

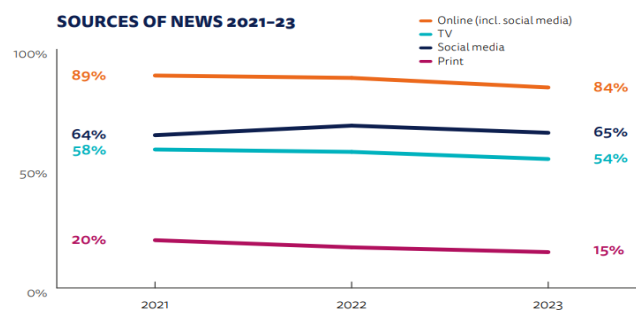
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2024 sebagai tahun dilaksanakannya Pesta Demokrasi semakin dekat. Acara akbar yang terlaksana setiap lima tahun sekali ini menjadi topik hangat dalam publik, termasuk media massa. Ganjar Pranowo, sebagai salah satu kandidat calon presiden RI 2024 mendapatkan banyak sorotan media. Segala aktivitas Ganjar Pranowo menjadi menarik untuk diikuti dan diulas dalam suatu pemberitaan di media.

Media massa memiliki peranan penting dalam penyaluran informasi kepada khalayak. Adanya perkembangan zaman, perilaku mengkonsumsi informasi juga mengalami perubahan. Jika dahulu menggunakan televisi, radio, dan koran banyak dimanfaatkan untuk mencari informasi, sekarang hadirnya media online sebagai media baru yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun menjadikan kemudahan yang menimbulkan kebiasaan baru dalam mencari informasi.



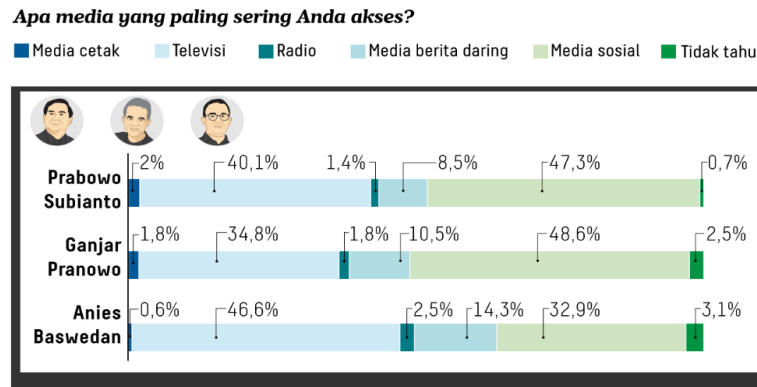
Gambar 1.1 Grafik masyarakat Indonesia dalam memperoleh berita

(Sumber: Newman, 2023)

Berdasarkan data dari Reuters Institute Digital News Report pada tahun 2023, masyarakat Indonesia cenderung lebih banyak memilih media sosial untuk dalam mengakses informasi. Dalam grafik tersebut, terlihat bahwa media online merupakan sumber berita yang paling tinggi diakses pada tahun 2021 hingga 2023 dengan angka 84 persen. Data ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sudah banyak yang beralih dari media tradisional ke media baru dalam mengakses informasi, khususnya berita.

Dalam bidang politik, media online dapat memberikan saluran untuk menyalurkan informasi kebijakan, kandidat, dan fakta. Selain itu, media online juga menyediakan wadah bagi para politisi dan pemerintah untuk menyebarkan informasi politik dan menanamkan pengaruh (Mc.Quail, 2011). Informasi politik yang sering muncul dalam media online dapat berupa kampanye politik dengan tujuan menarik simpatisan dan dukungan dari masyarakat.

Pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo sebagai calon presiden cukup banyak tersebar di media online. Sebelumnya, berita tentang gaya kepemimpinan saat menjadi Gubernur Jawa Tengah ramai di media dan mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat. Semenjak diusulkan hingga resmi dicalonkan oleh PDI Perjuangan sebagai calon presiden, pemberitaan tentang Ganjar Pranowo semakin ramai menjadi perhatian media, khususnya media online.



Gambar 1.2 Grafik media yang paling sering diakses tiap pendukung capres.

(Sumber : Krisdamarjati, 2023)

Menurut data dari survei periodik Litbang Kompas pada April-Juni 2023 menunjukkan bahwa kanal media sosial menjadi media yang paling banyak digunakan para responden dalam memperoleh informasi tentang calon presiden. Dilihat dari data tersebut, responden yang memilih Ganjar Pranowo paling banyak memperoleh informasi dari kanal media sosial sebesar 48,6 persen dari responden, Hal ini menunjukkan bahwa pendukung dari Ganjar Pranowo hampir setengahnya merupakan pengguna aktif media sosial (Krisdamarjati, 2023).

Media online yang selalu dimanfaatkan politikus dalam berkampanye untuk menarik hati masyarakat. Pada kenyataannya dalam media yang bersifat objektif dimana menyebarkan pemberitaan dari hasil konstruksi realitas yang ada (Musfialdy, 2019). Sehingga, ketika realitas yang terjadi adalah bersifat negatif pada kandidat tertentu, maka berita-berita negatif juga akan muncul di berbagai media.

Dari semua berita yang berbicara mengenai Ganjar Pranowo banyak diantaranya bersifat negatif. Dimana berita negatif ini dapat mengganggu Ganjar Pranowo selama mencalonkan sebagai calon presiden di Pemilu 2024 nantinya. Berita negatif ini dapat berpotensi mempengaruhi masyarakat dalam sikap memilih Ganjar sebagai Presiden Indonesia.



Gambar 1.3 Berita Ganjar Pranowo terkait penentangan FIFA U20

(Sumber: Prawira, 2023)

Berita pertama tentang Ganjar Pranowo yang bersifat negatif adalah mengenai penentangan dalam FIFA U-20. Mengutip dari Liputan6.com, pada Maret 2023, Ganjar Pranowo dan Gubernur Bali buka suara mengenai Indonesia yang menjadi tuan rumah pada Piala Dunia U-20, mereka sepakat mengatakan bahwa tidak setuju Piala Dunia U-20 yang dilaksanakan di Indonesia dengan menghadirkan Israel. Adanya kritik ini, FIFA secara resmi membatalkan status Indonesia sebagai tuan rumah Piala Dunia U-20 2023 pada 29 Maret 2023. Alhasil, Ganjar Pranowo mendapatkan kritik dan respon warganet yang melampiaskan kekecewaan mereka datang melalui media sosial datang kepada Ganjar Pranowo (Prawira, 2023).



Gambar 1.4 Berita Ganjar Pranowo mengenai video adzan televisi

(Sumber: bbc.com, 2023)

Selanjutnya, pemberitaan terkait Ganjar yang muncul sebagai model dalam Adzan maghrib yang disiarkan di televisi nasional juga menimbulkan kontroversi. Dalam video tersebut, terlihat Ganjar berwudhu dan dilanjut dengan sholat berjamaah di sebuah masjid. Pengamat pemilu, Kaka Suminta berpendapat tampilan video tersebut sudah termasuk politisasi identitas karena Ganjar menonjolkan agamanya diduga hendak mempengaruhi pilihan masyarakat yang memiliki religius yang sama dikarenakan terdapat harapan bisa masuk ke memori publik. Pengamat politik, Hendri Satrio mengungkapkan video tersebut memiliki tujuan jelas untuk menarik suara dari kalangan umat islam. Karena sejauh ini seorang pejabat publik belum pernah muncul sebagai model video adzan dan Ganjar tidak pernah terlihat lekat dengan simbol keagamaan (bbc.com, 2023).



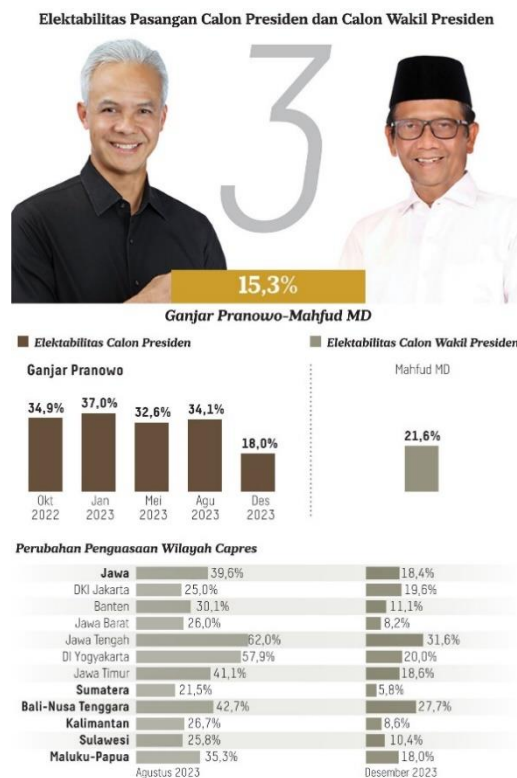
Gambar 1.5 Berita Ganjar Pranowo singgung lulusan terbaik

(Sumber : Asro, 2023)

Selanjutnya, berita dari Jawapos.com mengenai Ganjar ketika menghadiri acara Mata Najwa. Dalam acara ini, Ganjar Pranowo menyinggung untuk lulusan terbaik agar kembali ke kampus menjadi dosen, bukan MC atau jurnalis juga menjadi isu yang hangat dibicarakan. Mendapat pernyataan tersebut, Najwa Shihab terlihat merasa diremehkan tentang profesinya (Asro, 2023). Berita ini juga memicu munculnya komentar negatif Ganjar Pranowo yang menyinggung kredibilitas Ganjar jika menjadi Presiden nantinya.

Dari berita-berita negatif tersebut juga menjadi salah satu faktor elektabilitas Ganjar di berbagai survei sempat menurun. Prabowo Subianto, yang merupakan pesaing terberat Ganjar Pranowo, lebih banyak unggul pada survei elektabilitas bakal calon presiden yang dirilis di sejumlah lembaga riset. CNBC Indonesia merangkum Dari 32 hasil survei bakal calon presiden 2024 Prabowo vs Anies vs Ganjar sejak awal Juli hingga akhir Agustus, 10 survei menunjukkan Ganjar Pranowo berada di urutan pertama, sedangkan 22 lainnya, menunjukkan Prabowo berada di urutan pertama (cnbcindonesia.com,2023).

Mengutip berita dari CNCB Indonesia, dari Survei Lembaga LSI Denny JA, elektabilitas Ganjar pada Januari hingga bulan Juni 2023 mengalami penurunan, semula berada di angka 37,8 persen. Kemudian pada bulan Mei mengalami penurunan sekitar 6 persen, bulan Juni 32,7 persen dan Juli berhasil naik lagi di angka 35,3 persen. Pada Survei Voxpopuli dari berita Republica.co.id, elektabilitas Ganjar Pranowo berada pada peringkat kedua, dan mengalami rebound setelah sempat turun drastis usai berita Ganjar pada Piala Dunia U-20 (Yulianto, 2023). Pada hasil survei dari kedua lembaga tersebut, menunjukkan bahwa elektabilitas Ganjar Pranowo mengalami penurunan.



Gambar 1.6 Hasil Survei elektabilitas Ganjar Pranowo periode Desember 2023

(Sumber : Guritno, 2023)

Dalam survei elektabilitas yang dilakukan Kompas pada 29 November sampai dengan 4 Desember 2023 dimana menunjukkan pasangan Ganjar-Mahfud berada di posisi paling rendah, yaitu sebesar 15,3 persen. Dalam data survei elektabilitas kandidat presiden yang telah dilakukan Litbang Kompas menunjukkan penurunan elektabilitas dari Ganjar Pranowo dari survei sebelumnya, yaitu pada Agustus 2023. (Guritno, 2023).

Pemberitaan mengenai penurunan survei elektabilitas Ganjar Pranowo di berbagai lembaga survei juga dinilai merupakan informasi yang merugikan Ganjar Pranowo dalam masa kampanye calon presiden. Hal ini dapat berpotensi dalam menurunkan kepercayaan masyarakat dan mempengaruhi sikap mereka terhadap pilihan Presiden di pemilihan umum 2024.

Survei Elektabilitas menjadi tren yang diciptakan dalam dunia politik dimana dapat menggiring opini publik pada kandidat tertentu, bahkan hingga masyarakat ikut-ikutan mendukung sosok yang memiliki elektabilitas yang tinggi, fenomena ini terkenal dengan sebutan *Bandwagon Effect*. *Bandwagon Effect* menggambarkan opini yang sudah populer menjadi lebih populer. *Bandwagon Effect* ini dinilai sangat kuat dalam sistem pemilu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Minozzi, mengungkapkan bahwa masyarakat mengambil keputusan memilih berdasarkan dengan elektabilitas kandidat (Minozzi, 2023).

Dengan adanya pemberitaan-pemberitaan negatif tersebut dan pemberitaan survei elektabilitas yang menggambarkan kepeminatan masyarakat kepada calon presiden serta adanya *Bandwagon Effect* dimana membuat masyarakat mengikuti

pilihan mayoritas pemilih lainnya berpotensi menghambat berjalannya prosen Ganjar Pranowo dalam mencalonkan diri sebagai Presiden dalam Pemilu 2024 mendatang.

Informasi merupakan salah satu faktor dasar yang berpotensi mempengaruhi sikap atau kepercayaan seseorang, hal ini dikarenakan informasi termasuk inti dari proses persuasi. Kredibilitas dari informasi menjadi faktor yang lebih efektif dalam menghasilkan perubahan sikap (Severin, 2008). Kredibilitas dan kualitas informasi dalam pemberitaan yang muncul tentang Ganjar Pranowo memiliki potensi dapat mempersuasi masyarakat sehingga mempengaruhi sikap dalam kecenderungan memilih Ganjar Pranowo dalam Pemilu 2024 yang mendatang.

Dalam pemilihan presiden tahun 2024 nanti, seluruh warga Indonesia yang telah mendapatkan hak pilih memiliki peranan penting dalam Pemilu ini, terutama pada pemilih pemula. Pemilih pemula adalah pemilih-pemilih yang baru pertama kali berpartisipasi menyalurkan hak suaranya dalam Pemilu, dimana berusia 17-21 tahun. Kelompok ini sangat berdampingan dengan kemajuan teknologi, termasuk teknologi informasi. Penggunaan media sosial sudah menjadi makanan mereka sehari-hari dalam memperoleh informasi, khususnya informasi mengenai kandidat dalam Pemilu 2024. Media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap partisipasi politik bagi pemilih pemula (Azirah, 2019). Tetapi, perilaku pemilih pemula cenderung labil, ikut-ikutan (*bandwagon effect*) dan tidak peduli dengan dunia politik menyebabkan kurangnya partisipasi politik (Astreawan, 2022). Maka dari itu, peran mereka sangat penting dalam pelaksanaan pesta rakyat ini, karena

dengan jumlah yang cukup besar, tetapi kepedulian mereka akan dunia politik dinilai kurang menjadi salah satu tantangan bagi Calon Presiden untuk menarik perhatian mereka.

Diharapkan pemilih pemula menggunakan hak suara mereka untuk memilih calon presiden yang cocok dengan keyakinan dan harapan mereka. Meliala (2020) mengungkapkan terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pemilih dalam menggunakan suaranya, yaitu: 1) Kondisi pemilih, 2) media massa, 3) karakteristik kandidat. Dalam faktor kedua yaitu media massa, media massa menjadi sebuah media bagi kandidat untuk menunjukkan reputasi di mata masyarakat dimana menjadi alat untuk menyampaikan program dan kebijakan dari kandidat. Tetapi, hubungan antara media massa dengan kandidat terkadang tidak bersifat netral. Maraknya pemberitaan yang muncul di media online, tentu akan memberikan semacam pengetahuan dan keyakinan baru bagi masyarakat bagaimana kandidat capres yang akan berpengaruh terhadap kecenderungan dalam menentukan pilihan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Menjelang pemilihan umum 2024, banyak media yang menyorot pemberitaan terkait pencalonan capres-cawapres. Salah satu kandidat calon presiden yang mendapat sorotan media di media massa maupun media online adalah Ganjar Pranowo. Dari berbagai informasi di media mengenai Ganjar Pranowo, banyak diantaranya yang memuat berita negatif, termasuk dengan survei elektabilitas Ganjar yang cenderung menurun.

Dengan banyaknya informasi pemberitaan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden di media online mengenai survei elektabilitas yang terus menurun dan bersifat negatif tentu akan merugikan Ganjar dalam proses sebagai kandidat presiden di Pemilu 2024 nantinya. Dimana berita hasil survei elektabilitas memberikan masyarakat pengetahuan dan keyakinan baru yang dapat mempengaruhi kecenderungan sikap mereka dalam menentukan pilihan. Maka dapat muncul pertanyaan bagaimana pengaruh valensi dan bobot informasi dalam pemberitaan mengenai survei elektabilitas Ganjar Pranowo terhadap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024 pada pemilihan pemula.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh valensi informasi dan bobot informasi dalam pemberitaan survei elektabilitas capres terhadap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024 pada pemilihan pemula.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah informasi pada kajian komunikasi massa dan komunikasi politik yang dapat menjabarkan pengaruh valensi informasi dan bobot informasi pemberitaan survei elektabilitas terhadap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai

Presiden RI 2024. juga nantinya dapat dijadikan sebagai penunjang perkembangan ilmu pengetahuan yang memiliki ranah yang sama nantinya.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran mengenai valensi informasi dan bobot informasi pemberitaan survei elektabilitas yang berpengaruh terhadap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024. Harapannya juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam menyusun strategi dan dapat menyikapi apabila terdapat kasus serupa.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pengaruh valensi informasi dan bobot informasi pemberitaan survei elektabilitas dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi kecenderungan memilih. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya memahami kandidat politik untuk membuat keputusan yang tepat saat pemilihan umum.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State of the art

Penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya adalah penelitian dengan judul *Exposure to the Russian Internet Research Agency foreign influence campaign on Twitter in the 2016 US election and its relationship to attitudes and*

voting behaviour pada tahun 2023 oleh Gregory Eady, Tom Pschalis, Jan Zilinsky, Richard Bonneau, Jonathan Nagier, dan Joshua Tucker. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui hubungan antara paparan kampanye asing Rusia di twitter selama pemilu AS 2016 dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi sikap dan perilaku memilih. Penelitian ini menggunakan data survei longitudinal dari responden AS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat bukti hubungan antara paparan kampanye luar negeri dan perubahan sikap dalam sikap memilih.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan pada tahun 2023 dengan judul Hubungan iklan politik melalui media baliho terhadap minat memilih masyarakat kelurahan nusukan pada pilkada surakarta 2020 oleh Diki Nugroho. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji apakah hubungan antara iklan politik di media baliho dengan minat masyarakat untuk memilih dalam pilkada Surakarta 2020 di Kelurahan Nusukan. Pada penelitian ini, menggunakan sampel sebanyak 54 responden dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* dan pendekatan *random sampling*. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara iklan politik di media baliho terhadap minat masyarakat untuk memilih pada pilkada Surakarta tahun 2020.

Penelitian sejenis selanjutnya dilakukan oleh Umar Halim dan Kurnia Dyah Jauhari pada tahun 2019 dengan judul pengaruh terpaan media terhadap partisipasi politik dalam pilkada DKI Jakarta 2017. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menilai apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media terhadap tingkat partisipasi politik di kalangan masyarakat Jakarta Selatan.

Penelitian dengan metode kuantitatif ini menggunakan kuesioner yang disebar di Jakarta Selatan dengan sampel sejumlah 100 orang. Data yang telah terkumpul lalu dianalisis dengan teknik analisis data regresi. Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa terpaan media memberikan pengaruh yang signifikan untuk menaikkan tingkat partisipasi politik.

Selanjutnya judul penelitian Hubungan antara Penerimaan Informasi pada Akun Instagram @Skata_id dengan Sikap Followers mengenai Keluarga Berencana oleh Gerindra Cleory pada tahun 2020. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penerimaan informasi pada akun instagram @skata_id dengan sikap followers mengenai keluarga berencana dengan menggunakan variabel valensi informasi dan bobot informasi. Teori yang digunakan adalah *Information Integration Theory*. Dalam penelitian ini populasi yang disasar merupakan pengikut pada akun Instagram @skata_id dan pernah memberikan komentar dengan sampel sebanyak 92 orang yang didapatkan dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, lalu data tersebut dianalisis deskriptif dan inferensial. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hubungan antara penerimaan informasi pada akun instagram @skata_id dengan sikap followers mengenai keluarga berencana bersifat positif atau terlihat adanya korelasi yang signifikan.

Penelitian sejenis selanjutnya dengan judul Pengaruh Media Massa terhadap perilaku pemilih pemula pada pemilu 2024 di Mataram oleh Jihadul Islami dan Ilham Zitri pada tahun 2023. Tujuan dilakukannya penelitian ini ingin mengetahui apakah media massa dapat mempengaruhi pemilih pemula dalam perilaku memilih

di pemilu 2024. Penelitian merujuk pada pendekatan teori *uses and gratification* dan teori perilaku memilih. Responden yang dipilih dalam penelitian berjumlah 30 orang yang merupakan pemilih pemula yang terdaftar di Kota Mataram pada 8 kecamatan. Menggunakan Uji Reliabilitas, Uji Validitas, dan Uji Hipotesis untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Dari hasil penelitian ditunjukkan bahwa tidak terlihat terdapat pengaruh dari media massa terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula di Kota Mataram.

Bedasarkan penelitian-penelitian sebelumnya menjadi dasar dalam penelitian yang akan dilakukan berikutnya. Penelitian diatas menyebutkan bagaimana pengaruh antara media massa dan informasi terhadap sikap. Penelitian kali ini akan membahas bagaimana pengaruh informasi yang mengacu pada variabel valensi informasi dan bobot informasi mengenai berita survei elektabilitas calon presiden terhadap kecenderungan sikap memilih. Kebaharuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah penggunaan teori integrasi informasi yang akan menjadi landasan teori untuk mengungkap bagaimana informasi dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap objek dimana pada penelitian ini adalah sikap kecenderungan memilih.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan paradigma positivistik, paradigma yang memandang realitas sebagai sesuatu yang objektif dan berfokus pada pengamatan dan pengukuran fenomena sosial melalui identifikasi hukum sebab-akibat (Sarantakos, 2013). Paradigma positivistik menjadi landasan pada

penelitian yang akan dilakukan berdasarkan asumsi bahwa kebenaran objektif dapat dicapai dalam proses meneliti untuk menemukan kebenaran. Dalam penelitian ini akan mengkaji hubungan sebab-akibat dari pengaruh valensi informasi dan bobot informasi dalam pemberitaan survei elektabilitas Ganjar Pranowo terhadap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024 dengan valensi informasi dan bobot informasi sebagai variabel bebas kemudian kecenderungan memilih sebagai variabel terikat.

1.5.3 Valensi Informasi

Valensi adalah arah informasi, dimana diartikan sejauh mana sebuah informasi dapat mendukung keyakinan atau menyangkal keyakinan. Sebuah informasi apabila dapat mendukung keyakinan seseorang sebelumnya, maka dapat dinilai positif, sedangkan informasi tidak mendukung, maka informasi dapat dikatakan negatif (Littlejohn, 2017).

Fishben mengatakan valensi merujuk pada bagaimana informasi mampu mempengaruhi sikap dan keyakinan seseorang terhadap sebuah objek. Valensi dapat diukur dari respon yang diterima ketika mendapatkan sebuah informasi dan relevansi antara informasi dan keyakinan yang telah dimiliki, dimana adanya keyakinan terhadap informasi baru dan keyakinan terdapat hubungan antara informasi lama dan informasi baru.

Keyakinan terhadap informasi dapat diartikan sebagai respon yang diterima ketika melihat informasi tersebut. Sedangkan keyakinan akan adanya hubungan antara informasi lama dan baru merujuk pada relevansi atau hubungan keyakinan

antara informasi yang diyakini seseorang sebelumnya terhadap informasi yang baru diterima, apakah dapat menambah keyakinan atau merubah keyakinan yang ada.

1.5.4 Bobot Informasi

Bobot adalah sebuah kegunaan dari kredibilitas dari sebuah informasi. Apabila individu menilai sebuah informasi benar yang dilihat dari kredibilitas informasi dan sumber informasi, maka informasi tersebut memiliki penilaian bobot yang lebih tinggi (Littlejohn, 2017).

Bobot informasi adalah bagaimana sebuah informasi mampu mempengaruhi sikap yang dilihat dari komunikator. Kredibilitas merupakan persepsi mengenai sifat komunikator (Rakhmat, 2009). Bobot dari sebuah informasi berkaitan dengan kualitas yang dimiliki informasi tersebut. Menurut Bachmann, faktor yang dapat mempengaruhi kualitas berita adalah profesional, mengacu pada sesuai dengan fakta dan sumber yang jelas, relevan dengan kebutuhan saat ini, dan lengkap (Bachmann, 2021).

1.5.5 Kecenderungan memilih

Kecenderungan atau minat merupakan perkembangan dari perhatian sehingga menimbulkan hasrat untuk melakukan sebuah kegiatan. Menurut Rakhmat (2009) minat dapat memotivasi seseorang untuk bertindak berdasarkan perhatiannya terhadap suatu hal. Sehingga disimpulkan kecenderungan memilih merupakan contoh partisipasi masyarakat dalam proses memilih dari kandidat presiden dimana masyarakat meletakkan ketertarikan untuk memilih kandidat tersebut.

1.5.6 Pengaruh Valensi Informasi dan Bobot Informasi dalam Pemberitaan Survei Elektabilitas Ganjar Pranowo terhadap Kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024

Dalam menguji penelitian ini melandaskan pada teori yang dikemukakan oleh Fishbein yaitu Teori Integrasi Informasi (*Information Integration Theory*). Teori ini mengasumsikan bagaimana mengumpulkan dan mengorganisasikan informasi yang berkaitan dengan semua orang, situasi, gagasan, dan objek yang membangun sikap atau kecenderungan bertindak positif atau negatif pada berbagai objek (Littlejohn, 2017).

Teori ini menjelaskan terbentuknya pengetahuan dari informasi dan perubahan sikap. Dimana ketika manusia menerima informasi-informasi yang digabungkan dan diakumulasikan akan mempengaruhi terbentuknya sikap yang sesuai dengan konsep yang muncul ketika menerima informasi tersebut.

Model pada teori ini didasarkan pada konsep berpikir melalui kekuatan interaksional. Salah satu kekuatan yang berpotensi mempengaruhi sistem kepercayaan dan sikap merupakan informasi. Ada dua faktor yang berperan penting dalam mempengaruhi perubahan sikap, yaitu valensi yang mengacu pada apakah informasi dapat mendukung atau tidak dari sebuah keyakinan. Informasi yang mendukung keyakinan maka informasi tersebut memiliki valensi positif, begitu dengan sebaliknya.

Faktor lainnya yang mempengaruhi dampak informasi adalah bobot dalam informasi tersebut. Bobot didefinisikan sebagai kegunaan dan kredibilitas. Jika

informasi dianggap benar karena kredibel, maka bobot yang diberikan akan tinggi pada informasi tersebut. Semakin tinggi bobot dalam informasi, maka semakin besar pengaruh informasi tersebut pada sistem kepercayaan individu.

Informasi baru yang diperoleh dalam keyakinan seseorang berpotensi dapat memengaruhi pandangan atau sikapnya karena dapat mengubah bobot atau valensi suatu informasi. Valensi berfokus pada bagaimana informasi dapat mempengaruhi sistem keyakinan dan bobot menekankan pada seberapa kuat pengaruh tersebut. Suatu informasi umumnya memberikan dampak terbatas karena sikap terbentuk dari berbagai keyakinan yang dapat menyaring informasi baru. Namun, informasi yang disajikan bobotnya berbeda, hal tersebut mampu mengubah atau menggeser keseluruhan skema (Littlejohn, 2017).

Winter (2018) mengungkapkan bahwa ketika audiens dihadapkan pada informasi, mereka menggunakan informasi tersebut untuk mempelajari bagaimana orang lain mengevaluasi sebuah objek. Hal ini dapat menimbulkan proses dimana audiens menyesuaikan diri dengan orang lain karena mereka menganggap opini orang lain sebagai informasi berharga dan bermaka yang dapat mereka gunakan dalam membentuk opini mereka pribadi. Adanya informasi mengenai berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo yang menurun, memberikan informasi kepada masyarakat yang berpotensi membuat masyarakat berpaling dari Ganjar Pranowo dan memilih kandidat yang lebih banyak dipilih, fenomena ini disebut dengan *Bandwagon effect*. *Bandwagon effect* adalah fenomena psikologis dimana mencoba meyakinkan seseorang bahwa setiap orang berada di kelompok yang menerima gagasan tersebut (Rosenberry, 2022). Ketika manusia mengikuti perilaku apa yang

dilakukan suatu kelompok dapat menimbulkan rasa memiliki dan penerimaan dirinya dalam kelompok tersebut.

Dalam penelitian ini, ingin mengkaji apakah berita survei elektabilitas sebagai informasi mengenai Ganjar Pranowo menjelang pemilihan umum 2024 mengacu pada valensi dan bobot informasi berpengaruh terhadap sikap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo.

1.6 Hipotesis

Terdapat pengaruh positif antara valensi informasi (X1) dan bobot informasi (X2) pemberitaan survei elektabilitas dengan kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024 (Y2).

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Valensi Informasi

Valensi mengacu pada sejauh mana informasi dapat mendukung atau tidaknya sebuah kepercayaan seseorang. Valensi informasi dalam penelitian ini merujuk pada penilaian yang diberikan oleh masyarakat terhadap informasi berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo menjelang pemilihan umum 2024 dalam media online, apakah informasi yang tersaji dapat mendukung atau menambah keyakinan mengenai topik yang dibahas dalam berita tersebut.

1.7.2 Bobot Informasi

Bobot informasi dalam penelitian yang akan dilakukan mengacu pada tingkat kredibilitas dan kualitas informasi dari pemberitaan negatif Ganjar Pranowo

yaitu Survei Elektabilitas yang terus menurun menjelang pemilihan umum 2024. Jika masyarakat menerima informasi negatif dari berita tersebut dianggap sebagai informasi yang kredibel, maka mereka akan memberi nilai bobot yang tinggi.

1.7.3 Kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024

Kecenderungan ketika memilih yang dilakukan masyarakat merupakan suatu situasi yang menunjukkan ketertarikan dan diikuti dengan keinginan untuk memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Valensi Informasi Berita Survei Elektabilitas.

1. Respon akan informasi

- Responden dapat menyebutkan mengenai penerimaan terhadap berita tentang survei elektabilitas calon presiden.
- Responden dapat menyebutkan respon (ketertarikan, sesuai kebutuhan, kepuasan) yang dialami ketika mengetahui pemberitaan survei elektabilitas calon presiden di pemilu 2024.

2. Relevansi Terhadap Informasi

- Responden mengaku bahwa berita mengenai survei elektabilitas capres relevan dengan keyakinan informasi sebelumnya tentang capres.
- Responden dapat meyakini bahwa informasi berita tentang survei elektabilitas dapat memberikan gambaran yang baru mengenai Capres.
- Responden mengaku dengan adanya berita tentang survei elektabilitas menambah keyakinan informasi terhadap calon presiden.

- Responden dapat mengakui bahwa berita survei elektabilitas memotivasi untuk beralih dalam mendukung capres.

1.8.2 Bobot Informasi Berita Survei Elektabilitas

1. Kredibilitas

- Responden dapat menilai tingkat kepentingan berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo.
- Responden dapat menilai tingkat kepercayaan sumber informasi yang menyediakan berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo.

2. Kualitas Informasi

- Responden dapat menilai bahwa berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo berdasarkan fakta dan berasal dari sumber yang jelas.
- Responden dapat menilai berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- Responden dapat menilai kelengkapan informasi berita survei elektabilitas Ganjar Pranowo di media online.

1.8.3 Kecenderungan memilih

- Kecenderungan responden untuk memilih atau tidak memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe/Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan tipe eksplanatori dengan metode kuantitatif, yang bertujuan mengetahui dan menjelaskan pengaruh valensi informasi dan bobot informasi pemberitaan survei elektabilitas terhadap kecenderungan memilih Ganjar Pranowo sebagai Presiden RI 2024.

1.9.2 Populasi

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu warga Indonesia dengan usia 17-21 tahun, berdomisili Kota Semarang dan pernah melihat atau terpapar berita survei elektabilitas Calon Presiden 2024.

1.9.3 Sampling

1.9.3.1 Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik *non-probability sampling* merupakan teknik dalam pengambilan sampel dimana unsur-unsur dalam populasi tidak memiliki probabilitas apapun yang melekat pada terpilihnya sampel (Sekaran, 2010). Pemilihan teknik *non-probability sampling* dalam penelitian ini dikarenakan besarnya populasi yang tidak diketahui oleh peneliti.

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan jenis teknik *purposive sampling*. Dalam teknik *purposive sampling*, peneliti mengidentifikasi subjek yang dianggap relevan dengan objek yang ingin diteliti dalam penelitian (Sarantakos, 2013).

1.9.3.2 Sample Size

Sampel yang ditentukan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden dimana dipilih berdasarkan kriteria populasi yang telah ditentukan sebelumnya. Penentuan jumlah sampel ini disesuaikan dengan pedoman Sekaran yang menyebutkan bahwa jumlah sampel penelitian yang baik berada di antara 30 hingga 500 sampel (Sekaran, 2010).

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer. Data primer diperoleh dari objek penelitian yang dikumpulkan secara langsung di lapangan. Sumber data primer yang diperoleh berasal dari jawaban responden secara langsung dengan pengisian kuesioner.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian dengan metode angket. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana responden akan diberikan pertanyaan tertulis untuk dijawab, kuesioner diberikan secara langsung atau melalui internet.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah terkumpulnya data kemudian dilakukan pengolahan data agar lebih sederhana untuk memudahkan dalam menganalisis. Berikut merupakan teknik pengolahan data dilakukan dalam penelitian:

- Editing (penyuntingan), merupakan kegiatan meninjau kembali daftar pertanyaan yang telah dijawab responden. Dilakukan editing guna menghindari adanya kekurangan atau kesalahan dari data yang telah dikumpulkan.
- Coding (pengkodean), adalah proses memilah semua daftar jawaban responden menjadi kategori yang berbentuk angka.
- Tabulating (tabulasi), adalah kegiatan mengelompokkan dan menghitung data dari hasil coding dan meyajikannya dalam bentuk tabel dan diagram berdasarkan kategori (Ghozali, 2009)

1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.7.1 Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner dapat dinilai dengan menggunakan uji validitas sebagai tingkat keakuratan data. Ketika kuesioner dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang ingin diukur, maka kuesioner tersebut dianggap sah. Pearson Correlation digunakan dalam pengujian validitas, dengan bekerja mencari tahu bagaimana nilai korelasi masing-masing skor item dengan skor total. Jika korelasi skor item dengan skor total memiliki tingkat signifikansi dibawah 0,05, maka item-item pertanyaan tersebut berkorelasi signifikan dan dinyatakan valid (Ghozali, 2009).

1.9.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki arti ketergantungan atau konsistensi. Kuesioner akan menjadi indikator variabel atau konstruk yang diuji melalui uji reliabilitas.

Pengukuran realibilitas digunakan untuk membuktikan apakah instrument pengukuran dapat konsisten dan stabil (Sekaran, 2017). Ketika hasil jawaban pertanyaan kuesioner dapat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner dapat dianggap reliabel atau dapat diandalkan. Metode pengujian reliabilitas menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Alpha Cronbach yang mana hasil olah data dikatakan reliabel apabila menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih tinggi dari 0,6.

1.9.8 Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode analisis ini digunakan dalam penelitian yang terdapat lebih dari satu variabel independen atau variabel dependen. Jika variabel independen lebih dari satu, maka analisis menggunakan regresi linier berganda. Penggunaan metode ini dipilih untuk menguji seberapa berpengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Pengujian mengacu pada penelitian yang mengkaji pengaruh dari variabel valensi informasi berita survei elektabilitas (X1) dan bobot informasi berita survei elektabilitas (X2) terhadap Kecenderungan Memilih (Y2).