



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 menyusun penelitian mengenai korelasi tingkat ketertarikan pada politik, motif penggunaan media, dan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik, peneliti meninjau lima penelitian terdahulu yang dianggap relevan sebagai referensi dan perbandingan penelitian.

Penelitian pertama yang sesuai dengan variabel ketertarikan politik adalah milik Dewa Rama (2020) yang berjudul **“Pengaruh Konsumsi Berita Politik di Media Daring dan Pengetahuan Politik terhadap Ketertarikan Politik Generasi Milenial”**. Pada latar belakang, penelitian ini menjelaskan tingkat konsumsi media oleh generasi milenial yang dikatakan tergolong tinggi. Hal tersebut didorong oleh kebiasaan generasi milenial dalam mencari informasi dengan mengakses internet.

Dalam latar belakang Rama menjelaskan bahwa melalui konsumsi berita di internet, dapat memengaruhi pengetahuan politik seseorang dalam hal ini adalah generasi milenial. Penjelasan tersebut didukung oleh survei *Centre For Strategic And International Studies* (CSIS) yang menyebutkan bahwa generasi milenial memiliki tingkat pengetahuan politik yang baik. Kemudian Rama menjelaskan, dengan adanya pengetahuan politik tersebut maka

seseorang akan memiliki ketertarikan politik. Namun berdasarkan data dari CSIS dalam penelitian tersebut, generasi milenial tidak tertarik membahas isu sosial dan politik.

Berbeda dengan temuan sebelumnya dari data CSIS, Rama menemukan bahwa *Education Audiovisual and Culture Executive Agency* (EACEA) menyebutkan bahwa pada tahun 2013, pemuda atau generasi milenial di Eropa memiliki tingkat ketertarikan politik yang tinggi. Dengan adanya permasalahan tersebut, melalui penelitian ini Rama ingin mengetahui lebih jauh mengenai konsumsi berita politik, pengetahuan politik, dan ketertarikan politik pada generasi milenial. Rama pun membuat rumusan masalah sebagai berikut, Apakah tingkat ketertarikan politik generasi milenial di Kota Tangerang dipengaruhi oleh konsumsi berita politik di media daring dan pengetahuan politik?

Dari rumusan masalah tersebut Rama memiliki beberapa tujuan penelitian seperti, untuk mengetahui tingkat konsumsi berita politik di media daring, untuk mengetahui tingkat pengetahuan politik, untuk mengetahui tingkat ketertarikan politik, dan untuk mengetahui pengaruh antar variabelnya. Penelitian dengan metode kuantitatif ini menjadikan seluruh generasi milenial di Kota Tangerang menjadi populasi penelitian. Kemudian Rama menjadikan generasi milenial pada beberapa kelurahan di Kota Tangerang.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konsumsi berita politik dan pengetahuan politik terhadap ketertarikan politik pada generasi milenial. Kemudian melalui penelitian ini diketahui

bahwa konsumsi berita politik dan pengetahuan politik memiliki peranan yang penting dalam membentuk ketertarikan politik generasi milenial. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh antara konsumsi berita politik dan pengetahuan politik terhadap ketertarikan politik pada generasi milenial di Kota Tangerang sebesar 37%. Sedangkan 63% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Dari penelitian terdahulu pertama ini peneliti melihat beberapa relevansi dengan penelitian yang ini. Salah satunya adalah variabel ketertarikan politik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep ketertarikan politik sebagai salah satu dasar teori dan menggunakan survei sebagai metode penelitiannya.

Selanjutnya adalah penelitian terdahulu kedua sesuai dengan variabel motif penggunaan media dan kepuasan mahasiswa. Penelitian tersebut milik YB. Brian Arga Wana (2019) yang berjudul **“Hubungan Antara Motif Penggunaan dan Tingkat Kepuasan Siswa Dalam Membaca Berita Olahraga Detik.com (Studi Kepada Siswa SMA Santa Ursula BSD)”**. Pada latar belakang Arga menjelaskan mengenai perkembangan teknologi yang membuat informasi sangat cepat beredar di tengah masyarakat. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh media *online* masyarakat dirasa perlu untuk memilih informasi yang benar.

Pada latar belakang juga disampaikan bahwa perkembangan media *online* di Indonesia menjadi penanda bahwa Indonesia memasuki era *new media*. Keberadaan media *online* ini memiliki karakteristik yang berbeda dan

tidak dimiliki oleh media konvensional pada umumnya. Hal inilah yang menjadikan media *online* lebih unggul dari media konvensional.

Dalam penelitian ini Arga menjadikan perkembangan teknologi dan kemudahan masyarakat dalam mengakses internet menjadi salah satu acuan. Kemudian, Arga pun menjelaskan bahwa penelitian ini akan mencari tahu mengenai hubungan antara motif dan tingkat kepuasan siswa dalam membaca berita olahraga. Arga pun menjadi siswa SMA Santa Ursula BSD sebagai subjek dalam penelitian. Karena dianggap sebagai sekolah untuk kalangan menengah pastinya sebagian besar siswanya memiliki gawai. Penelitian tersebut juga menjadikan *detik.com* sebagai objek penelitian sebagai pelopor pertama berdirinya media *online*.

Dari latar belakang tersebut Arga membuat rumusan masalah, yaitu bagaimana hubungan antara motif penggunaan dan tingkat kepuasan siswa dalam membaca berita olahraga *detik.com*?. Dari rumusan masalah tersebut Arga memiliki tujuan dalam penelitian ini berupa, untuk mengetahui motif siswa SMA Santa Ursula BSD dalam membaca media *online detik.com* untuk mencari informasi olahraga. Selain itu, untuk mengetahui tingkat kepuasan siswa SMA Santa Ursula BSD akan informasi olahraga yang diberikan *detik.com*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Arga mengatakan bahwa penelitian tersebut menghasilkan kesenjangan kepuasan. Karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan.

Hal tersebut dapat diartikan bahwa media *detik.com* sudah memuaskan khalayak dalam pemberitaan olahraganya.

Kemudian pada motif, Arga menjelaskan hasil penelitiannya menggunakan pengklasifikasian motif yang merujuk pada teori McQuail. Hasil yang ditemukan adalah pada motif informasi terjadi kesenjangan kepuasan dan hal tersebut dapat mengartikan bahwa *detik.com* mampu memuaskan siswa SMA Santa Ursula yang mencari informasi mengenai berita olahraga. Selanjutnya pada motif identitas, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan terjadi juga kesenjangan yang mengartikan *detik.com* dapat memuaskan siswa SMA Santa Ursula BSD untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi berita olahraga.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian kuantitatif dengan metode studi kasus ini menggunakan teori *uses and gratifications* untuk mengukur kepuasan audiens. Selain itu, Arga juga menggunakan konsep motif penggunaan media untuk melihat dan mengukur motif seseorang dalam menggunakan media.

Pada penelitian terdahulu ketiga ini peneliti dari sebuah riset yang ditulis oleh Xiaopeng Pang (2020). Riset tersebut berjudul “*News Media Usage, Political Interest And Political Participation*”. Pada latar belakang dijelaskan bahwa partisipasi politik selalu dianggap sebagai indikator penting dalam berfungsinya sebuah demokrasi. Sementara itu, banyak peneliti yang khawatir dengan banyaknya warga yang menyimpang dari partisipasi politik dan keterlibatan sipil terutama para generasi muda. Hal ini dianggap akan

mengancam kesehatan demokrasi. Dalam riset tersebut menyampaikan bahwa adanya perkiraan akan semakin banyak warga negara terutama generasi muda yang akan menjauh dari keterlibatan sipil seperti, kurangnya kepercayaan, kurangnya ketertarikan pada politik atau urusan publik, kurangnya pengumpulan informasi, kurangnya *voting*, dan kurangnya partisipasi dalam kegiatan publik.

Pang dalam riset ini menjelaskan begitu rinci mengenai penurunan partisipasi politik. Melalui riset ini Pang ingin menyelidiki atau mengetahui efek media yang berbeda terhadap berbagai bentuk partisipasi politik. Lebih lanjutnya Pang menjelaskan bahwa riset ini lebih bertujuan untuk mengeksplorasi prediksi penggunaan berita di media massa tradisional tentang bentuk-bentuk partisipasi politik yang dilembagakan atau pun tidak.

Dengan latar belakang tersebut Pang merumuskan masalah dengan pertanyaan, “apakah partisipasi politik benar-bener menurun?”. Selain akan melihat hubungan antara penggunaan media dengan partisipasi politik, Pang juga akan meninjau peran ketertarikan politik dalam hubungan tersebut. populasi dalam riset tersebut adalah masyarakat Australia dan mengelompokan sampel berdasarkan negara bagian dan teritori Australia.

Hasil dari riset tersebut adalah secara umum partisipasi politik baik yang terlembagakan maupun tidak meningkat pada tahun 2014. Penemuan ini mengkonfirmasi hipotesis pertama bahwa bentuk partisipasi politik tidak terlembagakan meningkat pada tahun 2014 di Australia dan hal tersebut sejalan dengan nagara-negara demokrasi lainnya. Kemudian, jawaban dari pertanyaan

penelitian pertama dapat mendukung hipotesis dua dan tiga. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi muda cenderung lebih menggunakan internet untuk mencari berita politik dan generasi yang lebih tua lebih sering menggunakan media tradisional untuk mencari berita politik.

Dari riset tersebut peneliti melihat adanya relevansi dengan penelitian ini. Relevansi tersebut terlihat pada penggunaan konsep ketertarikan politik. Selain itu, Pang juga menggunakan berita politik sebagai objek penelitiannya dan juga Pang menggunakan survei sebagai metode penelitiannya.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III
Judul Penelitian	Pengaruh Konsumsi Berita Politik di Media Daring dan Pengetahuan Politik terhadap Ketertarikan Politik Generasi Milenial	Hubungan Antara Motif Penggunaan dan Tingkat Kepuasan Siswa Dalam Membaca Berita Olahraga Detik.com (Studi Kepada Siswa SMA Santa Ursula BSD)	<i>News Media Usage, Political Interest And Political Participation</i>
Penulis, Tempat, Tahun	Dewa Rama, Tangerang, 2020	YB. Brian Arga Wana, Tangerang, 2019	Xiaopeng Pang, Sweden, 2020
Teori dan Konsep	- <i>Uses and Gratifications</i> - Ketertarikan Politik	- <i>Uses and Gratifications</i> - <i>Gratifications Sought</i>	- Theoretical framework of political participation

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan Politik</li> <li>- Konsumsi Berita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Gratifications Obtained</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media and politics</li> <li>- Media usage</li> <li>- Media usage and political participation</li> <li>- Political interest as a mediator</li> </ul>
Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Hasil Penelitian	<p>Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konsumsi berita politik dan pengetahuan politik terhadap ketertarikan politik pada generasi milenial. Kemudian melalui penelitian ini diketahui bahwa konsumsi berita politik dan pengetahuan politik memiliki peran yang penting dalam</p>	<p>Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Arga mengatakan bahwa penelitian tersebut menghasilkan kesenjangan kepuasan. Karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa media <i>detik.com</i></p>	<p>Hasil dari riset tersebut adalah secara umum partisipasi politik baik yang terlembagakan maupun tidak meningkat pada tahun 2014. Penemuan ini mengkonfirmasi hipotesis pertama bahwa bentuk partisipasi politik tidak terlembagakan meningkat pada</p>

	<p>membentuk ketertarikan politik generasi milenial. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh antara konsumsi berita politik dan pengetahuan politik terhadap ketertarikan politik pada generasi milenial di Kota Tangerang sebesar 37%. Sedangkan 63% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.</p>	<p>sudah memuaskan khalayak dalam pemberitaan olahraganya.</p>	<p>tahun 2014 di Australia dan hal tersebut sejalan dengan negara-negara demokrasi lainnya. Kemudian, jawaban dari pertanyaan penelitian pertama dapat mendukung hipotesis dua dan tiga. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi muda cenderung lebih menggunakan internet untuk mencari berita politik dan generasi yang lebih tua lebih sering menggunakan media tradisional untuk mencari berita politik.</p>
<p>Relevansi Penelitian</p>	<p>Penelitian ini menggunakan variabel ketertarikan politik.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan teori <i>uses and gratifications</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan konsep ketertarikan</p>

	Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep ketertarikan politik sebagai salah satu dasar teori dan menggunakan survei sebagai metode penelitiannya	untuk mengukur kepuasan audiens. Selain itu, Arga juga menggunakan konsep motif penggunaan media untuk melihat dan mengukur motif seseorang dalam menggunakan media.	politik. Selain itu, Pang juga menggunakan berita politik sebagai objek penelitiannya dan juga Pang menggunakan survei sebagai metode penelitiannya
--	--	--	---

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori *Uses And Gratifications*

Teori *uses and gratifications* merupakan teori sosiologi yang membahas penggunaan media massa oleh khalayak dan khalayak melakukan itu untuk mendapatkan keuntungan sejumlah kepuasan (Suparmo, n.d., p. 2). Menurut West dan Turner (2007, p. 79), teori kegunaan dan gratifikasi (*Uses and Gratifications Theory*) menyatakan bahwa para penonton/pendengar mampu mendiskriminasi dalam komunikasi media.

Dalam buku Teori Komunikasi Kontemporer yang ditulis oleh Nurhadi (2017, p. 57), dijelaskan bahwa latar belakang munculnya teori ini merupakan perkembangan dari model jarum hipodermik. Menurut Widjaja (dalam Kaja, 2021, p. 214) model jarum hipodermik merupakan model komunikasi massa yang didasari oleh anggapan bahwa media massa mampu menimbulkan efek yang amat kuat. Kemudian Nurhadi lebih lanjut menjelaskan bahwa pada teori *uses and gratifications* ini khalayak dianggap

secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, sebagian perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhannya.

Pendekatan *uses and gratifications* mencoba untuk menentukan fungsi-fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak dan sebagian besar dilakukan dengan menanyakan langsung kepada khalayak. Sama seperti paradigma pencarian informasi yang mencerminkan perubahan perhatian utama dari tujuan komunikator kepada tujuan khalayak penerima. Namun, keduanya tetap memiliki perbedaan yaitu dalam pendekatan masing-masing (Suprpto, 2009, p. 43-44).

Menurut Suherman (2020, p. 70), adapun asumsi-asumsi mengenai teori *uses and gratifications* yang dikemukakan oleh penemu dari pendekatan ini yakni Katz, Blumer, & Gurevitch.

1. Khalayak merupakan individu atau kelompok yang aktif dan menggunakan media untuk tujuan tertentu.
2. Inisiatif atas keterlibatan pemuasan kebutuhan terhadap pemilihan media tertentu berada di tangan khalayak.
3. Media dan sumber-sumber lain bersama-sama memenuhi kebutuhan khalayak.
4. Orang-orang mempunyai cukup kesadaran atas penggunaan media, ketertarikan, dan motif. Hal ini yang membuat para peneliti mendapatkan gambaran lebih akurat atas penggunaan media tersebut.

5. Penilaian terhadap isi media hanya dapat dilakukan oleh khalayak itu sendiri.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik. Maka dari itu, peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* sebagai dasar teori untuk mengetahui tingkat kepuasan tersebut.

### **2.2.2 Kepuasan Audiens (*Audiens Gratifications*)**

Dalam buku yang berjudul *Changing the news: The forces shaping journalism in uncertain times*, Lowrey dan Gade (2011) menjelaskan bahwa setiap media memiliki ruang dan waktu yang berbeda untuk memberikan kepuasan kepada audiens yang sesuai dengan kebutuhan dan lokasi. Orlik (2009, p. 123) dalam bukunya menjelaskan tujuh faktor kepuasan audiens.

1. *Entertainment/Time Punctuation*

Faktor ini diartikan sebagai faktor hiburan yang paling dicari dan dapat memuaskan publik di media elektronik.

2. *Information/Surveillance*

Faktor ini informasi dianggap bisa melihat kepuasan audiens. Karena semakin bergantungnya seseorang pada media untuk memenuhi kebutuhannya, maka peran media akan semakin berdampak pada diri seseorang atau memengaruhi minat seseorang.

3. *Escapism/Nostalgia*

Dalam hal ini Orlik menjelaskan, walaupun banyak orang mencari tahu apa yang sedang terjadi saat ini, tapi tetap ada saja

tekanan sebaliknya yang membuat seseorang lari dari kenyataan dan masalah untuk mencari lingkungan baru yang sesuai dan nyaman. Sedangkan untuk nostalgia, Orlik menjelaskan bahwa nostalgia adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk meningkatkan daya ingat terhadap pengalaman yang menyenangkan.

#### 4. *Companionship/Conversation building*

Faktor ini dijelaskan dengan menjadikan media sebagai sahabat audiens yang bisa melayani keinginan sebagian besar audiens di keadaan ingin melarikan diri dan ingin bersahabat.

#### 5. *Problem solving*

Bentuk dari faktor pemecahan masalah adalah segmen komersial, iklan layanan masyarakat, dan promosi program. Melalui program semacam ini penggambaran sebuah masalah diperlihatkan dengan baik dan pemecahan masalahnya pun dihadirkan diakhir program.

#### 6. *Personal enrichment and development*

Dalam faktor ini media massa lebih banyak memeberikan kebutuhan masyarakat daripada keinginan masyarakat.

#### 7. *Catharsis/Tension release*

Orlik menjelaskan bahwa faktor ini adalah faktor paling kontroversial. Hal tersebut dipengauhi dengan adanya anggapan bahwa konten kekerasan di media memberikan pengalaman seseorang yang mampu meredakan ketegangan.

Penelitian ini menggunakan konsep kepuasan audiens untuk mendukung teori *uses and gratifications* yang juga digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, konsep kepuasan audiens ini dapat memberikan penjelasan mengenai indikator kepuasan yang dapat digunakan dalam operasionalisasi variabel.

### **2.2.3 Ketertarikan Politik**

Menurut Pang (2020, p. 25) dalam risetnya, ketertarikan politik umumnya dihubungkan dengan ketertarikan politik seseorang terhadap topik-topik yang berkaitan dengan isu-isu politik, mulai dari berita politik hingga kegiatan politik, organisasi, dan berbagai macam aspek lainnya. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa media secara umum memberikan dampak yang kecil terhadap ketertarikan politik. Namun, penggunaan media untuk mencari berita merupakan pendekatan yang penting bagi warga untuk lebih banyak mendapatkan pengetahuan mengenai politik, membangkitkan ketertarikan politik, dan kemudian memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik.

Selanjutnya Holleque (dalam Shapland, 2015, p. 6) berpendapat bahwa ada dua jenis ketertarikan politik. Pertama, ia berpendapat bahwa ketertarikan politik dapat dianggap sebagai perhatian warga negara terhadap politik. Kedua, menjadikan ketertarikan politik sebagai arti penting dalam politik. Kemudian Shehata dan Amnå (2017, p. 1057) menjelaskan bahwa ketertarikan politik telah menjadi salah satu konsep yang paling sering digunakan dalam studi yang membahas mengenai berbagai aspek perilaku

warga negara. Dengan lanjut ia menjelaskan bahwa konsep ketertarikan politik kurang memiliki definisi yang tepat tetapi konsep ini sebenarnya berfokus pada penilaian individu secara umum terhadap konten tertentu. Dalam hal ini ketertarikan politik dapat dianggap sebagai motivasi untuk terlibat dalam politik. Motivasi tersebut terdiri dari keinginan untuk belajar tentang politik dan keinginan untuk berpartisipasi dalam politik (Shani dalam Shehata dan Amnå, 2017, p. 1057).

Kemudian dalam risetnya Shehata dan Amnå (2017, pp. 8-9) menjelaskan bahwa ketertarikan politik dapat diukur menggunakan dua pertanyaan yakni seberapa tertarik anda terhadap politik? Dan seberapa tertarik anda dengan apa yang terjadi di masyarakat saat ini?. Dalam penelitiannya, Shehata dan Amnå menjelaskan kesimpulan penelitian menggunakan catatan dari Prior (dalam Shehata dan Amnå, 2017, p. 1070) bahwa ketertarikan politik biasanya merupakan prediktor paling kuat dari perilaku politik yang membuat demokrasi bekerja. Seseorang yang tertarik secara politik memiliki pengetahuan yang lebih tentang politik, hal itu memungkinkan orang tersebut untuk memilih dan berpartisipasi dalam politik.

#### **2.2.4 Motif Penggunaan Media**

Dalam buku berjudul Etnografi Media yang ditulis oleh Andung (2019, p. 27), kebiasaan dalam menggunakan media massa didorong oleh motif-motif atau kebutuhan tertentu. Upaya memuaskan kebutuhan

tersebutlah yang kemudian dapat menimbulkan perilaku bermedia atau perilaku penggunaan media.

Dalam buku *Mass Communication Theory* (Teori Komunikasi Massa), oleh McQuail (2000, p. 72) yang mengelompokkan motif penggunaan media menjadi empat bagian, sebagai berikut :

1. Motif Informasi

Motif ini meliputi dorongan mencari berita tentang peristiwa dan kondisi lingkungan sekitar. Selain itu, motif ini juga meliputi upaya mencari bimbingan dalam berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan. McQuail juga menambahkan bahwa motif ini berkaitan dengan upaya memuaskan rasa ingin tahu, belajar, dan meporelah rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas Pribadi

Motif ini berkaitan dengan upaya menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Motif ini termasuk dalam kelompok untuk memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, memperoleh teman selain dari

manusia, membantu menjalankan peran sosial, dan memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, masyarakat.

#### 4. Motif Hiburan

Motif jenis ini meliputi upaya melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, dan penyaluran emosi.

Menurut Rosengren, K. E., Wenner, L. A., dan Palmgreen (dalam Sari dan Irena, 2019, p. 38) menjelaskan bahwa penelitian dengan pendekatan *uses and gratifications* harus mencermati motif penggunaan media dalam konteks sosial: bagaimana teks media membentuk motif, penggunaan, dan konsekuensi kebutuhan diri sendiri untuk penerimaan atau penolakan status sosial.

Penelitian ini akan melihat korelasi antara ketertarikan politik dengan motif penggunaan media sehingga peneliti menggunakan konsep motif penggunaan media untuk melihat hubungan tersebut. Melalui penjelasan konsep ini peneliti mendapatkan indikator mengenai motif penggunaan media seorang audiens.

#### **2.2.5 Berita Politik**

Menurut Altheide (dalam Falasca, 2014, p. 25), pengaruh media digambarkan dengan cara media secara mandiri memproses dan menyajikan informasi politik, menggunakan logika media yang bertentangan dengan logika politik, dan bagaimana aktor politik beradaptasi dengan lingkungan media ini. Kemudian menurut Esser (dalam Falasca, 2014, p. 25) Tanda

meningkatnya media ketika jurnalisme berita politik yang dicirikan oleh intervensionisme media yang mengharuskan berita dibentuk oleh jurnalis daripada politisi.

Aalberg dan Patterson (dalam Falasca, 2014, p. 25) menjelaskan liputan berita pemilu kontemporer memiliki kecenderungan untuk membingkai politik sebagai permainan strategis daripada fokus pada isu-isu politik. Hal ini meningkatkan peran jurnalis sebagai penafsir isu dan peristiwa politik serta, memasukkan bingkai politik. Penelitian mengenai berita politik di luar kampanye pemilu menunjukkan bahwa media kurang independent dari aktor politik dan cenderung sangat bergantung pada sumber dan perspektif resmi (Althaus dalam Falasca, 2014, p. 25).

Dari penjelasan mengenai berita politik khususnya berita politik bernuansa pemilu, Falasca (2014, p. 37) membandingkan liputan berita pemilu dengan jenis berita politik lainnya. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa liputan berita pemilu sangat berbeda dengan liputan berita politik lainnya terutama dalam hal *framing*. Jurnalisme pemilu lebih cenderung membingkai politik sebagai permainan strategis dan memungkinkan jurnalis menggunakan suara analitis karena interpretasi. Kemudian pada liputan berita politik lainnya mengenai krisis keuangan dan liputan rutin secara signifikan berfokus pada isu-isu substantif dan jauh lebih deskriptif dalam gaya jurnalistik. Falasca juga menjelaskan bahwa berita politik secara substansial dipengaruhi oleh konteks spesifik liputan berita itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan berita politik sebagai objek penelitian, penjelasan mengenai adanya perbedaan dalam penyajian berita politik tertentu khususnya berita pemuli dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian ini. Adanya perbedaan ini akan menunjukkan tingkat kepuasan mahasiswa ketika sedang menikmati berita politik yang ada di media.

### **2.3 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan penjelasan sementara tentang suatu tingkah laku, gejala-gejala atau kejadian tertentu yang telah terjadi atau yang akan terjadi. Dalam tataran praktis hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Wagiran, 2013, p. 94). Dalam penelitian ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho.1: tidak terdapat korelasi antara tingkat ketertarikan politik dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik.

Ha.1 : terdapat korelasi antara tingkat ketertarikan politik dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik.

Ho.2: tidak terdapat korelasi antara motif penggunaan media dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik.

Ha.2 : terdapat korelasi antara motif penggunaan media dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik.

## 2.4 Alur Penelitian

Alur penelitian ini adalah ingin melihat korelasi antara tingkat ketertarikan politik, motif penggunaan media, dan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengonsumsi berita politik. Penelitian ini mengukur korelasi tingkat ketertarikan politik, motif penggunaan media, dan tingkat kepuasan mahasiswa menggunakan prediktor atau variabel tentang ketertarikan politik, motif penggunaan media, dan tingkat kepuasan. Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat ketertarikan berupa ketertarikan mahasiswa akan politik dan kejadian yang terjadi masyarakat. Kemudian, indikator pada variabel motif penggunaan media berupa, motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi sosial, dan motif hiburan. Dan indikator pada variabel tingkat kepuasan adalah kepuasan konten, kepuasan proses, dan kepuasan sosial.

**Bagan 2.1 Alur Penelitian**



