



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 TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat dua acuan kajian pustaka sebagai data pembanding dan pendukung. Penelitian yang pertama adalah “Pengaruh Terpaan Berita Seputar Kasus Nazarrudin Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Mahasiswa Hukum Univesitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam Melihat Citra Partai Demokrat Menuju Pemilihan Presiden Tahun 2014”. Berikut ini penjelasan dari penelitian terdahulu sebelum diteliti oleh peneliti lain.

Penelitian pertama, skripsi dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, atas nama Arie Pramesta dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Seputar Kasus Nazarrudin Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Mahasiswa Hukum Univesitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam Melihat Citra Partai Demokrat Menuju Pemilihan Presiden Tahun 2014”.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode survei. Penelitian kali ini menggunakan “Teori Terpaan Media ” dan “Teori Efek Moderat”. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara terpaan berita seputar kasus Nazaruddin di media massa terhadap sikap mahasiswa Ilmu

Komunikasi dan mahasiswa Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pengaruh yang terjadi hanya sebesar 31,3%.

Teori yang dipakai dalam penelitian ini sama yaitu, teori terpaan media untuk melihat adanya pengaruh terpaan berita terhadap sikap masyarakat dan yang menjadi perbedaan adalah peneliti membahas objek penelitian secara keseluruhan, tidak memfokuskan pada satu masalah.

Penelitian kedua, skripsi dari Universitas Multimedia Nusantara, Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2013 atas nama Steven Nugraha, dengan judul “Pengaruh Pemberitaan Transportasi Online dalam Media Daring Terhadap Persepsi Mahasiswa Pengguna Go-Jek”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, yaitu menghubungkan antara variable X dengan variable Y. Metode yang digunakan adalah metode survei. Penelitian kali ini menggunakan “Teori SOR”. Hasil penelitian yang didapat 91,3% dari persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek yang terbentuk akibat pengaruh dari pemberitaan transportasi *online* di media daring. Peneliti memakai teori yang sama yaitu SOR namun, yang membedakan dalam penelitian ini ialah hasil dari penelitian lebih luas karena, menyangkut dengan pemilu yang akan datang di Indonesia dan dalam penelitian kedua ini hanya berdampak pada satu perusahaan penyedia jasa transportasi online.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis Terdahulu

	Peneliti I	Peneliti II	Peneliti
Nama, Asal dan Tahun Penelitian	Arie Pramesta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014	Steven Nugraha. Universitas Multimedia Nusantara, 2017	Michelle. Universitas Multimedia Nusantara, 2018.
Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Berita Seputar Kasus Nazarrudin Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Mahasiswa Hukum Univesitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam Melihat Citra Partai Demokrat Menuju Pemilihan	Pengaruh Pemberitaan Transportasi Online dalam Media Daring Terhadap Persepsi Mahasiswa Pengguna Go-Jek	Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Pemilu 2019

	Presiden Tahun 2014		
Masalah Penelitian	1. Adakah pengaruh terpaan berita seputar kasus Nazaruddin terhadap sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi dan mahasiswa Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam melihat citra Partai Demokrat menuju Pemilihan Presiden tahun 2014?	1. Adakah pengaruh pemberitaan transportasi <i>online</i> di media daring terhadap persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek? 2. Seberapa besar pengaruh pemberitaan transportasi <i>online</i> di media daring terhadap persepsi mahasiswa pengguna Go- Jek?	Adakah Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Pemilu 2019 Adapun pertanyaan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut: 1. Bagaimana frekuensi Terpaan Berita Online Kasus Korupsi

			<p>Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Pemilu 2019 ? Apakah ada Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Pemilu 2019? Seberapa besar Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap</p>
--	--	--	--

			Masyarakat pada Pemilu 2019?
Tujuan Penelitian	<p>1. Untuk mengetahui pengaruh terpaan berita seputar kasus Nazaruddin terhadap sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi dan mahasiswa Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam melihat citra Partai Demokrat menuju Pemilihan Presiden tahun 2014.</p>	<p>1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pemberitaan transportasi <i>online</i> di media daring terhadap persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek?</p> <p>2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemberitaan transportasi <i>online</i> di media daring terhadap</p>	<p>1. Untuk mengetahui frekuensi Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Pemilu 2019</p> <p>2. Untuk mengetahui ada atau tidak Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Pemilu 2019</p>

		persepsi mahasiswa pengguna Go- Jek?	3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah Terhadap Sikap Masyarakat pada Partai Politik Menjelang Pemilu 2019
Teori yang Digunakan	1. Teori Terpaan Media 2. Teori Efek Moderat	Komunikasi Massa, New Media, Tanggung Jawab Sosial, Teori SOR	1. Teori SOR
Metode Penelitian	Kuantitatif Survei	Kuantitatif Survei	Kuantitatif Survei
Populasi Penelitian	Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu	Mahasiswa di kota Tangerang yang sering menggunakan	Populasi adalah mahasiswa jurusan ilmu komunikasi

	Komunikasi dan mahasiswa Hukum Universitas	layanan Go-Jek.	Universitas Bina Nusantara, Universitas Pelita Harapan, dan Universitas Mercubuana
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara terpaan berita seputar kasus Nazaruddin di media massa terhadap sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi dan mahasiswa Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pengaruh yang	Hasil penelitian yang didapat 91,3% dari persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek yang terbentuk akibat pengaruh dari pemberitaan transportasi <i>online</i> di media daring.	Belum diketahui

	terjadi hanya sebesar 31,3%.		
--	------------------------------	--	--

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1. Teori SOR

Menurut Effendy (2007, p. 254), teori S-O-R merupakan singkatan dari *stimulus-organism-response*. Teori ini berasal dari teori psikologi yang kemudian menjadi teori komunikasi, karena memiliki objek material yang sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi.

Effendy juga mengatakan bahwa (2007, p. 254), efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

- 1) Stimulus (Pesan)
- 2) Organism (Komunikan)
- 3) Response (Efek)

Teori yang menggambarkan pada “perubahan sikap” ini bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

Stimulus yang diberikan pada suatu organisme dapat diterima dan dilanjutkan kepada proses selanjutnya, atau ditolak oleh organism tersebut dan tidak dilanjutkan kepada proses selanjutnya. Ini berarti bahwa

stimulus yang efektif dan diterima oleh organism membentuk adanya perhatian dan dan reaksi. Sebaliknya, stimulus yang tidak efektif tidak diterima dan tidak membentuk adanya perhatian dan reaksi dari organisme tersebut.

Setelah stimulus berhasil mendapat perhatian dari organisme, proses selanjutnya adalah pemberian pengertian yang benar terhadap stimulus tersebut (*correctly comprehended*). Kemampuan dari organisme tersebut yang kemudian membawa kepada proses selanjutnya. Pada langkah ini, organisme telah mengerti dan kemudian diolah menjadi kesediaan untuk perubahan sikap organisme itu tersendiri menanggapi stimulus yang diterimanya (Effendy, 2007, p. 254).

Dalam proses perubahan sikap, jika stimulus yang diterimanya benar-benar melebihi pengetahuan yang semula dimiliki organism, sikap yang tampak dapat berubah. Asumsi dasar dari teori ini adalah adanya anggapan bahwa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana suatu komunikasi diperhatikan, dipahami dan diterima. Perhatian dan pemahaman subjek terhadap komunikasi atau pesan yang disampaikan akan menentukan apa yang akan dipelajari subyek mengenai isi pesan tersebut (Azwar, 2012, h. 63).

Prof. Dr. Mar'at dalam Effendy (2007, h. 255) mengutip pendapat dari Hovland, Janis dan Kelley yang mengatakan bahwa ada tiga variabel dalam menelaah sikap, yaitu:

1. Perhatian;

2. Pengertian;

3. Penerimaan.

Alasan peneliti menggunakan teori ini adalah karena dalam teori ini dapat menggambarkan perubahan sikap pada objek yang dituju dan teori ini paling cocok jika diterapkan dengan pemberitaan suatu media terhadap sikap seseorang. Apalagi sesuai dengan apa yang dikatakan Effendy bahwa terdapat stimulus berupa rangsangan dari media, lalu di perhatikan, dimengerti, dan diterima oleh otak. Ketika terdapat penerimaan, maka timbullah perubahan sikap. Jadi seseorang bisa menentukan apakah setuju dan tidak setuju atau suka atau tidak suka pada sebuah isi pesan di media.

Sebagai contoh penerapan dalam teori ini, objek penelitian yang peneliti kaji adalah mengenai kasus korupsi kepala daerah yang banyak sekali beredar di media massa dan media sosial. Oleh karena objek penelitian tersebut maka teori yang relevan dengan penelitian ini adalah Teori *Stimulus Organism Response*. Teori *Stimulus Organism Response* mengkaji tentang bagaimana khalayak menerima dan memberikan umpan balik terhadap terpaan berita korupsi kepala daerah, dan tindakan lebih lanjut apakah khalayak turut menyebarkan atau membiarkan saja pemberitaan mengenai kepala daerah.

2.2.2. Konsep Terpaan Media

Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena yang sama. Konsep dibangun dari teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti (Bungin, 2005, p. 57). Penelitian ini menggunakan terpaan media (atau *media exposure*) sebagai salah satu konsep utama, terutama guna memahami terpaan berita tentang kasus korupsi yang melibatkan kepala daerah. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*). *Media exposure* menurut Jalaluddin Rakhmat (2012, p.12) diartikan sebagai terpaan media, sedangkan Masri Singarimbun (2012, p.21) mengartikannya dengan sentuhan media. Menurut Rakhmat (2012, p. 12), *media exposure* dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menyaksikan televisi, film, membaca majalah atau surat kabar maupun mendengarkan radio. Terpaan Media ialah frekuensi (seberapa sering penggunaannya) dan durasi (seberapa lama penggunaannya).

Terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Erdinaya, 2005, p. 164). Penggunaan jenis media meliputi media audio, audio visual, mediacetak, dan lain sebagainya. Lebih lanjut Erdinaya (2005, p. 164) juga menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian),

berapa kali seminggu seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk meneliti program mingguan dan tengah bulanan), serta berapa kali dalam sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), sedangkan untuk durasi penggunaan media dapat dilihat dari berapalama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program.

Rakhmat (2012, p. 66) menjelaskan bahwa terpaan media juga dapat diukur dengan dimensi antara lain frekuensi (seberapa sering seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi medianya), durasi (seberapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media), dan atensi (tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media).

Terpaan media terdiri dari frekuensi, durasi dan atensi/ketertarikan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti secara mendalam mengenai frekuensi individu dalam mengonsumsi pemberitaan kasus kepala daerah melalui berbagai media yang banyak beredar di media sosial, serta durasi dan atensi dari mahasiswa dalam membaca, mendengar atau menonton berita tersebut. Frekuensi sangat erat kaitannya dengan tingkat keseringan responden dalam menyimak kasus pejabat daerah di berbagai media baik media massa atau media sosial. Durasi berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan responden dalam menyimak berita kasus kepala publik, yang juga diteliti dari tingkat kedalaman berita yang disimak dan

keseriusan saat menyimak berita-berita tersebut. Atensi/ketertarikan berkaitan dengan perhatian responden terhadap berita yang disimaknya.

Penggunaan terpaan media sebagai konsep utama dalam penelitian ini dianggap penting karena memberikan gambaran kepada khalayak mengenai setiap pemberitaan yang diberitakan terus-menerus dapat merubah sikap khalayak dalam 3 aspek sikap yang meliputi berbagai unsur-unsur yang harus diperhatikan seperti pengetahuan yang dimiliki responden, reaksi terhadap terpaan berita yang terjadi dan umpan balik yang diberikan. Maka penelitian ini dapat membantu dalam mengukur aspek-aspek tersebut. Dari pernyataan-pernyataan tentang pengaruh media ini, peneliti mengukur terpaan media berdasarkan pada frekuensi, durasi, dan atensi seseorang dalam mengakses berita-berita seputar kasus korupsi kepala daerah.

2.2.3 Konsep Berita dan Ragam Jenis Berita

Doug Newson dan James A. Wollert dalam Sumadiria (2005, p. 64) menjelaskan bahwa berita ialah apa saja yang ingin diketahui lebih luas oleh masyarakat. Berita (news) itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak (Suhandang, 2004, p. 103). Dr. Williard G. Blayer mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca (Tamburaka, 2013, p. 134).

Untuk memenuhi kaidah-kaidah jurnalistik, berita harus dikemas berdasarkan fakta yang sesungguhnya. Hal ini tentu sejalan dengan pernyataan Kovach dan Rosenstiel, yang mengatakan tujuan utama dari jurnalisme adalah untuk menyajikan informasi yang akurat dan terpercaya kepada masyarakat agar dengan informasi itu mereka dapat berperan membangun masyarakat yang bebas (Ishwara, 2011, p. 21).

a) Berita langsung

Menyampaikan fakta utama yang terlibat dalam peristiwa itu apa adanya secara langsung, baik hal-hal yang menjadi pokok masalah peristiwa itu, ataupun apa yang dikatakan oleh tokoh-tokoh yang terlibat dalam peristiwa itu.

b) Berita tak langsung

Sebagai artikel atau berita yang khusus dan istimewa atau ditonjolkan untuk bisa menarik perhatian dan dinikmati pengakses (media daring), pembaca (surat kabar, majalah), pendengar (radio), atau penonton (televisi), sehingga mereka mau menikmatinya dengan membaca, mendengarkan, atau menonton siaran (berita atau artikel) yang disajikannya itu.

Feature news disusun melalui gaya reportase. Dalam hal ini pembaca (surat kabar), pendengar (radio), atau penonton (televisi) disugahi tulisan atau pemberitaan yang seolah-olah membuat si pembaca, pendengar, dan penonton itu melihat dengan mata kepala sendiri terhadap peristiwa yang diberitakannya itu (Suhandang, 2004, p. 104-112).

Frasser Bond (1961, p. 80, dikutip dalam Suhandang, 2004, p. 144-145) terdapat empat faktor utama yang membuat sebuah berita memiliki nilai yang tinggi dan dapat merangsang perhatian banyak orang, yaitu:

a. Ketepatan waktu

Umumnya pembaca (media daring) menginginkan berita selalu baru atau aktual. Kemajuan teknologi masa kini telah bisa menembus perbedaan waktu kejadian dengan penerimaan beritanya, sehingga pemberitaan peristiwanya hampir bersamaan waktu dengan saat kejadiannya. Timeliness adalah jika suatu peristiwa sedang terjadi saat ini, atau berita yang menarik bagi pembaca saat ini.

b. Kedekatan tempat kejadian

Khalayak lebih tertarik perhatiannya terhadap berita tentang peristiwa kecil yang bisa dijangkau tangannya ketimbang peristiwa penting yang bermil-mil jaraknya. Proximity adalah jika peristiwa atau situasi tersebut terjadi di dekat pembaca (baik fisik/geografis maupun non fisik/emosional).

c. Besarnya

Sesuatu yang sangat kecil maupun sangat besar selalu memikat perhatian orang banyak. *Size* adalah ukuran suatu berita dimuat di media (dalam hal ini media daring).

d. Kepentingan Umumnya orang merasa puas apabila kepentingannya terpenuhi. Karena itu pula mereka selalu

mencari informasi yang bisa memenuhi dan sesuai dengan kepentingannya. Sudah tentu berita yang berkaitan dengan kepentingannya akan lebih menarik perhatiannya. *Importance* adalah peristiwa yang memiliki nilai-nilai yang penting bagi kehidupan, keluarga, pendidikan, kesehatan, atau kesejahteraan pembaca.

2.2.4. Konsep Sikap Khalayak

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, nilai. Objek sikap dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi atau kelompok (Rakhmat, 2008, h. 39).

Sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya (Secord dan Backman dalam Pramesta, 2012, p. 19).

Pemikiran tersebut memiliki kemiripan terhadap pemikiran yang dihasilkan para ahli psikologi sosial mutakhir. Pemikiran yang lebih mutakhir dikenal dengan nama pendekatan *tricomponent attitude model*, sikap dipandang sebagai kombinasi reaksi afektif, perilaku dan kognitif yang secara bersamaan mengorganisasikan sikap individu terhadap suatu objek (Sumarwan, 2012, p. 229).

Dari berbagai definisi mengenai sikap, Rakhmat (2008, p. 39-40) menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

- a. Sikap mempunyai daya penolong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu; menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari.
- b. Sikap lebih menetap. Berbagai studi menunjukkan sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami perubahan.
- c. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
- d. Sikap timbul dari pengalaman: tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar. Karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.

Sikap dalam penelitian ini ialah sikap pada partai politik menjelang pemilu 2019. Partai politik ialah sekumpulan orang yang memiliki tujuan untuk merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan (Miriam Budiardjo, 2008, h.404).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Dalam Undang-Undang No 2 Tahun 2008 tentang partai politik pasal 1 ayat 1, partai politik didefinisikan sebagai,

Partai politik adalah organisasi yg bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945.

Pada pemilu 2019 yang akan datang, terdapat 27 partai politik yang mendaftar ke KPU dan 14 partai politik yang lolos dalam verifikasi secara administratif oleh KPU yang telah memenuhi syarat menjadi peserta Pemilu 2019 (Fathulrahman, 2018, para.1).

2.2.5 Remaja sebagai Khalayak Berita

Masa remaja adalah masa dimana terjadi gejolak yang meningkat yang biasanya dialami oleh setiap orang. Masa ini dikenal pula sebagai masa transisi yaitu terjadinya perubahan-perubahan yang sangat menonjol yang menyangkut perubahan fisik, emosional, sosial, dan personal, sehingga pada gilirannya menimbulkan perubahan yang drastis pula kepada perilaku remaja yang bersangkutan (Sulaiman, 1995, p. 1).

Dalam usahanya untuk mencari identitas dirinya, seorang remaja sering membantah orang tuanya karena ia mulai memiliki pendapat sendiri, cita-cita serta nilai-nilai sendiri yang berbeda dengan orang tuanya. Situasi-situasi yang menimbulkan konflik, sering kali

menyebabkan perilaku-perilaku yang aneh, canggung, jika tidak dikontrol akan mengakibatkan hal-hal yang negatif (Sarwono, 2009, p. 72).

Menurut Yusuf (2002, p. 184), masa remaja dikategorikan menjadi tiga yaitu:

a. Remaja Awal (12-15 tahun)

Pada tahap ini, remaja mengalami perubahan jasmani yang cukup pesat. Remaja tidak mau dianggap seperti kanak-kanak lagi, namun mereka belum bisa meninggalkan pola kehidupan masa sebelum remaja mereka. Pada masa ini remaja sering merasa ragu-ragu dan tidak stabil dalam mengambil keputusan.

b. Remaja Madya atau Pertengahan (15-18 tahun)

Pada tahap ini, kepribadiannya masih ke kanak-kanakan. Tapi positifnya, remaja sudah timbul rasa kesadaran untuk menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan.

c. Remaja Akhir (18-21 tahun)

Pada masa remaja akhir, remaja sudah dinilai cukup stabil dalam mengambil keputusannya. Bahkan remaja sudah mulai memahami akan arah dan tujuan hidupnya, serta sudah memiliki pendirian tertentu dalam kehidupannya.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan memfokuskan diri kepada kategori remaja akhir, yaitu mereka yang berada pada interval usia 18-21—atau pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang dipilih peneliti ialah mahasiswa dalam jurusan ilmu komunikasi, karena mahasiswa ilmu

komunikasi akan selalu berhubungan dengan berita-berita media yang sedang terjadi dan menjadi perbincangan untuk menjadi bahan pembelajaran.

2.3 Hipotesis

Dari konsep yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0), yaitu hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan (Kriyantono, 2006, h. 34). H_0 dalam penelitian ini yaitu:

“Tidak terdapat pengaruh terpaan berita online kasus korupsi kepala daerah terhadap sikap masyarakat pada partai politik menjelang pemilu 2019.”

2. Hipotesis Alternatif (H_a), yaitu alternatif dari hipotesa nol. H_a dalam penelitian ini yaitu:

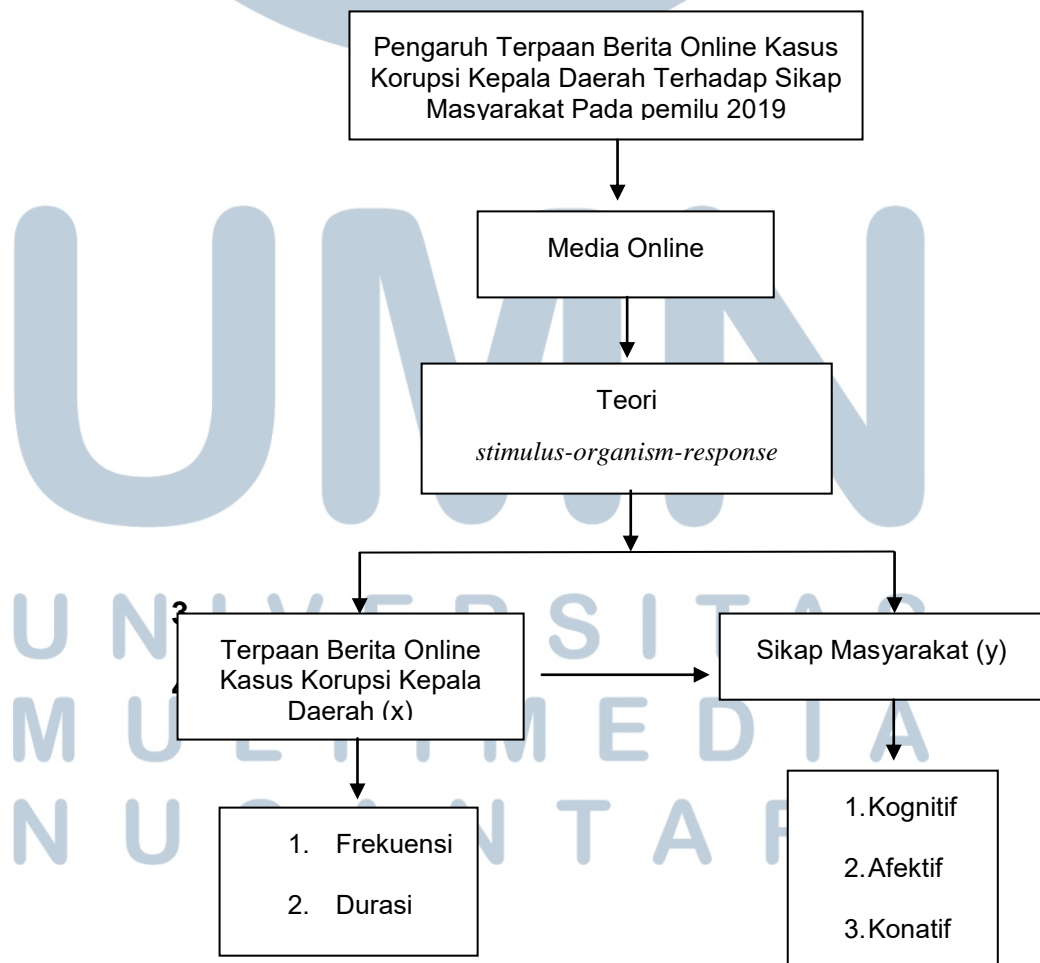
“Terdapat pengaruh terpaan berita online kasus korupsi kepala daerah terhadap sikap masyarakat pada partai politik menjelang pemilu 2019.”

2.4. Alur Penelitian

Pada pembentukan sikap bahwa media bukanlah satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi khalayak, media hanya sebagai perantara dalam penyampaian informasi. Dalam penelitian ini, terpaan media

memberikan gambaran kepada khalayak mengenai setiap pemberitaan yang diberitakan terus-menerus dapat mengubah sikap khalayak dalam 3 aspek sikap yang meliputi berbagai unsur-unsur yang harus diperhatikan seperti pengetahuan yang dimiliki responden, reaksi terhadap terpaan berita yang terjadi dan umpan balik yang diberikan. Terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Erdinaya, 2005, h. 164). Berdasarkan pemaparan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan hubungan antar variabel sebagai berikut:

Bagan 2.1 kerangka Pemikiran





UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA