



**TERPAAN PEMBERITAAN MEDIA MASSA DAN TINGKAT
KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA KOMPETENSI
JOKOWI SEBAGAI PEMIMPIN TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MEMILIH JOKOWI SEBAGAI CAPRES**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Titan Armaya

Nim : 14030110120018

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2014

ABSTRAKSI

Judul : Terpaan Pemberitaan Media Massa Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin Terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi Sebagai Capres

Nama : Titan Armaya

Nim : 14030110120018

Pemberitaan mengenai Joko Widodo seringkali menjadi *headline* pada media massa nasional, baik media cetak, online dan televisi. Pemberitaan menjadi semakin bervariasi ketika secara resmi Joko Widodo dicalonkan sebagai capres pada pemilu 2014 yang diusung oleh partai PDI-P. Tidak hanya sejumlah keberhasilan yang dicapai selama menjadi pemimpin, namun sejumlah isu seperti konsistensi, korupsi hingga SARA terkait Jokowi mulai diangkat dan dikritisi oleh banyak pihak.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe eksplanatori, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan media massa dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres. Teori yang digunakan adalah teori Dependensi Efek Komunikasi Massa. Jumlah populasi sebanyak 36.711 penduduk yang berada di kelurahan Sendangmulyo, Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik *multistage random sampling* diambil sampel sebanyak 100 orang. Data primer dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

Perhitungan statistik menunjukkan bahwa signifikansi level terpaan pemberitaan media massa terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin melebihi batas toleransi yaitu 0,075. Sementara, persamaan regresi linier sederhana antara tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres adalah $Y = -0,501 + 0,021Z$ dengan nilai signifikansi 0.000. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terpaan pemberitaan media massa tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin, namun tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres.

Media massa hendaknya melakukan tugas sesuai dengan fungsinya yaitu fungsi sebagai media informasi, pendidikan, dan kontrol sosial dan melaksanakan praktik jurnalisme yang bertanggung jawab. Hal ini bertujuan untuk membangun masyarakat yang kritis dalam memperoleh dan mengolah informasi bagi keberlangsungan sistem demokrasi yang lebih baik.

Kata kunci : Terpaan Pemberitaan, Tingkat Kepercayaan, Minat Memilih, Kompetensi Jokowi.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini media dijadikan sebagai sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (McQuail, 1987 : 3). Salah satu informasi yang disampaikan oleh media massa yaitu mengenai keadaan politik yang ada. Seperti halnya pada saat ini keadaan politik Indonesia menjelang pemilihan umum 2014. Dengan dampak yang dimiliki oleh media massa, terdapat sesuatu yang dapat diamati yaitu kecenderungan masyarakat dalam menentukan pilihannya kepada kandidat-kandidat calon presiden Indonesia pada pemilu 2014, salah satunya ialah kandidat capres dari partai PDI-P yaitu Joko Widodo yang akrab dipanggil Jokowi. Kehadiran Jokowi menjadi salah satu pelaku politik mendapatkan banyak sorotan, termasuk media. Kharisma Jokowi pada banyak kesempatan yang pro rakyat membuat sosoknya mendapatkan tempat di tengah-tengah masyarakat. Segala aktivitasnya menjadi begitu menarik untuk diikuti dan dijadikan suatu pemberitaan pada media massa. Berbagai macam media massa seperti media cetak, media online dan televisi menjadi media massa yang “dekat” dengan kehidupan masyarakat hingga kini. Masyarakat dari beragam usia—mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa—bahkan dari berbagai latar belakang pendidikan hampir selalu memanfaatkan media ini sebagai sarana akses terhadap informasi maupun hiburan. Melihat penjabaran mengenai media massa yang telah dijabarkan diatas, dapat dikatakan bahwa suatu informasi dapat diakses oleh publik dengan mudah, tidak terkecuali mengenai segala bentuk sepak terjang Jokowi.

Banyaknya pemberitaan positif di media massa serta kebijakan-kebijakan yang diambil Jokowi seperti penolakannya terhadap mobil murah karena dianggapnya tidak menyelesaikan masalah. Serta langkah-langkah yang diambil Jokowi sering kali dianggap mustahil oleh beberapa kalangan, seperti penertiban di kawasan Tanah Abang dan Waduk Pluit di Jakarta, namun akhirnya ia mampu membuktikan bahwa kebijakan yang dilakukannya dapat direalisasikan. Oleh sebab itu banyak masyarakat yang menaruh kepercayaan kepadanya. Disejumlah hasil survey yang dilakukan sebagai calon presiden di pemilu 2014, Jokowi menduduki tingkat teratas. Survei nasional elektabilitas calon presiden yang digelar Lembaga Klimatologi Politik (LKP). Menurut Direktur Lembaga Klimatologi Politik Usman Rachman, dalam survei LKP,

Gubernur DKI Jakarta tetap menjadi capres terfavorit pilihan publik. Sebanyak 19,6 persen publik mengaku akan memilih Jokowi sebagai presiden, jika pilpres dilaksanakan hari ini (Senin, 3 September 2013).

(Dalam <http://www.tempo.co/read/news/2013/09/02/078509618/Survei-Capres-2014-Terbaru-Jokowi-No1-Lagi> . Diakses pada tanggal 8 Desember 2013 pada pukul 19.00 WIB).

Namun perkembangan informasi di media massa setelah Jokowi secara sah dinyatakan sebagai capres dari PDI-P mendapatkan tanggapan yang beragam dari masyarakat. Pemberitaan yang sebelumnya dimuat di sejumlah media mengenai tanggapan positif apabila Jokowi mencalonkan diri sebagai capres, kini banyak suara kontra yang bermunculan. Suara kontra yang mencuat ke permukaan ini bisa jadi karena adanya dugaan korupsi . Kemudian, pencalonan Jokowi sebagai presiden disambut oleh beberapa demo yang datang dari berbagai kalangan. Pemberitaan negatif yang terus menerus mengenai Jokowi usai dirinya diberi mandat untuk maju sebagai capres dari PDI-P dikatakan sebagai bentuk serangan politik. Semakin santer pemberitaan mengenai pencalonannya sebagai capres, semakin santer pula pemberitaan yang memuat tentang kegagalan Jokowi dalam memimpin.

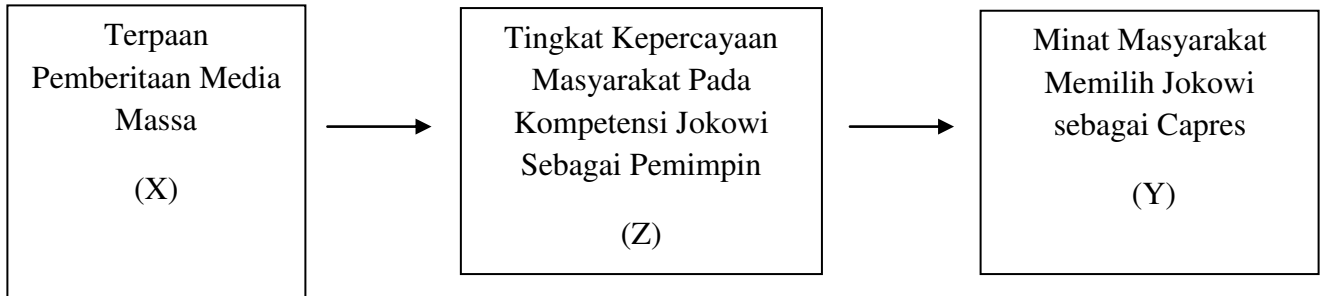
1.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan media massa dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres.

1.3 Kerangka Teori

-*Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa* Teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFleur (Sendjaja dalam buku Bungin, 2006 : 280) memfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya efek media massa. Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, *audience* menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang, dan orientasi kepada, apa yang terjadi dalam masyarakat. Jenis dan tingkat ketergantungan akan dipengaruhi oleh jumlah kondisi struktural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konfliknya atau tidak stabilnya masyarakat tersebut, dan kedua, berkaitan dengan apa yang dilakukan media yang pada dasarnya melayani berbagai fungsi informasi. Jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini meliputi efek *kognitif, Afektif, Behavioral*.

Geometri :



1.4 Hipotesis

1. Terdapat pengaruh positif antara terpaan pemberitaan media massa (X) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin (Z).
2. Terdapat pengaruh positif antara tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin (Z) terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres (Y).

1.5 Metodologi Penelitian

- Tipe penelitian : penelitian eksplanatif (*explanatory*).
- Populasi : penduduk berusia 17-60 tahun di Kelurahan Sendangmulyo
- Sampel : penduduk berusia 17-60 tahun di RW IV Kelurahan Sendangmulyo sebanyak 100 orang.
- Teknik Pengambilan Sampel : *multistage random sampling*.
- Teknik Analisis Data : 1) pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, 2) uji asumsi klasik, 3) uji hipotesis menggunakan Regresi Linear Sederhana.

PEMBAHASAN

2.1 Pengaruh Terpaan Pemberitaan Media Masa terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin

Berdasarkan uji Regresi Linier Sederhana antara Terpaan Pemberitaan Media massa dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kompetensi Jokowi sebagai Pemimpin, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.075. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh diantara kedua variabel karena signifikansi level di antara dua variabel melebihi batas toleransi signifikansi, yaitu 0,05.

2.2 Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi sebagai Capres

Berdasarkan uji Regresi dengan variabel Dummy antara Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kompetensi Jokowi sebagai Pemimpin dengan Minat Masyarakat Memilih Jokowi sebagai Capres, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 dan persamaan regresi $Y = -0,501 + 0,021Z$. Oleh karena sig $0.000 < 0.01$, maka H_0 ditolak dan dinyatakan bahwa Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin bernilai positif yaitu 0,021 terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi sebagai Capres. Selanjutnya, nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,484. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kompetensi Jokowi Sebagai Pemimpin terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi sebagai Capres sebesar 48,4% sedang sisanya ($100\% - 48,4\% = 51,6\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

PENUTUP

3.1 Simpulan

1. Terpaan pemberitaan media massa tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin.
2. Tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres.

3.2 Saran

3.2.1 Saran Akademis

Hasil penelitian mengenai terpaan pemberitaan media massa dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai Pemimpin terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai capres dengan menggunakan teori Dependensi Komunikasi Massa membuktikan bahwa teori tersebut tidak mampu menjelaskan pengaruh terpaan media massa terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi, namun hanya mampu menjelaskan mengenai pengaruh positif yang ada pada tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetensi Jokowi sebagai pemimpin terhadap minat masyarakat memilih Jokowi sebagai Capres.

Peneliti selanjutnya masih memungkinkan untuk memperdalam penelitian mengenai variabel pengaruh media dan tingkat kepercayaan masyarakat ditinjau dari teori yang dikemukakan oleh pakar lainnya. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lainnya sebagai salah satu variabel penelitian selanjutnya seperti latar belakang masyarakat seperti gender, usia, tempat tinggal, pendidikan, serta kelas sosial ekonomi. Perbedaan sosio-demografis antar individu berpotensi untuk menentukan beragamnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap obyek tertentu termasuk figur politik.

3.2.2 Saran Praktis

1. Media massa hendaknya melakukan tugas sesuai dengan fungsinya yaitu fungsi sebagai media informasi, pendidikan, dan kontrol sosial dan melaksanakan praktik jurnalisme yang bertanggung jawab.
2. masyarakat sebagai konsumen media untuk memenuhi kebutuhan informasi harus semakin dewasa dalam menyikapi beragamnya pesan informasi yang ada pada media massa. Perlu adanya proses penyaringan

dan proses memilah informasi yang didapat. Dalam sistem pemerintahan demokrasi seperti Indonesia, partisipasi aktif masyarakat dalam memperoleh dan mengolah pesan yang di dapat sebagai upaya mencari kebenaran terhadap figur politik yang akan dipilih sangat berpengaruh bagi masa depan bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat (1st ed.)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : Kencana.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Buku 2 (6th ed)*. Jakarta : Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin.2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Peter, J. P., Olson, J. C., 1999. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Ed 4. Jakarta : Erlangga.
- Rakhmat, J., 2006. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya .
- Rakhmat, J., 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Singgih. 2014. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20 Edisi Revisi*. Jakarta; PT Alex Media Komputindo.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Severin,W. J.,Tankard, J. W. 2008. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Mssa*. Ed Kelima. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Tashakkori, Abbas. 2010. *Mixed Methodology*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Turner, L. H., & West, R. L. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi(edisi 3)*. Jakarta : Slemba Humanika.

Wiryanto, 2006. *Teori Komunikasi Mass*. Jakarta : PT Grasindo.

Skripsi

Aditya, Rizky Putra. 2013. *Terpaan Komunikasi Presiden SBY di Media Mengenai Permasalahan Kenaikan Harga BBM dan Kelangkaan Gas 3KG terhadap Persepsi Masyarakat Atas Kinerja Presiden SBY*. Skripsi, Universitas Diponegoro.

Ilhami, Fahrina. 2014. *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan Terpaan Pesan Iklan Kampanye Politik di Media Televisi Terhadap Elektabilitas Partai Hanura*. Skripsi. Univeristas Diponegoro

Mufti, Zulfikar. 2013. *Hubungan Terpaan Informasi Politik Partai Nasdem di Televisi dan Komunikasi di dalam Kelompok Referensi Terhadap Preferensi Memilih Partai Nasdem*. Skripsi. Universitas Diponegoro.

Mashitasari, Intan. 2013. *Pengaruh Terpaan Publisitas Hijabers Community di Media Massa dan Intensitas Interaksi dengan Peer Group Terhadap Sikap dan Perilaku dalam Pengambilan Keputusan Menggunakan Hijab di Kalangan Remaja*. Skripsi.universitas Diponegoro

Nur, Aprilia Prasiwi. 2012. *Pengaruh Terpaan Iklan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Aqua*. Skripsi. Universitas Diponegoro

Rachma, Arifa Febriyani. 2014. *Pengaruh Intensitas Membaca Berita Tentang Ganjar Pranowo di Surat Kabar Daerah dan Intensitas dengan Kelompok Rujukan terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kinerja Gubernur*. Skripsi. Universitas Diponegoro.

internet

http://www.bbc.co.uk/indonesia/majalah/2011/08/110804_tokohjokowidodo.shtml, Diakses pada tanggal 21 April 2014 pada pukul 15.05 WIB.

<http://www.voaindonesia.com/content/jokowi-raih-penghargaan-walikota-terbaik-ketiga-dunia/1579686.html>, Diakses pada tanggal 21 April 2014 pada pukul 15.05 WIB.

<http://www.metrotvnews.com/metronews/read/2013/11/28/5/197714/Karena-Jokowi-Umat-Hindu-Bisa-Rayakan-Hari-Raya-Depawali>. Diakses pada tanggal 8 Desember 2013 pada pukul 19.00 WIB.

<http://news.detik.com/read/2013/12/12/090040/2439587/10/sering-diberitakan-media-asing-jokowi-ya-biasa-aja>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2014 pada pukul 20.54 WIB.

<http://www.tempo.co/read/news/2013/09/02/078509618/Survei-Capres-2014-Terbaru-Jokowi-No1-Lagi> . Diakses pada tanggal 8 Desember 2013 pada pukul 19.00 WIB.

<http://m.bisnis.com/quick-news/read/20140206/15/201543/survei-dekat-dengan-rakyat-elektabilitas-pdip-paling-tinggi>. Diakses pada tanggal 6 Maret 2014 pada pukul 5.54 WIB.

<http://nasional.kompas.com/read/2014/02/01/1529187/Survei.IRC.Elektabilitas.Jokowi.Dua.Kali.Lipat.Prabowo>. Diakses pada tanggal 6 Maret 2014 pada pukul 06.16 WIB.

<http://indonesiasatu.kompas.com/quickcount>. Diakses pada tanggal 13 April 2014 pada pukul 1: 29 WIB.

<http://www.antarane.ws.com/berita/422109/jokowi-siap-dipanggil-kpk-soal-bus-transjakarta>, Diakses pada tanggal 21 April 2014 pada pukul 15.05 WIB.

<http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/04/03/269567551/Sejak-Deklarasi-Capres-Elektabilitas-Jokowi-Turun>, Diakses pada tanggal 21 April 2014, pada pukul 15.05 WIB

(<http://www.metrotvnews.com/metronews/read/2013/11/28/5/197714/Karena-Jokowi-Umat-Hindu-Bisa-Rayakan-Hari-Raya-Depawali>).

<http://www.tempo.co/read/news/2013/09/02/078509618/Survei-Capres-2014-Terbaru-Jokowi-No1-Lagi>

<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/409601-balas-budi--jokowi-jadi-jurkam-pas-di-pilgub-bali>

http://www.bbc.co.uk/indonesia/majalah/2011/08/110804_tokohjokowidodo.shtml

<http://www.voaindonesia.com/content/jokowi-raih-penghargaan-walikota-terbaik-ketiga-dunia/1579686.html>

<http://www.antarane.ws.com/berita/422109/jokowi-siap-dipanggil-kpk-soal-bus-transjakarta>.

<http://gubernurdki.wordpress.com/about/torehan-prestasi>. Diakses pada tanggal 15 Juli 2014, pada pukul 1:40 WIB.

<http://jkwjt.wordpress.com/2014/06/03/penghargaan-yang-pernah-diterima-jokowi/>. Diakses pada tanggal 17 Juli 2014, pada pukul 16.15 WIB.