



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sejenis terdahulu memiliki peranan penting sebagai data pendukung dalam melakukan penelitian ini. Dari hasil pengamatan yang dilakukan pada penelitian yang terkait dengan pengaruh tingkat terpaan media terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat, penulis menemukan beberapa penelitian terkait. Adapun pemetaan dari sepuluh penelitian terdahulu yang ditemukan berdasarkan masalah/ tujuan penelitian, teori/ konsep yang digunakan, metodologi penelitian, analisis data, dan hasil penelitian yang telah peneliti buat dalam bentuk tabel.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama Penulis	Judul	Masalah/ Tujuan	Teori/ Konsep	Metodologi	Hasil Penelitian
Hana Krisviana (UMN, 2013)	Pengaruh Tingkat Terpaan Berita Pilpres 2014 di Harian Kompas Terhadap Tingkat partisipasi Politik Perempuan Dewasa: Survei terhadap Perempuan Dewasa berusia > 35 tahun di RW 008 Kel. Pakulonan Barat, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Banten	Adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh tingkat terpaan berita Pilpres 2014 di Harian Kompas terhadap tingkat partisipasi politik perempuan dewasa: survei terhadap perempuan desawa berusia > 35 tahun di RW 008 kel. Pakulonan Barat, kec. Kelapa Dua, kab. Tangerang, Banten	<i>Teori uses and gratification</i> - Teori dependensi	Jenis eksplanatif, Metode kuantitatif, teknik <i>simple random sampling</i> , metode survei	Tingkat terpaan berita Pilpres 2014 di Harian Kompas mempengaruhi tingkat partisipasi politik perempuan dewasa, dan besar pengaruhnya yaitu 15,8%
Trias Prayogi (UMN, 2014)	Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Politik Hanura Versi “Background Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo” Terhadap Tingkat Partisipasi Politik (Survei terhadap Remaja Akhir di RW 09 Japos Graha Lestari, Ciledug)	Seberapa besarkah pengaruh tingkat terpaan iklan politik Hanura versi “Background Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo” terhadap tingkat partisipasi politik terhadap remaja akhir di RW 09 Japos Graha Lestari, Ciledug	Teori stimulus organisme respon (SOR) - Teori dependensi efek komunikasi massa	Jenis eksplanatif, metode kuantitatif, teknik <i>simple random sampling</i> , metode survei	Tingkat terpaan iklan politik Hanura versi “Background Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo” mempengaruhi tingkat partisipasi politik terhadap remaja akhir di RW 09 Japos Graha Lestari, Ciledug dan pengaruhnya sebesar 36,5%
Awang, Tandiyo, dan	Pengaruh Tingkat Terpaan Kampanye	1. Tingkat terpaan kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013	- Teori kampanye (freedman dkk),	Metode kuantitatif, tipe	Tingkat terpaan kampanye tidak

<p>Muchamad. (UNDIP, 2013)</p>	<p>Cagub- Cawagub, Intensitas Komunikasi Politik di dalam Keluarga, dan Kelompok Referensi terhadap Tingkat Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilgub Jateng 2013</p>	<p>(X1) secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula (Y). 2. Intensitas komunikasi politik di dalam keluarga (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula (Y). 3. Intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula (Y).</p>	<p>- Teori tingkat partisipasi politik dalam pengaruh keluarga (rudio: dalam amstrong, dkk) - Teori kelompok referensi (bearden dan etzel)</p>	<p>eksplanatori, teknik <i>multistage random sampling</i></p>	<p>mempengaruhi tingkat partisipasi poitik dan intensitas komunikasi politik di dalam keluarga dan intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula</p>
<p>Titan, Sri Herieningsih, Pradekso, dan Yulianto Much. (UNDIP 2014)</p>	<p>Tingkat Terpaan Pemberitaan Media Massa Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin Terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi Sebagai Capres</p>	<p>Mengetahui pengaruh tingkat terpaan pemberitaan media massa dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai Capres</p>	<p>Teori dependensi efek komunikasi massa</p>	<p>Metode kuantitatif, tipe eksplanatori, teknik <i>multistage random sampling</i></p>	<p>Tingkat terpaan pemberitaan media massa tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin, namun tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi</p>

					berpengaruh positif terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai Capres.
Fahrina, Hedi Pudjo Santosa, dan Djoko Setiabudi (UNDIP 2014)	Pengaruh Tingkat Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan Tingkat terpaan Pesan Iklan Kampanye Politik Di Media Televisi Terhadap Elektabilitas Partai Hanura	Mengetahui pengaruh positif antara tingkat terpaan pemberitaan politik di media online terhadap elektabilitas partai Hanura, dan mengetahui adakah pengaruh positif antara tingkat terpaan pesan iklan kampanye politik di media televisi terhadap elektabilitas partai Hanura	Teori konstruksi sosial media massa Teori media online Teori efek moderat Teori agenda setting	Metode kuantitatif, tipe eksplanatori	Tingkat terpaan pemberitaan politik di media online dan tingkat terpaan pesan iklan kampanye politik di media televisi mempengaruhi elektabilitas partai hanura, dan pengaruhnya sebesar 54%
Daramona Restuida (UIN Raden Intan, 2017)	Tingkat Keterlibatan Penyandang Disabilitas Dalam Pilkada Kota Bandar Lampung	Apakah pengguna hak pilih penyandang disabilitas dalam pilkada kota Bandar Lampung tahun 2010 dan tahun 2015 meningkat atau menurun, serta faktor apa yang dapat mempengaruhi terkait program dari KPU	- Konsep penyandang Disabilitas - Konsep pemilihan daerah	Metode deskriptif, pendekatan non doktrinal, kualitatif, teknik wawancara langsung	Penggunaan hal pili penyandang disabilitas dari tahun 2010 dan tahun 2015 terjadi peningkatan sebanyak 15%. Faktor pendukung: kelengkapan surat suara, tempat pemungutan suara yang dekat, dorongan RT untuk mengajak warga yang disabilitas,

					petugas dan penyelenggara yang melaksanakan tugas dan perannya. Faktor pengahambat: KPU tidak mempunyai data yang akurat, belum maksimalnya upaya dan program dari KPU, belum meratanya perlakuan khusus untuk para penyandang disabilitas, belum adanya kepekaan masyarakat sekitar tempat tinggal, bahasa sosialisasi masih terlalu tinggi.
Handayani Malihatun (UI, 2000)	Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kelurahan Tugu Dalam Pemilu 1999	Mengetahui tingkat partisipasi masyarakat Indonesia yang diwakili oleh masyarakat kelurahan tugu dalam masa pasca orde baru berdasarkan tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan dan penerimaan media massa, baik secara aktif atau tidak aktif dan	Teori tingkat partisipasi politik	Jenis eksplanatif, metode kuantitatif, teknik simple random sampling, metode survei	Tingkat partisipasi masyarakat Indonesia yang diwakili oleh masyarakat kelurahan tugu dalam masa pasca orde baru di dalam pemilu tahun 1999 hanya dipengaruhi sebesar 3%

		sadar atau tidak sadar di dalam pemilu tahun 1999			
Andreas C Siahaan (UI 2009)	Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Politik Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Pada Pemilih Pemula (Studi Kuantitatif terhadap Iklan Gerindra Versi "Lima" pada Pemilu 1999)	Mengetahui keberadaan pengaruh antara tingkat terpaan iklan kampanye politik dengan tingkat partisipasi politik pemilih pemula	Teori <i>two step flow</i> /SOR	Jenis eksplanatif, metode kuantitatif, teknik <i>simple random sampling</i> , metode survei	Tingkat terpaan iklan kampanye politik mempengaruhi tingkat partisipasi politik pemilih pemula mempengaruhi
Teuku Agha Alravy (UI 2004)	Peranan Media Massa Pada Kampanye Pemilu Tahun 2004	(1) untuk melihat peranan media massa khususnya televisi dan surat kabar dalam menyiarkan berita kampanye politik bagi kandidat calon Presiden pada masa Pemilu tahun 2004, (2) untuk melihat bagaimana penekanan berita yg dilakukan media massa khususnya media televisi dan surat kabar dalam menggambarkan para kandidat calon pada Pemilu 2004, (3) untuk melihat bagaimana masyarakat menilai para	Teori <i>agenda setting</i>	Metode kuantitatif, sifatnya deskriptif	Peranan media massa khususnya televisi dan surat kabar dalam menyiarkan berita kampanye politik memberikan pengaruh bagi kandidat calon presiden pada masa Pemilu tahun 2004

		calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu 2004			
Berthier Pandu Juwandono (UMN 2014)	Gaya Bahasa dan Pendekatan Retorika Basuki Tjahaya Purnama (Studi Kasus Pidato Basuki Tjahaya Purnama Mengenai Kasus Korupsi Tahun 2014-2015)	(1) Bagaimana argumen atau motivasi yang dilakukan oleh Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) ketika berpidato berdasarkan pendekatan Retorika Aristoteles, (2) Bagaimana gaya bahasa Basuki Tjahaya Purnama dalam berpidato sebagai pengkajian linguistik khususnya dalam retorika gaya bahasa milik Gorys Keraf	- Teori retorika aristoteles - Teori gaya bahasa gorys keraf	Metode kualitatif, paradigma <i>post positivistik</i> , sifat deskriptif	Parameter gaya bahasa menurut Gorys Keraf, Basuki memiliki gaya bahasa yang baik, serta melakukan retorika khas oleh karena dasar pengalaman hidup serta latar belakangnya dimasa lalu

Sumber: Hasil Olahan Penulis



Adapun beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan kesepuluh penelitian sejenis terdahulu yang telah peneliti coba klasifikasi menjadi beberapa bagian di atas, yaitu terletak pada subjek dan objek yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dimana subjek dalam penelitian ini adalah Organisasi Untuk Kesejahteraan Tuna Rungu (Gerkatina) Jawa Barat. Sedangkan untuk objeknya peneliti mengambil tentang pengaruh berita Pilgub Jabar 2018 di televisi terhadap partisipasi politik. Selain itu, teori yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teori Retorika dan pemetaan teori menurut Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler.

2.2 Teori dan Konsep Penelitian

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Retorika. Teori ini mengemukakan tentang bagaimana suatu konten dapat memberikan pengaruh persuasif. Selain itu penelitian ini juga menggunakan pemetaan teori sebagai teori pendukung dari Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler tentang efek media massa untuk melihat pengaruh apa saja dari media massa kepada audiensnya. Adapun konsep yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu tingkat terpaan acara debat di televisi dan tingkat partisipasi politik.

2.2.1 Teori Retorika

Teori Retorika merupakan teori pertama yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam. Ada dua asumsi dasar dari teori ini (West & Turner, 2007, h.339):

1. *Public speaker* yang efektif adalah yang dapat mempertimbangkan audience, maksudnya seorang *public speaker* harus bisa memikirkan apa yang ingin diketahui/ apa yang menjadi keterikatan *audience*.

2. *Public speaker* yang efektif harus menggunakan sederetan bukti dalam presentasi mereka, maksudnya dalam melakukan persuasi seorang *public speaker* juga harus memperhatikan fakta ataupun memperkuat pidato dengan menggunakan bukti.

Dalam *Early Rhetorical Theory* atau Teori Retorika ini ada 3 topik utama yang akan dibahas lebih lanjut, yaitu Ethos, Pathos, dan Logos. (1) Ethos adalah membicarakan tentang kredibilitas. Kredibilitas muncul dari apa yang dibicarakan atau dikatakan oleh seseorang. Namun menurut Pearson, Nelson, Titsworth dan Harter, seseorang tidak akan terpersuasi hanya karena bukti yang dipaparkan oleh *key opinion leader*, tapi bisa karena oleh siapa *key opinion leader* yang memaparkan bukti tersebut (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008, h.389). (2) Pathos adalah bukti emosional, maksudnya *key opinion leader* sering kali menggunakan bukti emosional dalam melakukan persuasi kepada *audience*. (3) Logos adalah bukti yang logis. Dalam logos, terdapat *reasoning* yakni penggambaran atau penarikan kesimpulan dari bukti-bukti yang dipaparkan (Beebe, Beebe & Ivy, 2010, h. 411). *Reasoning* menjadi penting karena menjadi bahan penguat dalam pemaparan bukti.

Di dalam retorika terdapat empat *canon* yang membantu memahami isu mayor dalam seni berbicara di depan khalayak. *Canon* membantu pembicara agar pidatonya lebih mengesankan (West & Turner, 2007, h. 343). *Canon-canon* tersebut antara lain:

1. *Invention*

Invention didefinisikan sebagai konstruksi atau pengembangan dari sebuah argument yang relevan dengan sebuah tujuan dari pidato.

2. *Disposition*

Disposisi merupakan penataan ide. Penataan ide yang efektif juga akan membuat pesan lebih persuasif dengan membiarkan setiap ide terbangun di atas apa yang telah dipresentasikan lebih dahulu dan oleh *key opinion leader* dan akan membuat argumen lebih kuat.

3. *Style*

Style adalah cara penggunaan bahasa dalam mengekspresikan ide. Penggunaan *style* yang efektif akan membuat pesan lebih jelas, menarik dan *powerful*. Penggunaan bahasa harus sungguh-sungguh diperhatikan sehingga tidak menimbulkan pemahaman yang salah.

4. *Memory*

Memory berhubungan dengan kemampuan untuk mengingat mengenai apa yang akan kita katakan. Pada masa kini, hal ini lebih kepada bagaimana menggunakan catatan

2.2.2 Teori menurut Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat media massa sebagai salah satu masalahnya. Melihat dari masalah tersebut, adapun beberapa teori terkait yang membahas mengenai efek dari media massa, yaitu *Agenda Setting Theory*, *Cultivating Theory*, *Diffusion Theory*, *Framing Theory*, *Feminist Theory*, *Priming Theory*, *Selective Exposure Theory*, *Social Learning Theory*, *The Third Person Effect*, dan *Uses and Gratification* (Potter, 2014, h. 98-101). Dari beberapa teori di atas peneliti tidak menemukan adanya teori yang dapat membahas secara keseluruhan mengenai efek dari media massa yang sesuai dengan penelitian ini. Melalui Buku *The Hanbook Media and Mass Communication Theory*, peneliti menemukan adanya pemetaan dari beberapa teori mengenai efek media massa. Dalam buku tersebut Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler mencoba melakukan pemetaan dengan melihat dari dua dimensi, yaitu tipe efek terhadap individualnya dan tipe pengaruh dari medianya.

Tabel 2.1 Tabel Pemetaan, Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler

<i>Type of effect</i>	<i>Acquiring</i>	<i>Triggering</i>	<i>Altering</i>	<i>Conditioning</i>
<i>Cognitive</i>	<i>Memorize message element</i>	<i>- Recall information - Construct pattern</i>	<i>Memory structure</i>	<i>- Strengthen skills - Reinforce connection</i>
<i>Attitude</i>	<i>Accept attitude</i>	<i>- Recall information - Construct new</i>	<i>Attitude change</i>	<i>- Strengthen evaluation - Reinforce attitudes</i>

		<i>attitude Need for new attitude</i>		
<i>Belief</i>	<i>Memorize belief</i>	- <i>Recall belief</i> - <i>Construct belief</i>	<i>Belief change</i>	<i>Strengthen generlization</i>
<i>Affects</i>	<i>Learn emotional info</i>	<i>Recall emotion</i>	<i>Mood change</i>	- <i>Strengthen emotions</i> - <i>Reinforce mood</i>
<i>Physiology</i>		<i>Automatic response</i>		<i>Improve reactions</i>
<i>Behavior</i>	<i>Learn behaviors</i>	- <i>Recall behavior</i> - <i>Imitation behavior</i>	<i>Behavior change</i>	<i>Reinforce habits</i>

Sumber: Potter, 2014

Dari tabel di atas, Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler menjabarkan dimensi dari macam-macam efek media massa kepada individual, yaitu (1) *Cognitive*, bentuk konseptualisasi dari tingkat terpaan media terhadap proses mental individual. (2) *Attitude*, lebih berfokus pada bagaimana individu melakukan penilaian terhadap suatu object, yang memiliki variasi dalam pengukuran sikap yaitu dimulai dari penillaian yang negatif – netral – hingga penilaian positif. (3) *Belief*, dikonseptualisasikan sebagai penilaian tentang probabilitas terhadap sesuatu yang ada/ sedang terjadi, atau dapat diartikan sebagai keyakinan mengenai suatu probabilitas terhadap suatu objek terkait atribut yang diberikan. (4) *Affective*, dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang dialami oleh seseorang dan mungkin atau tidak menyangkut suatu objek atau peristiwa tertentu.

Menurut Schimmack dan Crites ada tiga jenis *affective*, yaitu emosional, suasana hati (*moods*), dan reaksi sensorik. (5) *Physiological*, reaksi cepat tanggap. (6) *Behavioral*, merupakan tindakan nyata dari seseorang.

2.2.3 Tingkat terpaan Acara Debat di Televisi

Televisi menjadi salah media massa yang menghadirkan berita-berita terbaru terlebih berita-berita di bidang politik. Dayan dan Katz (1992, h. 38) menegaskan bahwa ada 2 ciri utama dari televisi:

1. Televisi dicirikan sebagai peristiwa media, karena televisi menyiarkan berita yang sering kali tidak langsung namun televisi memiliki tujuan untuk menciptakan ilusi mengenai peristiwa tersebut.
2. Televisi dianggap dapat menciptakan rasa keakraban antara penontonnya dengan pembawa acara atau aktor yang tampil dalam televisi.

Maka dari itu televisi mencoba bertindak sebagai jendela dunia yang menjadikan televisi terus berevolusi untuk menghadirkan program tayangan baru kepada masyarakat.

Sebagai salah satu media massa yang eksis hingga saat ini, televisi menggunakan salah satu tipe komunikasi dalam konsep penyebaran isinya, yaitu tipe komunikasi massa. Menurut Burhan Bungin dalam Komunikasi Sosiologi (2006, h.71):

“Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas”.

Rodengren (1974) juga mengemukakan bahwa tingkat terpaan media terdiri dari jumlah waktu penggunaan pada berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat, 2004, h.66).

2.2.4 Tingkat partisipasi Politik

Menurut Samuel P. Huntington dan Joan Nelson dalam Ardial (2010, h.64) tingkat partisipasi politik adalah kegiatan privat warga negara (*private citizen*) yang bertujuan mempengaruhi pengambilan keputusan oleh pemerintah. Huntington dan Nelson juga menjelaskan adanya 4 aspek penting dalam kegiatan tingkat partisipasi politik, yaitu:

1. Tingkat partisipasi politik mencakup kegiatan-kegiatan, namun bukan sikap. Pengatahuan tentang politik ini membicarakan tentang minat terhadap politik, perasaan mengenai kompetisi dan keefektivan politik, persepsi tentang relevansi politik, semua hal tersebut berkaitan dengan tindakan politik.
2. Peranan politik warga negara perorangan sebagai pribadi warga negara. Maksudnya kegiatan politik mereka yang bertingkat partisipasi bersifat sambilan atau terputus-putus dan tidak mencakup kegiatan pejabat pemerintah, pejabat partai, politikus dan lobi profesional.

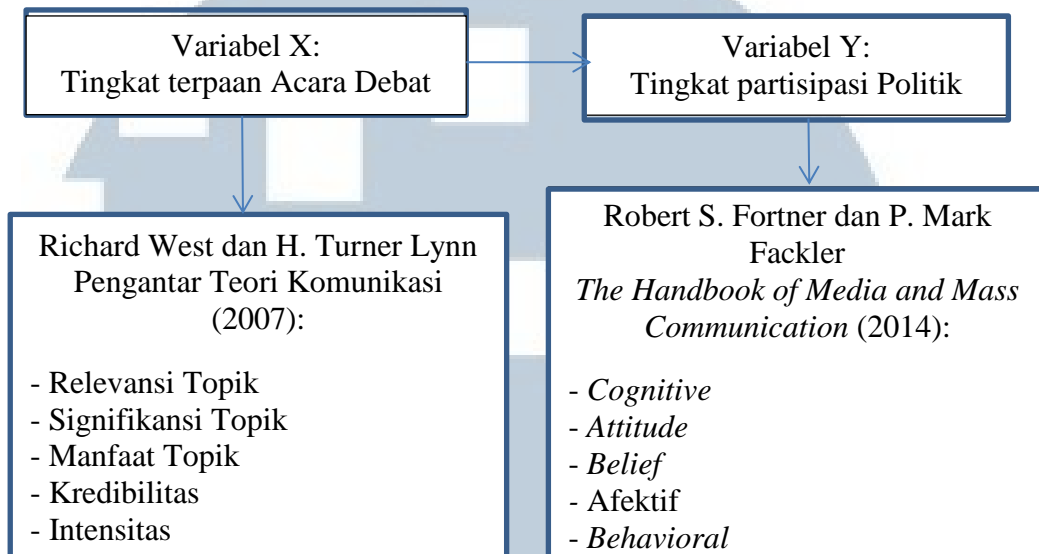
3. Pokok perhatian ialah kegiatan tingkat partisipasi politik yang dapat mempengaruhi pemerintah.
4. Tingkat partisipasi politik mencakup semua kegiatan, adapun kegiatan tersebut dimaksud untuk mempengaruhi pemerintah, tidak peduli apakah kegiatan tersebut memiliki efek atau tidak.

2.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan dua teori yang akan membahas lebih lanjut mengenai tingkat terpaan acara debat dan tingkat partisipasi politik. Teori Retorika digunakan untuk melihat tingkat terpaan acara debat melalui relevansi topik, signifikansi topik, manfaat topik, kredibilitas, dan intensitas. Sedangkan pemetaan teori menurut Robert S. Fortner dan P. Mark Fackler digunakan untuk melihat efek media massa terhadap tingkat partisipasi politik pemilih. Adapun kedua variabel ini digunakan untuk melihat tingkat terpaan kepada responden tunarungu terhadap tingkat partisipasi responden tunarungu.



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Olahan Penulis

2.5 Hipotesis Teoritis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Hipotesis teoritis dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu hipotesis penelitian dan hipotesis statistik.

2.5.1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh dari tingkat terpaan acara debat pilgub Jabar 2018 di televisi terhadap tingkat partisipasi politik pemilih tunarungu.

2.5.2 Hipotesis Statistik

Bentuk hipotesis yang dilakukan merupakan hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah jawaban sementara terhadap

rumusan masalah asosiatif yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2011, h. 69).

Ho: tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat terpaan acara debat Pilgub Jabar 2018 di televisi terhadap tingkat partisipasi politik pemilih tunarungu

Ha : terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat terpaan acara debat Pilgub Jabar 2018 di televisi terhadap tingkat partisipasi politik pemilih tunarungu

