PENGARUH PEMBERITAAN KASUS PENYERANGAN LAPAS CEBONGAN SLEMAN DI MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG KOPASSUS

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Mencapai Derajat Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh:

Priyo Widyastoko

L100 090 069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2015

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura. Telp (0271) 717417, 719483 Fax 715448 Surakarta 57102

Surat persetujuan artikal publikasi ilmiah
Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir

Nama : Muhammad Toharudin, S.Pd,MA
Agus Triyono, M.Si

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Priyo Widyastoko

NIM : L 100 090 069

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kopassus.

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Maret 2015

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Muhammad Toharudin, S.Pd,MA	**Agus Triyono, M.Si**

ABSTRAK

PENGARUH PEMBERITAAN KASUS PENYERANGAN LAPAS CEBONGAN SLEMAN DI MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG KOPASSUS

Berita merupakan salah satu bagian dari media massa yang fungsinya menginformasikan sesuatu yang terjadi di berbagai penjuru dunia. Media massa melalui pemberitaan, memiliki kemampuan dalam menggiring pemikiran seseorang, saat media massa menyampaikan berita atau pesan maka seseorang akan menerima dan mengikuti sesuai dengan apa yang disampaikan oleh media massa, sehinga mempengaruhi persepsi seseorang. Seperti halnya pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman oleh anggota Grup II Kopassus di media massa merupakan salah satu bentuk pengaruh terhadap persepsi seseorang.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat Dukuh Tanggul, Desa Pucangan, kecamatan Kartasura Tentang Kopassus. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Dukuh Tanggul Kelurahan Pucangan, kecamatan Kartasura.

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Dukuh Tanggul Kelurahan Pucangan, Kecamatan Kartasura. Dengan teknik penentuan sampel menggunakan *cluster random sampling*. Jumlah sampel sebanyak 76 responden. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif, yakni periset menghubungkan atau mencari sebab-akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Sumber data penelitian yaitu sumber data primer dan sekunder dengan pengumpulan data mengunakan kuesioner. Adapun teknik analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier. Dari analisis menunjukan pemberitaan di media massa berpengaruh terhadap persepsi masyarakat. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pemberitaan Media Massa (X) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 22.724 > 1,994. Hasil penelitian ini berarti variabel pemberitaan media massa secara bersama-sama berpengaruh terhadap presepsi masyarakat.

Kata Kunci : Pengaruh, Media, Persepsi, Kopassus

A. PENDAHULUAN

Media massa merupakan salah salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi pada saat ini, hal ini didukung tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi sangat besar. Melalui media massa memungkinkan informasi dapat menyebar dengan mudah dan cepat kepada masyarakat. Oleh karena itu media massa mempunyai kekuatan dan peranan penting dalam membentuk persepsi masyarakat melelui pesan yang disampaikan oleh media. Nurudin, (2009:09) menjelaskan media massa sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audien yang luas dan *heterogen*. Disamping itu, kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis media komunikasi lain adalah dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu. Media massa dapat menyebarkan pesan (informasi) hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Salah satu contoh pengaruh pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat yang diangkat dalam penelitian ini adalah pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman. Pemberitaan melalui media massa mengenai kasus tersebut terjadi beberapa bulan yang lalu. Masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Sleman yang dekat dengan kejadian dan masyarakat Dukuh tanggul yang berdekatan dengan Kopassus dikagetkan mengenai pemberitaan di berbagai media massa mengenai peristiwa penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang terjadi pada tanggal 23 maret 2013. Peristiwa yang menewaskan empat tahanan ini dilakukan oleh anggota Grup II Kopassus Kandang Menjangan Kartasura. Berita yang dipublikasikan

oleh berbagai media massa tentang penyerangan Lapas Cebongan yang dilakukan beberapa anggota Kopassus membuat masyarakat seakan tidak percaya dan mempertanyakan kebenaran dari isu-isu yang beredar penyerangan Lapas Cebongan yang dilakukan oleh beberapa oknum anggota Kopassus, seperti yang ramai diberitakan oleh media massa. Hal ini dikarenakan pada umumnya melihat sosok Kopassus adalah aparat yang mempunyai dedikasi yang cukup tinggi, berjiwa sosial, tangguh dan bertanggung jawab. Informasi yang muncul di media juga menimbulkan pro dan kontra dari berbagai pihak. Selain itu, dari berbagai informasi yang dikemas dan di sajikan oleh media juga memunculkan berbagai persepsi dari kalangan masyarakat yang menyimpulkan bahwa TNI AD khususnya Kopassus, merupakan sebuah ancaman sekaligus momok yang menyeramkan bagi masyarakat yang seharusnya di lindungi dan diayomi oleh pihak militer seperti Kopassus. Fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi mengenai pengaruh pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus pada pemberitaan kasus penyerangan yang terjadi di Lapas Cebongan Sleman, tanggal 23 maret 2013.

B. Tinjauan Teori

1. Komunikasi massa

Dalam penelitian ini komunikasi yang terjadi adalah komunikasi massa, yang mana dapat dilihat terdapat komunikasi antara media dengan masyarakat, di mana media massa sebagai penyampai pesan atau informasi menyampaikan informasi kepada masyarakat sebagai penerima pesan. Maka perlunya pembahasan

tentang komunikasi massa menurut Joseph A. Devito, mendefinisikan komunikasi massa menjadi dua. Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada masa, maksudnya masa disini adalah kepada khalayak atau audien yang jumlahnya banyak. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang cara penyampaian pesannya disalurkan lewat pemancar-pemancar audio dan visual (Effendy,2000:21).

2. Hypodhermic Needle Theory

Teori ini dikenal dengan banyak nama lain, seperti teori peluru atau teori stimulus respon. Teori ini mengatakan bahwa masyarakat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan yang diberikan oleh media massa. Teori ini menjelaskan bahwa apabila pesan tersebut tepat sasaran, maka akan mendapatkan efek yang diinginkan oleh media massa. Oleh karena itu media pempunyai kekuatan dalam menggiring pemikiran seseorang melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa (Severin dan Tankard,2011:147).

3. Berita

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai suatu peristiwa yang terjadi. Berita merupakan hal yang harus ada di dalam media massa. Disamping itu, media massa tidak sekedar memberitakan atau menginformasikan, tetapi juga mengevaluasi dan menganalisis setiap kejadian yang terjadi (Nurudin, 2007:101).

4. Persepsi

Persepsi adalah pendapat seseorang mengenai suatu hal yang mereka lihat pada saat itu juga. Persepsi merupakan proses yang kompleks dimana orang memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan respon terhadap suatu rangsangan kedalam situasi

masyarakat yang penuh arti dan masuk akal (Severin dan Tankard,2011:84).

Proses terjadinya persepsi dijelaskan ada 3 (tiga) proses yang terlibat dalam proses persepsi yang tidak saling terpisah. Ketiga tahap proses terjadinya persepsi yaitu:

a. Seleksi perseptual. Proses ini terjadi ketika responden menangkap dan memilih *stimulus* berdasarkan pada *psychological set* yang dimiliki.
b. Organisasi perseptual. Responden mengelompokan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.
c. Interpretasi perseptual. Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima responden.

C. Metodologi Penelitian

Bentuk penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanasi dengan penekatan kuantitatif. Penelitian eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin, 2005:38).

1. Tempat, Waktu dan Sampel Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Dukuh Tanggul, Kelurahan Pucangan, Kecamatan Kartasura, yang akan dilakukan pada tanggal 1-3 Oktober 2014.

Dalam penelitian ini setelah didapatkan jumlah populasi secara keseluruhan yang meliputi penduduk Dukuh Tanggul sebanyak 317 orang. Sampel yang didapatkan dengan teknik acak berkelompok (*cluster random*

sampling) sehingga sampel dalam peelitian ini adalah 76 orang.

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini akan menggunakan pengungujian validitas dengan *corrected item-total correlation,* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya. Teknik statistik yang digunakan untuk mencari koefesien korelasi adalah teknik *product moment* dari *pearson*. Dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono,2010:356).

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

$\sum x$ = Jumlah masing-masing butir

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum xy$ = Jumlah antara skor x dan y

n = Jumlah subyek/sampel

kreteria uji validitas secara singkat (*rule of tumb*) adalah 0,3. Apabila nilai korelasi lebih besar dari 0,3 pertanyaan yang dibuat dikategorikan shahih/valid (Setiaji,2008:117).

b. Uji Reliabilitas

suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Masing-masing pernyataan diuji konsistensinya terhadap variabel penelitian dengan menggunakan *Cronbach alpha*. Persamaan *Cronbach alpha*, sebagai berikut (Sugiyono,2010:365).

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1}\right]\left[1\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2}\right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Instrument penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 dan sebaliknya apabila nilai *Cronbach alpha* lebih kecil dari 0,60 maka dikatakan tidak reliabel (Ghozali,2005:42).

3. Teknik Analisis Data

a. Regresi Linier Sederhana

Uji ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel independen (pemberitaan media massa) terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat). Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Keterangan :

Y = Pemberitaan di media massa

a = Konstanta

X = Persepsi masyarakat

b = koefesien regresi masing-masing variabel

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan hipotesis benar (setiaji,2005:30).

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Keterangan :

b : koefisisen regresi masing-masing variabel

S_b : standar error koefisien regresi masing masing variabel

c. Uji F

Uji F statistic digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Rumus uji F yang digunakan adalah (setiaji,2005:44).

$$\text{F hitung} = \frac{R^2 / k\text{-}1}{(1\text{-}R^2) / n\text{-}k}$$

Keterangan :

R^2 : koefisien determinasi

k : derajat bebas pembilang

(n-k) : derajat bebas penyebut

d. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ini untuk mengetahui besarnya sumbngan pengaruh variabel independen (pemberitaan media massa) terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat) yang ditujukan dengan persentase.

$$R^2 = \frac{b_1 \sum YX_1}{Y^2}$$

R^2 = Nilai Koefisien Determinasi

Y = Persepsi Masyarakat

a = Konstanta

X = Pemberitaan Media Massa

b = koefisien regresi masing-masing variabel

D. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Prasyarat analisis

a. Uji validitas

Uji validitas yang dilakukan terhadap 10 orang. Tiap item pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari 0,3.

b. Uji reliabilitas

Berdasarkan dari hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas maka nilai *Cronbach alpha* untuk variabel pemberitaan media massa (x) adalah sebesar 0,926 dan variabel persepsi masyarakat (y) adalah sebesar 0,968, dimana angka tersebut lebih besar dari 0,6 maka nilai tersebut dikatakan reliabel.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi linier sederhana

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pemberitaan media massa (x) terhadap variabel dependen yaitu persepsi masyarakat (y). berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS 16.00 diperoleh hasil nilai a dan b sebagaimana ditunjukan dalam table berikut :

Tabel 4.

Hasil Uji analisis Uji Regresi Linier

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	9.913	3.507	2.826	.006
	X	1.383	.061	22.724	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber : data primer diolah

Dengan demikian diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu :

$$Y = 9{,}913 + 1{,}383X$$

1) a= 9,913 adalah konstanta, artinya apabila variabel pemberitaan media massa (x) sama dengan nol, maka persepsi masyarakat (y) sebesar 9,913 satuan.
2) b= 1,383 adalah koefesien pemberitaan media massa, artinya apabila pemberitaan media massa (x) naik sebesar 1 persen, maka persepsi masyarakat (y) akan meningkat sebesar 1,383 satuan.
3) Berdasarkan persamaan regresi menunjukan bahwa variabel pemberitaan media massa (x) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat.

b. Uji t

Hasil uji regresi menunjukan bahwa variabel pemberitaan media massa (x) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 22.724>1,994 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000< 0,05. Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pemberitaan media massa (x) terhadap persepsi masyarakat (y)

c. Uji F

Table 3

Hasil Pengujian Uji F

ANOVA[b]		
Model	F	Sig.
Regression	516.361	.000[a]

Hasil perhitungan uji F didapatkan F hitung sebesar 516,361 pada *level of significant* α = 0,05 sedangkan nilai

signifikansi dari hasil SPSS diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai F sebesar 516,361>3,979. Hasil penelitian ini berarti variabel pemberitaan media massa (x) secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi masyarakat (y). dengan demikian, ada pengaruh yang signifikan pemberitaan media massa secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi masyarakat.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 3.25

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.939[a]	.882	.880

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Hasil perhitungan koefisien korelasi determinasi (R^2) sebesar 0,882 yang berarti bahwa 88,2% variabel pemberitaan media massa berpengaruh terhadap persepsi masyarakat. Sisanya 11,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini.

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data bahwa variabel pemberitaan media massa berpengaruh terhadap persepsi masyarakat. Hal ini mendukung apa yang dijelaskan didalam teori hypedermik, yang didalamnya menjelaskan bahwa media massa memiliki kemampuan dalam menggiring pemikiran khalayak, saat media menyampaikan berita atau pesan maka masyarakat akan menerima dan mengikuti sesuai dengan apa yang disampaikan oleh media massa. Hal ini dapat dilihat dari warga Dukuh Tanggul, Kelurahan Pucangan, Kecamatan Kartasura yang terpengaruh dan mengikuti berita dari media massa.

Hal ini sesuai dengan teori jarum suntik atau yang dikenal teori *hypodermic* bahwa masyarakat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Teori ini menjelaskan apabila pesan tersebut tepat sasaran, maka akan mendapatkan efek yang diinginkan dalam penelitian ini pesan-pesan komunikasi massa yaitu berita tentang kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan oleh beberapa anggota Grup II Kopassus yang memberikan efek pada persepsi masyarakat dalam menilai Kopassus saat ini (Severin dan Tankard,2005:147).

Masyarakat Dukuh Tanggul terpengaruh oleh media massa melalui pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman. Persepsi masyarakat tentang Kopassus menjadi berubah setelah melihat dan menyimak pemberitaan yang disampaikan media massa. Namun perubahan tersebut hanya bersifat sementara dan tidak berlangsung lama, setelah itu persepsi masyarakat tentang Kopassus kembali seperti semula setelah hilangnya pemberitaan mengenai kasus tersebut.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan hasil dari penemuan penelitian yaitu terdapat pengaruh antara pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat dimana dapat dilihat dari hasil uji t menunkukan bahwa variabel media massa mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$,yaitu 22,724>1,994 dengan taraf signifikan 0,000<0.05.Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dan besarnya pengaruh media massa terhadap persepsi masyarakat adalah

88,2%, sisanya dipengaruhi oleh model lain selain media massa.

2. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan. Adapun saran-saran tersebut antara lain :

a. Pemberitaan di media massa sangat mempengaruhi presepsi masyarakat terhadap kasus yang sedang terjadi, khususnya kasus penyerangan lapas Cebongan Sleman, Yogyakarta yang diberitakan secara terus menerus sehingga masyarakat yang melihat, menyimak, dan mengikuti keberlanjutan kasus tersebut memiliki presepsi yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya, maka media massa diharapkan tidak terlalu sering memberitakan kasus tersebut.

b. Dalam memberitakan suatu kasus, media massa tidak menyudutkan salah satu pihak saja dalam penyajiannya kepada khalayak.

c. Untuk penelitian selanjutnya penulis berharap adanya penelitian lebih lanjut tentang variabel-variabel lain yang mempengaruhi presepsi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenada Media

Devito, Joseph A. 1997. Komunikasi Antar Manusia. Jakarta: Professional Books.

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: BP UNDIP

Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.

Setiadji, Bambang. 2005. Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif. Surakarta: Program Pascasarjana UMS.

Warner J. Severin dan James W. Tankard,Jr. 2011. Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terpaan di Dalam Media Massa. Jakarta: Prenada Media