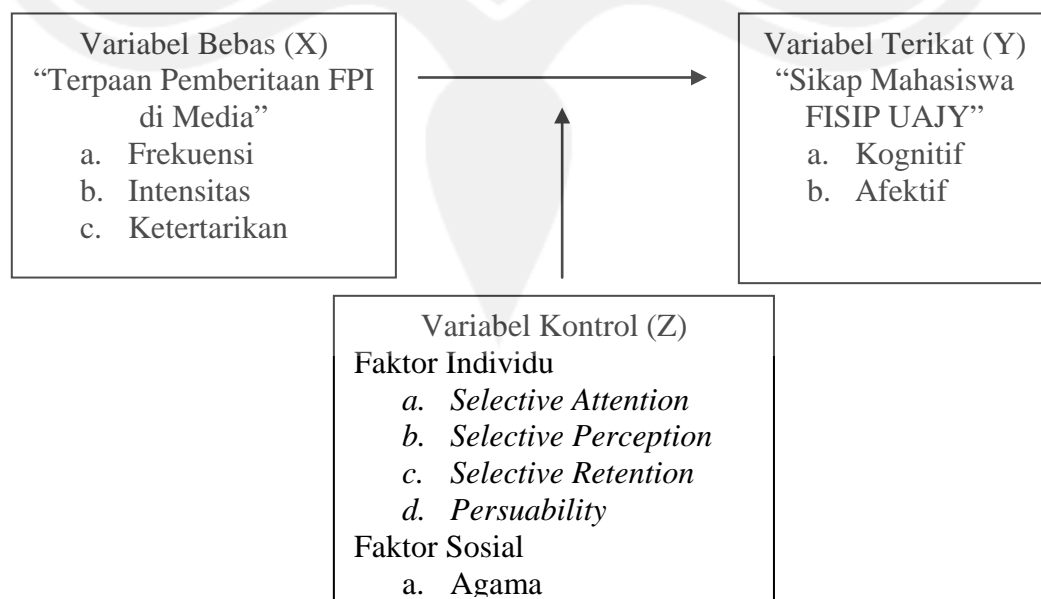
Pada penelitian kuantitatif digunakan beberapa variabel yang berfungsi sebagai karakter yang akan diteliti dari unit yang diamati. Variabel merupakan konsep yang mengandung variasi nilai (Usman dan Purnomo, 2008 : 8).

Penelitian ini menggunakan variabel bebas (*Independent Variable*), variabel terikat (*Dependent Variable*), dan variabel kontrol. Variabel bebas merupakan faktor yang mempengaruhi munculnya faktor lain sedangkan variabel terikat merupakan faktor yang dipengaruhi atau yang muncul karena adanya variabel bebas (Nawawi, 1995 : 56-57). Variabel kontrol merupakan variabel yang ikut mempengaruhi hubungan antara variabel.

Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah “Terpaan pemberitaan tentang FPI di media massa”. Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah “Sikap Mahasiswa FISIP UAJY”. Variabel kontrol pada penelitian ini adalah “faktor individu dan faktor sosial”.

Berikut ini merupakan gambaran hubungan antar variabel dalam penelitian ini:

Gambar 1.1 Hubungan Antar Variabel



## **I. Definisi Operasional**

Definisi Operasional berfungsi untuk mengetahui cara mengukur variabel yang telah ditentukan dalam sebuah penelitian sehingga orang lain dapat mengetahui baik dan buruknya suatu pengukuran (Usman dan Purnomo, 2008: 8).

Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel Bebas (X1): Terpaan Pemberitaan FPI meliputi frekuensi, intensitas dan ketertarikan Mahasiswa FISIP UAJY dalam mengakses berita tentang FPI.
  - a. Frekuensi merupakan keseringan mahasiswa FISIP UAJY dalam mengakses berita FPI melalui media massa (Surat Kabar, televisi, dan internet). Pengukuran dilakukan dengan menggunakan data ordinal.
  - b. Intensitas merupakan tingkat durasi atau kedalaman mahasiswa FISIP UAJY dalam mengikuti berita tentang FPI. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan data ordinal.
  - c. Ketertarikan dalam hal ini merupakan pengukuran terhadap seberapa besar minat mahasiswa FISIP UAJY dalam mengakses berita tentang FPI. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan data nominal.
2. Variabel terikat (Y): Sikap mahasiswa FISIP UAJY dalam menanggapi dan merespon pemberitaan tentang FPI yang di muat di media massa yang terdiri atas Surat Kabar, Televisi, maupun Internet. Sikap tersebut meliputi aspek Kognitif dan afektif. Kedua aspek tersebut antara lain:



a. Kognitif

- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI membubarkan Pelatihan Hak Asasi Manusia (HAM) untuk komunitas waria di Hotel Bumi Wiyata, Depok, pada bulan Mei 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI Membubarkan acara yang diduga berhaluan komunis setelah tiga anggota DPR berkunjung ke Ponpes Al Qadiri Banyuwangi pada bulan Juni 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI diduga menyerang jemaat HKBP pada bulan Agustus 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang pernyataan bantahan FPI terkait kasus penyerangan gereja HKBP pada bulan Agustus 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang pertemuan FPI dengan KWI (Komisi Waligereja Indonesia) dan PGI (Persekutuan Gereja-gereja di Indonesia) dalam rangka membahas langkah antisipatif terhadap rencana pembakaran Al-Quran dibawah gerakan “Hari Pembakaran Al-Quran Sedunia” pada bulan Agustus 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI mendatangi tempat penyelenggaraan Q Film Festival pada bulan September 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI memperingatkan *Goethe Institute* untuk menghentikan pemutaran film bertema *Gay* dan *Lesby* pada bulan September 2010.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI melaporkan Q-munity ke polisi pada awal Oktober 2010.

- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI menentang dan menuntut pembubaran Ahmadiyah pada bulan Februari 2011.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi FPI mengancam akan menggulingkan SBY terkait dengan pernyataan tersirat SBY untuk membubarkan ormas anarki di Indonesia pada bulan Februari 2011.
- Pengetahuan mahasiswa FISIP UAJY tentang aksi demo FPI Yogyakarta terhadap Gubernur DIY terkait dengan desakan agar Gubernur DIY Sultan Hamengku Buwono mengeluarkan surat keputusan larangan beraktivitas pada jemaah Ahmadiyah di Yogyakarta pada bulan Maret 2011.

Komponen kognitif diukur dengan menggunakan skala *Guttman*.

Pilihan jawaban yang diberikan kepada responden yaitu jawaban benar (B) atau jawaban salah (S). Skala *Guttman* digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas dan konsisten. Skala ini sesuai dengan komponen yang menilai aspek pengetahuan responden dimana jawaban yang dibutuhkan berupa kejelasan responden dalam mengetahui pemberitaan tentang FPI. Pada komponen ini, pertanyaan yang telah dibuat disusun dengan urutan sesuai dengan tanggal pemberitaan FPI dalam kurun kurang lebih 1 tahun terakhir dimulai dari bulan Mei 2010 hingga bulan Maret 2011.

b. Afektif

- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI membubarkan Pelatihan Hak Asasi Manusia (HAM) untuk komunitas waria di Hotel Bumi Wiyata, Depok.

- Perasaan tidak suka Mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI Membubarkan acara yang diduga berhaluan komunis setelah tiga anggota DPR berkunjung ke Ponpes Al Qadiri Banyuwangi.
- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI diduga menyerang jemaat HKBP.
- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI mendatangi dan menentang tempat penyelenggaraan Q Film Festival.
- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI menentang Ahmadiyah.
- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI mengancam akan menggulingkan SBY.
- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap aksi FPI mendemo Gubernur DIY terkait pernyataan Gubernur tentang Ahmadiyah.
- Perasaan tidak suka Mahasiswa FISIP UAJY terhadap keberadaan FPI di Indonesia
- Perasaan tidak suka mahasiswa FISIP UAJY terhadap cara-cara yang digunakan FPI dalam menyelesaikan suatu peristiwa yang dianggap negatif.
- Perasaan kegembiraan mahasiswa FISIP UAJY jika FPI dibubarkan.
- Perasaan sepakat atau setuju dan mendukung pembubaran FPI.

Komponen afektif diukur dengan menggunakan skala *Likert* dengan diberi bobot (*score*). Pemberian *score* dilakukan melalui jawaban-jawaban

yang diberikan oleh responden berdasarkan pertanyaan kesetujuan dan ketidaksetujuan. Pilihan jawaban digolongkan menjadi sangat setuju (SS), Setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Pilihan jawaban Netral (N) sengaja dihilangkan karena dikhawatirkan akan membingungkan responden dalam memilih jawaban. Selain itu jawaban netral (N) dinilai bisa bermakna ganda sehingga dapat menghilangkan banyak data dalam penelitian.

Adapun setiap pilihan jawaban memiliki bobot (*score*). Pada pilihan sangat setuju (SS) mendapat nilai 4, pilihan setuju (S) mendapat nilai 3, pilihan tidak setuju (TS) mendapat nilai 2, dan pilihan sangat tidak setuju (STS) mendapat nilai 1.

3. Variabel Kontrol (Y): Faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi hubungan antara variabel X dan variabel Y. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor individu dan faktor sosial. Faktor individu meliputi *selective attention*, *selective perception*, *selective retention*, dan *persuability*. Faktor sosial meliputi agama. Berikut ini lebih jelas tentang unsur-unsur yang terlibat dalam faktor individu dan faktor sosial:

a. Faktor Individu

- *Selective attention* merupakan sifat mahasiswa FISIP UAJY yang cenderung menerima pesan media massa yang sesuai dengan minat dan pendapatnya. Dalam hal ini ditentukan oleh minat dan pendapat mahasiswa FISIP UAJY terhadap organisasi FPI yang mengarah pada minat dan pendapat positif atau sebaliknya.

- *Selective perception* merupakan keadaan dimana mahasiswa FISIP UAJY akan mencari media lain guna mencari atau memperkuat informasi yang sesuai dengan keyakinannya.
- *Selective Retention* merupakan kecenderungan mahasiswa FISIP UAJY untuk mengingat pesan yang sesuai dengan pendapat dan kebutuhan dirinya.
- *Persuability* merupakan keadaan dimana mahasiswa FISIP UAJY akan memperhitungkan apa yang dilakukan oleh orang lain terkait dengan informasi yang ia dapat dan ia butuhkan.

b. Faktor Sosial

- Agama merupakan faktor penentu organisasi kepercayaan apa yang sedang diikuti oleh mahasiswa FISIP UAJY sehingga pada akhirnya organisasi keagamaan yang diikuti akan ikut menentukan proses penerimaan pesan tentang FPI.

Faktor individu dan faktor sosial diukur dengan menggunakan skala Likert dengan diberi bobot (*score*). Pemberian *score* dilakukan melalui jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden berdasarkan pertanyaan kesetujuan dan ketidaksetujuan. Pilihan jawaban digolongkan menjadi sangat setuju (SS), Setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Pilihan jawaban Netral (N) sengaja dihilangkan karena dikhawatirkan akan membingungkan responden dalam memilih jawaban. Selain itu jawaban netral (N) dinilai bisa bermakna ganda sehingga dapat menghilangkan banyak data dalam penelitian.

Adapun setiap pilihan jawaban memiliki bobot (*score*). Pada pilihan sangat setuju (SS) mendapat nilai 4, pilihan setuju (S) mendapat nilai 3, pilihan tidak setuju (TS) mendapat nilai 2, dan pilihan sangat tidak setuju (STS) mendapat nilai 1.

## **J. Metodologi Penelitian**

### **J.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek maupun obyek penelitian yang dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan sebagainya pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak (Nawawi, 1993: 63). Tujuannya ialah untuk memberikan gambaran mengenai suatu masyarakat, kelompok, gejala maupun hubungan antara gejala-gejala tersebut. (Soehartono, 1995 : 35).

Penelitian ini dikatakan penelitian kuantitatif karena menggunakan data-data yang diperoleh dari responden secara tertulis dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menekankan analisa dari data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar,1998 : 5).

### **J.2 Lokasi Penelitian**

Kampus Theresa FISIP UAJY jalan Babarsari no. 6, Sleman, Yogyakarta.

### J.3 Populasi

Menurut H.M Burhan Bungin dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya. menyebutkan (Bungin, 2005 : 99) :

populasi penelitian merupakan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian

Pendapat lain mengenai populasi dikemukakan oleh Saifuddin Azwar dalam bukunya Metode Penelitian (Azwar, 1998 : 77) :

Populasi penelitian didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenakan generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain.

Dari kedua definisi yang dipaparkan di atas dapat dikatakan bahwa populasi merupakan bagian penting dalam penelitian karena melibatkan sekelompok subjek untuk menjadi sebuah sasaran penelitian itu sendiri.

Peneliti mengambil populasi mahasiswa FISIP UAJY karena peneliti menilai seorang mahasiswa FISIP mampu menilai dengan baik sebuah objektivitas berita karena telah mendapat cukup ilmu tentang media massa di masa kuliah sehingga dapat memberikan jawaban yang benar dan dapat dilihat seberapa besar pengaruh media massa terhadap pandangan mahasiswa FISIP yang telah menerima berbagai ilmu tentang media massa tersebut. Berdasarkan data

terakhir yang diperoleh melalui informasi Tata Usaha (TU) FISIP UAJY pada tanggal 19 April 2011, jumlah mahasiswa aktif FISIP UAJY dari angkatan 2000 hingga angkatan 2010 mencapai 1298 orang. Pada penelitian ini, peneliti memilih tiga angkatan yang paling aktif dan masih sering berada di kampus IV Theresa FISIP UAJY yang merupakan lokasi dimana kuisisioner akan disebar. Oleh karena itu peneliti memilih angkatan 2007, 2008, dan 2009 yang masih aktif. Pemilihan angkatan juga mempertimbangkan aspek kemudahan peneliti dalam menyebar kuisisioner.

#### **J.4 Sampel**

Pada penelitian ini pengambilan jenis sampel yang digunakan adalah sampling berstrata (*Stratified Sampling*). Jenis sampling berstrata yang digunakan adalah *Disproporsional Stratified Sampling* (Kriyantono, 2008: 154). Dalam *disproporsional stratified sampling*, dari setiap strata diambil jumlah yang sampel yang sama. Strata dalam penelitian ini dibagi berdasarkan angkatan. Peneliti memilih angkatan 2007, 2008, dan 2009 untuk dijadikan sampel. Angkatan tersebut dinilai sebagai angkatan paling aktif dilihat dari banyaknya jumlah SKS yang diambil. Jumlah total mahasiswa FISIP angkatan 2007 yang aktif adalah 221 orang. Jumlah total mahasiswa FISIP angkatan 2008 yang aktif adalah 209 orang. Sedangkan jumlah total mahasiswa FISIP angkatan 2009 yang aktif adalah 250 orang. Apabila dijumlahkan secara keseluruhan untuk mahasiswa angkatan 2007, 2008, dan 2009 maka jumlah total yang diperoleh adalah 680 orang.

Adapun jumlah total sampel dalam penelitian ini mengacu pada perhitungan berdasarkan rumus berikut (Bungin, 2005 : 105):



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

$$n = \frac{680}{680(0,1)^2 + 1}$$

$$= \frac{680}{7,8} = 81,17 = 82 \text{ (dibulatkan)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi sasaran

d = nilai presisi (0,1)

Adapun total sampel dalam penelitian ini ialah sebesar 82 orang mahasiswa FISIP UAJY yang akan menjadi responden dalam pengisian kuesioner nantinya. Cara memperoleh 82 responden tersebut adalah dengan menyebarkan kuisisioner di area kampus FISIP UAJY. Berdasarkan teknik *Disproporsional Stratified Sampling* maka 82 responden tersebut akan dibagi dengan tiga angkatan (strata) yang dipilih oleh peneliti. Hasil yang diperoleh adalah kuisisioner akan disebar sebanyak 27 kuisisioner kepada dua angkatan (2007&2008) dan sebanyak 28 kuisisioner kepada satu angkatan (2009). Dalam pelaksanaannya, peneliti akan memberi nomor pada kuisisioner kemudian menyebarkannya kepada setiap mahasiswa yang ditemui oleh peneliti di lokasi penelitian dengan mengacu pada hasil pembagian kuisisioner berdasarkan strata.

## **J.5 Metode Pengumpulan data**

### **a. Primer**

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang memuat daftar pertanyaan terkait permasalahan yang akan diteliti untuk diajukan kepada responden yang menjadi sampel yang jumlahnya telah ditentukan sebelumnya.

### **b. Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Dalam hal ini peneliti tidak secara langsung mengambil data dari sumbernya melainkan memanfaatkan dokumen atau data yang dihasilkan oleh pihak-pihak lain. Data sekunder didapatkan dari buku, literatur, maupun internet yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti.

## **J.6 Metode Analisis Data**

Pada penelitian ini, tahap analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul. Data yang terkumpul berupa data kuantitatif. Setelah data terkumpul maka akan dibuat tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui distribusi jawaban responden disetiap pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner.

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas penting untuk dilakukan dalam setiap penelitian kuantitatif. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapat hasil yang tepat dan tidak melenceng dari kenyataan yang ada. Validitas adalah ukuran ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila mampu memberikan hasil ukur sesuai

dengan tujuan penelitian (Azwar, 1997: 5). Uji validitas akan dilakukan menggunakan *SPSS for Windows*. Rumus yang berlaku dengan menggunakan syarat jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan valid, namun jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2005: 213).

b. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya adalah menguji reliabilitas alat tersebut. Reliabilitas adalah ukuran kepercayaan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 1997: 4). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat jawaban responden pada kuisisioner yang disebar. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Pada program SPSS, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Apabila *Cronbach Alpha* yang diperoleh dari pengujian ini lebih besar dari 0,60 maka kuisisioner dinyatakan reliabel sebaliknya bila nilai alpha menunjukkan hasil lebih kecil dari 0,60 maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel.

c. Analisis Regresi

Pada analisis data, peneliti menggunakan teknik analisis data yang disebut dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Tujuan dari teknik analisis regresi ialah untuk mengetahui pengaruh pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh pemberitaan tentang

FPI terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY kepada organisasi FPI. Bentuk persamaan regresinya yaitu (Kriyantono, 2006: 180):

$$Y = a + bX$$

Ket:

Y = Sikap mahasiswa FISIP UAJY

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Pemberitaan FPI

#### d. Analisis Korelasi

Selain menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dalam analisis data, peneliti juga menggunakan teknik korelasi. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui derajat kekuatan hubungan antara variabel X dan variabel Y serta membuktikan hipotesis hubungan antar variabel. Rumus yang digunakan adalah *Pearson's Correlation (product moment)* dengan keterangan sebagai berikut ((Kriyantono, 2008: 173):

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = nilai korelasi antara X dan Y

X = variabel terikat (terpaan berita kasus *Wikileaks*)

Y = variabel bebas (persepsi dosen UAJY)

N = jumlah sampel

Berikut ini adalah pedoman interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2005: 216):

0,00 – 0,25 : sangat lemah

0,20 – 0,399 : lemah

0,40 – 0,599 : sedang

0,60 – 0,799 : kuat

0,80 – 1,00 : sangat kuat

Setelah dilakukan penghitungan sesuai dengan rumus *Pearson's Correlation (product moment)* maka diperlukan pengujian signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan *t-test* (Kriyantono, 2008: 175):

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