

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

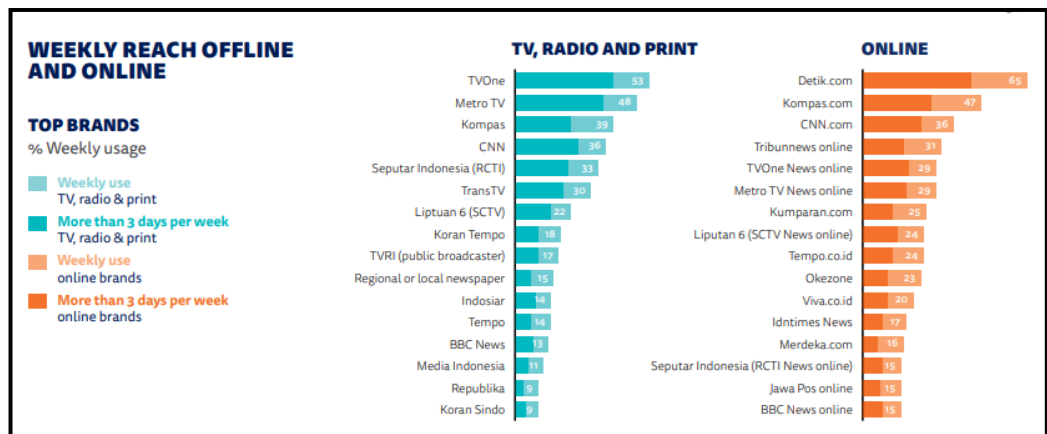
Media massa ialah suatu perangkat untuk berkomunikasi dengan khalayak massa. Media massa memiliki sifat yakni cakupan audiens yang luas dan banyak dalam sekali menyebarkan informasi (McQuail, 2000: 55). Pasal 3 Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers, yaitu Pasal 3 ayat (1) menyebutkan bahwasanya pers nasional berfungsi sebagai saluran informasi, pendidikan, hiburan, dan juga kontrol sosial. Fungsi media massa berbeda dengan organisasi atau lembaga lainnya, dimana pers bertugas menyajikan kabar yang dianggap penting bagi banyak orang secara teratur dan sistematis (Cangara, 2010: 76).

Media massa dikatakan dapat menjadi agen perubahan. Media massa mampu membuat orang-orang yang belum tahu menjadi tahu, isu yang sebelumnya dianggap samar-samar menjadi lebih jelas faktanya (aspek kognitif), media massa mampu membuat khalayak suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang ada dalam konten mereka, jika isi pesannya positif maka khalayak pun suka terhadap aktor dalam konten tersebut dan juga sebaliknya (aspek afektif), khalayak akan mengadopsi tingkah laku aktor media dalam kehidupan sehari-hari (aspek konatif) (Khatimah, 2018: 132-133).

Salah satu karya jurnalistik yang hampir selalu ada di media massa, bahkan menjadi konten yang paling banyak disajikan dalam media massa, paling

banyak memenuhi ruang sebuah media ialah berita. Menurut penelitian *Reuters Institute Digital News Report*, masyarakat Indonesia mengakses berita paling banyak melalui televisi dan *online*, masing-masing 58% dan 89%. Media *online* cukup vokal digunakan bagi masyarakat yang terhubung dengan internet (Maulidia, 2021).

Gambar 1. 1 Konsumsi berita masyarakat Indonesia tahun 2021



(Maulidia, 2021)

Isi pesan atau konten media dapat dibedakan menjadi dua, ada yang bernuansa positif yakni berisikan pesan-pesan baik, dan juga ada yang bernuansa negatif atau berisi pesan-pesan yang buruk. Namun, adanya pepatah “kabar buruk adalah berita baik” kerap membuat media menganggap bahwa kabar buruk mengandung nilai berita yang tinggi. Menurut penelitian Jurnal Internasional Pers/Politik, ditemukan bahwa khalayak pun memiliki kecenderungan memiliki ketertarikan tinggi terhadap berita bernada tidak baik, atau dalam ranah psikologi disebut bias negatif. Khalayak bereaksi cepat ketika menerima informasi negatif daripada ketika membaca kabar baik. Contoh berita

buruk di antaranya kriminalitas, bencana, kasus atau skandal, dan lain-lain. Berita buruk ini memungkinkan oknum yang bersangkutan dapat dipandang tidak baik oleh masyarakat, dampaknya sungguh kontra produktif (Ardina, 2017).

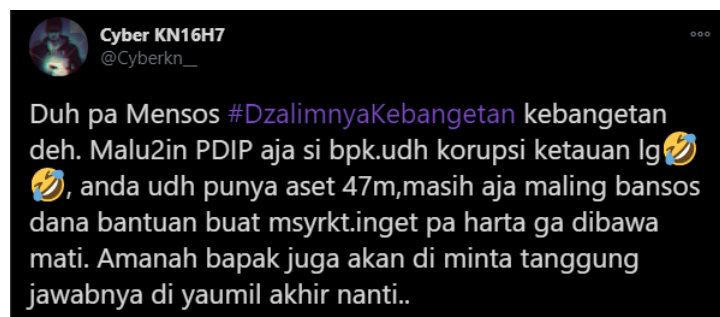
Salah satu konten dalam media massa adalah politik. Media berperan besar dalam membangun opini publik lantaran sifatnya yang persuasif, sebagai akibatnya masyarakat tanpa sadar akan terpengaruh (Achdiat, 2010: 599-600). Di Indonesia, selaku negara demokrasi, disebut-sebut bahwa media merupakan salah satu pilar demokrasi. Beberapa peran media antara lain memberikan pengetahuan berupa informasi pada khalayak agar khalayak dapat memahami kondisi politik pada saat itu. Informasi yang terkandung adalah seputar lembaga legislatif, eksekutif, yudikatif, bahkan termasuk kabar partai. Inilah yang nantinya membentuk opini publik dan pengaruh politik lainnya. Selain itu, media membantu jalannya transparansi dalam pemerintahan, media berhak mengkritisi pemerintah. Ini sejalan dengan fungsi kontrol sosial yang telah disebutkan sebelumnya dalam UU Pers (CliffsNotes, n.d.).

Pada awal bulan Desember 2020 lalu muncul berita negatif tentang politik dan pemerintahan. Tersiar kabar bahwa KPK menetapkan Menteri Sosial, Juliari Batubara, sebagai tersangka perkara korupsi Bansos Covid-19. KPK menganggap Juliari memotong Rp 10 ribu dari masing-masing Bansos Covid-19 senilai Rp 300 ribu. Total Rupiah yang telah diterima diduga mencapai Rp 17 miliar. Uang tadi dipakai guna keperluan pribadi, salah satunya adalah untuk sewa jet pribadi untuk bepergian ke luar kota. Juliari sendiri adalah seorang

kader PDI-Perjuangan. Saat ini, Juliari Batubara masih tercatat menjadi Wakil Bendahara Umum PDI Perjuangan periode 2019 - 2024 (Aji & Budiman, 2020). Ironis, karena PDI Perjuangan sendiri dikenal sebagai partainya wong cilik atau orang kecil namun kadernya itu disebut-sebut mengambil hak orang kecil.

Selain memenuhi pemberitaan di media massa, kasus korupsi tersebut juga ramai diperbincangkan di media sosial. Pada platform Twitter misalnya, warganet secara serentak mengekspresikan kemarahan, akibatnya, kata “Mensos” dan tagar #DzalimnyaKebangetan pun naik menjadi *trending topic*. Terdapat beberapa tulisan warganet di Twitter yang terlihat mengekspresikan kekecewaan terhadap partai pengusung Mensos.

Gambar 1. 2 Komentar Warganet Terkait Korupsi Bansos



(@Cyberknight24, 2020)

Padahal bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, mempertahankan hidup pada masa wabah virus corona adalah hal yang cukup sulit. Persentase kemiskinan naik menjadi 9,78%, begitu pula angka pengangguran yang naik dari 2,67 juta menjadi 9,77 juta orang. Memenuhi kebutuhan pokok berupa pangan menjadi sesuatu yang krusial. Masyarakat kurang mampu

menggunakan sebanyak 65% uangnya untuk memenuhi pangan, sementara kelompok masyarakat rentan miskin mengeluarkan sejumlah 62% (Fuad & Anggraeni, 2020).

Pemerintah sudah mengeluarkan dana sebanyak Rp 203,9 triliun demi menghindarkan masyarakat dari kemiskinan dan kelaparan selama pandemi Covid-19. Hingga 23 September 2020, terdapat beberapa jenis bantuan yang disalurkan Pemerintah, di antaranya; Program Keluarga Harapan, Program Sembako, Bansos Tunai, Kartu Prakerja, Program BLT Dana Desa, untuk UMKM terdapat Banpres Produktif, Program Subsidi Gaji, hingga diskon listrik. Program bantuan terbanyak berasal dari Kementerian Sosial yang memang bertugas memberi perlindungan sosial (Ratriani, 2020).

Sebelum adanya kabar korupsi menteri yang dilakukan Juliari Batubara, pada akhir November 2020, juga terdapat kabar bahwa KPK menangkap Edhy Prabowo selaku Menteri Kelautan dan Perikanan pada Kabinet Indonesia Maju karena kasus yang sama namun urusannya adalah ekspor benih lobster. Edhy Prabowo sendiri berasal dari Partai Gerindra (Aji & Amrullah, 2020). Kader dari Partai Golkar menempati jumlah tersangka korupsi terbanyak di DPR pada 2014 – 2019, bahkan dilakukan oleh Ketua DPR RI Setya Novanto. Sejak 2002, kader dari Golkar paling banyak berurusan dengan KPK perihal korupsi (Aktual, 2019).

Dalam Black's Law Dictionary disebutkan bahwa korupsi ialah tindakan meraih keuntungan untuk diri-sendiri dengan mengandalkan kekuasaannya (Sandri et al., 2014: 2). Pemerintah Indonesia menunjukkan komitmennya

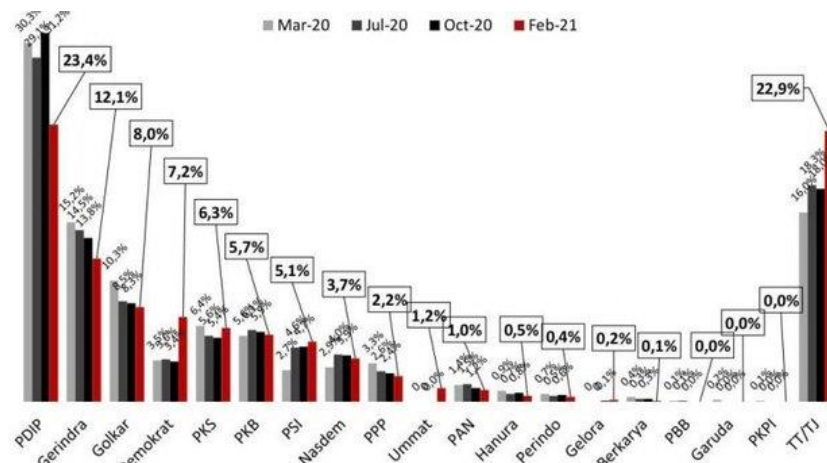
dalam memberantas korupsi, seperti dibentuknya berbagai peraturan perundang-undangan atau ketetapan, memperhatikan transparansi, kampanye serta edukasi anti korupsi, dan juga membentuk berbagai badan untuk mengurus korupsi secara tegas (Sandri et al., 2014: 65-70).

Kasus korupsi yang terjadi menyebabkan runtuhnya kepercayaan masyarakat apalagi bagi pendukung/ konstituen yang mulanya percaya dan menaruh harapan besar kepada suatu tokoh (Budianto, 2014: 164). Mereka yang berkorupsi berarti telah mengkhianati amanat yang seharusnya diemban. Hilangnya kepercayaan kemudian diikuti oleh turunnya elektabilitas. Menurut survey, masyarakat memiliki isu kepercayaan kepada partai yang kadernya banyak terkena kasus korupsi (Rizwan, 2019).

Menurut survei yang diselenggarakan Poltracking Indonesia, pasca adanya pemberitaan terkait kasus korupsi Setya Novanto dari Golkar, elektabilitas mereka pada Pileg 2019 akan menurun dan posisi kedua setelah PDI Perjuangan yang mulanya ditempati Golkar diprediksi akan digantikan oleh Gerindra (Amalia, 2017). Hal ini terbukti pada Pileg 2019, Golkar di urutan 3, terpaut 0,26% suara dari Gerindra yang berada di posisi kedua. Begitu pula pasca kasus korupsi Edhy Prabowo kader Gerindra. Survei berisi pertanyaan mengenai “Jika pemilu diadakan hari ini, mana partai yang akan kamu pilih?”, keterpilihan Gerindra turun jauh, ketika biasanya menjadi urutan kedua, termasuk pada Pileg dan Pilpres 2019, menjadi kalah dalam Pilkada 2020 dan peringkat tujuh pada survei awal tahun 2021 (Rahmawati, 2021).

Sementara itu, pada kasus korupsi Juliari Batubara, terdapat hasil survei dari LKPI (Lembaga Kajian Pemilu Indonesia) yang menyatakan bahwa ada penurunan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap PDI Perjuangan (Fauzan, 2021). Menurut survei Y-Publica, elektabilitas PDI Perjuangan dan juga Gerindra pun turun dalam 4 bulan terakhir karena kasus korupsi menteri sementara oposisi yakni Demokrat justru menguat. Pada mulanya, PDI Perjuangan dinilai dapat menjadi pemenang kembali di pemilu 2024 mendatang setelah menang di 2 periode pemilihan sebelumnya, tetapi kini untuk menggapainya butuh usaha lebih keras (Lubabah, 2021).

Gambar 1. 3 Elektabilitas Partai Politik



(Lubabah, 2021)

Berita mengenai kasus korupsi ini dapat mengubah pandangan terhadap suatu lembaga, bahkan masa depan lembaga. Berbeda dengan

kejadian pasca kasus korupsi dari aktor partai lainnya yang menurunkan kepercayaan masyarakat, kasus Juliari Batubara tidak berpengaruh besar dalam kontestasi politik yang ada setelah tersiarnya kabar tersebut. PDI Perjuangan menang di Provinsi Jawa Tengah, 17 dari 21 kabupaten/kota yang menggelar Pilkada serentak akhir tahun 2020 lalu. Ini merupakan salah satu tanda bahwa partai PDI Perjuangan memiliki jaringan konstituen yang kuat dan setia (CNNIndonesia, 2020a).

Dalam berpolitik, seperti halnya berbisnis, juga mengenal konsep marketing. Bedanya jika dalam bisnis berguna untuk meyakinkan masyarakat untuk membeli barang atau jasa, maka dalam politik, marketing digunakan sebagai upaya untuk mendapatkan dukungan, dimulai dengan adanya kepercayaan dari masyarakat terlebih dahulu. Sampai akhirnya menduduki kekuasaan dalam politik, dan sebisa mungkin mempertahankan jabatan tersebut melalui pemeliharaan loyalitas atau kesetiaan para pemilih (Firmanzah, 2008: 57).

Kekuatan utama sebuah partai politik ialah loyalitas konstituen. Konstituen ialah meliputi pendukung pada daerah pemilihan, namun juga dapat diartikan sebagai pendukung partai yang setia, yang senantiasa memilih dan memperjuangkan suatu partai. Konstituen, selaku pemilik kedaulatan tertinggi di negara demokrasi, membuat parpol sanggup mewujudkan cita-cita politiknya. Hal ini hendaknya selalu disadari oleh parpol mana pun (Ellwein & Subagyo, 2011: 20).

Pemilih atau konstituen ada tiga jenis yakni, konstituen rasional dengan loyalitas yang longgar terhadap partai, konstituen konservatif dengan loyalitas kuat, serta konstituen pragmatik yang sebenarnya loyalitasnya didasarkan pada kepentingan sesaat. Pemilih rasional patut untuk diwaspadai, sementara konservatif memiliki karakteristik tidak akan berpaling bahkan oleh apapun. Terdapat peningkatan jumlah non-partisan dalam pemilu di beberapa negara. Pemilih non-partisan, tidak bergabung dengan partai politik tertentu. Mereka dapat disebut pemilih rasional karena mempertimbangkan kualitas dan kapasitas suatu partai atau kadernya (Ellwein & Subagyo, 2011: 19-20).

Sementara loyalitas diartikan sebagai situasi di saat pelanggan berpandangan positif terhadap suatu merek, timbul keinginan untuk berkomitmen terhadap merek tersebut, dan bermaksud ingin tetap melakukan pembelian hingga seterusnya (Mowen & Minor, 2002: 108). Untuk memelihara kepercayaan konstituen agar menjadi loyal dapat dilakukan dengan cara manajemen konstituen, salah satunya adalah dengan rutin mengadakan komunikasi dua arah antara parpol dengan konstituen melalui kegiatan yang berguna bagi rakyat bahkan dapat menjadi solusi atas permasalahan yang dirasakan. Konstituen diberikan kesempatan untuk aktif beraspirasi, yang mana dapat ikut serta dalam perumusan kebijakan partai. Dengan itu, benih kepercayaan pun kian bertumbuh (Ellwein & Subagyo, 2011: 20).

Ketika aktor politik yang dinaungi oleh partai melakukan tindakan yang buruk sehingga muncul pemberitaan negatif, partai pun dapat terkena pengaruhnya. Pengaruh tersebut di antaranya menimbulkan turunnya kepercayaan dan juga loyalitas pendukung. Berdasarkan penelitian Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC), hanya 11% masyarakat Indonesia yang terkoneksi dengan partai pilihannya. Berarti hanya sejumlah 11% orang yang akan memilih suatu partai kapanpun pemilu digelar, akibatnya, jumlah pemilih partai setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Ada partai yang aman dari *swing voter*, atau pemilih yang berpemikiran kritis atau rasional, yang kerap berganti-ganti pilihan. Jika dilihat dari fakta bahwa posisi PDI Perjuangan tetap aman menunjukkan bahwa loyalitas pendukung mereka terhitung cukup kuat (Reinjani, 2018).

Salah satu hal yang dapat berpotensi mengatur tinggi rendahnya loyalitas adalah kepuasan (Hasan, 2014: 125-127). Berdasarkan survey yang digelar LIPI kepada 145 responden ahli, parpol mendapatkan tingkat kepuasan rendah, yaitu sebesar 13,1%. Hasil survey ini sejalan dengan survey yang dilakukan Lembaga Riset Alvara kepada 1.800 responden yang tersebar di Indonesia, dimana hasilnya adalah DPR, parpol, dan MPR mendapatkan penilaian kepuasan terendah (Halim, 2019).

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan merupakan perasaan yang muncul sesudah melihat kinerja suatu produk, apakah itu sesuai dengan

harapan atau tidak (Kotler & Keller, 2009:177). Hal-hal yang menjadi pemicu ketidakpuasan publik berkuat tentang bagaimana kerja kader partai, apakah sudah sesuai dengan peran seharusnya atau tidak. Misalnya misi pemberantasan korupsi. Kasus korupsi sendiri berhubungan erat dengan dengan partai politik, hampir tidak ada korupsi yang tidak melibatkan partai. Di Jawa Tengah, dari tahun 2000 hingga 2018, kepala daerah dari PDI Perjuangan sendiri menduduki posisi pertama yang paling banyak berurusan dengan KPK. Ini menunjukkan bahwa praktik pemberantasan korupsi tidak maksimal. PDI Perjuangan belum bisa menjadi sebuah pilar demokrasi yang sehat (Sudarsa, 2019).

Gambar 1. 4 Kasus Korupsi Kepala Daerah Beserta Partai Politiknya



(Muhamad, 2021)

Masalah berikutnya yaitu politik uang atau tindakan menyuap rakyat demi sebuah suara yang marak terjadi menjelang pemilihan politik. Politik uang memanfaatkan kondisi perekonomian masyarakat. Politik uang dapat berkontribusi untuk suara yang lebih banyak, partai yang membutuhkan pendukung pun rela mengeluarkan biaya yang besar. Untuk mengganti biaya tersebut, timbul korupsi oleh kader yang telah menduduki jabatan. Padahal menurut undang-undang, baik politik uang, maupun korupsi itu dilarang. Contohnya, pada akhir tahun lalu, terdapat 262 kasus politik uang ditemukan Bawaslu. Sejumlah 197 di antaranya merupakan laporan dari masyarakat. Ini dapat menunjukkan bahwa masyarakat pun ingin kualitas pelaksanaan demokrasi di Indonesia dapat diterapkan lebih baik lagi ke depannya (Indonesia, 2020).

Di luar masalah uang, publik kecewa karena partai politik dinilai terlalu mementingkan kelompok sendiri daripada mendengarkan aspirasi rakyat yang merupakan tugasnya. DPR, lembaga yang beranggotakan kader parpol dan seharusnya wakil rakyat kerap kali mengambil keputusan yang bertentangan dengan keinginan masyarakat. Misalnya saja pada kasus *Omnibus Law* Cipta Kerja yang tidak mengindahkan pendapat buruh sebagai pihak yang paling terdampak, namun justru pada akhirnya dirugikan karena pro pada pemilik modal. Hanya ada 2 partai yang tegas menolak pengesahan UU Cipta Kerja tersebut yaitu Demokrat dan PKS (CNNIndonesia, 2020).

1.2 Perumusan Masalah

Media massa seringkali menyajikan berita mengenai kinerja pemerintah sebab pekerjaan mereka penting untuk diketahui masyarakat, dan memang dapat mempengaruhi hidup banyak orang. Ini berkaitan dengan fungsi kontrol sosial media di Indonesia. Tokoh yang duduk di lembaga pemerintahan harus memperhatikan tindakannya, jangan sampai melakukan tindakan melanggar hukum apalagi menyalahgunakan kekuasaannya. Jika hal tersebut terjadi, maka media massa pun tanpa segan akan menginformasikan kabar negatif tersebut dan kemudian berujung pada kekecewaan masyarakat, apalagi pendukung, pada aktor maupun lembaga yang menaungi oknum tersebut. Pada kasus korupsi Bansos Covid-19 salah satu pelakunya adalah Juliari Batubara dari PDI-Perjuangan. Ini bukan kali pertama kader PDI Perjuangan melakukan tindak pidana korupsi. Bahkan bersamaan dengan tertangkapnya Juliari oleh KPK terdapat beberapa kader dari PDI Perjuangan yang juga tertangkap.

Kepuasan merupakan salah satu yang dipertimbangkan dalam memutuskan apakah seseorang hendak loyal atau tidak. Kepuasan pada partai tergolong sangat rendah bahkan di urutan terbawah. Alasannya, masyarakat menilai parpol tidak bersih dan juga belum mendengarkan aspirasi dengan baik alias terlalu berorientasi pada kepentingan yang menguntungkan diri sendiri atau golongan.

Meskipun banyak pemberitaan kader yang korupsi, dan masyarakat merasa tidak puas karena beberapa alasan, justru posisi PDI Perjuangan hingga kini masih kuat dan mendominasi. Para pendukung masih menunjukkan

loyalitasnya, pada pemilihan pasca terjadinya skandal korupsi bansos, yakni Pilkada 2020, PDI Perjuangan berhasil menduduki peringkat pertama. PDI Perjuangan menang dalam 17 dari 21 Pilkada di Jawa Tengah, provinsi yang kerap dijuluki sebagai ‘kandang banteng’.

Berdasarkan fakta di atas, timbul rumusan masalah yaitu apakah ada hubungan antara terpaan berita korupsi Juliari Batubara dan kepuasan pada parpol dengan loyalitas konstituen PDI Perjuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui hubungan antara terpaan berita tentang korupsi Juliari Batubara dengan loyalitas konstituen PDI-Perjuangan
- b. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat kepuasan pada parpol dengan loyalitas konstituen PDI-Perjuangan

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi massa dan komunikasi politik dan juga teori yang dipakai, agar nantinya dapat dijadikan sebagai penunjang perkembangan ilmu pengetahuan yang memiliki kesamaan dengan ranah tersebut nantinya.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan pada partai politik agar mengoptimalkan kinerja demi menjaga kepuasan maupun loyalitas para pendukungnya, serta tentunya memberikan informasi mengenai bagaimana hubungan terpaan berita korupsi dan tingkat kepuasan pada partai terhadap loyalitas konstituen PDI Perjuangan, agar dapat menyusun strategi sedini mungkin jika ada kasus serupa terjadi kembali.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan wawasan pada masyarakat terkait mengenai hubungan terpaan berita korupsi dan tingkat kepuasan pada terhadap loyalitas konstituen partai, dan menumbuhkan kesadaran politik yang lebih kritis lagi di kalangan masyarakat Indonesia.

1.5 Kerangka Teoritis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma berkaitan dengan cara pandang, cara berpikir, hingga cara melakukan sesuatu. Dalam hal ini berarti menunjukkan sudut pandang peneliti dalam melihat masalah dalam penelitian yang sedang dilakukannya. Paradigma dalam penelitian ini termasuk dalam paradigma positivistik. Paradigma positivistik merupakan paradigma yang kerap dipakai dalam penelitian kuantitatif. Terdapat dua pertanyaan besar positivistik yakni mengenai kebenaran dan kedua tentang apakah hasil dapat digeneralisasikan kepada subyek serupa (Jaedun, 2011: 2-5)

Positivisme memungkinkan peneliti melihat pola-pola kebenaran dengan mencari kaitan kausalitas dengan benar. Dalam mencari keterkaitan antar variabel, penelitian ini menggunakan teori. Teori sebelumnya dianggap sebagai sebuah proposisi yang benar. Dalam hal ini, deduksi ilmiah menjadi kerangka berpikir utama penelitian kuantitatif (Bajari, 2015: 41).

1.5.2 State of The Art

Peneliti menggunakan beberapa referensi atau acuan untuk membantu proses penyusunan penelitian ini, di antaranya:

1. Partai Politik sebagai Political Brand oleh Fajar Febriansyah, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, dan Safira Hasna (2018)

Penelitian dilatarbelakangi oleh adanya tantangan yakni untuk menyusun strategi bagaimana caranya agar meraup suara secara maksimal dalam pemilihan politik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh elemen merek dalam politik seperti komunikasi merek dan citra merek terhadap loyalitas merek melalui variabel kepercayaan merek pada Partai Amanat Nasional (PAN). Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan mengacu pada teori Pemasaran Politik. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 30 responden melalui metode *random sampling*. Penelitian menemukan bahwa komunikasi merek tidak berpengaruh pada citra merek dan kepercayaan merek, begitu pula pengaruh citra merek juga tidak berpengaruh terhadap kepercayaan merek. Namun, kepercayaan merek memiliki pengaruh terhadap kesetiaan merek (Febriansyah et al., 2018: 72). Kontribusi penelitian ini adalah memberi

referensi mengenai variabel loyalitas merek yang ternyata dapat diterapkan pada penelitian tentang partai politik. Dalam hal ini, peneliti akan mengembangkannya dengan menambah variabel lain yaitu terpaan berita dan kepuasan.

2. *The Influence of Legislative Performance and Public Trust on Constituent Loyalty: Study on the 2019 Legislative Election in the Electoral District of Southeast Sulawesi Province* oleh Abdul Kadir, La Huzen Zuada, Mahyudi, dan Wokaramol Wisetsri (2021)

Tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui korelasi antara kinerja legislatif dengan loyalitas konstituen yang dimediasi oleh kepercayaan publik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori yang menggunakan teori kinerja legislatif, teori loyalitas konstituen, dan teori kepercayaan publik. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *multiple random sampling* dengan rumus Slovin. Data didapatkan dengan menggunakan kuesioner dan disebarikan kepada 400 responden yang berdomisili di provinsi Sulawesi Tenggara. Data dianalisis dengan *structural equation modeling (SEM)* dengan software WarpPLS dan *confirmatory factor analysis (CFA)*. Hasilnya, penelitian menunjukkan bahwa kinerja legislatif berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konstituen secara positif dan signifikan. Kepercayaan publik berhasil menjadi perantara kinerja legislatif pada loyalitas konstituen, namun tidak signifikan (Kadir et al., 2021: 964). Penelitian ini berkontribusi pada penelitian yang akan dilaksanakan penulis karena memiliki variabel yang

sama yaitu loyalitas, sehingga memberi gambaran rinci tentang variabel tersebut dan metode penelitian kuantitatif. Peneliti akan mengembangkan penelitian ini dengan menghubungkan variabel loyalitas dengan variabel lain yaitu terpaan berita dan kepuasan konstituen.

3. *The Effect of The Party's Image Relationship to Voters' Satisfaction and Voters' Loyalty* oleh Eka Suaib, Kamaruzaman Jusoff, Muh. Zein Abdullah, La Husen Zuada, dan I Wayan Gede Suacana (2017)

Penelitian tersebut ingin mengetahui hubungan antara kepemimpinan dan citra partai dengan kepuasan pemilih dan loyalitas pemilih pada pilkada Kab Konawe Utara, Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif eksplanatori. Teori yang digunakan adalah Teori Manajemen Marketing dan Teori Kepuasan. Penelitian dilakukan dengan teknik kuesioner pada 276 responden. Analisis data menggunakan GSCA, dan Uji Sobel untuk variabel mediator (Suaib et al., 2017: 1014). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra partai dapat mempengaruhi loyalitas pemilih melalui efek mediasi variabel kepuasan pemilih. Penelitian ini berkontribusi untuk memperdalam referensi terkait variabel loyalitas konstituen dan kepuasan konstituen beserta metode kuantitatif yang mencari korelasi. Kebaruannya, peneliti akan menghubungkannya dengan variabel lain yaitu terpaan berita.

4. *Pengaruh Kepercayaan, Citra Partai, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Mahasiswa Pada Partai Politik* oleh Desy Novita Sari (2018)

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kepercayaan, citra partai dan kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo pada parpol. Penelitian ini menggunakan teori Pemasaran Politik dan Perilaku Konsumen. Data dikumpulkan dengan teknik nonrandom dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa. Kemudian data dianalisis dengan analisis regresi ganda. Hasilnya, bahwa kepercayaan (X1), citra partai (X2) dan kepuasan (X3) berpengaruh secara bersamaan terhadap loyalitas (Y), sementara secara parsial kepercayaan (X1) dan kepuasan (X3) berpengaruh positif pada loyalitas (Y), dalam hal ini citra partai (X2) tidak ikut berpengaruh pada Y (Sari, 2018: 6). Kontribusi penelitian ini adalah membuktikan bahwa ternyata ada pengaruh di antara variabel kepuasan dengan loyalitas. Dalam hal ini, peneliti akan mengembangkannya dengan menambah variabel terpaan berita, serta meneliti pada tingkat korelasi atau hubungan.

5. Pengaruh Terpaan Berita Online Kasus Korupsi Kepala Daerah terhadap Sikap Masyarakat pada Partai Politik Menjelang Pemilu 2019 oleh Michelle (2019)

Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji terpaan berita online kasus korupsi kepala daerah terhadap sikap masyarakat pada partai politik menjelang pemilu 2019. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatori. Penelitian ini menggunakan teori Stimulus, Organisme, Response. Sampel dari penelitian ini adalah 200 orang mahasiswa ilmu komunikasi UMB, UPH, dan juga Binus yang berarti menggunakan

nonrandom dengan *purposive sampling*. Hasilnya, terpaan berita korupsi berpengaruh terhadap sikap mahasiswa menjelang pemilu (Michelle, 2019: 8). Penelitian ini berkontribusi memberikan referensi bahwa berita korupsi dapat mempengaruhi individu pada tingkat sikap. Peneliti akan mengembangkannya dengan mengubah tingkatannya menjadi tingkat perilaku, yaitu variabel loyalitas. Serta menambah variabel independen lain yaitu kepuasan.

1.5.3 Terpaan Berita

Definisi dari terpaan (*exposure*) ialah kondisi di mana seseorang tidak hanya mengakses, tetapi juga ada interaksi antara pengirim pesan dengan penerima ditandai dengan adanya respons berupa keterbukaan maupun perhatian terhadap pesan yang disampaikan (Kriyantono, 2010: 204). Berita dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang ingin dan wajib diketahui oleh masyarakat luas karena memiliki arti penting sehingga harus segera disebarluaskan (Suherdiana, 2020: 31). Berita merupakan sebuah produk jurnalistik berisi laporan jurnalis berunsur 5W+1H setelah melalui proses pengumpulan fakta dari berbagai sumber baik primer maupun sekunder (Wahjuwibowo, 2015: 45).

Berita berdasarkan kualitasnya dapat dikategorikan menjadi *hard news* yang lugas serta padat, dan juga *soft news* yang mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan. Kemudian jika dikategorikan berdasarkan materinya, dapat dibedakan menjadi berita ekonomi, keuangan, politik, sosial, pendidikan, hukum dan keadilan, olahraga, kriminal, berita ilmiah, dan sebagainya

(Suherdiana, 2020: 33). Sementara itu, berikut merupakan struktur tubuh berita:

a. Judul (*head line*)

Berisi kalimat pendek yang menggambarkan keseluruhan isi berita, lebih baik jika diambil dari teras berita dan hendaknya bersifat menggugah minat khalayak untuk membaca/mendengarnya.

b. Keterangan waktu (*date line*)

Memberikan keterangan mengenai kapan waktu peristiwa itu terjadi atau dilaporkan.

c. Teras berita (*lead*)

Merupakan sebuah paragraf dengan maksimal tiga setengah baris atau tiga puluh lima kata yang mengandung unsur siapa, apa, kapan, dan di mana peristiwa terjadi.

d. Tubuh (*body*)

Menjelaskan lebih rinci apa yang ada di teras berita, seperti mengenai kenapa dan bagaimana peristiwa itu terjadi.

e. Ekor (*ending*)

Bagian yang tidak terlalu penting karena berisi kesimpulan atau pengulangan hal yang sudah disampaikan dalam teras maupun tubuh berita (Wahjuwibowo, 2015: 49).

Sehingga terpaan media merupakan kondisi saat pembaca/pendengar/penonton terkena informasi yang sifatnya memperkaya pengetahuan yang disampaikan dari media massa itu sendiri (Effendy, 2009:

124). Bovee dan Arens mengartikan terpaan media adalah tentang berapa banyak orang yang melihat program yang ada di media (Kriyantono, 2010: 207). Terpaan berita adalah keadaan saat khalayak mendapatkan pengetahuan mengenai laporan berisi fakta informasi yang sedang hangat, dan informasi tersebut dimuat di media.

Pada media *online*, khalayak memiliki selektivitas lebih tinggi karena dapat mencari informasi sesuai dengan preferensi mereka masing-masing. Terpaan media dapat disengaja maupun tidak disengaja atau terpaan insidental. Meski khalayak *online* lebih selektif, namun mereka sering terkena terpaan suatu informasi secara tidak sengaja, padahal mereka tidak sedang mencari tahu tentang hal itu (Kim et al., 2013: 2-4).

Berita bernada positif, netral, maupun negatif pasti melahirkan pro kontra nya tersendiri dalam masyarakat. Melalui berita yang dihasilkan dengan cara konstruksi realitas, media massa memiliki kecenderungan besar untuk mempengaruhi makna. Dengan berita yang sama, satu individu dengan individu lain mempunyai penafsiran berbeda setelah terkena terpaan dari berita. Perbedaan makna ini terjadi akibat khalayak memiliki sudut pandang tersendiri dalam memandang sebuah berita (Sobur, 2012; 88-90).

1.5.4 Tingkat Kepuasan pada Partai

Kepuasan mengacu pada perasaan seseorang, baik itu senang maupun tidak senang setelah melihat kinerja dari suatu barang, jasa, orang, maupun organisasi. Ketika kinerja jauh dari ekspektasi, yang muncul ialah ketidakpuasan dan kekecewaan. Namun apabila sesuai bahkan melebihi

ekspektasi, maka seseorang akan merasa senang dan berbahagia (Kotler & Keller, 2016: 153). Kepuasan juga dapat dipahami sebagai respons dari seseorang atas pemenuhan kebutuhan atau keinginannya yang telah disediakan oleh sesuatu yang telah dipilihnya (Oliver, 1980: 3).

Terdapat beberapa tolok ukur yang menentukan kepuasan (Indrasari, 2019: 87-88), antara lain:

1) Kualitas produk

Dalam hal ini partai politik harus peka melihat selera dan harapan rakyat, tidak sampai di situ, kualitas produk partai perlu pun diubah dan ditingkatkan seiring perkembangan selera dan harapan rakyat yang dinamis. Beberapa produk partai yang harus diperhatikan demi mencapai kepuasan konstituen di antaranya ideologi, program kerja, dan rekam jejak partai.

2) Kualitas pelayanan

Menurut penelitian yang dilakukan Naik dkk (2010), kualitas pelayanan menyumbang 45,84% kepuasan pelanggan. Persentase ini hampir setengah dari keseluruhan faktor yang mempengaruhi kepuasan. Dalam partai politik terdapat integritas dan kompetensi dapat menjadi pengukur bagaimana partai melayani masyarakat.

3) Harga

Jika harga yang dikeluarkan pemilih murah maka kepuasan akan produk politik dan partainya lebih tinggi. Seseorang akan merasakan kepuasan ketika apa yang dikeluarkannya sebanding

dengan apa yang diharapkan, dalam hal ini konstituen yang sudah memberi suara dapat menilai setelah melihat kinerja kader partai yang dipilihnya.

4) Emosional

Adalah tentang bagaimana usaha partai politik mampu membangun emosi positif dan rasa nyaman sehingga seolah terjalin sebuah ikatan batin di antara partai dan konstituennya, misalnya dapat ditandai dengan rasa bangga menjadi konstituen.

5) Biaya yang dikeluarkan

Terkait dengan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi untuk mendapatkan produk politik serta pelayanannya.

Dalam komunikasi politik, partai menawarkan aktor, visi misi dan janji-janjinya dengan berbagai strategi untuk mendapatkan pembeli atau dalam hal ini adalah konstituen atau pemilih, agar nantinya dapat menggapai tujuan politik yang telah direncanakan seperti memenangkan pemilihan dan mendapatkan jabatan yang diinginkan (Hamad, 2008: 150)

Budiarjo (2010) menyatakan bahwa partai politik adalah kelompok yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan dan mengambil posisi politik dengan cara yang sesuai dengan peraturan yang berlaku (Febriansyah et al., 2021: 68). Partai politik merupakan wadah bagi masyarakat khususnya pendukung agar dapat menyalurkan aspirasi demi terwujudnya tatanan demokrasi yang lebih baik lagi. Terdapat setidaknya 6 peran utama partai politik (Isharyanto, 2017: 6-7), antara lain:

- 1) Menjadi perantara untuk mengungkapkan kepentingan rakyat melalui sistem kepartaian. Sesuai dengan prinsip demokrasi, kepentingan rakyat hendaknya diprioritaskan.
- 2) Mengubah bahan baku yang didapat dari berbagai sumber seperti contohnya hasil riset yang kemudian diolah menjadi kebijakan dan keputusan untuk upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- 3) Meleburkan individu dalam sistem politik melalui partisipasi atau keikutsertaan masyarakat dalam politik dan demokrasi.
- 4) Mengusulkan berbagai kebijakan agar dapat mendapatkan banyak pendukung. Di sini hendaknya partai berani menindak anggota yang melenceng.
- 5) Memiliki sistem pengendalian internal dan terhadap pemerintah dalam kegiatan sehari-hari.
- 6) Tidak hanya memobilisasi dan memerintah, tetapi juga harus mengupayakan kesejahteraan rakyat. Sehingga parpol harus sering mengadakan komunikasi dengan rakyat agar tahu apa yang dibutuhkan mereka.

Kepuasan konstituen akan terwujud jika seorang konstituen merasa partai menjalankan perannya dengan sesuai serta dapat membawa perbaikan bahkan meningkatkan standar kehidupan masyarakat. Jika taraf hidup menurun maka yang terjadi adalah sebaliknya. Perbaikan kehidupan masyarakat dapat dilihat dari bagaimana upaya partai untuk mengentaskan masalah ada di masyarakat, seperti kemiskinan, pengangguran, penegakan

hukum dan HAM, dan lain sebagainya. Selain itu, konstituen pun akan merasa puas jika partai dapat memberikan kepastian akan kebutuhan-kebutuhan dasar masyarakat secara adil (Firmanzah, 2008: 63).

1.5.5 Loyalitas Konstituen

Satu bentuk upaya memenangkan kompetisi pasar ialah mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sebab merekrut pelanggan baru membutuhkan biaya yang jauh lebih lebih besar (Kotler & Keller, 2009:256). Loyalitas berasal dari kata *loyalty* yang artinya kesetiaan, kesetiaan subjek terhadap suatu objek. Dalam pembahasan komersial, loyalitas konsumen dapat dipahami sebagai bentuk komitmen terhadap suatu produk (barang atau jasa), dimana di dalamnya terdapat sebuah unsur yang positif mengenai produk dan terjadi dalam jangka panjang (Tjiptono, 2000: 33). Konsep loyalitas lebih berkaitan dengan perilaku daripada sikap (Peter & Olson, 2000: 46).

Sementara itu, konstituen dapat diartikan sebagai pemilih di daerah pemilihan, simpatisan parpol, pemberi amanat yang wajib mendapatkan tanggung jawab dari para pelaku politik, atau sekumpulan orang yang harus dilayani oleh partai atau parlemen (Ellwein & Subagyo, 2011:14).

Loyalitas konstituen diartikan sebagai sokongan dari pendukung untuk kandidat atau partai selama pemilihan. Sokongan pada partai ini merupakan hubungan yang bersifat berkelanjutan. Menurut Crosby dan Taylor (1983), loyalitas konstituen diukur dengan keyakinan, sikap, dan niat. Terdapat

beberapa indikator untuk menilai loyalitas konstituen pada partai di antaranya (Kadir et al., 2021: 966)(Chiru & Gherghina, 2012: 31)(Suaib et al., 2017: 1017):

- 1) Memilih partai yang sama pada setidaknya minimal dua kali acara pemilihan
- 2) Yakin pada kualitas partai
- 3) Memprioritaskan sebuah partai daripada yang lain
- 4) Menyukai sebuah partai
- 5) Memakai atribut partai
- 6) Menghadiri kampanye atau acara yang digagas sebuah partai
- 7) Memberikan saran pada orang lain untuk memilih partai tersebut

Loyalitas pemilih atau konstituen penting untuk hubungan yang sifatnya berkelanjutan. Hal tersebut tidaklah mudah mengingat butuh ikatan emosional dan ikatan ideologi yang kuat. Belum lagi, untuk menjadi setia pada parpol, konstituen memakan waktu lama untuk memutuskannya karena harus melihat kevalidan atas janji dan harapan yang ditawarkan partai (Suaib et al., 2017:1018).

Dapat disimpulkan bahwa seperti halnya kesetiaan pelanggan pada suatu produk atau merek, konstituen pun dapat memiliki loyalitas terhadap parpol yang telah menjadi pilihannya. Konstituen harus dirawat mengingat sifatnya yang cenderung labil agar tetap mendapatkan layanan sebaik mungkin dari partai politik, meski saat tidak ada ajang pemilihan. Jika sudah terbentuk loyalitas, konstituen akan melakukan beragam perilaku suportif

pada partai demi mencapai kemenangan pada pemilihan. Untuk meraih loyalitas pemilih, selain karena kualitas dan kinerjanya, harus ada pembeda yang memberi poin lebih. Misalnya, dengan manajemen konstituen yang efektif dan efisien.

1.5.6 Hubungan Terpaan Berita Korupsi Juliari Batubara (X₁) dengan Loyalitas Konstituen PDI Perjuangan (Y)

Dalam menguji hubungan terpaan berita korupsi Juliari Batubara dengan loyalitas konstituen, peneliti berpedoman pada Teori Kognitif Sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura. Teori Kognitif Sosial merupakan teori yang melihat bagaimana pemikiran hingga tindakan manusia merupakan hasil dari interaksi antara individu dengan faktor-faktor penentu di lingkungan sekitarnya. Melalui komunikasi simbolik, media massa adalah faktor penentu terbesar yang mampu menciptakan atribut pribadi serta mengubah yang sudah ada sebelumnya.

Manusia tidak memiliki hubungan dengan manusia lain secara keseluruhan. Seseorang mempelajari hal-hal yang jauh dari jangkauannya melalui pengalaman representatif. Misalnya seperti apa yang mereka lihat, dengar, dan baca dari media atau dengan cara memperhatikan orang lain yang memang sudah mempunyai pengalaman. Pengalaman representatif tersebut kemudian akan tersimpan rapi dalam otak seorang individu (Bandura, 2001: 283).

Teori Kognitif Sosial berasumsi bahwa khalayak memiliki kendali atas dirinya sendiri, oleh sebab itu mereka memiliki kemampuan untuk

mengabstraksi makna dari segala pesan maupun fenomena di sekelilingnya guna memberikan petunjuk bagaimana ia akan berpikir, bersikap, sampai bertindak. Setelah belajar dari pengalaman perwakilan, akan semakin konkret pengaruhnya apabila seorang individu memiliki efikasi atau keyakinan pada diri sendiri (Bandura, 1997: 2-5).

Media, sebagai salah satu faktor yang memberikan pengalaman perwakilan, memiliki pengaruh yang sangat kuat sehingga mungkin untuk mengubah pemikiran hingga tindakan siapa saja yang terpapar oleh pesan media apalagi jika pesan yang disampaikan adalah pesan yang penting bagi seluruh lapisan masyarakat. Perubahan ini dapat terjadi dengan sengaja maupun secara sadar (Bandura, 2001: 286).

Di jalur langsung, sebuah faktor penentu menawarkan perubahan dengan menginformasikan, memotivasi, dan membimbing sasaran. Kemudian, pada jalur mediasi, media menghadapkan khalayak pada jaringan sosial atau komunitas sehingga individu dapat menghasilkan perubahan tertentu yang diinginkan, dalam hal ini individu menyebarluaskan pengaruh dari media massa yang telah didapat secara langsung. Media dapat berfungsi sebagai sumber, sekaligus penguat, pengaruh termasuk di dalamnya pengaruh politik (Bandura, 2001: 290).

Berdasarkan Teori Kognitif Sosial, hubungan antara terpaan berita korupsi bansos Juliari Batubara dan loyalitas konstituen dapat dijelaskan sebagai berikut. Loyalitas konstituen yang merupakan sebuah perilaku yang mendukung keberlangsungan hidup dan kemenangan sebuah partai.

Loyalitas konstituen mengandung pandangan positif akan suatu partai di benak konstituen. Adanya berita korupsi Juliari Batubara di media massa memungkinkan konstituen berpikir ulang untuk tidak loyal pada PDI Perjuangan karena media sudah memberikan sebuah petunjuk negatif bahwa kader partai telah mencuri bansos yang mana seharusnya menjadi hak paling dibutuhkan bagi masyarakat terdampak pandemi. Apalagi seperti yang telah kita ketahui bahwa tindakan korupsi sendiri adalah sesuatu yang sangat dibenci, bahkan pendidikan anti korupsi pun ditanamkan sejak dini.

1.5.7 Hubungan Tingkat Kepuasan pada PDI Perjuangan (X₂) dengan Loyalitas Konstituen PDI Perjuangan (Y)

Dalam menguji hubungan antara kepuasan pada PDI Perjuangan dengan loyalitas konstituen PDI Perjuangan, peneliti menggunakan integrasi antara Teori Kepuasan – Loyalitas dengan Teori Konfirmasi Harapan yang dikembangkan oleh Xue-mei Fu, Jiang-hua Zhang, dan Felix T.S. Chan. Teori ini memberikan penjelasan bahwa kepuasan telah diidentifikasi sebagai ciri yang mampu mengarah pada loyalitas.

Teori Kepuasan – Loyalitas memiliki tiga komponen yakni nilai yang dirasakan, kepuasan, serta loyalitas. Ketika seseorang memiliki persepsi positif tentang fitur sebuah barang, jasa, orang atau organisasi maka akan timbul kepuasan sebagai konsekuensi, yang mana hal tersebut dalam tingkatan berikutnya mampu melahirkan loyalitas, ditandai dengan munculnya perilaku senang hati mendukung keberlangsungan hidup barang

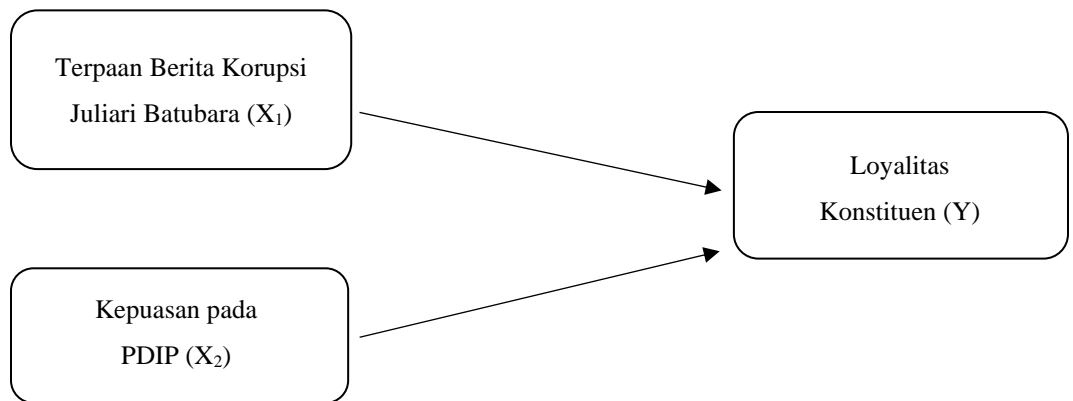
atau jasa atau orang atau sekelompok orang seperti dengan memilih atau menggunakannya terus menerus atau bahkan merekomendasikan pada orang lain (Fu et al., 2018: 478). Kepuasan berperan sebagai prediktor utama loyalitas, sehingga jelas terlihat bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut (Dick, 1978: 104)

Proses terbentuknya kepuasan terjadi sejak sebelum mengetahui kinerja sesuatu. Di situ seseorang akan berharap bahwa orang atau organisasi atau barang dan jasa akan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kemudian saat mengetahui kinerja, seseorang akan menilai apakah kinerjanya sesuai dengan harapan atau justru ada perbedaan. Jika harapan terkonfirmasi maka dapat menjadi prediktor akurat dalam melihat kepuasan (Kristensen et al., 1999: 605).

Pada penelitian ini, diasumsikan bahwa konstituen memiliki harapan pada PDI Perjuangan sebelum memilihnya, misal berharap bahwa partai mampu mendengarkan aspirasi masyarakat dengan baik, mengikutsertakan masyarakat dalam pengambilan kebijakan. Namun di lapangan justru PDI Perjuangan masuk ke dalam jajaran partai yang kadernya sering melakukan korupsi menurut ICW. Lalu pada beberapa waktu DPR, yang diketuai oleh Puan Maharani seorang elite PDI Perjuangan, mengesahkan UU Omnibus Law Cipta Kerja. Kebijakan ini sempat mendapatkan protes dari masyarakat karena dinilai merugikan banyak pihak, terlebih kaum buruh. Kedua fakta ini memungkinkan masyarakat menilai bahwa PDI Perjuangan kurang memenuhi harapan masyarakat luas dan berimbas pada timbul

ketidakpuasan. Jika tidak puas maka kemungkinan masyarakat untuk memilih PDI Perjuangan kembali dalam pemilihan dan merekomendasikan PDI Perjuangan pada orang lain pun akan kecil.

1.6 Hipotesis



Menurut penjabaran tersebut, terbentuklah hipotesis di bawah ini:

- H1: Terdapat hubungan antara terpaan berita korupsi Juliari Batubara dengan loyalitas konstituen PDI Perjuangan
- H2: Terdapat hubungan antara tingkat kepuasan pada PDI Perjuangan dengan loyalitas konstituen PDI Perjuangan

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1 Terpaan Berita Korupsi Juliari Batubara

Terpaan berita korupsi Juliari Batubara ialah kondisi ketika seseorang mendengar, menyaksikan, maupun membaca laporan informasi berisi fakta mengenai kasus korupsi Juliari Batubara yang dimuat di media massa.

1.7.2 Kepuasan pada PDI Perjuangan

Kepuasan pada PDI Perjuangan adalah kondisi ketika seseorang merasa senang karena PDI Perjuangan dapat memenuhi kebutuhannya sesuai ekspektasi yang sebelumnya sudah tertanam di benak.

1.7.3 Loyalitas Konstituen

Loyalitas konstituen merupakan ialah saat dimana seorang pemilih menunjukkan komitmen berkelanjutan dalam mendukung suatu partai atau aktor politik, hal ini dapat ditunjukkan dengan selalu memilih mereka, hingga merekomendasikannya ke orang lain.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Terpaan Berita Korupsi Juliari Batubara

Berikut merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur terpaan berita korupsi Juliari Batubara:

- a) Pengetahuan mengenai kapan mulai bermunculannya berita korupsi Juliari Batubara
- b) Pengetahuan mengenai isi pesan berita korupsi Juliari Batubara

1.8.2 Kepuasan pada PDI Perjuangan

Berikut merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pada PDI Perjuangan:

- a) Kualitas produk
Penilaian responden mengenai ideologi, program kerja, dan rekam jejak partai.

b) Kualitas pelayanan

Penilaian responden mengenai integritas dan kompetensi dari aktor politik partai.

c) Harga

Penilaian responden pada harga yang dikeluarkan dalam mendapatkan produk partai dan pelayanannya.

d) Emosional

Penilaian responden mengenai rasa bangga pada partai.

e) Biaya yang dikeluarkan

Penilaian responden mengenai kemudahan dalam mendapatkan produk partai dan pelayanannya.

1.8.3 Loyalitas Konstituen kepada PDI Perjuangan

Berikut merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas konstituen:

- a) Responden telah memilih PDIP minimal 2 kali
- b) Responden yakin akan kualitas PDIP
- c) Responden memprioritaskan PDIP daripada partai lain
- d) Responden menyukai PDIP
- e) Responden memakai atribut PDIP
- f) Responden menghadiri kampanye atau acara PDIP
- g) Responden memberikan saran pada orang lain untuk memilih PDIP

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif di mana memiliki data yang objektif dan yang memang sudah berupa angka atau diubah dalam bentuk angka berdasarkan skala. Sehingga memiliki ciri khusus yaitu dapat diukur dengan metode statistika yang telah ditetapkan. Fungsi sampel penelitian adalah untuk membentuk kesimpulan secara umum (Abdullah, 2015: 90).

Eksplanatori merupakan metode dalam penelitian ini karena di sini peneliti berusaha menjelaskan keterkaitan, baik itu hubungan maupun pengaruh di antara dua fenomena atau lebih berdasarkan teori untuk menyusun hipotesis penelitian dalam menguji hubungan antarfenomena tersebut (Bajari, 2015: 47). Penelitian ini akan menjelaskan hubungan terpaan berita korupsi Juliari Batubara (X_1) dan kepuasan pada PDI Perjuangan (X_2) sebagai variabel bebas dengan variabel terikatnya yakni loyalitas konstituen (Y).

1.9.2 Populasi dan Sampel

1.9.2.1 Populasi

Populasi merupakan kesatuan individu dengan kualitas tertentu di suatu wilayah yang akan dijadikan tempat penelitian. Populasi ada yang secara pasti terhitung jumlahnya, ada yang jumlahnya tidak diketahui pasti (Supardi, 1993: 101). Populasi dalam penelitian ini adalah konstituen atau pemilih PDI-Perjuangan di Jawa Tengah. Tidak ada *population frame* di penelitian ini.

1.9.2.2 Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling karena probabilitas bahwa setiap anggota populasi akan dipilih sebagai sampel tidak diketahui. Sampel yang diambil menggunakan metode non-probabilistik, tidak menjamin akan dapat mewakili populasi (Azwar, 2013: 88). Penelitian ini lebih tepatnya menggunakan *purposive sampling*, sehingga sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan yang dibutuhkan. Menurut Roscoe, ukuran sampel yang ideal untuk suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel, sementara itu, dalam menganalisis penelitian yang memiliki lebih dari 2 variabel, jumlah sampelnya minimal jumlah variabel dikalikan dengan 10 (Sugiyono, 2010: 85-86).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan 60 pemilih PDI Perjuangan di Jawa Tengah berusia 17 tahun atau lebih, atau sudah pernah menikah, yang pernah membaca, melihat, atau mendengarkan berita korupsi Juliari Batubara minimal 2 kali dalam kurun waktu Desember 2020 sampai September 2021.

1.9.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan data primer atau data yang didapatkan langsung dari sumber data pertama atau responden di lapangan. Data diperoleh dari jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan peneliti kepada sampel.

1.9.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Alat dalam penelitian ini ialah kuesioner meliputi daftar pertanyaan tentang tiga variabel yang disurvei yakni terpaan berita korupsi Juliari Batubara

dan kepuasan pada PDI-Perjuangan sebagai variabel bebas, dan loyalitas konstituen sebagai variabel terikat.

Metode pengumpulan data dalam survei ini adalah dengan menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang telah disiapkan, dan semua pertanyaan harus dijawab oleh responden tanpa kecuali.

1.9.5 Teknik Pengolahan Data

1.9.5.1 Editing

Editing merupakan kegiatan memeriksa ulang data yang sudah terkumpul pasca menyebarkan angket atau kuesioner guna menghindarkan data dari adanya sesuatu yang kurang, berlebih, keliru bahkan palsu sehingga lebih relevan untuk dilanjutkan pada proses selanjutnya.

1.9.5.2 Coding

Coding adalah kegiatan mengklasifikasi data dengan cara memberikan ciri khas atau tanda sehingga memiliki arti tertentu kemudian dikelompokkan sesuai dengan kategori yang sejenis.

1.9.5.3 Skoring

Skoring dapat dipahami sebagai sebuah kegiatan memberikan angka pada jawaban responden sesuai dengan skala yang ada sehingga terbentuklah data kuantitatif yang siap diolah menggunakan metode statistik.

1.9.5.4 Tabulasi

Tabulasi ialah kegiatan membuat tabel serta memasukkan data yang telah diberikan tanda atau angka sebelumnya ke dalam tabel untuk kemudian dianalisis.

1.9.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dapat menentukan keabsahan, valid atau tidaknya kuesioner. Jika angket valid, berarti alat tersebut dapat menunjukkan kesesuaian antara pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner beserta apa yang ingin diukur oleh peneliti atau dalam arti lain tepat guna. Validitas dihitung dengan melihat n hitung dengan n tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$ dengan α 0,05. Ketika n hitung lebih besar dari tabel dan nilai r positif, kuesioner tersebut dapat dikatakan valid, namun jika yang terjadi adalah sebaliknya, di mana nilai n hitung justru lebih kecil, maka kuesioner tidak valid (Ghozali, 2007: 51-53).

1.9.6.2 Uji Reliabilitas

Dengan menguji reliabilitas, maka peneliti dapat mengetahui apakah kuesioner bersifat konsisten atau memiliki kestabilan untuk digunakan kembali dalam penelitian lainnya atau tidak. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Apabila koefisien yang tercantum dalam Cronbach's Alpha nilainya $> 0,60$ maka variabel dalam kuesioner dinyatakan reliabel, namun jika tidak mencapai 0,60 maka tidak bisa disebut reliabel. Maka dalam hal ini jika nilai yang tercantum semakin besar, maka semakin reliabel (Ghozali, 2007: 48).

1.9.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan melihat hubungan antara 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat, maka dari itu penelitian ini akan menggunakan uji korelasi. Uji korelasi dapat mengetahui kuat tidaknya serta positif atau negatif hubungan variabel-variabel yang akan diteliti. Penelitian ini akan menguji hubungan dengan teknik Kendall Tau dengan bantuan aplikasi SPSS. Kendall Tau biasa digunakan untuk menguji penelitian dengan dua variabel atau lebih dan bentuk datanya berupa data berskala ordinal yang bercirikan memiliki urutan atau ranking dan juga data nominal, serta memiliki sampel berjumlah 30 atau lebih (Sugiyono, 2010: 116)