BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi memiliki pengaruh yang kuat dalam setiap aspek kehidupan sosial masyarakat, sehingga menyebabkan terjadinya berbagai perubahan sosial dalam masyarakat baik secara positif maupun negatif. Perubahan yang terjadi saat ini diiringi dengan munculnya berbagai perkembangan teknologi yang semakin canggih dan modern, sehingga manusia semakin mudah dalam mengakses informasi.

Perkembangan teknologi membuat masyarakat semakin terapit diantara dua pilihan, yaitu masyarakat yang menerima kehadiran teknologi komunikasi dan informasi, dan di sisi lain, masyarakat beranggapan bahwa kemajuan teknologi tersebut justru menimbulkan masalah-masalah yang bersifat struktural, yang kemudian merambah pada semua aspek kehidupan masyarakat. Terkait dengan perkembangan teknologi yang berdampak kearah modernisasi, IPTEK merupakan sebuah perkembangan teknologi yang paling pesat perkembangannya, seperti halnya perkembangan media komunikasi melalui media massa.

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini. Melalui media massa dengan fitur-fitur yang disajikannya memungkinkan informasi dapat menyebar dengan mudah dan cepat kepada masyarakat, sehingga dapat dengan cepat pula mempengaruhi cara pandang, cara berfikir, gaya hidup, serta perubahan

budaya dalam suatu bangsa. Nurudin (2009:09) menjelaskan media massa sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* 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.

Berdasarkan peran dari media massa itu sendiri, arus informasi yang sangat cepat menyebabkan masyarakat tidak mampu untuk menyaring pesan yang beredar di sekitar mereka. Akibatnya, tanpa sadar berbagai informasi tersebut sedikit demi sedikit telah mempengaruhi pola hidup, tingkah laku seseorang, baik itu bersifat positif maupun negatif.

Disamping itu, sadar atau tidak media massa telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya di dalam memperoleh informasi. Seperti halnya berita mengenai suatu peristiwa yang terjadi di luar maupun dalam negeri yang dapat diketahui khalayak luas dengan cepat dan mudah melalui media massa. Oleh karena itu, media massa dianggap sebagai salah satu media komunikasi yang cukup efektif.

Dewasa ini, beragam informasi yang disajikan melalui media massa dinilai memberikan pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk pandangan/ persepsi masyarakat terhadap cara berfikir atau bagaimana seseorang dapat menilai suatu peristiwa yang diberitakan melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan lain-lain. Menurut Denis McQuail dalam Morissan (2013:480), menjelaskan bahwa media massa memiliki sifat atau karakteristik

yang mampu menjangkau masa dalam jumlah yang besar dan luas, bersifat publik, dan memberikan popularitas pada siapa saja yang muncul di media massa. Selain itu, karakteristik media massa memberikan konsekuensi kehidupan dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini. Sehingga media massa menjadi elemen penting dalam proses demokrasi, hal ini dikarenakan media massa dapat dijadikan sebagai arena dan saluran debat publik dalam penyebarluasan informasi dan pendapat dari berbagai pihak.

Seperti halnya beragam informasi yang disampaikan melalui media massa mengenai kasus penyerangan Lapas Cebongan yang terjadi beberapa bulan yang lalu. Masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Sleman dikagetkan mengenai pemberitaan di berbagai media massa mengenai peristiwa penyerangan Lapas Cebongan yang terjadi pada tanggal 23 Maret 2013. Peristiwa yang menewaskan empat tahanan ini dilakukan oleh anggota grup II (dua) Kopassus Kandang Menjangan Kartasura**.**

Kopassus (Komando Pasukan Khusus) adalah bagian dari Bala Pertahanan Pusat yang dimiliki oleh TNI AD, yang memiliki kemampuan khusus seperti bergerak cepat di setiap medan, menembak dengan tepat, pengintaian, dan anti teror. Semua anggota Kopassus harus memiliki kemampuan khusus, diantaranya menguasai pertempuran di tiga marta darat, laut, dan udara. Semua itu diperoleh dengan latihan yang disiplin, latihan meluncur di ketinggian, pendaratan tali, pendaratan parasut, bertahan hidup di alam liar (hutan, danau, rawa), juga berenang dikerasnya hantaman air laut, dan menyelam.

Kopassus dikenal sebagai pasukan ahli dan berwibawa. Citranya yang telah mengangkat namanya sejajar internasional, mengantarkan Kopassus menjadi pasukan terbaik ketiga di dunia. Kesan atau citra masyarakat terhadap TNI AD khususnya Koppasus sudah dikenal kedisiplinannya. Selain itu, TNI AD sangat dekat dengan masyarakat dalam hal pembangunan desa.

Berita (infomasi) yang dipublikasikan oleh berbagai media massa tentang penyerangan Lapas Cebongan oleh beberapa anggota Kopassus membuat masyarakat seakan tidak percaya dan mempertanyakan kebenaran dari isu-isu yang beredar mengenai berita tersebut, seperti yang ramai diberitakan dalam media massa. Hal ini dikarenakan masyarakat pada umumnya melihat sosok Kopassus adalah aparat yang mempunyai dedikasi cukup tinggi, berjiwa sosial, tangguh, dan bertanggung jawab. Sehingga Berita ini menyita perhatian publik untuk sementara waktu.

Beberapa media massa memberitakan bahwa, penyerangan yang terjadi di Lapas Cebongan pada tanggal 23 Maret 2013 merupakan buntut dari kerusuhan yang terjadi di Hugo’s Café pada tanggal 19 Maret 2013. Peristiwa yang menewaskan Serka Santoso (mantan atasan pelaku penyerangan) ini memiliki motif balas dendam yang didasari oleh jiwa korsa kesatuan yang kuat. Arti dari jiwa korsa adalah rasa kebersamaan, saling memiliki di dalam salah satu ikatan dalam kesatuan.

Informasi yang muncul di media juga menimbulkan pro dan kontra dari berbagai pihak. Selain itu, dari berbagai informasi yang dikemas dan disajikan oleh media massa 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 dilindungi dan diayomi oleh pihak militer seperti Kopassus. Sehingga dari kejadian ini membuat citra baik TNI AD khususnya Kopassus semakin buruk. Dalam penyerangan Lapas Cebongan hanya dilakukan oleh beberapa oknum Kopassus, akibat dari kejadian penyerangan Lapas Cebongan ini secara tidak langsung telah mencoreng kesatuan TNI AD.

Media massa memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan sebuah gambaran (realitas) kenyataan yang terjadi di sekitar kita. Media massa juga dapat membentuk persepsi masyarakat mengenai suatu permasalahan di dalam instansi ataupun lembaga yang bersangkutan. Sedangkan pengertian persepsi sendiri adalah proses di mana kita menjadi sadar akan banyak stimulus yang akan mempengaruhi indera kita dan menjelaskan bahwa persepsi dapat mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang akan kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika kita mencapai kesadaran (Devito, 1997: 75).

Dari sekian banyaknya pemberitaan yang mempublikasikan penyerangan Lapas Cebongan, masyarakatpun memiliki pandangan pro dan kontra di dalam menyikapi kasus ini. Untuk masyarakat yang memiliki pandangan kontra, mutlak menyalahkan oknum Kopassus yang terlibat. Mungkin alasannya sudah jelas, seperti melanggar hukum, ham, kejam, dan tidak manusiawi. Namun, sebagian rakyat indonesia yang jumlahnya tidak

sedikit juga memberikan dukungan terhadap Kopassus atas kasus ini, karena dinilai selama ini korban telah banyak meresahkan masyarakat setempat. Selain itu, juga muncul berbagai dukungan dari organisasi masyarakat dan media sosisal, seperti oganisasi masyarakat mega bintang yang mendukung aksi penyerangan yang dilakukan oleh oknum Kopassus melalui spanduk yang berisi dukung TNI/Polri Brantas Premanisme. Tepat di bawahnya, terpasang juga spanduk lain yang bertuliskan Kami Bangga dan Salut pada Jiwa Ksatria Prajurit Kopassus. Tidak hanya dukungan melalui dunia nyata saja yang bermunculan, dukungan melalui dunia maya juga tidak kalah ramainya. Salah satu dukungan melalui media sosial *facebook* yang menamakan akunnya 1 juta dukungan terhadap 11 anggota Kopassus. Dalam halaman tersebut, disebutkan 7 poin yang diklaim sebagai aspirasi masyarakat Yogyakarta. Ketujuh poin tersebut pada intinya mendukung aksi 11 anggota Kopassus pada penyerangan Lapas Cebongan. Hal ini dilakukan untuk memberikan dukungan moral kepada pihak oknum Kopassus yang terkait.

Fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi mengenai pengaruh pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus pada kasus penyerangan yang terjadi di Lapas Cebongan, Sleman tanggal 23 Maret 2013 yang menewaskan empat tahanan. Sehingga penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kopassus”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Adakah Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Dukuh Tanggul, desa Pucangan, kecamatan Kartasura Tentang Kopassus ?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Dukuh Tanggul, Desa Pucangan, Kecamatan Kartasura Tentang Kopassus.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis :

   Sebagai suatu karya ilmiah, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi massa.

2. Manfaat secara praktis :.

   Sebagai bahan acuan atau rujukan serta untuk memberi wawasan tambahan penelitian yang relevan bagi peneliti lain.

E. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu dijadikan acuan oleh penulis dalam proses penelitian ini. hal tersebut sebagai berikut:

1. Ridmadhani Endah SW, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Tahun 2011. Judul penelitian pemberitaan dan persepsi masyarakat tentang kasus Gayus tersangka makelar pajak di media Indonesia. Metode kuantitatif. Hasil penelitian bahwa Tingkat pemberitaan sebagian besar tinggi (68,89%), tingkat persepsi masyarakat sebagian besar (77,78%) negatif tentang penegakan hukum, pemberitaan media Indonesia berpengaruh pada persepsi masyarakat tentang penegakan hukum.
2. Lydia Elton, Universitas Petra Surabaya. Tahun 2007. Judul penelitian pengaruh pemberitaan surat kabar terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya. Metode kuantitatif eksplanasi. Hasil tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel berita surat kabar mengenai kasus kecelakaan pesawat Adam Air terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya. Hipotesi penelitian Ha ditolak dan Ho diterima dimana hal ini berarti tidak ada pengaruh berita surat kabar terhadap persepsi masyarakat.

F. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Fungsi komunikasi adalah digunakan sebagai sarana menyampaikan pesan atau informasi antar individu maupun kelompok, dan komunikasi bisa terjadi dimana saja. Komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai cara, baik secara verbal (kata-kata) ataupun secara non verbal (lambang, simbol dan bisa juga menggunakan gerakan tubuh). Komunikasi juga dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung biasanya dilakukan saat bertatap muka sedangkan komunikasi secara tidak langsung dilakukan dengan menggunakan media sebagai penghubung.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian, komunikasi adalah suatu upaya yang bertujuan berbagi pesan atau informasi untuk mencapai kebersamaan atau kesamaan makna (Marhaeni,2009:31).

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari satu orang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung dan mempunyai umpan balik.

Sedangkan menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah merupakan suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya

berupa lambang (*non verbal)* dan kata-kata (*verbal*) untuk mengubah tingkah laku orang lain. Jadi dengan demikian komunikasi adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain terlebih dahulu, sebelum orang lain itu berpendapat, bersikap dan bertingkah laku yang sama dengan kita (Marhaeni,2009:37).

Harold Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan: who says *what in which channel to whom with what effect?* (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?) (Mulyana,2009:69).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Adapun karakteristik yang dimiliki komunikasi, diantaranya adalah, sebagai berikut:

a. Komunikasi suatu proses

Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau unsur.

Faktor atau unsur yang dimaksud antara lain dapat mencakup pelaku atau peserta, pesan (meliputi bentuk, isi, dan cara penyajian), saluran atau alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil, atau akibat yang terjadi.

b. Komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan.

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.

c. Komunikasi menurut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat.

Kegiatan komunikasi akan berlangsung dengan baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang dikomunikasikan.

d. Komunikasi bersifat simbolis

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang, misalnya: bahasa.

e. Komunikasi bersifat transaksional

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan memberi, dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau proposional oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam komunikasi.

f. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu.

Komunikasi menembus ruang dan waktu maksudnya bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama (Marhaeni,2009:33).

2. Komunikasi massa

Dalam penelitian ini komunikasi yang terjadi adalah komunikasi massa, yang dapat dilihat terdapat komunikasi antara media dengan masyarakat. Dimana media sebagai sarana penyampaian pesan (komunikator) informasi kepada masyarakat sebagai penerima pesan (komunikan). Maka diperlukan pembahasan tentang komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang terjadi secara tidak langsung dan penyampaiannya dilakukan melalui media massa, bisa dari media cetak maupun elektronik. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, buku, film dan internet. Jadi komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung.

Menurut Joseph A. Devito (Effendy, 2000:21), mendefinisikan komunikasi massa menjadi dua. Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada masa, maksudnya masa adalah kepada khalayak yang jumlahnya banyak. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang cara penyampaiannya disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan visual.

Sedangkan Jay Black dan Fredrick C. Whitne (1988) mendefinisikan komunikasi massa adalah suatu proses dimana pesan-pesan atau informasi yang diproduksi secara masal/ tidak sedikit itu disebarkan kepada khalayak penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen (Nurudin,2007:12).

Dalam komunikasi massa pengirim sering disebut sebagai sumber atau komunikator, sedangkan penerima pesan yang berjumlah banyak disebut *audience*, komunikan, pendengar, pemirsa, penonton, atau pembaca. Sementara itu saluran dalam komunikasi massa adalah televisi, radio, surat kabar, buku, film, dan internet.

Umpan balik yang dimiliki komunikasi massa terjadi secara tidak langsung, bahkan mungkin tidak terjadi umpan balik sama sekali. Apabila tidak ada umpan balik, komunikasi yang terjadi bisa dikatakan gagal. Konsekuensi dari situasi komunikasi seperti itu, komunikator harus berusaha sedemikian rupa sehingga komunikasinya itu benar-benar akan berhasil.

Maka dari itu didalam komunikasi massa kita membutuhkan *gatekeeper* (penampis informasi atau palang pintu). Media massa itu tidak berdiri sendiri, di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada *audience*. Mereka yang bertugas sering disebut sebagai *gatekeeper*. Jadi, informasi yang diterima *audience* dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh *gatekeeper* dan disesuaikan dengan misi, visi media

yang bersangkutan, khalayak sasaran dan orientasi bisnis atau ideal yang menyertainya (Nurudin,2007:7).

Setelah membahas pengertian komunikasi massa maka perlunya kita mengenali ciri-ciri khusus komunikasi massa. Dalam buku Nurudin (2007:19) menjelaskan komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus antara lain, sebagai berikut:

a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa tidak dilakukan oleh satu orang melainkan dilakukan sekelompok orang, artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja sama satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem, sebagaimana kita ketahui, sistem itu adalah sekelompok orang, pedoman, dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengelola pesan itu menjadi sumber informasi.

b. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikan terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendikan, pekerjaan, agama, latarbelakang budaya, dan tingkat ekonomi.

c. Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu.

d. Komunikasinya berlangsung satu arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasinya hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Jadi, komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan memberi konsekuensi umpan balik yang sifatnya tertunda atau tidak langsung.

e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari komunikasi massa kemampuan untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Serempak berarti berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan (Effendy, 2000:21).

f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis.

g. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penampis informasi/palang pintu/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.

Gatekeeper yang dimaksud antara lain reporter, editor film/ surat kabar/ buku, manajer pemberitaan, penjaga rubrik, kameraman, sutradara, dan lembaga sensor film yang semuanya mempengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam sebuah pesan-pesan dari media massa masing-masing.

Gatekeeper ini juga berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data, dan mengurangi pesan-pesannya. Intinya adalah *gatekeeper* merupakan pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. Bahkan bisa dikatakan *gatekeeper* sangat menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan disebarkan. Baik buruknya dampak pesan yang disebarkanpun tergantung pada fungsi penampisan informasi atau palang pintu ini.

Selain mempunyai ciri-ciri khusus, komunikasi massa juga mempunyai fungsi pokok, di antaranya adalah sebagai berikut (Marhaeni, 2009:239-243) :

a. Fungsi menghibur

Devito menyebutkan, bahwa media mendesain program-program mereka untuk menghibur khalayak. Tentu saja mereka memberi hiburan itu untuk mendapatkan perhatian dari khalayak

sebanyak mungkin sehingga mereka dapat menjual hal ini kepada para pengiklan. Inilah sebab utama adanya komunikasi massa.

b. Fungsi meyakinkan

Meskipun fungsi media yang paling jelas adalah menghibur, namun fungsinya yang terpenting adalah meyakinkan (*to persuade*). Persuasi dapat datang dalam banyak bentuk, misalnya: Mengukuhkan atau memperkuat sikap kepercayaan atau nilai seseorang. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Menggerakan seseorang untuk melakukan sesuatu. Memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

c. Menginformasikan

Menurut Devito, sebagian besar informasi yang kita dapatkan berasal dari media. Salah satu cara mendidik atau mempersuasi adalah melaluai pengajaran nilai-nilai, opini, serta aturan-aturan yang dianggap benar kepada pemirsa atau pembaca. Artinya sebagian dari fungsi edukasi media diarahkan untuk membuat khalayak tersosialisasi.

d. Menganugrahkan status

Tanpa pemuatan media seseorang tidaklah penting, setidak-tidaknya dimata masyarakat. Poul Lazarsfeld dan Robert Merton mengatakan jika anda benar-benar penting, anda akan menjadi pusat perhatian massa dan jika anda menjadi pusat perhatian massa, berarti anda memang penting. Sebaliknya jika anda tidak mendapatkan perhatian massa, maka anda tidak penting.

e. Fungsi membius

Salah satu fungsi media yang paling menarik dan paling banyak dilupakan adalah fungsi membiusnya (narcotizing). Ini berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius kedalam keadaan tidak aktif seakan-akan berada dalam pengaruh narkotik.

f. Menciptakan rasa kebersatuan

Salah satu fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang menyadarinya adalah kemampuannya membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok.

g. Fungsi pengawasan

Bagi Laswell, komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan. Artinya, menunjukan pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita. Fungsi pengawasan bisa dibagi menjadi dua, diantaranya sebagai berikut (Nurudin, 2007:78):

1) Pengawasan peringatan *(warning or beware surveillance)*

Pengawasan jenis ini terjadi apabila media menyampaikan informasi kepada kita mengenai ancaman.

2) Pengawasan instrumental (*instrumental surveillance*)

Pengawasan jenis kedua ini berkaitan dengan penyebaran informasi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari.

3. Hypodhermic Needle Theory

Teori ini dikenal dengan banyak nama lain, seperti teori peluru atau teori stimulus respons. Teori ini mengatakan bahwa masyarakat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Teori ini menjelaskan bahwa apabila pesan tersebut tepat sasaran, maka akan mendapatkan efek yang diinginkan (Severin dan Tankard, 2011: 147).

Model ini muncul selama dan setelah perang dunia pertama. Dalam bentuk eksperimen, penelitian dengan model ini dilakukan Hovland untuk meneliti pengaruh propaganda sekutu dalam mengubah sikap. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model jarum hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi disuntikan langsung kedalam jiwa komunikan. Sebagaimana obat disimpan dan disebarkan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis. Model ini juga disebut *bullet theory* (teori peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima berondongan pesan-pesan komunikasi. Bila kita mengunakan komunikator yang tepat, pesan yang baik, atau media yang benar, komunikan dapat diarahkan sekehendak kita (Rakhmat, 2009:62).

Menurut Wilbur schramm teori ini dinamai teori peluru perak. Teori ini mengatakan bahwa media bekerja seperti peluru yang dibidikan kearah sasaran, jika senapan diisi secara benar dan dibidikan secara akurat,

peluru akan menembus sasaran. Artinya, media akan menghasilkan efek yang diinginkan atas khalayak sasaran. Menurut pandangan ini, khalayak seperti sasaran tembak, bersikap pasif dan tidak menunjukan penolakan. Seperti halnya sasaran tidak dapat menolak untuk ditembus, begitu juga khalayak (Devito, 1997:522).

Teori peluru ini dikembangkan sebagian besar dari orang-orang yang ketakutan sebagai akibat propaganda masa perang. Orang mengasumsikan bahwa pemerintah musuh akan mampu mengubah nilai-nilai dan kepercayaan dasar hanya dengan menembakan pesan-pesan yang tepat. Tetapi penerima sebenarnya merupakan peserta aktif, tidak pasif. Penerima membentuk, mengubah dan bahkan mencipta ulang pesan-pesan yang mereka terima. Pendengar bersikap selektif terhadap apa yang datang kepada mereka dan mengenai apa yang mereka ingat.

Teori ini di samping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibanding *audience*. Akibatnya, *audience* bisa dikelabuhi sedemikian rupa dari apa yang disiarkan. Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran bahwa *audience* bisa ditundukan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikan” kedalam ketidaksadaran *audience* (Nurudin, 2007:166).

Pada era masyarakat massa, para peneliti meyakini efek media massa melalui teori peluru, yang berarti individu dipengaruhi secara langsung oleh pesan media. Media massa dinilai sangat berkuasa dalam membentuk opini publik. Teori ini mempunyai pemikiran bahwa media adalah obat yang berbahaya atau kekuatan pembunuh yang berbahaya yang dapat secara langsung dan segera menembus sistem saraf manusia (Morissan, 2010:18).

Di penelitian ini, *Hypodermic needle theory* menunjukan bahwa pemberitaan penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan oleh beberapa anggota Kopassus yang diberitakan oleh media berhasil masuk kedalam pikiran khalayak yang efeknya mengubah sikap, perilaku, dan pendapat masyarakat secara tidak disadari. Dimana dalam teori *Hypodermic needle theory*, kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan oleh beberapa anggota Kopassus merupakan sebuah jarum suntik yang berisikan pesan-pesan yang disebarkan secara langsung kepada masyarakat khususnya masyarakat Dukuh Tanggul, Kelurahan Pucangan, Kecamatan Kartasura, yang menghasilkan umpan balik seputar pemberitaan kasus tersebut berupa pendapat atau persepsi masyarakat mengenai sosok Kopassus.

4. Berita

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi. Berita merupakan hal yang harus ada didalam media massa. Setiap hari media massa memberikan informasi dan berbagai kejadian

diseluruh dunia kepada para *audience*nya. Media massa menggali semua peristiwa yang terjadi di masyarakat dan di kembalikan lagi ke masyarakat. Di samping itu, media massa tidak sekedar memberitakan, tetapi juga mengevaluasi dan menganalisis setiap kejadian tersebut (Nurudin, 2007: 101).

Masyarakat dan media massa tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari mereka, dikarenakan mayarakat sangat membutuhkan informasi yang disampaikan oleh media massa yang berupa peristiwa dan kejadian-kejadian atau fakta yang terjadi diluar pengetahuan mereka.

Berita dalam bahasa Ingris yang berarti *news*, berawal dari *new* (baru) yang maksudnya menuju kepada hal-hal yang baru, dengan arti segala yang baru merupakan informasi yang penting bagi khalayak. Dengan kata lain semua hal yang baru merupakan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (*news*). Oleh karena itu berita harus selalu terkait dengan hal-hal atau kejadian yang baru yang dianggap menarik (Tamburaka, 2012:134).

Hornbby (1961) menjelaskan bahwa *news* sebagai laporan tentang apa yang terjadi pada saat itu juga di sekitar kita yang paling mutakhir (sangat-sangat baru), baik peristiwa maupun faktanya (Tamburaka, 2012:135). Sedangkan Dr. Williard G. Blayer, mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang baru terjadi dan menarik perhatian sejumlah khalayak pembaca, dan berita yang baik adalah berita yang paling menarik

perhatian bagi jumlah khalayak pembaca yang paling besar (Tamburaka, 2012:135).

Dari uraian tadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan berita (*news)* itu adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Seperti halnya kasus mengenai penyerangan Lapas Cebongan Sleman merupakan salah satu berita yang menarik perhatian orang banyak. Pemberitaan penyerangan Lapas Cebongan Sleman merupakan pemberitaan yang langka di mata masyarakat mengenai kebrutalan yang dilakukan oleh pihak Kopassus, dimana kejadian tersebut merupakan kejadian yang jarang terjadi sehingga membuat perhatian masyarakat tertuju kepada pemberitaan tersebut.

Di dalam berita terdapat hal yang penting di dalamnya yaitu nilai berita. Selain pentingnya bagaimana cara menyajikan berita, nilai dari berita itu sangat berpengaruh. Nilai dari berita itu sendiri yaitu sebuah kejadian atau fakta bagaimanapun dibumbu-bumbui, diberi warna kalau tidak memiliki nilai yang penting tetap akan menjadi hambar. Jadi, perpaduan antara fakta dan kejadian serta nilai berita itu sendiri akan menjadikan sebuah berita yang menarik.

Berdasarkan identifikasi mengenai nilai berita, pemberitaan mengenai kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan oleh anggota Kopassus dianggap mempunyai nilai berita, karena berita

tersebut dapat mempengaruhi masyarakat dalam menilai Kopassus sekarang.

5. Persepsi

Media massa sangatlah mempunyai peranan penting dalam membentuk atau mempengaruhi persepsi seseorang dalam berpendapat atau menilai sesuatu, persepsi muncul karena adanya komunikasi yang berjalan dengan baik, persepsi merupakan efek dari pesan-pesan yang diterima oleh komunikan sehingga muncul respon-respon khalayak yang berdampak positif maupun negatif.

Media selalu memberikan informasi atau berita yang terjadi disekitar mereka kepada masyarakat tentang suatu hal, dan masyarakatlah yang menilai bagaimana informasi yang diberikan kepada mereka, sehingga timbulah cara pandang atau persepsi masyarakat dalam menilai sesuatu.

Persepsi adalah proses dimana kita menjadi sadar akan banyaknya pesan atau informasi yang masuk, sehingga mempengaruhi indra kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran (Devito, 1997:75). Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan seseorang (Setiadi, 2003:160). Sedangkan definisi persepsi menurut Berelson dan Steiner (1964) adalah persepsi merupakan proses yang kompleks dimana orang memilih, mengorganisasikan dan

menginterpretasikan respon terhadap suatu rangsangan kedalam situasi masyarakat dunia yang penuh arti dan logis (Severin dan Tankard, 2011:84).

Berdasarkan kesimpulan definisi-definisi persepsi diatas, persepsi merupakan bagaimana seseorang melihat, berpendapat atau menilai sesuatu menurut cara pandang mereka masing-masing sesuai apa yang mereka terima. Seperti halnya berita tentang penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan oleh beberapa anggota Kopassus yang di sampaikan melalui media massa. Media memberikan informasi yang secara tidak langsung mempengaruhi masyarakat melalui pesan-pesan yang disampaikan mengenai kasus tersebut. Sehingga timbulah pandangan-pandangan yang berbeda diantara masyarakat, bisa hal positif dan bisa hal yang negatif. Semua itu tergantung kepada bagaimana masyarakat menilai kejadian tersebut.

Proses terjadinya persepsi di jelaskan ada tiga proses yang terlibat dalam proses persepsi yang tidak saling terpisah. Ketiga tahap proses terjadinya persepsi yaitu :

a. Seleksi Perseptual. Seleksi perseptual terjadi ketika responden menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada *psychological set* yang dimiliki. *Psychological set* yaitu berbagai informasi yang ada dalam memori responden. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari responden. Oleh karena

itu, dua proses yang masuk ke dalam definisi seleksi adalah: perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*selectif perception*).

b. Organisasi persepsi. Organisasi persepsi (*perceptual Organization*) berarti bahwa responden mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh.

c. Interpretasi Perseptual. Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima audien. Setiap stimulus yang menarik perhatian audien baik disadari atau tidak disadari, akan diinterpretasikan oleh audien (Setiadi, 2003:171).

Dalam buku Marhaeni (2009:151-152) menyebutkan bahwa ada beberapa sifat-sifat yang dimiliki persepsi, diantaranya adalah, sebagai berikut:

a. Persepsi adalah pengalaman. Untuk mengartikan makna dari seseorang, objek atau peristiwa, kita harus memiliki dasar/basis untuk melakukan interpretasi. Dasar ini biasanya kita temukan pada pengalaman masa lalu kita dengan orang, objek atau peristiwa tersebut, atau dengan hal-hal yang menyerupainya. Tanpa landasan pengalaman sebagai pembanding tidak mungkin untuk memprestasikan suatu makna, sebab ini akan membawa kita kepada suatu kebingungan.

b. Persepsi adalah selektif. Ketika mempersepsikan hanya bagian-bagian tertentu dari suatu objek atau orang. Dengan kata lain, kita melakukan selektif hanya ada karakteristik tertentu dari obyek-obyek persepsi kita dan mengabaikan yang lain. Dalam hal ini biasanya kita mempersepsikan apa yang kita inginkan atas dasar sikap, nilai, dan keyakinan yang ada dalam diri kita dan mengabaikan karakteristik yang telah relevan atau berlawanan dengan nilai dan keyakinan tersebut.

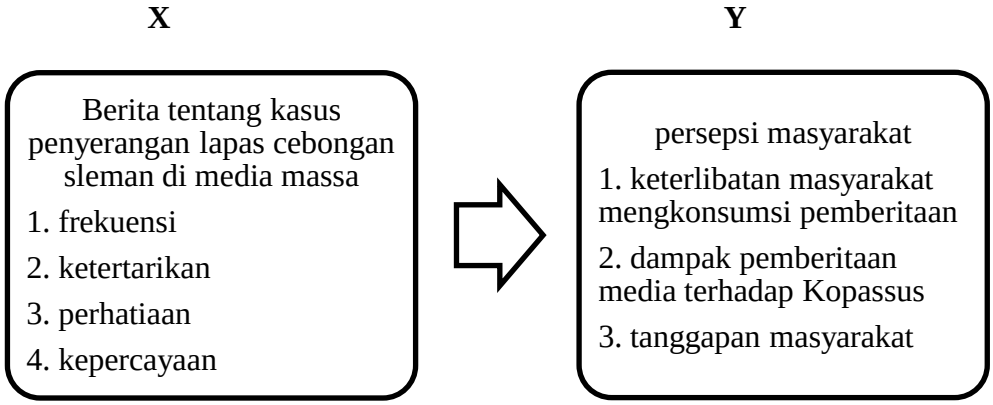
c. Persepsi adalah penyimpulan. Proses psikologis dari persepsi mencakup penarikan kesimpulan melalui suatu suatu proses induksi secara logis. Interpretasi yang dihasilkan melalui persepsi pada dasarnya adalah penyimpulan atas informasi yang tidak lengkap. Melalui penyimpulan ini kita berusaha untuk mendapatkan gambar yang lebih lengkap mengenai objek tersebut.

d. Persepsi tidak akurat. Setiap persepsi yang dilakukan, akan mengandung kesalahan dalam kadar tertentu. Hal ini antara lain disebabkan oleh pengaruh pengalaman masa lalu, selektifitas, dan penyimpulan. Biasanya ketidak akuratan ini terjadi karena penyimpulan yang terlalu muda, atau menyamaratakan.

e. Persepsi adalah evaluatif. Persepsi tidak akan pernah objektif, karena kita melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman dan merefleksikan sikap, nilai dan keyakinan pribadi yang digunakan untuk memberi makna pada objek persepsi. Karena persepsi merupakan

proses kognitif psikoligis yang ada di dalam diri kita, maka bersifat subjektif.

G. Kerangka Pemikiran



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. (Sugiyono, 2010:64). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 :Tidak terdapat pengaruh Pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di Media Massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus.

Ha :Terdapat pengaruh Pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di Media Massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus.

I. Metode Penelitian

Bentuk penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian eksplanasi bertujuan meneliti sejauh mana variabel yang satu memiliki hubungan sebab akibat dengan variabel yang lain (Bungin, 2005: 38). Dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh antara pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan oleh anggota Kopassus dengan citra Kopassus dalam persepsi masyarakat.

1. Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Dk. Tanggul. Desa Pucangan. Kecamatan Kartasura yang akan dilakukan pada tanggal 1 - 3 Oktober 2014.

2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono. 2010:80).

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah masyarakat Kelurahan Pucangan, Kecamatan Kartasura. Berdasarkan data yang diperoleh saat riset sebelum penelitian, yang didapatkan dari data kelurahan pucangan jumlah populasi penduduk diketahui berjumlah

13.017 penduduk. Sedangkan yang akan dijadikan sampel populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang ada di Dukuh Tanggul, kelurahan pucangan, kecamatan kartasura yang berjumlah 317 penduduk.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (sugiyono. 2010:81).

Untuk menentukan jumlah sampel dari jumlah populasi tersebut, maka peneliti menggunakan rumus Solvin, yaitu: (Bungin, 2005:105)

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

$$n = \frac{317}{317(0{,}1)^2 + 1}$$

$$n = 76{,}0192$$

= 76 responden

Keterangan

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d = Nilai presisi (Derajat kesalahan penarikan sampel 10% dan tingkat kepercayaan 90%). Nilai kritis batas ketelitian yang diinginkan karena ketidak telitian atau kesalahan pengambilan sampel populasi. Untuk sosial, ekonomi dan pendidikan lazimnya antara

0,01 sampai 0,10 (Umar, 2002:142). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan d = 10%, dengan asumsi untuk memperoleh jumlah sampel minimal dan lebih mempermudahkan dalam perhitungan sampel.

Sampling adalah pembicaraan bagaimana menata berbagai teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, bagaimana kita merancang tata cara pengambilan sampel yang representatif (Bungin, 2005:105). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik acak berkelompok (*cluster random sampling*), teknik ini digunakan jika kita memiliki keterbatasan karena ketiadaan kerangka sampel (daftar nama seluruh anggota populasi), namun kita memiliki data yang lengkap tentang kelompok. Dalam teknik acak berkelompok terdapat dua jenis teknik penarikan sampel acak berkelompok, yaitu teknik penarikan sampel kelompok satu tahap dan banyak tahap. Disini peneliti menggunakan teknik sampel kelompok satu tahap, yang dengan cara populasi Kelurahan Pucangan dikelompokan menjadi populasi yang lebih kecil, sehingga terbentuk menjadi beberapa kelompok dan tahap akhir dilakukan pemilihan secara acak untuk menentukan kelompok populasi yang menjadi sampel dalam penelitian.

3. Variabel Penelitian

Variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk yang penghubung antara dunia teoritis dengan dunia empiris (Kriyantono, 2010:20).

a. Definisi konseptual

Untuk menghindari suatu perbedaan pengertian dan untuk mempermudah pembaca dalam menangkap istilah yang lebih kompleks perlu disusun suatu definisi konseptual untuk membatasi permasalahan didalam penelitian. Berikut susunan dari definisi konseptual:

1) Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.
2) Pemberitaan adalah proses penyampaian informasi yang berupa fakta kepada khalayak.
3) Media massa adalah saluran yang digunakan dalam berkomunikasi kepada khalayak dalam jumlah banyak.
4) Persepsi adalah proses dimana kita menjadi sadar akan banyaknya pesan atau informasi yang masuk, sehingga mempengaruhi indra kita.
5) Masyarakat adalah sekumpulan orang yang terdiri dari berbagai kalangan dan tinggal didalam satu wilayah.

b. Definisi operasional

Definisi operasional adalah unsur-unsur yang memberitahukan cara untuk mengukur variabel. Pada penelitian ini, setiap jawaban dinilai dengan angka dengan keterangan:

1) Variabel independen (X): Pengaruh Pemberitaan

Berita adalah laporan mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang penting dan menarik minat bagi sejumlah besar penduduk (Effendy, 1993:131), dan pengaruh adalah dampak dari pemberitaan media massa kepada masyarakat. Variabel independen tersebut meliputi:

a) Frekuensi responden dalam mengikuti pemberitaan mengenai kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan beberapa anggota koppasus di media massa.
b) Ketertarikan responden dalam mengikuti pemberitaan mengenai kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan beberapa anggota koppasus di media massa.
c) Perhatiaan responden saat mengikuti pemberitaan mengenai kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan beberapa anggota koppasus di media massa.
d) Kepercayaan responden terhadap pemberitaan mengenai kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman yang dilakukan beberapa anggota koppasus di media massa.

2) Variabel dependen (Y): Persepsi Masyarakat

a) Keterlibatan masyarakat dalam mengkonsumsi pemberitaan.
b) Dampak pemberitaan media terhadap Kopassus.
c) Tanggapan masyarakat.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data yang pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2005:122). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data primer akan diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi pernyataan mengenai pemberitaan di media massa dengan menggunakan skala likert untuk keperluan analisis.Skala ini digunakan untuk mengukur respons subyek ke dalam 5 (lima) poin jawaban dimana setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Alternatif jawaban Sangat Setuju, dengan skor 5

Alternatif jawaban Setuju, dengan skor 4

Alternatif jawaban Ragu- ragu, dengan skor 3

Alternatif jawaban Tidak Setuju, dengan skor 2

Alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju, dengan skor 1

Kuesioner tersebut, kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder yang dibutuhkan (Bungin, 2005:122). Data sekunder dapat membantu memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding. Dalam penelitian ini, pengumpulan data sekunder melalui buku-buku referensi, artikel baik dari majalah maupun dari internet yang mendukung penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner (daftar pertanyaan). Metode kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian untuk dijawab oleh responden.Setelah kuesioner diisi, kuesioner dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti.

5. Teknik Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur, mengukur yang ingin diukur. Dalam penelitian ini akan menggunakan pengujian validitas dengan *corrected item-total corelation*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya. Teknik statistik yang digunakan untuk mencari koefisien 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

Kriteria uji validitas secara singkat (*rule of tumb*) adalah 0,3. Jika korelasi sudah 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*. Teknik ini dipilih karena merupakan pengujian konsistensi yang cukup sempurna. 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

Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai*Cronbach Alpha*> 0,60 dan sebaliknya penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Croanbach Alpha*< 0,60 (Ghozali, 2001 : 42).

6. Teknik Analisis Data

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner dan kuesioner lolos uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilakukan analisis data. Analisis data yang digunakan adalah:

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier sederhana, maka model regersi linier sederhana tersebut harus lolos uji asumsi klasik, yang merupakan syarat berlakunya analisis regresi. Oleh karena itu harus dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastistas, dan uji normalitas (Ghozali, 2005 : 91-115).

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi bebas multikolinieritas atau tidak. Memperhatikan nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation factor*), apabila

nilaiVIF > 10 dannilai tolerance < 0,10, maka variabel tersebut terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10 maka variabel tersebut bebas multikolinearitas.

2) Uji Autokorelasi

uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak, yaitu adanya hubungan diantara variable independen dalam mempengaruhi variable dependen. Ketentuan yang umum digunakan adalah apabila angka D-W dibawah -2 berarti korelasi positif, bila angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi dan bila diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3) Uji Heterokedatisitas

Uji heteroskedastisitas ini untuk mengetahui apakah dalam model regresi ini terjadi ketidak samaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji ini dapat dideteksi dengan uji *Glejser*. Apabila p value > 0,05 maka lolos uji heteroskedastisitas, sebaliknya apabila nilai p value < 0,05 maka tidak lolos uji heteroskedastisitas.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui normalitas data dari masing-masing variabel. Penelitian ini digunakan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* dengan kriteria, jika nilai signifikansi hitung lebih besar dari 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya jika nilai signifikansinya < 0,05 maka tidak lolos uji.

b. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Sederhana

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (pemberitaan media massa) terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat). Menurut Sugiyono, regresi linier sederhana adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2010: 275). Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Pemberitaan Di Media Massa

a = Konstanta

X = Persepsi Masyarakat

b = koefisien regresi masing-masing variabel

2) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan hipotesis benar (Setiaji, 2008 : 30). Rumus uji t yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

b : koefisisen regresi masing-masing variabel

S_b: standar error koefisien regresi masing-masing variabel

Tahap-tahap pengujian:

a) Hipotesis

Ho : b = 0, artinya tidak ada pengaruh antara pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus.

Ha : b $\neq$ 0, artinya ada pengaruh antara pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus. Tingkat signifikansi α = 0,05

t tabel = t$\alpha/_2$, n-k

b) Kriteria pengujian

Ho diterima apabila -t tabel $\leq$ t hitung $\leq$ t tabel.

Ho ditolak apabila t hitung $\leq$ -t tabel atau t hitung > t tabel.

c) Keputusan

Apabila Ho diterima berarti variabel independen (pemberitaan media massa) yang diuji dalam uji t secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat). Jika Ho ditolak artinya variabel-variabel independen (pemberitaan media massa)yang diuji dalam uji t secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat).

3) Uji F

Uji F-statistik digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen (pemberitaan media massa) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat).

Rumus uji F yang digunakan adalah (Setiaji, 2008 : 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

Tahap-tahap pengujian:

a) Hipotesis

Ho: b = 0 artinya tidak ada pengaruh antara pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus.

Ha: b>0 artinya ada pengaruh antara pemberitaan kasus penyerangan Lapas Cebongan Sleman di media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Kopassus.

Tingkat signifikansi α = 0,05

F tabel = Fα, k, n-k

b) Kriteria pengujian

Ho diterima apabila F hitung < F tabel.

Ho ditolak apabila F hitung > F tabel.

c) Keputusan

Apabila Ho diterima artinya tidak ada variabel independen (pemberitaan media massa) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat) sehingga hipotesis penelitian tidak terbukti. Namun apabila Ho ditolak berarti ada variabel independen (pemberitaan media massa) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat) sehingga hipotesis penelitian terbukti.

4) Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ini untuk mengetahui besarnya sumbangan pengaruh variabel independen (pemberitaan massa) terhadap variabel dependen (Persepsi Masyarakat) yang ditunjukkan dengan persentase.

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

Keterangan :

R^2 = Nilai Koefisien Determinasi

Y = Persepsi Masyarakat

a = Konstanta

X = Pemberitaan Media Massa

b = koefisien regresi masing-masing variabel