

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini media tidak hanya digunakan bagi individu sebagai sumber dominan untuk citra sosial akan tetapi juga khalayak ramai, media memberikan penilaian normatif dan nilai-nilai yang disajikan dalam bentuk berita dan hiburan (McQuail, 1987:3). Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999, pada Pasal 3 Ayat (1) mengemukakan bahwa pers nasional memiliki peran dalam menyampaikan informasi, memberikan hiburan, menyediakan pendidikan, dan juga berfungsi sebagai kontrol sosial. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa media massa memiliki potensi sebagai agen yang mendorong perubahan. Khatimah (2018: 132-133) menjelaskan peran media dalam kehidupan masyarakat dimana media massa mampu membuat isu yang sebelumnya samar menjadi jelas faktanya, membuat yang belum tahu menjadi tahu (aspek kognitif), mampu untuk membuat orang yang suka menjadi tidak suka begitupun sebaliknya (aspek afektif), dan mampu membuat orang untuk meniru atau berperilaku seperti kejadian sehari-hari yang terjadi (aspek konatif).

Berita merupakan sebuah produk yang paling banyak disajikan dan memenuhi ruang media massa. Menurut Reuters Institute yang melakukan survey dengan Universitas Oxford mengenai akses berita dan penggunaan platform online secara luas pada Laporan Digital News pada awal tahun 2022 dan dilaporkan oleh Kompas.com, terungkap bahwa di Indonesia, masyarakat lebih condong menggunakan media baru seperti online dan sosial sebagai sebuah acuan untuk mencari sumber informasi . Data menunjukkan bahwa sebanyak 68% penduduk Indonesia memilih media online sebagai sumber berita utama. Terlihat bahwa media online dan media sosial lebih populer di Indonesia sebagai sumber berita dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi, yang mencapai 57%, serta media cetak seperti majalah atau koran hanya 17%. Dengan demikian, data tersebut menunjukkan bahwa *online media* dan *social media* masih mendominasi menjadi acuan untuk mencari informasi utama bagi masyarakat. (<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengak-ses-berita-dari?page=all>. Diakses pada 4 Oktober 2022 pukul 10.15 WIB).

Dalam media terdapat isi atau konten yang bernuansa positif yakni hal-hal atau pesan-pesan baik, dan juga terdapat konten yang bernuansa negatif atau berisi dengan pesan-pesan buruk. Dapat dilihat pada masyarakat sekarang ini khalayak lebih memiliki ketertarikan dan bereaksi cepat ketika mendapat informasi berita negatif atau bernada tidak baik daripada yang bernuansa positif, hal ini biasanya dalam psikologi disebut dengan bias negatif. Hal tersebut yakni berita negatif membuat dan memungkinkan oknum yang bersangkutan dipandang negatif juga di masyarakat, dimana dampaknya benar-benar kontra produktif (Ardina, 2017).

Salah satu produk dari pemberitaan di media massa adalah politik. Pemberitaan politik di media dapat membantu masyarakat bagaimana menyikapi dan ikut mengawasi proses politik negara ini. Media sangat berperan dalam membangun opini publik karena sifatnya yang persuasif dimana tanpa sadar masyarakat akan terpengaruh (Achdiat, 2010). Menurut penelitian dari Zhu & Blood (1977:88), media massa mungkin tidak sepenuhnya berhasil dalam mengarahkan pemikiran masyarakat pada suatu topik tertentu, namun secara tidak langsung dapat dan berhasil mempengaruhi pemikiran masyarakat terhadap topik-topik yang dianggap penting.

Indonesia yang merupakan negara demokrasi, menyebut-nyebut bahwa media adalah salah satu pilar demokrasi. Agar berjalan dengan baik, masyarakat memerlukan akses terhadap informasi sebagai sarana untuk menentukan dan memahami pilihan-pilihan politik. Media dalam hal ini media massa merupakan sebuah medium atau saluran yang digunakan sebagai ruang publik sebagai tempat terjadinya pertukaran gagasan baik dalam hal sosial-kultural, ekonomi, dan politik (Tricana, 2013). Media massa sebagai ruang publik (politik) berfungsi memberikan pengetahuan dan informasi terkait proses dan kondisi politik pada saat itu. Informasi yang terkandung bisa seputar lembaga politik maupun aktor politik. Informasi tersebut nantinya yang akan membentuk opini publik serta pengaruh politik lainnya. Selain itu, media membantu agar terciptanya transparansi dalam pemerintahan dan untuk mengkritisi pemerintah, hal tersebut sejalan dengan fungsi kontrol sosial seperti pada yang tertuang pada Undang-Undang mengenai Pers (CliffNotes,n.d.). Berkaitan dengan bahasan sebelumnya terkait berita di media massa khususnya pada portal berita online mengenai politik dan pemerintahan. Belakangan ini banyak berita pada portal berita Kompas.com yang menyorot Ketua DPR, Puan Maharani, karena kelakuan atau kebijakan-kebijakannya yang mengundang atensi dari publik.



Gambar 1.1 Pemberitaan Puan Maharani pada Kompas.com

Sumber : (<https://nasional.kompas.com/read/2022/09/27/21033401/video-viral-puan-lempar-lempar-kaus-ke-warga-sambil-cemberut-pdi-p-beri> . Diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 12.20 WIB)

Dalam artikel berita yang dimuat pada Kompas.com di atas terdapat rekaman pada video Puan Maharani yang sedang membagikan kaos di wilayah Bekasi, Jawa Barat. Dalam rekaman tersebut, terlihat wajah Puan yang dianggap cemberut oleh pengguna media sosial, dan dia terlihat melemparkan kaos-kaosnya dengan kesal. Selain itu, ia tampak marah kepada ajudan pribadinya karena ikut memegang kaos-kaos tersebut. Ketua DPP PDI-P, Said Abdullah menjelaskan atas video yang viral tersebut. Menurut Said, raut wajah Puan menjadi cemberut karena pengawal pribadinya yang tidak menjalankan tugas secara benar karena menurutnya pengawalnya tersebut ikut untuk membagikan kaos dimana hal tersebut seharusnya membagikan kaos merupakan tugas dari partai politik. (<https://nasional.kompas.com/read/2022/09/27/21033401/video-viral-puan-lempar-lempar-kaus-ke-warga-sambil-cemberut-pdi-p-beri>. Diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 12.20 WIB).



Gambar 1.2 Pemberitaan Puan Maharani pada Kompas.com

Sumber : (<https://nasional.kompas.com/read/2022/09/07/06022241/kala-puan-semringah-dapat-kejutan-ulang-tahun-saat-rakyat-kepung-dpr-demi#>. Diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 12.45 WIB).

Masih dari portal berita yang sama Kompas.com. Pada bulan September 2022 kemarin ramai aksi demonstrasi penolakan kenaikan BBM. Menariknya, anggota DPR merayakan hari ulang tahun Ketua DPR Puan Maharani, tepat ketika peserta aksi unjuk

rasa sedang mengerumuni Gedung Parlemen. Bahkan sampai sore hari, tidak ada satupun anggota dewan yang datang. Puan sendiri menyatakan bahwa DPR belum mengetahui apakah bisa menemui para pengunjung rasa. (<https://nasional.kompas.com/read/2022/09/07/06022241/kala-puan-semringah-dapat-kejutan-ulang-tahun-saat-rakyat-kepong-dpr-demi#>. Diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 12.45 WIB).



Gambar 1.3 Pemberitaan Puan Maharani pada Kompas.com

Sumber : (<https://www.kompas.com/wiken/read/2021/11/13/095000681/viral-aksi-puan-maharani-tanam-padi-saat-hujan-tuai-komentar-susi?page=all>. Diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 13.10 WIB).

Dalam artikel berita pada portal Kompas.com diatas tampak Puan Maharani sedang ikut menanam padi akan tetapi pada saat hujan. Kegiatan Puan di sawah daerah Sendangmulyo, Sleman, Yogyakarta saat hujan mendapat berbagai komentar yang bersifat sindiran. Mengutip dari CNN, Susi Pudjiastuti mantan Menteri Kelautan dan Perikanan lewat twitter nya @susipudjiastuti ikut mengomentari aksi Puan tersebut, menurutnya orang menanam padi tidak saat sedang hujan turun. Ekspertis Komunikasi Politik Universitas Pendidikan Indonesia, Karim Suryadi mengatakan bahwa tindakan Puan Maharani dianggap tidak lazim karena dalam keadaan normal, petani cenderung pergi meninggalkan ladang saat hujan akan datang. (<https://www.kompas.com/wiken/read/2021/11/13/095000681/viral-aksi-puan-maharani-tanam-padi-saat-hujan-tuai-komentar-susi?page=all>.. Diakses pada 7 Oktober 2022 pada pukul 13.10 WIB).

Dulu Matikan Mic, Kini Abaikan Interupsi, Formappi: Sikap Puan Maharani Rugikan Diri Sendiri

Selasa, 9 November 2021 | 10:58 WIB

Share:  



Gambar 1.4 Pemberitaan Puan Maharani pada kompas.com

Sumber : (<https://www.kompas.tv/article/230108/dulu-matikan-mic-kini-abaikan-interupsi-formappi-sikap-puan-maharani-rugikan-diri-sendiri>. Diakses pada 12 Oktober 2022 pukul 13.30 WIB).

Selain itu, pada tahun 2020 lalu aksi Puan sempat ramai mengundang perhatian publik karena ia mematikan mic salah satu anggota dari partai lain saat sedang interupsi. Pemberitaan dari Kompas.com beberapa waktu yang lalu, menjadi perhatian banyak orang tertuju pada Puan Maharani ketika sidang paripurna UU Cipta Kerja pada hari Senin, 5 Oktober 2020. Dalam kejadian tersebut, dia dicurigai mengganggu interupsi dari Irwan Fecho perwakilan dari Demokrat dengan mematikan *mic*, dan momen tersebut terekam oleh kamera. Tangannya terlihat seolah-olah bergerak menekan tombol, dan pada saat yang bersamaan suara Irwan menghilang. Akibat dari tindakan Puan ini menjadi perbincangan populer di Twitter dengan hashtag #DPRPenghianat, dan ia juga banyak mendapat kritik dari pemimpin Demokrat. Kemudian aksi Puan pun terulang kembali dan menjadi sorotan dalam rapat paripurna pemilihan panglima TNI Andika Perkasa. Pada saat akhir rapat, Puan terlihat mengabaikan interupsi dari peserta rapat dan segera mengakhiri sidang. Menurut Lucius Karus, peneliti yang tergabung dalam Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia (Formappi), tindakan yang dilakukan oleh Puan Maharani sebenarnya berdampak merugikan karena masyarakat dan publik dapat menafsirkan sikap tersebut sebagai otoriter. (<https://www.kompas.tv/article/230108/dulu-matikan-mic-kini-abaikan-interupsi-formappi-sikap-puan-maharani-rugikan-diri-sendiri>. Diakses pada 12 Oktober 2022 pukul 13.30 WIB).



Gambar 1.5 Pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com

Sumber : (<https://regional.kompas.com/read/2021/08/07/103331878/kala-baliho-tokoh-politik-bertebaran-di-tengah-pandemi>. Diakses pada 12 Oktober 2022 pukul 14.15 WIB).

Pada pertengahan tahun 2021 kemarin marak baliho dari para kator politik tersebar di beberapa tempat termasuk baliho dari Puan Maharani bertajuk “Kepak Sayap Kebhinekaan”. Baliho Puan tersebut nampak di DIY salah satunya di Jalan Wates KM 3 yang menghubungkan Kota Yogyakarta dengan Bantul dan Kulon Progo. Sedangkan di Solo, baliho “Kepak Sayap Kebhinekaan” terlihat di jalan-jalan protokol. Akan tetapi pemasangan baliho-baliho yang menampilkan wajah elit partai tersebut dinilai kurang tepat. Menurut Putri Hergianasari, seorang pakar Komunikasi Politik di Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), pemasangan baliho dalam skala besar oleh para tokoh politik bertujuan untuk meningkatkan popularitas, tetapi hal tersebut tidak tepat dilakukan dalam situasi pandemi covid-19. Kampanye yang dilakukan menghabiskan dana yang tidak sedikit, hal tersebut malah menunjukkan bahwa politikus tidak memperhatikan kondisi masyarakat. Putri menyatakan bahwa jika dana yang digunakan untuk pemasangan baliho tersebut dialihkan untuk membantu masyarakat secara langsung, itu akan lebih bermanfaat dan memberikan dampak yang langsung dirasakan oleh masyarakat. (<https://regional.kompas.com/read/2021/08/07/103331878/kala-baliho-tokoh-politik-bertebaran-di-tengahpandemi?page=all#page2>. Diakses pada 12 Oktober pukul 14.15 WIB).

Peran media massa mampu membuat isu yang sebelumnya samar menjadi jelas faktanya, membuat yang belum tahu menjadi tahu (aspek kognitif), mampu untuk membuat orang yang suka menjadi tidak suka begitupun sebaliknya (aspek afektif), dan mampu membuat orang untuk meniru atau berperilaku seperti apa yang dia lihat dalam kehidupan sehari-hari (aspek konatif). Citra itu sendiri dapat terbentuk dari pesan

dan informasi yang diterima oleh publik, baik secara langsung ataupun tidak langsung lewat media massa dimana kemudian terbentuk sebagai proses kognitif dari komunikasi mengenai pesan yang disampaikan dan diterima (Malonda, 2019:5). Pengaruh kognitif tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap pembentukan citra oleh audiens terhadap suatu fenomena yang dialami. Efek ini berkaitan dengan perubahan dalam kepercayaan, pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan (Rasika, 2013). Meskipun citra politik tidak nyata, akan tetapi citra tersebut dapat dibentuk dan diperkuat. Mengutip dari Aleena Wheeler dalam buku “Designing, Brand, Identity” Citra atau merek akan mempengaruhi kesan psikologis dalam hal ini citra politik yang baik akan mempengaruhi pemilih untuk memilih dalam sebuah pemilihan (Putra et al, 2020).

Bagi seorang politikus apalagi untuk bersiap mengikuti pemilu harus mempersiapkan bagaimana membangun elektabilitasnya. Elektabilitas sendiri diartikan sebagai tingkat keterpilihan untuk dapat dipilih baik orang, lembaga, ataupun barang dan jasa dimana sebelumnya sudah dilakukan survei untuk didapatkan hasil dan kemudian dapat dijadikan sebuah informasi (Arvinda, 2015). Elektabilitas seorang kandidat tidak datang begitu saja, dimana dapat dibentuk apalagi jika orang tersebut memiliki jabatan politik yang besar. Secara umum, tingkat elektabilitas seseorang dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang menentukan sejauh mana mereka memenuhi kriteria untuk dipilih. Faktor-faktor tersebut meliputi tingkat pengenalan yang baik oleh masyarakat luas, rekam jejak yang positif, dan bukti kerja yang baik. Semakin tinggi elektabilitas seseorang, semakin besar peluang mereka untuk dipilih.

1.2 Rumusan Masalah

Media massa sangat berperan dalam membangun opini publik karena sifatnya yang persuasif dan akibatnya masyarakat bisa terpengaruh. Apalagi pada masa digital sekarang, peran media sangat berpengaruh dalam membentuk pendapat umum publik, sekarang semua orang dapat dengan mudah untuk mendapatkan dan mencari informasi dengan cepat terutama bahasan tentang politik. Apakah seorang kandidat tersebut layak untuk dipilih atau tidak tergantung pada kesan yang diperoleh publik dari informasi yang tersebar.

Beberapa waktu yang lalu banyak pemberitaan mengenai Ketua DPR Puan Maharani dari kebijakan-kebijakan dan kelakuannya yang mengundang perhatian publik. Puan Maharani sendiri memang diketahui merupakan salah satu kandidat Capres untuk pemilu 2024 yang akan datang. Oleh karenanya, Puan Maharani sering

disorot oleh media apalagi ia sekarang masih menjabat sebagai Ketua DPR. Pemberitaan mengenai Puan di media massa lebih cenderung ke pemberitaan negatif seperti yang pernah viral belakangan ini yaitu ketika ia sedang membagikan kaos dengan ekspresi cemberut.

Bagi seorang kandidat politik, citra politik dan elektabilitas merupakan hal yang penting untuk dapat mendapatkan hasil baik dalam pemilihan umum. Citra dan elektabilitas sendiri merupakan sesuatu yang masih rancu meskipun dapat direncanakan dan dikelola, tetapi masih banyak faktor yang dapat mempengaruhinya. Peran dari media massa dimana bisa memberikan efek kognitif bagi khalayak dapat menjadi faktor yang mempengaruhinya. Dampak kognitif ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana khalayak membentuk citra terhadap suatu fenomena.

Berdasarkan dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh terpaan pemberitaan di media massa terhadap citra politik Puan Maharani dan dampaknya pada elektabilitas Puan Maharani sebagai Capres?”

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh antara terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com dengan citra politik Puan Maharani.
- b. Untuk mengetahui pengaruh antara terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com dengan elektabilitas Puan Maharani sebagai bakal capres melalui citra politik Puan Maharani

1.4 Signifikansi Penelitian

1.3.1 Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan dan menambah informasi baru dalam kajian komunikasi politik dan komunikasi massa yang dapat menjabarkan pengaruh terpaan pemberitaan di media massa terhadap citra politik Puan Maharani dan dampaknya pada elektabilitas Puan Maharani sebagai Capres. Juga nantinya dapat dijadikan sebagai penunjang perkembangan Ilmu pengetahuan yang memiliki kesamaan dengan ranah tersebut.

1.3.2 Signifikansi Praktis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan pada partai politik pengusung Puan Maharani agar lebih mengoptimalkan kinerja terutama bagaimana menyikapi pemberitaan yang ada agar nantinya berpengaruh baik ke citra dan elektabilitas kandidat. Juga guna dengan telah diberikannya informasi mengenai pengaruh terpaan pemberitaan di media massa terhadap citra politik Puan Maharani dan dampaknya pada elektabilitas agar sedini mungkin dapat menyusun strategi dan bisa menyikapi apabila ada kasus serupa terjadi kembali.

1.3.3 Signifikansi Sosial

Harapannya, melalui penelitian ini, dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pengaruh terpaan pemberitaan di media massa terhadap citra politik dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi elektabilitas. Dengan demikian, diharapkan kesadaran masyarakat, terutama dalam hal politik, dapat meningkat mengenai pentingnya memahami kandidat politik untuk membuat pilihan yang tepat saat pemilihan umum.

2 Kerangka Teori

1.4.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik, yang mengarah pada penjelasan ilmiah suatu gejala atau fenomena melalui observasi empiris yang objektif dan pengidentifikasian hukum sebab-akibat. Penelitian ini mencari hubungan sebab-akibat dari “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com terhadap Citra Politik dan Dampaknya pada Elektabilitas Puan Maharani sebagai bakal Capres” dengan terpaan pemberitaan di media massa sebagai variabel bebas kemudian dan elektabilitas sebagai variabel terikat dengan variabel intervening citra politik Puan Maharani.

1.4.2 State of The Art

1. *“The Influence of Exposure to Political News Coverage on Online Media and Exposure to Political Advertising on Television on the Electability of the Hanura Pary”* oleh Fahrina Ilhami dan dipublikasikan pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antar variabel yang diteliti terpaan pemberitaan,

terpaan iklan dalam kaitannya dengan elektabilitas. Penelitian ini memanfaatkan metode penelitian kuantitatif yang fokus pada penjelasan. Terdapat tiga teori yang digunakan pada penelitian ini, *Mass Media Social Construction Theory*, *Online Media Theory*, dan *Moderat Effect Theory*. Sampel pada penelitian ini adalah warga rw 07 kelurahan Tembalang dengan jumlah 100 responden. Menggunakan analisis regresi linier sederhana dan didapatkan hasil terpaan berita memiliki dampak positif terhadap tingkat elektabilitas sebesar 54%. Sementara itu, terpaan iklan kampanye politik di juga memiliki pengaruh positif terhadap elektabilitas sebesar 65%. Peneliti akan mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain yakni citra politik dimana nantinya citra politik akan menjadi variabel penghubung antara terpaan pemberitaan dan elektabilitas (Ilhami, 2014. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/4842/4673>. Diakses pada 5 Oktober 2022 pukul 09.30 WIB).

2. Penelitian oleh Titan Armaya yang dilakukan pada tahun 2014 dengan judul “*Exposure to News in the Mass Media and the Level of Public Trust in Jokowi’s Capabilities as an President of Jokowi’s Electabilty as a Presidential Candidate*”. Bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel yakni terpaan berita, level kepercayaan, dan ketertarikan memilih. Menggunakan metode kuantitatif eksplanatori. Menggunakan *Mass Communication Effect Theory*. Sampel yang berjumlah 100 responden warga Sendangmulyo, Semarang dipilih dengan *multistage random sampling*. Menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan hasil menunjukkan tidak adanya pengaruh antara terpaan berita dengan tingkat keprcayaan karena angka signifikansi 0,075. Selanjutnya, regresi linier sederhana antara tingkat kepercayaan dan minat memilih Jokowi diketahui memiliki angka signifikansi sebesar 0,000 dimana memiliki pengaruh positif. Kebaharuan dalam penelitian yang dilakukan dengan melihat pengaruh terpaan pemberitaan pada citra politik terhadap elektabilitas (Armaya, 2014. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/6608>. Diakses pada 5 Oktober 2022 pukul 10.15 WIB).
3. Penelitian oleh Amalia Rizki dan Edriana Pangestuti pada tahun 2017 ini berjudul “*The Effect of Instagram Exposure on Destination Image and Its Impact on the*

Decision to Come (Study on Tourist in Jodipan Colorful Village, Malang)”. Peneliti fokus untuk mengetahui pengaruh antar variable penelitian. Merupakan tipe kuantitatif eksplanatori. Sampel penelitian terdiri dari 115 responden pengunjung pengguna Instagram. Menggunakan deskriptif dan *path analyze* dimana dari hasil didapat bahwa terdapat hubungan yang signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti lebih fokus pada variabel terpaan pemberitaan di media massa dengan pengaruh nya pada citra politik dari Puan Maharani terhadap elektabilitasnya (Rizki et al, 2017. <https://garuda.Kemdikbud.go.id/documents/detail/1225669>. Diakses pada 5 Oktober 2022 pukul 13.40 WIB).

4. Penelitian oleh Ahsanu Armala dan Rini Riyantini dengan judul “*The Effect of Exposure to Sandiaga Uno’s News on Online Media on the Attitude of the Survey Community in Tanah Baru Village, Depok*” ini dipublikasikan pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan mengukur dampak dan pengaruh antar variabel. Teori pada penelitian ini adalah efek terbatas. Populasi dan sampel penelitian ini yakni warga Kelurahan Tanah Baru, dengan jumlah 97 responden dengan teknik *nonprobability sampling* lewat *purposive sampling*. Menggunakan regresi linier dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara terpaan berita dengan sikap masyarakat di dengan nilai R square sebesar 0,042. Penelitian ini dijadikan referensi oleh peneliti karena memiliki variabel yang sama yakni membahas pengaruh terpaan pemberitaan, akan tetapi peneliti akan lebih berfokus terhadap terpaan pemberitaan di media massa dimana pengaruh nya pada citra politik terhadap elektabilitas (Armala et al, 2019. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/article/view/958/652>. Diakses pada 10 Oktober 2022 pukul 14.10 WIB).
5. Penelitian dari Afdal Makkuragadan kawan-kawan pada tahun 2020 berjudul “*The Influence of Vlog toward the Political Image and Electability of Joko Widodo in President Election 2019*”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh video blog (vlog) dari Joko Widodo terhadap citra politik dan elektabilitasnya dalam pemilihan presiden tahun 2019. Peneliti menggunakan *Stimulus-Organism-Response Theory* (S-O-R), yang digunakan untuk menguji validitasnya terkait dengan pengaruh media sosial. Responden berjumlah 221 orang dan menggunakan kuesioner untuk mencari data. Hasil dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa *Political Image* memiliki nilai korelasi sebesar 0,593 dan memiliki efek sebesar 35,2%. Sedangkan pada variabel elektabilitas menunjukkan korelasi pada 0,393 dan berefek sebesar 15,5% dimana artinya 35,2% variabel citra politik dan 15,5% variabel elektabilitas berasal dari variabel vlog Jokowi. Pada penelitian ini memiliki variabel yang sama yakni variabel citra politik dan elektabilitas, akan tetapi peneliti lebih berfokus kepada pengaruh dari variabel terpaan pemberitaan dari Puan Maharani (Putra et al, 2020. https://saudijournals.com/media/articles/SJHSS_52_100-107. Diakses pada 15 Oktober 15.00 WIB).

1.4.3 Terpaan Berita

Terpaan (Exposure) adalah keadaan ketika seseorang tidak hanya sekedar mengakses, akan tetapi terjadi hubungan antara pemberi informasi dengan penerima dimana terjadi respon keterbukaan ataupun perhatian atas informasi yang diberikan (Kriyantono, 2010). Ardianto (2014) menyatakan bahwa terpaan merujuk pada tindakan mendengar, melihat, atau membaca pesan-pesan media, serta pengalaman dan perhatian yang terbentuk sebagai akibat dari pesan-pesan tersebut. Lewat berita masyarakat mendapat dan mengetahui berbagai macam informasi terbaru setiap hari. Kesuksesan penyampaian suatu berita harus bisa diukur, apakah informasi dari berita tersebut tersampaikan dengan baik kepada audiens. Terpaan media adalah kondisi dimana seseorang terkena informasi yang sifatnya memberikan pengetahuan baru yang disampaikan dari media massa itu sendiri (Effendy, 2009). Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kepada terpaan suatu berita. Berita sendiri dapat diartikan sebagai sebuah produk jurnalistik yang isinya merupakan laporan berunsur 5W+1H setelah terdapat proses pengumpulan fakta yang didapat dari berbagai sumber primer maupun sekunder (Wahjuwibowo, 2015). Dapat dikatakan bahwa terpaan berita adalah suatu keadaan dimana seseorang mendapat pengetahuan mengenai laporan berisi fakta informasi yang sedang hangat dan dimuat di media.

Di zaman digital sekarang, terjadi perubahan paradigma dalam cara masyarakat mengkonsumsi berita. Pada media online, khalayak mempunyai tingkat selektivitas lebih tinggi karena dapat mencari informasi sesuai dengan preferensi mereka masing-masing. Terpaan media sendiri dapat disengaja ataupun tidak disengaja, disebut juga

sebagai terpaan insidental. Meski khalayak online lebih selektif, akan tetapi mereka juga sering terkena terpaan secara tidak sengaja (Kim et al., 2013).

Berita bernuansa positif, netral, atau negatif pasti menciptakan pro kontra dalam masyarakat. Lewat berita yang dihasilkan dari konstruksi realitas, media massa memiliki kecenderungan besar untuk mempengaruhi makna. Dalam berita yang sama, individu dengan individu lainnya memiliki penafsiran yang berbeda setelah tertera oleh berita. Perbedaan tersebut terjadi karena khalayak memiliki cara pandangnya sendiri dalam memandang sebuah berita (Sobur, 2012).

1.4.4 Citra Politik

Citra adalah bagaimana seseorang memandang sebuah individu, lembaga, atau suatu aktivitas (Soemirat & Ardianto, 2004). Definisi lain citra yang dijelaskan oleh Dan Nimmo dalam Azhar (2017) adalah suatu gambaran kesesuaian realitas atau tidak dimana hal tersebut merupakan cara seseorang untuk dapat menghubungkan dirinya dengan orang lain. Apabila disangkutkan kedalam diri seorang kandidat, citra politik sendiri merupakan reputasi dari individu atau partai politik yang bergerak di bidang politik dimana dapat dilihat oleh masyarakat luas (Ariviyanti & Nurfebiaraning, 2017). Nimmo juga menyebutkan bahwa pencitraan dalam politik dapat dilakukan dengan :

- *Pure Publicity*, kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan diri melalui kegiatan masyarakat dengan apa adanya.
- *Free Ride Publicity*, yaitu kegiatan memperkenalkan diri dengan dibantu pihak lain untuk ikut mempopulerkan diri.
- *Tie-in Publicity*, memanfaatkan peristiwa luar biasa, seperti bencana alam atau hal lain.
- *Paid Publicity*, kegiatan untuk mempopulerkan diri dengan membeli sebuah program, rubrik, dan lain-lain.

Citra politik sendiri juga berkaitan bagaimana pendapat umum dibentuk karena dasarnya hal tersebut terbentuk akibat dari proses kognisi komunikasi politik. Citra politik bisa dibentuk melalui tayangan visual, seperti yang dijelaskan Kaid (2004) lewat saluran komunikasi politik, pesan dan informasi yang disampaikan dan kemudian diterima merupakan cara membentuk citra politik.

Dalam citra politik terdapat beberapa hal untuk mengukur apakah seorang kandidat dipilih berdasarkan pandangan pemilih terhadap kandidat tersebut. Popkin

(1991) mengatakan, pemilih memperhatikan kompetensi kandidat apakah kandidat tersebut dapat memberikan kontribusi dalam pemerintahan. Warner & Banwart (2016) menjelaskan, dalam mengukur citra politik seorang kandidat dapat dilihat dari berbagai faktor sebagai berikut : kecerdasan (*intelligence*), kepemimpinan (*leadership*), karakter (*character*), kebajikan (*benevolence*), homofili (*homophily*), pesona (*charm*).

1.4.5 Elektabilitas

Elektabilitas diartikan sebagai tingkat keterpilihan yang dapat masuk kedalam kriteria pemilih (Sugiono, 2008). Dalam mendongkrak elektabilitas kandidat sangat bergantung kepada strategi kampanye politik yang digunakan. Pada masyarakat luas, biasanya elektabilitas disangkut pautkan dengan popularitas seseorang yang mana kedua hal tersebut saling berhubungan tetapi memiliki arti yang berbeda.

Elektabilitas dapat diartikan sebagai tingkat dukungan atau keterpilihan suatu objek, baik individu maupun lembaga, di dalam masyarakat. Sementara itu, popularitas mengacu pada tingkat kepopuleran atau tingkat pengenalan objek yang dimaksud di kalangan masyarakat. Popularitas dan elektabilitas dapat dipahami bahwa ketika seseorang yang memiliki kepopuleran belum pasti mempunyai tingkat elektabilitas yang tinggi untuk bisa dipilih begitupun juga sebaliknya, meskipun layak dipilih karena memiliki elektabilitas yang tinggi akan tetapi tidak diketahui oleh publik, maka tidak dijadikan pilihan.

1.4.6 Pengaruh Terpaan Pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com terhadap Citra Politik Puan Maharani

Untuk melihat hubungan terpaan pemberitaan di media massa dan citra politik Puan Maharani dapat digunakan *Uses and Effect Theory*. Teori ini pertama kali diajukan oleh Sven Widahl pada tahun 1979. Teori tersebut menyatakan bahwa komunikasi yang disampaikan melalui media massa memiliki kemampuan untuk berdampak pada audiens media massa yang menerimanya (Bungin, 2006). Teori ini merupakan gabungan dari teori *uses and gratifications* dan teori tradisional tentang efek. Dalam teori *uses and effect*, terdapat beberapa faktor individu yang mempengaruhi penggunaan media, seperti karakteristik individu, harapan, persepsi terhadap media, seperti karakteristik individu, harapan, persepsi terhadap media, dan tingkat akses terhadap media (Sendjaja, 2014).

Konsep “penggunaan” (*use*) memainkan peran penting dalam teori ini karena pemahaman tentang bagaimana media digunakan dapat menghasilkan hasil komunikasi yang akhir. Penggunaan media massa memiliki berbagai makna. Salah satu makna adalah “terpaan” (*exposure*) yang mencerminkan tindakan persepsi. Dalam konteks ini, penggunaan media massa mengacu pada pembentukan persepsi atas paparan yang diterima. Daryanto (2014) mengatakan bahwa teori menjelaskan efek dari penggunaan media. Menurut teori *uses and effects*, penggunaan media tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan saja akan tetapi juga dipengaruhi faktor seperti karakteristik harapan, persepsi dari audiens dan tingkat akses terhadap media itu sendiri (Senjaja, 2002).

Jika pesan dari media massa memiliki efek tertentu, maka penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi yang sesuai. Ketika kedua hal tersebut terjadi bersamaan, mereka menghasilkan apa yang disebut sebagai “*consequence*”. *Consequence* merujuk pada hasil dari isi atau pesan media massa yang menyebabkan pembelajaran atau efek tertentu, sedangkan sebagian isi dari penggunaan media lainnya merupakan akumulasi dan penyimpanan pengetahuan.

Pada penelitian ini terpaan pemberitaan media massa dan citra politik Puan Maharani apabila dikaitkan menggunakan Teori *Uses and Effect* akan menghasilkan sebuah dampak tertentu kepada audiens yang terterpa pemberitaan mengenai Puan Maharani dimana juga akan menimbulkan efek tertentu pada audiens. Selanjutnya, jika kedua hal tersebut terjadi secara bersamaan, yaitu isi pemberitaan dan penggunaan media, maka dapat menghasilkan *consequence*. Dalam hal ini, persepsi seperti apa yang muncul dari hasil *consequence* yaitu citra politik dari Puan Maharani setelah mendapatkan informasi dari pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com tersebut.

1.4.7 Pengaruh Citra Politik pada Puan Maharani dan Dampaknya terhadap Elektabilitas Puan Maharani sebagai Capres

Untuk melihat hubungan citra politik terhadap elektabilitas *Stimulus-Organism-Response Theory* (S-O-R). Dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly yang menjelaskan, stimuli mengacu pada pesan yang diterima oleh individu. Individu tersebut merupakan komunikan yang menerima stimuli dan memberikan respon terhadapnya. Hipotesis teori ini adalah bahwa *mass media* menciptakan pengaruh terhadap audiens nya secara terarah, langsung, dan segera pada komunikan. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai suatu tindakan dan reaksi.

Penekanan dalam teori ini lebih kepada pesan yang ingin dibangun kepada komunikan dan menimbulkan sebuah rangsangan dimana kemudian terjadi perubahan perilaku sikap (Effendy, 2003). Dalam teori ini, O melambangkan peran kognisi yang berada diantara S (stimulus) dan R (respon). Kognisi merujuk pada proses akal untuk memperoleh, menyimpan, memperoleh, dan mengubah pengetahuan (Chaer, 2003). Ketika komunikan memberikan perhatian pada rangsangan atau pesan yang diberikan, maka saat itu juga terjadi proses komunikasi. Jika komunikan dapat memahami rangsangan tersebut dan dapat menerima maka akan terjadi perubahan sikap dari komunikan.

Pada penelitian ini, Citra politik yang terbentuk dari terpaan pemberitaan Puan Maharani adalah stimulus yang diterima oleh *organism* yakni orang yang terpa pemberitaan tersebut, sedangkan respon yang akan diteliti adalah pengaruh dari citra politik terhadap elektabilitas Puan Maharani.

3 Definisi Konseptual

1.5.1 Terpaan Pemberitaan

Exposure atau terpaan bisa diartikan sebagai sebuah aktivitas mendengar, melihat, membaca pesan-pesan media atau dari fenomena yang terjadi terhadap pesan yang diterima. Lewat berita masyarakat mendapat dan mengetahui berbagai macam informasi terbaru setiap hari. Kesuksesan penyampaian suatu berita harus bisa diukur, apakah informasi dari berita tersebut tersampaikan dengan baik kepada audiens. Terpaan berita adalah suatu keadaan dimana seseorang mendapat pengetahuan mengenai laporan berisi fakta informasi yang sedang hangat dan dimuat di media.

1.5.2 Citra Politik

Citra politik merupakan reputasi dari individu atau partai politik yang berkarir di bidang politik dimana dilihat dan dipersepsikan oleh masyarakat luas. Citra politik sendiri juga berkaitan bagaimana pendapat umum dibentuk karena dasarnya hal tersebut terbentuk akibat dari proses kognisi komunikasi politik. Melalui informasi yang diterima, baik itu langsung atau tidak langsung seperti media massa citra politik dapat terbentuk.

1.5.3 Elektabilitas

Elektabilitas merupakan tingkat keterpilihan seorang individu yang dapat masuk kedalam kriteria pemilih dimana biasanya sering dibicarakan menjelang

pemilihan umum. Dalam mendongkrak elektabilitas kandidat sangat bergantung kepada strategi kampanye politik yang digunakan. Pada masyarakat luas, biasanya elektabilitas disangkut pautkan dengan popularitas seseorang yang mana kedua hal tersebut saling berhubungan tetapi memiliki arti yang berbeda.

4 Definisi Operasional

1.6.1 Terpaan Pemberitaan

Berikut indikator untuk mengukur terpaan media luar ruang :

- Frekuensi
- Kognisi (Pengetahuan)

1.6.2 Citra Politik

Berikut indikator untuk mengukur citra politik :

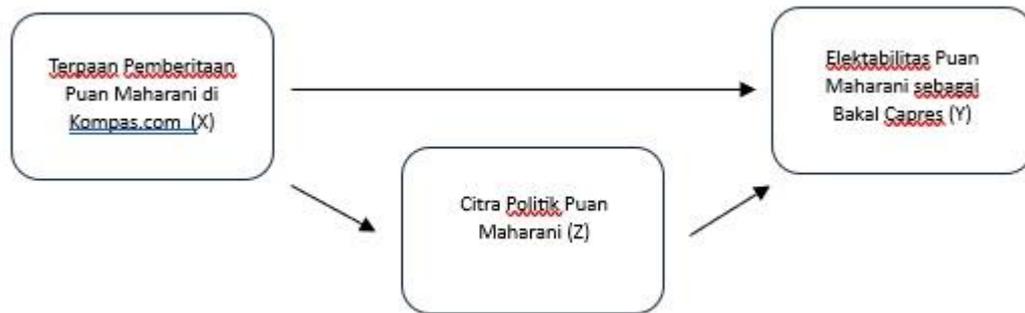
- Responden dapat menjelaskan karakter kandidat (dapat dipercaya, tidak dapat dipercaya, atau tidak jujur)
- Responden dapat menjelaskan mengenai kecerdasan kandidat (berpengetahuan luas, tidak cerdas, atau cerdas)
- Responden dapat menjelaskan mengenai kepemimpinan kandidat (tenang, kuat, atau pemimpin yang baik)
- Responden dapat menjelaskan mengenai pesona kandidat (menyenangkan, tidak menyenangkan, atau karismatik)
- Responden dapat menjelaskan bahwa kandidat adalah sosok yang dekat dengan pemilih (memahami pemilih, memahami nilai-nilai kesetaraan)
- Responden dapat menjelaskan mengenai kebaikan kandidat (lebih mementingkan kepentingan bersama daripada dirinya)

1.6.3 Elektabilitas

Berikut indikator untuk mengukur elektabilitas :

- Favorabilia
- Kemungkinan dukungan

Gambar 1.5 Geometri Penelitian



5 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh positif antara terpaan pemberitaan media massa (X) terhadap citra politik pada Puan Maharani (Z)
2. Terdapat pengaruh positif terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com ke (X) elektabilitas Puan Maharani sebagai Capres (Z) melalui citra politik Puan Maharani (Y)

6 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe penelitian

Penelitian ini merupakan tipe penelitian eksplanatori dengan metode kuantitatif. Tipe penelitian ini berupaya untuk menjelaskan pengaruh antar variabel dengan menguji hipotesis antara variabel independen yakni terpaan media pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com (X) dengan variabel intervening atau penghubung nya citra politik pada Puan Maharani (Z) dan elektabilitas Puan Maharani sebagai Capres (Y) merupakan variabel dependen.

1.8.2 Populasi

Dalam sebuah penelitian, populasi memainkan peran penting. Populasi merujuk pada keseluruhan variabel baik objek dan subjek penelitian dengan ketentuan sesuai yang sudah peneliti simpulkan (Sugiyono, 2013:80). Karakteristik populasi pada penelitian ini sebagai berikut :

- Laki-laki/perempuan berusia 17-40
- Berdomisili di Jawa Tengah terutama di salah satu dari 17 Kota/Kabupaten dimana PDI-P menjadi pemenang pilkada Jawa Tengah tahun 2020, Beberapa di antaranya adalah Kota Semarang, Boyolali, Grobogan, Kebumen, Sragen, Kota Solo, Sukoharjo, Demak, Kota Pekalongan, Klaten, Wonogiri, Semarang Kabupaten, Purbalingga, Kabupaten Rembang, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Blora, dan Kabupaten Pekalongan.
- Tertepa pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com.

1.8.3 Sampel

Sample atau sampel merupakan karakteristik yang ditentukan peneliti yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2013:81).

1.8.3.1 Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti menentukan teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* dimana masing-masing populasi tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel pada penelitian ini (Sugiyono, 2013:84). Sedangkan pemilihan sampel dipilih dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan atau bisa disebut menggunakan *purposive sampling* (Sugiyono, 2013:85). Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti ini dengan mudah mengumpulkan responden.

1.8.3.2 Sample Size

Pada penelitian ini akan diambil sampel dengan jumlah 100 responden. Ukuran sampel tersebut diambil karena menurut Roscoe, jumlah responden dengan rentang 30-500 responden merupakan ukuran sampel yang ideal dalam penelitian (Sugiyono, 2013:91).

1.8.4 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis sumber data yakni primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung (Bungin, 2010:63). Untuk mengumpulkan data ini, peneliti menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Sementara itu, data sekunder adalah data dari sumber lain yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti (Tanzeh, 2005:54).

1.8.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

1.8.5.1 Alat Pengumpulan Data

Menggunakan kuesioner sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang terdiri beberapa pertanyaan berdasar dari variabel dan masalah penelitian.

1.8.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti secara langsung memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan berdasar variabel dan masalah penelitian kepada responden.

1.8.6 Teknik Pengolahan Data

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam mengolah penelitian ini, yaitu

a. Data editing

Untuk mengatasi potensi masalah teknis dalam menganalisis data, dilakukan proses pengeditan data yang melibatkan pemeriksaan oleh peneliti terhadap kelengkapan data yang telah dikumpulkan (Sarwono, 2006:135).

b. Data coding

Data coding adalah proses pemberian kode pada data agar lebih mudah dibaca oleh perangkat pengolah data (Sarwono, 2006:136). Dalam penelitian ini, digunakan perangkat pengolah data SPSS untuk menganalisis data.

c. Tabulasi

Tabulasi merupakan proses pengelompokkan jawaban dari responden berdasarkan kategori tertentu dengan tujuan untuk menginterpretasikan atau menggambarkan jawaban responden (Sarwono, 2006:137).

1.8.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.8.7.1 Uji Validitas

Dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kebenaran atau keakuratan data. Dikatakan akurat bila ada kesamaan dari data yang terkumpul dengan data aktual yang diberlakukan ke objek penelitian (Sugiyono, 2013:121).

1.8.7.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana hasil pengujian menunjukkan konsistensi setelah dilakukan pengujian berulang pada subjek dan kondisi yang sama (Sugiyono, 2013:121). Pengujian ini dapat mencakup penggunaan *Cronbach's Alpha* (α) sebagai indikator. Menurut Nunnally, data dikatakan akurat dan baik apabila nilai (α) $\geq 0,60$ (Enders, 2004:92).

1.8.8 Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan analisis jalur atau *path analysis* yang mana masih merupakan bagian dari analisis regresi. Tujuan dari uji statistik ini yaitu untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Pada persamaan analisis jalur terdapat variabel eksogen yang merupakan variabel penyebab dan variabel endogen yang merupakan variabel akibat. Pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dapat dimengerti sebagai berikut :

1. Hasil langsung (*Direct Effect*)

Merupakan hasil dari X,Y,Z dan hasil Z terhadap Y atau secara sederhananya dapat dipahami melalui penjelasan berikut :

- $X \rightarrow Z$

Pengaruh variabel terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com terhadap citra politik Puan Maharani.

- $Z \rightarrow Y$

Pengaruh variabel citra politik Puan Maharani terhadap elektabilitas Puan Maharani sebagai bakal capres.

- $X \rightarrow Y$

Pengaruh variabel terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com terhadap elektabilitas Puan Maharani sebagai bakal capres.

2. Hasil tidak langsung (*Indirect Effect*)

Merupakan hasil dari X terhadap Y melalui Z, atau secara lebih sederhananya dapat dipahami melalui penjelasan berikut :

- $X \rightarrow Z \rightarrow Y = (X \rightarrow Z \rightarrow Y)$

Pengaruh variabel terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com terhadap elektabilitas Puan Maharani sebagai bakal capres melalui citra politik Puan Maharani.

3. Pengaruh total

Perhitungan pengaruh total akan menggunakan formula :

- $X \rightarrow Z \rightarrow Y = \text{Pengaruh langsung} + \text{tidak langsung}$

Pengaruh variabel terpaan pemberitaan terhadap elektabilitas melalui citra politik