BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah menghadirkan sarana dan media komunikasi yang canggih untukmenyebarkan informasi dan menjalin interaksi antar individu, golongan dan bangsa yang mampu melampaui batas wilayah negara maupun benua. Di era global saat ini kemudahan untuk berkomunikasi sangat terbuka luas. Berbagai alat dan sarana komunikasi tersedia untuk memenuhi kepentingan. Komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk menerima dan menyebarkan informasi terbaru ke seluruh penjuru dunia dalam waktu yang singkat yaitu melalui media massa.

Televisi merupakan media massa yang paling efektifdalam menyampaikan informasi di era globalisasi. Data menunjukkan bahwahampir 70% penduduk Indonesia memiliki dan menonton televisi setiap harinya.Hal ini menunjukkan bahwa televisi sangat dekat dengan masyarakat Indonesia,bahkan sudah dianggap sebagai kebutuhan pokok oleh masyarakat Indonesia (Pohan, 2011: 1).

Televisi memiliki kelebihan di dalam menyampaikan informasi, televisi mampu menyajikan informasi dalam bentuk suara dan gambar yang bergerak, memiliki nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat, sehingga menjadikan televisi memiliki kekuatan menguasai ruang, waktu dan jarak yang menjangkau sasaran massa cukup besar. Morissan (2010:17) juga menambahkan bahwa televisi memiliki berbagai kelebihan dibanding media

lainnya yang mencakup daya jangkau luas, selektivitas, dan fleksibilitas, fokus perhatian, kreativitas dan efek, prestise serta waktu tertentu. Melihat fakta tersebut, televisi tentu sangat berpotensial digunakan sebagai media pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk membangun Indonesia sebagai bangsa yang cerdas dan maju.

Televisi yang muncul di masyarakat berawal pada tahun 1960 dimana semakin lama semakin mendominasi komunikasi massa dikarenakan sifatnya yang memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi sendiri mempunyai kelebihan daripada media massa lainnya, seperti televisi memiliki sifat audio visual dimana televisi itu sendiri dapat dilihat dan dapat didengar yang mana televisi mampu menyajikan apa yang sedang terjadi di tiap pemirsa yang ada.

Seiring dengan fungsinya, televisi saat ini digunakan juga sebagai penyedia informasi, yang dewasa ini semakin memegang peran yang penting dalam kehidupan politik. Aktivitas media dalam melaporkan peristiwa-peristiwa politik sering memberi dampak yang amat signifikan bagi perkembangan politik. Fungsi media massa juga sebagai alat komunikasi politik bagi pemerintah danmasyarakat. Dalam dimensi pemerintah, maka media massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi tentang kebijakan pemerintah, kondisi politik dalam negeri, aktivitas jalinan komunikasi dengan negara-negara lain sebagai kebijakan politik luar negeri. Sedangkan dalam dimensi masyarakat, media massa berfungsi sebagai sarana sosial kontrol terhadap kebijakan yangdilakukan pemerintah.

Pada dasarnya media pada saat ini mempunyai peran penting untuk mengalirkan informasi dari bawah (rakyat) ke atas (pemerintah), dari pemerintah

daerah bahkan kepada pemerintah pusat, begitupun sebaliknya. Media sebagai alat untuk mengontrol nilai sosial yang berada di dalam tatanan berbangsa dan bernegara, mengenai sosial, politik, budaya, hukum dan sebagainya. Lebih spesifik lagi, media sebagai penghubung yang menjembatani antara pemerintah dan masyarakat begitupun sebaliknya.

Media massa memiliki peran penting dalam pembentukan mobilisasi dan pemeliharaan konflik antar kelompok dikarenakan hampir seluruh masyarakat dapat memperoleh informasi yang sedang hangat diperbincangkan di tengah-tengah masyarakatmelalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar dan lain-lain. Seperti halnya yang saat ini sedang terjadi pemberitaan partai politik di televisi yaitu tersangkutnya Partai Keadilan Sejahtera (PKS) ke dalam kubangan korupsi.

Korupsi merupakan problematika yang ada pada setiap Negara, seperti diungkap oleh Stiglitz (2006: 55) bahwa tidak ada negara yang kebal terhadap korupsi. Secara umum, korupsi biasanya digambarkan sebagai perilaku yang melibatkan penyalahgunaan jabatan publik, atau sumber-sumber kekuasaan untuk kepentingan pribadi.

Dimasa reformasi yang sudah berjalan lebih dari satu dasawarsa, pengungkapan kasus-kasus korupsi yang terjadi ditanah air terlihat mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyak para mantan pejabat yang harus mendekam dipenjara, baik setelah masa jabatannya, atau malah pada saat masih menjabat sekalipun. Pemberantasan korupsi di tanah air, nampaknya tidak pandang bulu dalam menjebloskan siapa saja yang melakukan tindak korupsi. Namun dalam

beberapa kasus masih banyak kejahatan korupsi yang tidak diungkap secara cepat dan tepat, salah satu penyebabnya adalah adanya dukungan dan pengaruh dari bidang politik.

Korupsi merupakan bentuk khusus dari pengaruh politik, yang bisa membahayakan demokrasi, korupsi mempersulit demokrasi dan tata pemerintahan yang baik (*good governance*) dengan cara menghancurkan proses formal. Secara umum, korupsi mengkikis kemampuan institusi dari pemerintah, karena pengabaian prosedur, penyedotan sumber daya, dan pejabat diangkat atau dinaikan jabatan bukan karena prestasi. Pada saat yang bersamaan, korupsi mempersulit legitimasi pemerintahan dan nilai demokrasi seperti kepercayaan dan toleransi.

Salah satu kasus korupsi yang saat ini sedang banyak diberitakan terutama di media televisi adalah korupsi yang dilakukan oleh Presiden PKS Luthfi Hasan Ishaq terkait korupsi impor daging sapi, dengan tersangkutnya beberapa politisi PKS yang mana telah mengubah persepsi masyarakat mengenai citra partai PKS yang terkenal partai Islam, bersih dari korupsi dalam beberapa dekade terakhir (Wijaya, 2011:2).

Akhir-akhir ini, kepercayaan masyarakat terhadap PKS mulai dipertanyakan oleh para pengamat politik. Hal ini sehubungan dengan adanya kasus Luthfi Hasan Ishaq yang belakangan ini sudah menjadi pembicaraan hangat di kalangan masyarakat Indonesia sejak menjadi tersangka kasus impor daging sapi.

Sejak Bulan April 2013, pemberitaan mengenai Luthfi Hasan Ishaq gencar diberitakan melalui media massa. Hal ini sesuai dengan peran media massa

sebagai sarana pemberi informasi kepada masyarakat. Namun pada dasarnya, media dan politisi memiliki hubungan yang tidak bisa dipisahkan.Wartawan membutuhkan politisi sebagai sumber informasinya dan para politisi membutuhkan media untuk menyampaikan pikiran-pikiran dan kebijakan yang diambil untuk banyak orang.

Kini, media massa memainkan peranan yang sangat penting dalam proses politik, bahkan media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik. Melalui media massa bisa diketahui aktivitas para politisi, pemikirannya, pernyataannya, kampanye dan sebagainya. Jadi sangat jelas media berisi banyak informasi dan pendapat tentang politik.Menurut Jackson dan Beeck (Cangara, 2009: 118), orang yang banyak mengikuti media memiliki perhatian yang tinggi terhadap aktivitas politik. Tingginya tingkat pemberitaan mengenai kasus Luthfi Hasan Ishaq yang membawa beberapa anggota dari PKS dan berbagai spekulasi yang datang dari berbagai pihak mempengaruhi pemikiran masyarakat sehingga menimbulkan keresahan dan ketidakpercayaan dalam masyarakat khususnya kepada PKS.

Intensistas pemberitaan yang terus menerus dilakukan membuat masyarakat mengkaji dan mendefinisikan sendiri berita tersebut. Hal ini lah yangakan mempengaruhi kognitif sehingga menimbulkan keraguan di masyarakat akan kredibilitas PKS.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tentang Korupsi PKS Di Televisi Terhadap Citra PKS Di Kalangan Mahasiswa FKI Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 Universitas Muhammadiyah Surakarta”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yangmenjadi fokus penelitian ini adalah:

Adakah pengaruh pemberitaan tentang korupsi PKS terhadap citra PKS pada Mahasiswa FKI Angkatan 2011 Jurusan Ilmu KomunikasiUniversitas Muhammadiyah Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan daripenelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pengaruh pemberitaan tentang korupsi PKS terhadap citra PKS pada Mahasiswa FKI Angkatan 2011 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti mengenai Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Massa dan Komunikasi Politik.

2. Secara Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian di Jurusan Ilmu Komunikasi UMS.

3. Secara Praktis

   Penelitian iniberguna untuk mengetahui citra PKSkepada mahasiswa.

E. LANDASAN TEORI

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang terdahulu. Adapaun penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah penelitian tentang persepsi mahasiswa yang pernah dilakukan oleh Machfuth Ganda Wijaya (2007) tentang citra presiden Susilo Bambang Yudhoyono pasca kedatangan presiden Amerika serikat George Walker Bush yang dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa :

1. Media massa merupakan sumber informasi bagi masyarakat yang selalu menyajikan peristiwa – peristiwa factual.
2. Salah satu kedatangan presiden amerika Serikat G.W Bush pada tanggal 20 November 2006 tidak membawa hasil yang signifikan/ tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemerintah.
3. Adanya gelombang demo menolak kedatangan G.W Bush berlangsung dimana – mana, baik sebelum kunjungan maupun pada saat kunjungan.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan pada peneliti adalah terletak pada objek penelitian yang berbeda dan penelitian terfokus pada persepsi, sedangkan pada penelitian ini lebih terfokus pada terpaan pemberitaan di media massa televisi dan citra.

F. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek yang fundamental dalam kehidupanmanusia. Saat manusia saling berkomunikasi (baik dengan bahasa yangverbal maupun non-verbal yang menggunakan lambang atau simbol-simbolyang telah disepakati) terjadi proses pertukaran informasi danpenyesuaian diri manusia dengan situasinya, sebagaimana juga usahauntuk menguasai keadaan.

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama – sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagai untuk mencapai kebersamaan.

Komunikasi merupakan dasar interaksi antar manusia. Dimana komunikasi itu terjadi adanya kesepakatan atau kesepahaman yang di bangun melalui sesuatu yang mudah di pahami sehingga interaksi tersebut berjalan dengan lancar.

Menurut Harold Laswell Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” “dengan saluran apa” “kepada siapa”, dan :dengan akibat apa” atau “hasil apa”, (*who says what in whichchannel to whom and with what effect*).

Komunikasi merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan system symbol linguistic, seperti system symbol verbal (kata – kata), verbal

dan non verbal. Sistem ini dapat disosialisasikan secara langsung/ tatap muka atau melalui media lain (tulisan, oral dan visual), (Karlfried Knapp, 2003)

Jumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim dapatdijangkau melalui media cetak maupun media elektronik sehinggapemberitaan atau pesan-pesan dan informasi yang disampaikan dapatditerima oleh khalayak dan menimbulkan efek keserempakan dan sesaat.Cukup efektif untuk mempengaruhi masyarakat serta ampuh dalampenyebaran informasi dan pesan. Pemberitaannya melalui berbagai mediamassa mampu menghasilkan publisitas tinggi dalam waktu relatif singkatdan bersamaan, karena media massa memiliki salah satu kelebihan yaitukemampuannya dalam melipatgandakan pesan. Artinya pesan-pesan yangdisalurkan melalui media massa dibaca oleh ribuan atau jutaan orang(tergantung dari jangkauan medianya) yang dikenal sebagai *audience* (Ruslan, 2005: 195-196).

Proses komunikasi melibatkan komunikator sebagai penyimpanpesan dan komunikan sebagai penerimanya. Komunikator memilikipikiran atau perasaan yang masih tersimpan di otaknya. Jika pikiran danperasaan komunikator ingin disampaikan dan diketahui oleh komunikan,maka harus diwujudkan dalam bentuk simbol kata, tulisan atausebagainya yang memungkinkan pikiran tersebut dapat “dikirimkan”kepada komunikan. Kegiatan ini disebut penyandian (*encoding*) atausimbolisasi. Hasil penyandian berupa simbol kata atau tulisan disebutpesan. Setelah ide disandikan dalam bentuk kata-kata, komunikan dapatmenangkap pesan yang disampaikan dengan mendengar atau membaca,kemudian menafsirkan apa makna pesan

tersebut. Kegiatan menangkap(mendengar atau membaca) pesan disebut penyandian ulang (*decoding*) atau persepsi. Sedangkan proses memahami pesan atau memberi maknadisebut interpretasi (*interpreting*) atau menafsirkan. Setelah komunikanmemahami maksud komunikator, terjadilah komunikasi diantarakeduanya yang melibatkan kegiatan *encoding–interpreting–decoding* danpersepsi–interpretasi–simbolisasi. Di sini terlihat komunikasi merupakanproses yang membuat adanya kebersamaan arti antara dua orang ataulebih yang semula dimonopoli oleh satu orang (Mursito, 2006: 26-27).

2. Komunikasi Massa

a. Definisi Komunikasi Massa

Dalam penelitian ini menjelaskan adanya komunikasi massa yang terjadi antara media dengan khalayak. Yang pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik).

Jay Black dan Fredrick C. Whitne (1998) yang mengemukakan mengenai komunikasi massa merupakan sebuah proses dimana pesan – pesan yang di produksi secara missal/ tidak sedikit yang disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonym dan heterogen.

Salah satu cara yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan dalam berkomunikasi adalah dengan menggunakan media massa. Media massa merupakan sarana untuk melakukan komunikasi massa, definisi komunikasi massa menurut Josep A Devito yaitu :

> *"First, mass communication is addressed to the masses, to an ge audience. This doesn't mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspapers, magazines, films, books, and tapes" (Effendy, 2009: 21).*

Jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia bisa berarti, "Pertama, komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar – pemancar audio dan visual".

b. Ciri-Ciri komunikasi massa

Seperti dikatakan oleh Severin dan Tankard (dalam Effendy, 2003: 21), komunikasi massa adalah ketrampilan, seni, dan ilmu, dikaitkan dengan pendapat Devitobahwa komunkasi massa itu ditujukan kepada massa dengan melalui mediamassa dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, makakomunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifatkomponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

1) Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, tetapikumpulan orang-orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsurdan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yangdimaksud disini menyerupai sebuah sistem, sebagaimana kita

ketahui,sistem itu adalah “sekelompok orang, pedoman dan media yangmelakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide,gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusanuntuk mencapai satu kesepkatan dan saling pengertian satu sama laindengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi” (Nurudin,2003:16-17).

Di dalam sebuah sistem ada interdependensi, artinya komponen-komponenitu saling berkaitan, berinteraksi dan berinterdependensisecara keseluruhan. Tidak bekerjanya satu unsur akan mempengaruhikinerja unsur-unsur yang lain. Eksistensi kesatuan (totalitas) itudipengaruhi oleh komponen-komponennya, sebaliknya eksistensimasing-masing komponen itu dipengaruhi oleh kesatuannya. (Nurudin,2003:17).

Dengan demikian – dalam sistem sebagai sebuah lembaga dalamkomunikasi massa itu – ada beberapa unsur yang membentuk sesuatu ituakhirnya disebut sebagai lembaga. Sedang antara unsur dalam lembagaitu ada kerjasama satu sama lain. Tidak bekerjanya satu unsur akanmenyebabkan tidak bekerjanya unsur yang lain. Oleh karena itu,berbagai unsur itu saling melengkapi, bekerja sama satu lain sehinggasempurnalah sesuatu itu dikatakan sebagai lembaga.

Komunikator dalam televisi yaitu penyiar televisi karena media yang dipergunakan adalahsuatu lembaga dalam menyebarluaskan pesan komunikasinyabertindak atas nama lembaga, sejalan dengan

kebijaksanaan (policy)stasiun televisi yang diwakilinya. Ia tidak mempunyaikebebasan individual. Ungkapan seperti kebebasan mengemukakanpendapat (*freedom of expression atau freedom of opinion*) merupakankebebasan terbatasi (*restricted freedom*) (Efendy, 2003:22-23).

2) Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam.Artinya, penonton massa itu beragam pendidikan, umur, jenis kelamin,status sosial, ekonomi, punya jabatan yang beragam, punya agama ataukepercayaan yang tidak sama pula.

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristikaudience/komunikan (Nurudin, 2003:20)sebagai berikut;

a) Audience dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
b) Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Disamping itu, antar individu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
c) Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal.

3) Pesan pada komunikasi massa bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditunjukkan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan

katalain, pesan-pesannya ditujukkan pada khalayak yang plural. Oleh karenaitu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini, artinya pesan itu memang tidak disengaja untuk golongan tertentu. (Nurudin, 2003:21)

Hal itulah yang antara lain membedakan media massa dengan media nirmassa. Surat, Telepon, telegram, dan teleks misalnya, adalah media nirmassa, bukan media massa, karena ditujukan kepada orang tertentu. Demikian pula majalah organisasi, surat kabar kampus, radio telegrafi atau radio citizen band, film dokumenter, dan televisi siaran sekitar (*closed circuit television*) bukanlah media massa, melainkan media nirmassa karena ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. (Efendy, 2003:23)

4) Komunikasi berlangsung satu arah

Berbeda dengan komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) yang berlangsung dua arah (*two-way traffic communication*), komunikasi massa berlangsung satu arah (*one-waycommunication*). Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik darikomunikan kepada komunikator. Dengan lain perkataan, penyiartelevisi tidak mengetahui tanggapankhalayak yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan “tidakmengetahui” dalam keterangan diatas ialah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi itu berlangsung. Akan tetapi itu semua terjadi setelah komunikasi dilancarkan oleh komunikator sehingga komunikator tidak

dapat memperbaiki gaya komunikasi seperti yangbiasa terjadi pada komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, seperti telah disinggung dimuka, arus balik seperti itu dinamakan arus balik tertunda(*delayed feedback*). Dan kalaupun terjadi arus balik seperti itu, makaterjadinya jarang sekali (Efendy, 2003:22).

Sebagai konsekuensi dari situasi komunikasi seperti itu, komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikannya kepada komunikan harus komunikatif dalam arti kata dapat diterima secara inderawi (*received*) dan secara rohani (*accepted*) pada satu kali penyiaran. Dengan demikian pesan komunikasi jelas dapat didengar bila salurannya media elektronik juga dapat dipahami maknanya seraya tidak bertentangan dengan kebudayaan komunikan yang menjadi sasaran komunikasi. Akan tetapi, bukan tidak mungkin apa yang didengar itu tidak dimengerti atau menimbulkan interpretasi yang berlainan atau bertentangan dengan agama, adat kebiasaan dan sebagainya (Efendy, 2003:22).

5) Komunikasi Massa Menimbulkan keserempakan

Komunikasi massa itu ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak disini berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Tentunya bersamaan ini juga sifatnya relatif. Tetapi, komunikator dalam media

massa itu berupaya menyiarkan informasinya secara serentak. (Nurudin, 2003:26).

Televisi karena merupakan media massa elektronik,tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak menonton acara televisi. Seperti halnya siaranLive/langsung sepak bola, pidato kenegaraan oleh Presiden, debat CalonPresiden dan lain-lain. Sehingga keserempakan itu dapat dinikmati secara bersamaan, hanya waktu saja yang membedakan. Misalnya siaran langsung pidato kenegaraan yang disiarkan langsung dari Jakarta padapukul 09.00 WIB maka di Irian Jaya akan didengarkan atau dilihat padapukul 11.00 WIT.

6) Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Televisi disebut media massa yang kita bayangkan saat ini tidak akan lepas dari pemancar. Apalagi dewasa ini sudah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantaraan satelit. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan media elektronika seperti televisi. Bahkan, saat sekarang sudah sering televisi melakukan siaran langsung (*live*), dan bukan siaran yang direkam (*recorded*) (Nurudin,2003:27).

7) Komunikasi Massa dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut pentapis informasi/ palangpintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

Mengapa gatekeeper, itu sedemikian penting sehingga menjadi ciri komunikasi massa. Sebagaimana kita ketahui, bahan-bahan, peristiwa atau data yang menjadi bahan mentah pesan yang akan disiarkan media massa itu beragam dan sangat banyak. Tentu, tidak semua bahan-bahan tersebut bisa dimunculkan. Di sinilah perlu ada pemilahan, pemilihan, dan penyesuaian dengan media yang bersangkutan.

Gatekeeper yang dimaksud antara lain *reporter*yang semuanya mempengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam sebuah pesan-pesan dari mediamassa masing-masing.

Gatekeeper ini juga berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data dan mengurangi pesan-pesanya. Intinya, adalah pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. Semakin kompleks sistem media yang dipunyai semakin banyak pula *gatekeeping* (pemalangan pintu atau pentapisan informasi) yang dilakukan. Bahkan bisa dikatakan, gatekeeper sangat

menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan disebarkan. Baik buruknya dampak pesanyang disebarkannya pun tergantung pada fungsi pentapisan informasi atau pemalangan pintu ini.Oleh karena itu, gatekeeper menjadi keniscayaan keberadaannya dalam media massa dan menjadi salah satucirinya (Nurudin, 2003:28-29)

c. Fungsi Komunikasi Massa

Wilbur Schramm menyatakan, komunikasi massa berfungsi sebagai *decoder, interpreter* dan *encoder*. Komunikasi massa men-*decode* lingkungan sekitar untuk kita, mengawasi kemungkinan timbulnya bahaya, mengawasi terjadinya persetujuan dan juga efek-efek dari hiburan. Komunikasi massa menginterpretasikan hal-hal yang di-*decode* sehingga dapat mengambil kebijakan terhadap efek, menjaga berlangsungnya interaksi serta membantu anggota-anggota msyarakat menikmati kehidupan.

Komunikasi massa juga meng-*encode* pesan-pesan yang memelihara hubungan kita dengan masyarakat lain serta menyampaikan kebudayaan baru kepada anggota-anggota masyarakat. Peluang ini dimungkinkan karena komunikasi massa mempunyai kemampuan memperluas pandangan, pendengaran dalam jarak yang hampir tidak terbatas, dan dapat melipatgandakan suara dan kata-kata secara luas. (Wiryanto, 2000:10).

Fungsi komunikasi massa adalah sebagai berikut (Bungin, 2009: 79-81) :

1) Fungsi Pengawasan

   Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktifitas preventif mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

2) Fungsi Social Learning

   Fungsi utama dalam komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat dimana komunikasi massa itu berlangsung. Komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif dan efisien dan menyebar secara bersamaan di masyarakat luas.

3) Fungsi Penyampaian Informasi

   Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

4) Fungsi Transformasi Budaya

Komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah komunikai massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa. Fungsi ini lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global.

5) Fungsi Hiburan

Fungsi lain dari komunikasi massa adalah hiburan. Hal ini dikarenakan komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi hiburan pada media massa merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

3. Teori Komunikasi Massa

a. Hypodhermic Needle Theory

Teori ini dikenal dengan "Teori Peluru" atau teori "Jarum Suntik". Teori ini mengatakan bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Teori ini menyebutkan bahwa apabila pesan-pesan tersebut "tepatsasaran", akan mendapatkan efek yang diinginkan. (Severin dan Tankard, 2005: 147).

Pada tahun 1930 teori jarum suntik ini sudah mulai dikenal dimana teori ini mengandung anggapan dasar bahwa media massa dapat menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung atau yang bisa disebut juga dengan :perangsang tanggapan/ (stimulus – respon)". (Effendy, 1993; 84)

Teori ini mengasumsikan bahwa media memiliki kekuatan yang sangat kuat dan komunikan dianggap pasif/ tidak tahu apa-apa, (Elvinaro Ardianto, 2004; 59). Pengaruh media yang sangat kuat menimbulkan kekuatan pada khalayak, dimana efek peluru ini terkadang tidak pasif melainkan khalayak mencari apa yang diinginkan oleh media massa.

Elihu Katz mengatakan bahwa model ini terdiri dari 1) media yang sangat ampuh yang mampu memasukkan ide pada benak yang pasif, 2) massa komunikan yang terpecah-pecah yang terhubungkan dengan media massa. Tetapi sebaliknya komunikan tidak terhubungkan satu sama lain.

Raymond bauer menyatakan bahwa khalayak yang menjadi sasaran tidak pasif melainkan secara tidak langsung khalayak akan mencari apa yang diinginkan oleh si media tersebut.

Media massa diibaratkan sebagai sebuah jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) yang amat kuat dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula, bahkan secara spontan, otomatis dan reflektif. Selain itu, jarum hipodermik diibaratkan dengan teori peluru (*Bullet Theory*) yang memandang pesan-pesan media bagaikan melesatnya peluru-peluru senapan yang mampumerobohkan tanpa ampun siapa saja yang terkena peluru (Wiryanto,2000:20).

Sedangkan teori peluru yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1950-an itukemudian dicabut kembali pada tahun 1970-an, dengan meminta kepada pendukungnya untukmenganggap teori ini tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyatatidak

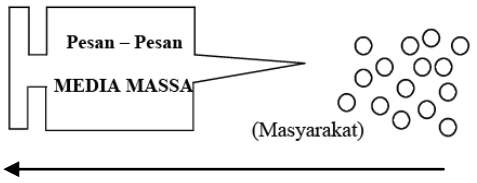
pasif. Pernyataan Schramm ini didukung oleh Paul Lazarsfled dan Raymond Bauer(Ardianto, 2004:60).

Lazarsfeld mengatakan bahwa jikakhalayak diterpa peluru komunikasi, merka tidakjatuh terjerembab, karena kadang-kadang peluru itu tidak menembus. Adakalanya pula efekyang timbul berlainan dengan tujuan si penembak. Seringkali pula khalayak yang dijadikansasaran senang untuk ditembak. Sedangkan Bauer menyatakan bahwa khalayak sasaran tidakpasif. Mereka secara aktf mencari yang diinginkannya dari media massa. Jika menemukannya,mereka melakukan interpretasi sesuai dengan presdisposisi dan kebutuhan mereka.

Sejak tahun 1960-an banyak penelitian yang dilakukan para pakar komunikasi yangternyata tidak mendukung teori peluru yang disebutkan diatas. Diterapkan dalam penelitian eksperimental. Peneliti memanipulasikan variabel-variabel komunikasi, kemudian mengukur variabel-variabel antara dan efek. Variabel-variabel komunikator ditunjukkan dengan kreadibilitas, daya tarik dan kekuasaan (Rahmat, 2004:63). Kreadibilitas terdiri dari dua unsur yakni keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dengan sejauh mana komunikan menganggap komunikator mengetaui jawaban yang “benar”, sedangkankejujuran dioperasionalkan sebagai persepsi komunikan tentang sejauh mana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya. Daya tarik diukur dengan kesamaan,familiaritas dan kesukaan. Sedangkan Kekuasaan dioperasionalisasikan dengan tanggapankomunikan tentang

kemampuan komunikator untuk menghukum atau memberi ganjaran (*perceived control*), dan kemampuan untuk meneliti apakah komunikan tunduk atau tidak(*perceived secrutiny*).

Teori ini mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibandingkan *audience*. Akibatnya, *audience* bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Teori tersebut berpendapat bahwa *audience* bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Artinya media massa dalam teori jaurm hipodermik mempunyai efek langsung "disuntikkan ke dalam ketidaksadaran *audience*" (Nur Hidayat, 2007: 166).



Umpan balik sama

(Sumber : Wiryanto, 2000: 21)

Isi media dipandang sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darahaudience yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dibalikkonsepsi ini, sesungguhnya terdapat dua pemikiran yang mendasarinya :

1) Gambaran mengenai suatu masyarakat modern yang merupakan agregasi dari individu-individu yang relatif terisolasi (atomized) yang bertindak berdasarkan kepentingan pribadinya, yang tidak terlalu terpengaruh oleh kendala dan ikatan sosial.

2) Suatu pandangan yang dominan mengenai media massa yang seolah-olah sedang melakukan kampanye untuk memobilisasi perilaku sosial sesuai dengan tujuan dari berbagai kekuatan yang ada dalam masyarakat. (Sendjaja, 2002:5.14)

Hypodermic needle theory menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama yaitu pemberitaan kasus korupsi PKS mengubah sikap, perilaku, dan pendapat khalayak secara spontan, otomatis dan reflektif, dimana dalam teori ini kasus korupsi PKS merupakan sebuah jarum suntik yang berisikan pesan-pesan yang disebarkan secara langsung kepada khalayak atau dalam penelitian ini adalah mahasiswa FKI UMS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 dan kemudian menghasilkan umpan balik (feedback) yang sama berupa pendapat mahasiswa mengenai citra PKS.

4. Televisi

Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang memilikiunsur audio dan visual. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, yang dimaksuddengan televisi adalah:

> "Pesawat sistem penyiaran gambar obyek yang bergerak yang disertaidengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa denganmenggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara)menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkascahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untukpenyiaran pertunjukan, berita dan sebagainya."(Tim Penyusun Kamus. 1984:994)

Unsur suara serta gambar yang dimiliki televisi menjadi daya tariktersendiri bagi masyarakat untuk memilih televisi sebagai media informasi. OnongUchjana Effendy mengungkapkan bahwa:

> "TV mempunyai daya tarik yang kuat tak perlu dijelaskan lagi. Kalauradio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur-unsur kata-kata,musik dan *sound effect*, maka TV selain ketiga unsur tersebut jugamemiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati,melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yangmendalam pada penonton." (Effendy, 2003:177).

Daya tarik tersebut menjadikan televisi sebagai media yang cukup berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Hal ini membuat segala macam pesan dan informasi yang disampaikan televisi menjadi begitu mudah tersampaikan kepada masyarakat luas, termasuk pesan-pesan dan informasi dalam berita politik.

Fungsi televisi itu sendiri sama dengan fungsi komunikasi massa lainnya dimana memberikan informasi seperti berita, mendidik, menghibur dan membujuk. Sedangkan tujuan utama khalayak menonton televisi iu sendiri untuk mendapatkan hiburan dan informasi (berita).

Televisi mempunyai sifat langsung, dimana pesan yang disampaikan kepada khalayak tidak mengalami proses yang berbelit- belit. Daya tarik yang sangat berpengaruh pada televisi disebabkan karena adanya unsur-unsur yang saling menghubungkan seperti kata-kata, music, *sound* dan efek. Televisi juga mempunyai unsur visual berupa gambar (Effendy, 1993; 177)

Perkembangan televisi yang begitu cepat dan signifikan dapat menimbulkan dampak yang terjadi dalam kehidupan manusia seiring dengan munculnya perkembangan televisi kabel. Televisi kabel itu sendiri mampu menghubungkan ke Negara-Negara lain dengan menggunakan bantuan satelit yang dapat diterima disetiap rumah dengan menggunakan *wire* atau

micromave(wireless cables). Televisi itu sendiri mempunyai beberapa karakteristik yang mendukung untuk kehidupan manusia, antara lain :

a. Audiovisual

   Kelebihan televisi adalah bisa dilihat dan didengar (audiovisual). Karena sifatnya yang audiovisual tersebut maka siaran semacam berita harus dilengkapi dengan foto atau gambar.

b. Berpikir Dalam Gambar

   Didalam sebuah acara televisi tentunya ada pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran program ditelevisi. Pihak tersebut adalah pengarah acara, dimana selain membuat naskah acara, pengarah acara harus bertanggung jawas atas kondisi gambar yang akan ditayangkan.

c. Pengoperasian Lebih Kompleks

   Dalam pengoperasian program televisi lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan lebih rumit. Dari semua media massa yang ada, televisilah yang merupakan media yang sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Selain mempunyai fungsi sebagai hiburan, televisi juga mempunyai fungsi sebagai mendapatkan informasi. Informasi tersebut bisa didapat dari berbagai acara yang ada ditelevisi.

5. Berita

Salah satu fungsi penting dalam komunikasi massa adalah menyampaikan informasi, biasanya disajikan dalam bentuk berita. Beritadan informasi merupakan hal pokok yang harus dimiliki oleh mediamassa. Setiap hari media massa memberikan informasi mengenaiperistiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yangdikatakan orang lain yang dibutuhkan audiencenya. Di samping itu,media massa tidak sekedar memberitakan, tetapi juga mengevaluasi danmenganalisis setiap kejadian tersebut (Nurudin, 2007: 101).

Berita dalam bahasa Inggris disebut *news*, kemungkinan sekaliberasal dari bentuk jamak dari kata Inggris Pertengahan (*MiddleEnglish*), yaitu *newe* yang berarti "sesuatu yang baru".Ada yang menyebut bahwa *news* itu adalah informasi yang bisadatang dari empat penjuru mata angin, *North-East-West-South.* Ada pula yang memandang *news* merupakan bentuk plural dari *new* (baru). Karenaitu berita harus selalu terkait dengan hal-hal atau kejadian yang baru yang dianggap menarik (Effendy, 2003: 130-131).

Doug Newsom dan James A. Wollert mengemukakan berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa saja yang mereka butuhkan. Definisi lain oleh Williard C. Bleyer berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik minat atau

mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut (Sumadiria, 2006:64).

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan berita adalah laporan mengenai fakta atau ide terbaru yang benar menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, televisi, radio atau media online internet. Walaupun sukar memberi batasan tentang apa yang dimaksud dengan berita, setidak-tidaknya kita dapat menentukan sesuatu yang berwatak berita. Kriteria dasar yang digolongkan ke dalam berita yaitu berita harus benar dan tepat (*accurate*), menarik (*interesting*), baru (*actual*), dan berita harus mengandung suatu penjelasan (*explanation*).

Melvin Mencher, menyebutkan identifikasi tentang nilai berita yang meliputi: (a) *Impact* – signifikasi, konsekuensi, dan arti penting suatu peristiwa; (b) *Timelines* – kebaruan suatu peristiwa; (c) *The bizarre* – keanehan atau kelangkaan; (d)*Proximity* – kedekatan. Semakin suatu peristiwa memiliki kedekatandengan (kebutuhan) khalayak, maka akan semakin tinggi pula nilaiberita; (e) *Prominence* – keterkenalan atau kemahsyuran; (f) *Conflict* –kontroversi atau silang pendapat; dan (g) *Currency* – kepopuleran dan kekinian (Pawito, 2009: 129).

Fungsi utama pemberitaan bukanlah untuk memperingatkan, menginstruksikan, dan membuat khalayak tercengang, tetapi juga untuk memberitahu. Informasi tersebut diinterpretasikan dan diberi konteksertentu oleh khalayak. Setelah itu khalayak dapat memanfaatkan sebuahberita sebagai

pengetahuan umum agar dapat berinteraksi dengan individu atau kelompok lain. Tidak heran jika pengetahuan umum menjadi bagian yang penting dari kehidupan khalayak.

Berdasarkan identifikasi mengenai nilai berita, pemberitaan mengenai kasus korupsi PKS dianggap mempunyai nilai berita, karena berita tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa dalam menilai citra PKS saat ini.

6. Citra

Dengan membanjirnya informasi yang diterima konsumen politik, masing-masing partai politik perlu memikirkan strategi yang dapat menentukan kemenangan. Ketika semua partai politik melakukan hal yang sama yaitu membeberkan rancangan program kerja mereka maka partai politik membutuhkan '*image'* untuk membedakan satu partai politik dengan partai politik lainnya. *Image* ini dapat dikategorikan sebagai strategi 'positioning' suatu partai politik diantara partai-partai politik lainnya. Selain itu, *image* juga terkait identitas (Firmanzah, 2007: 230).

Image biasa diartikan cara anggota organisasi dalam melihat kesan dan citra yang berada di benak orang. Perlahan dan pasti *image* yang ditangkap dalam sistem kognitif akan membentuk persepsi atas partai atau kontestan individu. Sehingga *image* dan identitas terkait erat satu dengan yang lain. Pengartian *image* seperti ini sering disebut sebagai *'construed external image'* (Firmanzah, 2007: 230).

Menurut Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, komite atau aktivitas.

Definisi lain dikemukakan oleh Peteraf dan Shanley bahwa *image* bukan sekadar masalah persepsi atau identifikasi saja tetapi juga memerlukan pelekatan *(attachment)* suatu individu terhadap kelompok atau group. Pelekatan ini dapat dilakukan secara rasional dan emosional. *Image* politik dapat mencerminkan tingkat kepercayaan dan kompetensi tertentu partai politik.

Merangkum pandangan sejumlah ahli tentang *image* khususnya image politik, Firmanzah mendefinisikan *image* sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat (publik) akan suatu partai atau individu mengenai suatu hal yang terkait dengan aktivitas politik. Yang dimaksud dengan aktivitas politik adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh partai politik atau individu dalam usaha mereka untuk berkuasa, menciptakan keteraturan sosial *(social order),* menciptakan semangat kolektif, menciptakan dan menguatkan legitimasi dalam masyarakat serta dalam menciptakan keselarasan dan perdamaian (Firmanzah, 2007: 230-231)

Image politik sebagai suatu strategi *positioning* dapat menjadi salah satu sumber penentu kemenangan partai politik dalam persaingan dengan partai-partai lainnya. *Positioning* dalam hal ini adalah suatu strategi yang mencoba menempatkan suatu ideologi partai diantara ideologi-ideologi lain di benak masyarakat. Dengan demikian masyarakat akan dapat dengan mudah

mengidentifikasi suatu partai politik melalui *image* dan citra yang tertanam dalam sistem keyakinan dan kognitif mereka (Firmanzah, 2011: 180).

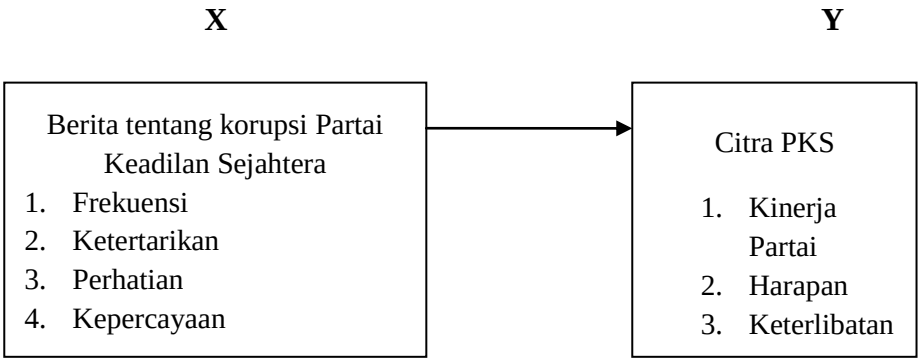
Tentang ideologi politik, aktivitas politik tidak dapat dipisahkan dari ideologi politik. Meskipun kata ideologi telah mengalami 'negativitasasi' atau mendapatkan konotasi pejoratif dan sangat terkait dengan dominasi, manipulasi, fanatik, dogmatik dan irasional, sesungguhnya ide harus lebih diartikan sebagai sekumpulan ide dan gagasan tentang kondisi sosial masyarakat.

Konstruksi *image* politik memiliki tiga dimensi utama yaitu (1) *image* politik adalah identitas politik partai politik; (2) *image* politik membantu pemilih dalam memilih partai politik berdasarkan ideologi dan program kerja yang ditawarkan; dan (3) *image* politik dapat mengurangi resiko psikologis dan ketidakpastian pemilih ketika mereka masuk menjadi anggota partai dan memberikan suaranya kepada partai tersebut dalam pemilihan umum (Firmanzah, 2011: 252-253).

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Dalam hal ini komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian landasan teori diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah :



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

H. Hipotesis

Hipotesis adalah generalisasi atau rumusan kesimpulan yang bersifat *tentaif* (sementara) yang hanya akan berlaku apabila setelah terbukti kebenarannya (Nawawi, 2001 : 161).Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 1997 : 67). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak terdapat pengaruh terpaan berita korupsi tentang PKS dengan citra PKS di kalangan mahasiswa FKI jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011.

H1 : Terdapat pengaruh terpaan berita korupsi tentang PKS dengan citra PKS di kalangan mahasiswa FKI jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011.

I. Metode Penelitian

Bentuk penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin, 2006: 38). Penelitian eksplanasi bertujuan meneliti sejauh mana variabel yang satu memiliki hubungan sebab akibat dengan variabel yang lain. Dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh antara Pemberitaan tentang korupsi PKS dengan citra PKS.

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kampus 2 UMS Fakultas Komunikasi dan Informatika yang akan dilakukan pada tanggal 19-20 September 2013.

2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2002: 55).

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah Mahasiswa FKI Jurusan Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2011 yang masih aktif kuliah. Berdasarkan data yang diperoleh saat riset prapenelitian, mahasiswa yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden berjumlah 91orang.

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Sampel yang *representative* dapat diartikan bahwa sampel tersebut mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proposional atau memberikan kesempatan yang sama padasemua unsur populasi untuk dipilih, sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya dalam keseluruhan populasi (Kriyantono, 2010:154)..

Dalam pengambilan sejumlah sampel jika subjek yang akan diteliti kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 1997; 120). Apabila jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15%, atau 20-25% atau lebih tergantung setidak-tidaknya dari :

a. Kemampuan peneliti dilihat dari wkatu, tenaga dan dana.
b. Sempit luanya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
c. Besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang risikonya besar, tentu saja jika sampel besar, hasilnya akan lebih baik.

Oleh karena itu jumlah populasi pada penelitian ini kurang dari 100orang, maka besar sampel dalam penelitian ini adalah 91orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007).

3. Variabel Penelitian

a. Definisi Konsep

Untuk membatasi permasalahan penelitian dan menghindari perbedaan pengertian, maka perlu dibentuk definisi konseptual. Definisi konseptual sendiri merupakan kegiatan mendefinisikan konsep dalam kaitannya dengan konsep lain yang kurang abstrak dan memungkinkan pembaca menangkap istilah yang lebih kompleks. Pada penelitian ini disusun definisi konseptual sebagai berikut:

1) Terpaan adalah kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa ataupun memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut.
2) Berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang.
3) Televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar obyek yang bergerak yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk penyiaran pertunjukan, berita dan sebagainya.
4) Partai politik adalah Dalam Undang-Undang No. 31 Tahun 2002, Tentang Partai Politik, diformulasikan bahwa partai politik adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara

Republik Indonesia secara sukarela atas dasar persamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa dan negara melalui pemilihan umum.

5) Citra Partai adalah citra partai terdiri atas apa yang dipercaya rakyat tentang setiap partai politik utama, suka atau tidak suka terhadap mereka, dan apa yang diharapkan dilakukan oleh partai.
6) Mahasiswa adalah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagai mana cara mengukur variabel. Pada penelitian ini, tiap jawaban dinilai dengan angka dengan keterangan:

1) Terpaan Berita (X)
   a) Frekuensi responden menonton pemberitaan mengenai kasus korupsi PKS di televisi.
   b) Tingkat ketertarikan responden dalam menonton pemberitaan mengenai kasus korupsi PKS di televisi.
   c) Tingkat perhatian responden saat menonton pemberitaan mengenai kasus korupsi PKS di televisi.
   d) Tingkat kepercayaan responden terhadap pemberitaan mengenai kasus korupsi PKS di televisi.
2) Citra Partai (Y)
   a) Kinerja PKS semakin lama semakin menurun.
   b) PKS belum mampu memenuhi harapan rakyat.

c) PKS kurang mampu menjalankan pemerintahan dengan baik sesuai dengan yang diamanatkan rakyat.

d) PKS memiliki banyak janji kepada rakyat yang belum terpenuhi.

e) PKS belum mampu memberantas korupsi seperti yang dijanjikan kepada rakyat.

f) Para kader PKS banyak yang terlibat kasus korupsi.

g) Para kader PKS tidak bekerja sebagaimana mestinya sehingga merugikan negara demi mencari keuntungan pribadi dan partai.

h) PKS diduga melakukan kejahatan korupsi yang melibatkan para petinggi PKS dan banyak kadernya.

i) Terjadi konflik internal dalam tubuh PKS yang memperburuk reputasi partai.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah:

a. Penelitian Survei

Pengumpulan data yang dilakukan di lokasi penelitian dengan menggunakan instrument atau alat, yaitu kuesioner atau daftar pertanyaan. Kuesioner berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang akan dijawab tertulis oleh responden. Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMS Angkatan 2011 yang masih aktif diperkuliahan.

5. Teknik Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Dalam suatu penelitian sangatlah penting menentukan hasil penelitian yang valid dan realibel. Hasil yang dikatakan valid adalah adanya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi dalam objek penelitian (Sugiyono, 2010: 121).

Penelitian ini menggunakan uji validitas konstruksi, dimana validitas tersebut terdiri dari kerangka teori untuk meyakinkan pengukuran sesuai dengan kelogisan dengan kerangka teori. Ukur validitas konstruksi dengan menghitung korelasi antara data pada pertanyaan-pertanyaan yang digunakan oleh Peneliti. Rumus yang digunakan adalah rumus *Pearson Correlation* (*product moment).* Teknik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi dan membuktikan hipotesis. Rumusnyasebagai berikut (Kriyantono, 2010: 175):

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

Keterangan rumus :

r : koefisien korelasi *Pearson's Product moment*

N : jumlah responden dalam sampel

X : angka mentah untuk variabel independen

Y : angka mentah untuk variabel dependen

b. Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan *internal concistency*. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan cara mencoba instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrument (Sugiyono, 2010; 149). Pengujian ini dapat dilakukan dengan teknik belah dua dari rumus Spearman Brown sebagai berikut :

Rumus : $r_{i=\frac{2R_b}{1+r_b}}$

Keterangan rumus :

r_i: realibilitas internal seluruh instrumen

r_b : korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data untuk penelitian ini adalah analisis statistik inferensial. Statistik inferensial ini digunakan dalam penelitian eksplanatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih (Kriyantono: 2006; 169)

Penelitian ini menggunakan statistik parametris, yang mana untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel (Sugiyono, 2010: 149). Analisis regresi digunakan untuk mencari hubungan yang kausal (sebab-akibat) yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen (Kriyantono, 2010: 183).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana yaitu adanya variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y dapat dihitung dengan prediksi berdasarkan nilai X tertentu. Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

Rumus : $Y = a + bX$

Keterangan rumus :

Y : variabel tidak bebas (variabel dependen yang diprediksi)

X : variabel bebas (subjek pada variabel independen yang memiliki nilai tertentu)

a : nilai konstan tau harga Y bila X = 0

b : koefisien regresi (angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang berdasarkan pada variabel independen, sedangkan bila b(+) maka naik, sedangkan jika b(–) maka turun).

Untuk menghitung nilai *a* dengan rumus :

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

Untuk menghitung nilai *b* dengan rumus :

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

Penelitian ini juga menggunakan statistik parametrik uji-t. Uji-t memiliki asumsi bahwa distribusi memiliki varian yang homogen dengan arti adanya penyimpangan setiap nilai adalah sama dari nilai rata-ratanya (Morissan, 2012: 330). Uji-t yang digunakan adalah uji-t tanpa korelasi. Uji-t tanpa korelasi digunakan untuk menguji apakah suatu korelasi memiliki

perbedaan yang signifikan dari nol. Rumus uji-t tanpa korelasi sebagai berikut:

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

Keterangan rumus :

t : uji-t

r : nilai korelasi

N : jumlah kejadian