

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern saat ini, eksistensi media komunikasi massa sudah tidak dapat dipisahkan lagi dari kebutuhan informasi sehari-hari. Media massa menjadi sumber informasi yang paling cepat di akses oleh masyarakat bahkan, fungsi dan peran media massa di tengah masyarakat semakin penting akibat perkembangan dalam bidang teknologi komunikasi. Dengan perkembangan media massa yang cukup pesat, masyarakat tak hanya memperoleh informasi melalui media cetak atau media televisi, media online kini menjadi media favorit yang sering menjadi tempat memperoleh informasi dengan sangat cepat seperti halnya Youtube, Twitter, Instagram, serta portal-portal media online.

Joseph A.Devito dalam bukunya, *Communicology: An Introduction to the Study of communication*, menampilkan definisinya mengenai komunikasi massa secara tegas, yakni sebagai berikut:

*First, mass communication is communication addressed to the masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspapers, magazines, films, books, dan tapes.* (Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya

ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita) (Effendy, 2013: 21).

Menurut Aoyama dan Castells (dalam <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article>) konsep media senantiasa mengikuti dinamika peradaban manusia yang saat ini telah memasuki era masyarakat informasi. Perkembangan masyarakat yang dipacu oleh kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap kemekaran media massa, tetapi di lain pihak secara timbal-balik ini menimbulkan dampak yang teramat kuat pula terhadap masyarakat (Effendy, 2013: 26).

Flew (2008), seperti dikutip oleh Wira Respati (dalam <https://journal.binus.ac.id>) kehadiran media sosial memperlihatkan teknologi informasi dan komunikasi telah menambah semua aspek kehidupan manusia dalam konteks membangun hubungan sosial. Jaringan distribusi informasi melalui infrastruktur Internet praktis lebih luas bahkan bersifat global ketimbang jaringan media pemberitaan konvensional. Pola distribusi informasi pun beragam karena *social software* atau perangkat sosial yang berkembang lebih dari satu macam, seperti Blog, Facebook, Twitter, Youtube dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Saat ini yang menjadi sorotan pemberitaan di media-media manapun salah satunya adalah kegiatan debat calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) jelang pemilihan umum 2019. Debat adalah perbincangan antara beberapa orang yang membahas suatu masalah dan masing-masing

mengemukakan pendapatnya atau alasan (KBBI, 2005: 240). Debat merupakan salah satu peristiwa komunikasi (Wafdurrahman, 2015:1). Dikutip Wafdurrahman (2015) menurut Dipodjojo (1984) debat adalah suatu proses komunikasi lisan untuk mempertahankan pendapat. Debat juga bertujuan untuk mencapai kemenangan dalam suatu hal, sebagaimana yang dijelaskan oleh Hendrikus (1991) debat adalah saling adu argumentasi antarpribadi atau antarkelompok manusia dengan tujuan mencapai kemenangan untuk satu pihak. Dari penjelasan semua itu, dapat dipahami bahwa debat merupakan proses komunikasi lisan sebagai bentuk argumen yang dilakukan antarpribadi atau kelompok yang bertujuan untuk mencapai kemenangan.

Debat menjadi bahan kampanye yang cukup efektif untuk meyakinkan masyarakat dalam pemilihan presiden. Melalui debat, calon legislatif ataupun eksekutif mampu memaparkan serta menawarkan visi misi dan programnya kepada masyarakat luas.

Sebagai bentuk peristiwa komunikasi, debat memiliki prinsip penggunaan dan pelanggaran prinsip kerjasama. Prinsip kerjasama bersifat kooperatif, prinsip kerjasama harus dilakukan oleh penutur dan lawan tutur, agar proses berkomunikasi tersebut dapat berjalan dengan baik, apabila kedua pelaku komunikasi tidak menggunakan prinsip kerjasama dalam berkomunikasi, akan terjadi kesalahpahaman komunikasi antarpeserta tutur. Dikutip dari Wafdurrahman (2015), Wijana (1996) menjelaskan secara ringkas dapat diasumsikan bahwa ada semacam prinsip kerjasama yang harus dilakukan pembicara dan lawan bicara agar proses komunikasi itu berjalan dengan lancar.

Pemilihan presiden (pilpres) menjadi tahapan pemilu yang paling menjadi sorotan dari sekian banyak tahapan pemilu yang telah dilakukan. Saat-saat mencari masa, masing-masing capres dan cawapres bersaing untuk memenangkan hati masyarakat Indonesia salah satunya melalui “Debat Pilpres 2019”.

Pemilihan umum adalah wadah untuk melangsungkan kedaulatan rakyat berupa pemilihan langsung anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Menurut Suranto yang dikutip Abdul Hamid (2018), bahkan pemilu menjadi tolak ukur masa depan demokrasi dan perdamaian negara.

Diawal tahun 2019 ini Indonesia akan melaksanakan pemilihan presiden sebagai bentuk demokrasi dalam bernegara. Terdapat 2 pasangan yang bersaing dalam pemilihan presiden tahun 2019, yaitu nomor urut satu yakni pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin, dengan pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Kedua pasangan bersaing secara politis untuk mengambil hati masyarakat Indonesia yang dilaksanakan dalam bentuk debat capres dan cawapres, yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Melalui debat, kedua pasangan saling memaparkan visi misi serta programnya untuk mengambil simpati masyarakat Indonesia. Debat pilpres akan diselenggarakan sebanyak lima kali yang seluruhnya digelar pada 2019. Dilansir dari *kompas.com* berikut rincian debat capres dan cawapres yang sudah disepakati:

1. Debat I

Waktu: 17 Januari 2019

Lokasi: Hotel Bidakara, Pancoran, Jakarta Selatan

Tema: Hukum, HAM, Korupsi, dan Terorisme

Peserta: Pasangan calon presiden dan calon wakil presiden

2. Debat II

Waktu: 17 Februari 2019

Lokasi: Hotel Fairmont Jakarta Selatan

Tema: Energi dan Pangan, Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup,  
dan Infrastruktur

Peserta: Calon presiden

3. Debat III

Waktu: 17 Maret 2019

Lokasi: Hotel Sultan, Senayan

Tema: Pendidikan, Kesehatan, Ketenagakerjaan, Sosial dan Budaya

Peserta: Calon wakil presiden

4. Debat IV

Waktu: 30 Maret 2019

Lokasi: Balai Sudirman, Tebet

Tema: Ideologi, Pemerintahan, Pertahanan dan Keamanan, Hubungan  
Internasional

Peserta: Calon presiden

5. Debat V

Waktu: 13 April 2019

Lokasi: Hotel Sultan, Senayan

Tema: Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial, Keuangan dan Investasi, serta Perdagangan dan Industri.

Peserta: Pasangan calon presiden dan calon wakil presiden

Sebelumnya peneliti telah menyebarkan angket berupa formulir tanggapan kepada 13 orang responden, yakni Mahasiswa Jurusan Jurnalistik Angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil yang diperoleh yakni 53,8% Sering menonton youtube, 15,4% sangat sering, dan 30,8% kadang-kadang. Sedangkan 61,5% jarang menonton televisi, youtube menjadi media yang paling diminati. Karena itu peneliti mengambil sumber dari tayangan debat pilpres 2019 di youtube.

Dalam penelitian ini, khalayak yang dipilih adalah mahasiswa jurnalistik angkatan 2016 yang juga termasuk dalam kategori pemilih pemula. Pemilih pemula, adalah konstituensi atau anggota masyarakat yang baru pertama kali mengikuti pemilihan umum sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam perundang-undangan. Kelompok pemilih dengan rentang usia 17-21 tahun, dalam pemilu merupakan pengalaman pertama kali. Begitu halnya dengan purnawirawan tentara atau polisi, menurut Undang-Undang Pemilu, termasuk kategori pemilih pemula. Hal ini dikarenakan saat pertama kali aktif menjadi tentara atau polisi mereka masih tidak memiliki hak untuk memilih dan dipilih dalam pemilu (Abadi, et, al., 2015:88).

Berdasarkan uraian diatas, pada skripsi penelitian ini akan diuraikan tentang Daya Tarik Tayangan Debat Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden 2019 (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2016 Universitas

Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Tentang). Tayangan debat pilpres 2019 mempunyai peran tersendiri bagi mahasiswa sebagai pemilih pemula, karena sebagai pemilih pemula mahasiswa mempunyai pandangannya masing-masing dalam menerima, menilai sikap dan tanggapan dari masing-masing pasangan calon (paslon).

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini menggali bagaimana pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2016 sebagai pemilih pemula setelah menonton tayangan debat capres dan cawapres sebagai sumber informasi. Sehingga dirumuskan dalam pertanyaannya sebagai berikut:

1. Bagaimana penerimaan mahasiswa jurnalistik terhadap acara debat capres dan cawapres 2019?
2. Bagaimana penerimaan mahasiswa jurnalistik tentang isu/topik yang diangkat pada debat capres dan cawapres 2019?
3. Bagaimana penerimaan mahasiswa terhadap informasi yang diperoleh dari tayangan debat capres dan cawapres 2019?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pandangan pemilih pemula, dalam hal ini mahasiswa jurnalistik angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung terhadap daya tarik tayangan debat calon presiden dan calon wakil presiden.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Secara lebih jelas dapat dikemukakan sebagai berikut:

### **a. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian pada bidang yang sama, yaitu pada bidang ilmu komunikasi dan ilmu kejournalistikan.

### **b. Kegunaan Praktis**

Secara praktis, hasil dari penelitian ini akan berguna di lingkup Prodi Jurnalistik UIN SGD Bandung dan diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pemahaman pada pemilih pemula yang menonton tayangan debat calon presiden dan calon wakil presiden 2019.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya**

Sebagai rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang mendukung penulisan skripsi ini. Berikut adalah lima rujukan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan pustaka penelitian ini:

**Tabel 1.1. Daftar Penelitian Sejenis**

<b>Nama/Universitas</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Tujuan Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Relevansi (Persamaan dan Perbedaan)</b>
Abdul Hamid/ Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2018)	Pandangan Organisasi Wartawan Tentang Peliputan Kampanye Pilpres yang Bertanggung Jawab Sosial (Studi Deskriptif pada AJI Bandung)	Untuk mengetahui pandangan AJI Bandung tentang peliputan kampanye pilpres yang objektif, edukatif, representatif, dan bagaimana seharusnya pers memenuhi berita perihal kampanye pilpres tersebut ke masyarakat untuk periode pemilihan presiden 2019.	Studi Deskriptif	Peliputan kampanye pilpres yang objektif menurut pandangan AJI Bandung ialah yang berterus terang, memisahkan editorial dengan berita, mengkritisi tiap program kerja kandidat, setiap isu peliputan mesti menyangkut kepentingan publik, dan peliputan yang mengkontraskan isu dengan kondisi di lapangan. Peliputan kampanye pilpres yang representatif menurut pandangan AJI Bandung adalah peliputan yang menggali kondisi objektif isu peliputan tersebut dengan alur kerja data-driven journalism. Peliputan kampanye pilpres yang edukatif menurut AJI Bandung ialah yang memuat nilai-nilai berdemokrasi, dan tidak meliput isu kontroversial yang tak kontekstual. Dan lembaga yang mengamban mandat untuk memenuhi kebutuhan berita masyarakat, menurut AJI Bandung pers mesti menyebarkan berita mengenai isu yang penting diketahui masyarakat. Di	Persamaannya terletak pada metode penelitian yang menggunakan studi kualitatif. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian yang di bahas soal kampanye pilpres

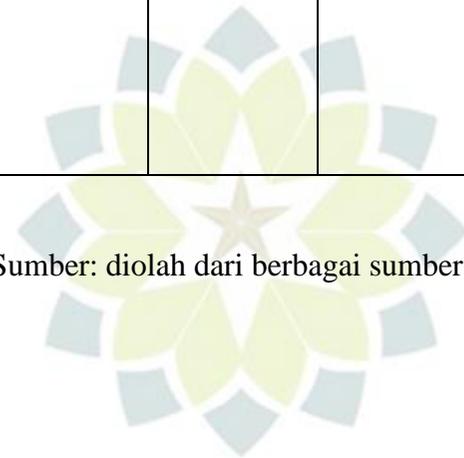
				antaranya adalah profil, visi dan misi, program kerja kandidat, peraturan kampanye pilpres, pihak yang terlibat dalam tim sukses kandidat, dana kampanye, dan aspirasi masyarakat.	
<p>Dewa Nugraha Atmaja Pramono/ Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2017)</p> <p>Diakses dari: <a href="http://digilib.uinsgd.ac.id/">http://digilib.uinsgd.ac.id/</a></p>	<p>Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus di Desa Sawahdadap Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang pada Tahun 2015)</p>	<p>Untuk mengetahui seberapa besar partisipasi politik para pemilih pemula terhadap pemilihan Kepala Desa, lalu untuk mengantisipasi hambatan dan kendala yang terjadi pada saat berlangsungnya pemilihan Kepala Desa, dan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh panitia untuk menarik minat para pemilih pemula.</p>	<p>Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Partisipasi pemilih pemula dalam pemilihan kepala desa di Desa Sawahdadap pada tahun 2015 merupakan bentuk konvensional seperti ikut member suara kampanye, dan ikut menyampaikan pendapat dan harapan. Namun hal tersebut tidak dapat dilepaskan dari faktor penghambat dan faktor pendukung. Faktor penghambat berupa ketidakpedulian pemilih pemula terhadap proses pemilihan kepala desa, tidak pahamnya pemilih pemula tentang cara memilih yang baik dan benar serta kesibukan kegiatan sehari-hari. Sedangkan faktor pendorong berupa rasa ingin tahu dan rasa peduli terhadap tempat kelahiran. Upaya yang dilakukan oleh panitia pemilihan adalah dengan cara mensosialisasikan tata cara pemilihan kepada seluruh pemilih pemula. Suara dari pemilih pemula tentu sangat dibutuhkan oleh para calon kepala desa karena dapat mendongkrak suara. Pemilih pemula saat ini telah mengeti dan sadar politik.</p>	<p>Persamaannya yaitu menggunakan metode kualitatif dan pemilih pemula sebagai objeknya. Perbedaannya yaitu subjek penelitian yang ditelitinya.</p>

<p>Diajeng Triastari/ Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta(2011)</p> <p>Diakses dari: <a href="http://">http://</a></p>	<p>Persepsi Iklan Politik Pada Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2009 di Media Televisi)</p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana persepsi pemilih pemula terhadap politik kampanye pasangan calon presiden dan calon wakil presiden pemilu 2009 di media televisi</p>	<p>Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Diperoleh persepsi mengenai iklan politik yang dimiliki pemilih pemula bervariasi. Kecenderungan persepsi pemilih pemula melihat dari visi misi dan latar belakang figure kandidat. Dalam perkembangan jenis iklan politik yang ada pada pemilu 2009 yaitu munculnya iklan negatif (bersifat menyerang lawan politik), ditemukan pula kecenderungan bahwa iklan negatif membuat persepsi pemilih pemula menjadi lebih rasional dibandingkan dengan iklan positif. Aspek-aspek latar belakang track record kinerja kandidat lebih dikedepankan dan tidak hanya menerima secara pasif kelebihan-kelebihan kandidat seperti yang biasa disodorkan oleh iklan positif.</p>	<p>Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian kali ini, adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pada objeknya, yakni pemilih pemula. Sedangkan letak perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian yang dibahas tentang iklan politik.</p>
<p>Risma Trifena/ Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2016)</p>	<p>Persepsi Pelajar Mengenai Program Acara "Ini Talkshow" di NET TV (Studi Kasus pada Pelajar MAN 2 Kota</p>	<p>Secara umumnya untuk mengetahui gambaran umum tentang persepsi pelajar mengenai program acara "Ini Talkshow" di NET TV. Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk</p>	<p>Kualitatif, Studi Kasus</p>	<p>Terdapat persepsi pelajar terhadap program acara Ini Talkshow sangat positif, terbukti 10 informan menyatakan menyukai dan menonton program acara Ini Talkshow. Selain itu para pelajar menjadi suka atau minat terhadap NET TV dapat dilihat dari durasi, intensitas dan ragam acara lainnya yang pelajar tonton di NET TV.</p>	<p>Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian kali ini terletak pada metode yang menggunakan kualitatif. Perbedaannya adalah studi yang digunakannya,</p>

<p>Diakses dari: <a href="http://digilib.uinsgd.ac.id/">http://digilib.uinsgd.ac.id/</a></p>	<p>Bandung)</p>	<p>mengetahui bagaimana persepsi pelajar dalam menyaksikan program acara Ini Talkshow di NET. Dimana nantinya peneliti akan mengetahui seberapa penting tayangan program acara Ini Talkshow dalam menambah informasi serta memberikan Hiburan yang Menarik bagi para pelajar.</p>			<p>objek penelitian dan subjek penelitiannya.</p>
<p>Lisna Aningsih/ Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2016)  Diakses dari:</p>	<p>Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Terhadap Tayangan Reportase Investigasi Trans TV (Studi Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa jurnalistik semester VIII angkatan 2012 UIN SGD Bandung melakukan seleksi interpretasi dan reaksi terhadap tayangan Reportase Investigasi Trans</p>	<p>Metode Studi Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Persepsi mahasiswa jurnalistik semester VIII angkatan 2012 UIN SGD Bandung terhadap tayangan Reportase Investigasi Trans TV adalah baik. Hal itu terjadi dikarenakan adanya keterkaitan dengan faktor personal yang dimilikinya dan kepentingan yang berkaitan dengan profesinya sebagai seorang jurnalis.</p>	<p>Persamaannya terletak pada metode yang digunakan, kualitatif. Dan letak perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian yang dibahas.</p>

<a href="http://digilib.uinsgd.ac.id/">http://digilib.uinsgd.ac.id/</a>	pada Mahasiswa Jurnalistik Semester VIII Angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)	TV.			
---	--	-----	--	--	--

Sumber: diolah dari berbagai sumber.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teori merupakan suatu uraian yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti (Nawawi, 1995: 40). Menurut Geerts dan Mills, untuk bisa memahami tingkah laku orang, kita harus memahasi definisi dan proses terbentuknya. Manusia itu selalu aktif menciptakan dunianya maka memahami persimpangan biografi dan masyarakat menjadi esensial (Ahmadi, 2016:49). Adanya landasan teoritis, maka peneliti memiliki landasan untuk menentukan tujuan dan arah penelitian.

#### **Teori Penerimaan Pesan (*Audience Reception Theory*)**

Teori Penerimaan Pesan (*Audience Reception Theory* atau *Reception Theory*) adalah teori yang menekankan pada khalayak dalam menerima pesan (Wikipedia.org). Dalam teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall, proses komunikasi (*encoding* dan *decoding*) berlangsung lebih kompleks. Dalam teori ini, Stuart Hall mengatakan bahwa makna yang dimaksudkan dan yang diartikan dalam sebuah pesan bisa terdapat perbedaan. Kode yang disandi (*encode*) dan yang disandi balik (*decode*) tidak selamanya berbentuk simetris. Derajat simetris dalam teori ini dimaksudkan sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi, tergantung pada relasi *ekuivalen* (simetri atau tidak) yang terbentuk diantara *encoder* dan *decoder*. Selain itu posisi *encoder* dan *decoder*, jika

dipersonifikasikan menjadi pembuat pesan dan penerima pesan (<http://lib.ui.ac.id.pdf>).

Ketika khalayak menyandi balik (*decoding*) dalam suatu komunikasi, maka terdapat tiga posisi hipotekal, yaitu :

- a) *Dominant-hegemonic position*
- b) *Negotiated position*
- c) *Oppositional position*

### **Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*)**

Teori Perbedaan Individual (*Individual Differences Theory*), merupakan teori yang dikeluarkan oleh Melvin D. DeFleur, menelaah tentang perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu. Menurut teori ini, individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Sehingga tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologinya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa tidak seragam melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu dengan lainnya dalam struktur kejiwaannya (Effendy, 2003:275).

### 1.5.3 Kerangka Konseptual

#### 1. Media Sosial

Pengertian media sosial atau dalam bahasa Inggris “*social media*” menurut tata bahasa, terdiri dari kata “*social*” yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan “*media*” adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri. Menurut Nasrullah (2015: 20) media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten profil, aktivitas, atau pendapat pengguna sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga ada keringanan untuk menyebarluaskan konten merek sendiri. Post di blog, tweet, atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010: 2-3).

#### 2. Youtube

Youtube merupakan situs *video sharing* yang berfungsi sebagai media untuk berbagi video secara online, dengan slogan “*Broadcast Yourself*” situs ini memberikan kebebasan dan kemudahan penggunaannya untuk meng-*upload* dan men-*download* video yang masuk dalam *databasenya* (Enterprise, 2008:53).

Dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan penggunanya. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

### **3. Partisipasi Politik Generasi Muda**

Menurut UU No 40 Tahun 2009 tentang kepemudaan, definisi Pemuda adalah mereka yang berusia 16 hingga 30 tahun, usia dimana merupakan masa perkembangan secara biologis dan psikologis.

Pandangan Klaus Schwab (dalam FORKOMSI FEB UGM, 2019: 19) menyatakan bahwa ketika dunia fisik, digital, dan biologis terus menyatu, teknologi dan platform baru akan semakin memungkinkan warga negara untuk terlibat dalam pemerintahan, menyuarakan pendapat mereka, mengkoordinasikan upaya mereka, dan bahkan menghindari pengawasan otoritas publik. Pemilih pemula merupakan implementasi dalam menghadapi revolusi industri 4.0 dimana warga negara dapat menyuarakan aspirasi dan mengkoordinasikan massa sebagai upaya dinamika politik. Kaum muda berperan strategis dalam merangkul orang dari berbagai kalangan yang beragam. Oleh karena itu harus “Politik” yang merangkul sebagai cara berpartisipasi dalam berpolitik.

## 1.6 Langkah-langkah Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Di Jl. AH Nasution No. 105, Cibiru, Cipadung, Kota Bandung, Jawa Barat 40261. Universitas ini dipilih sebagai lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerimaan mahasiswa terhadap tayangan debat pilpres 2019 dan bagaimana daya tarik dari tayangan debat pilpres tersebut.

### 2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori. Khun (dalam Adawiyah, 2017:15) mendefinisikan paradigma sebagai cara mengetahui realitas sosial yang dikonstruksi oleh *mode of thought* atau *mode of inquiry* tertentu yang menghasilkan *mode of knowing* yang efektif. Kemudian tersebut dipertegas oleh Friedrich sebagai suatu pandangan yang semestinya dipelajari.

Peneliti menggunakan paradigma penelitian kualitatif yang tergabung dari Konstruktivisme (Interpretif) atau bentukan dari manusia itu sendiri. Paradigma konstruktivisme ini bersifat subjektif, konstruktivisme menganggap manusia “bebas dan aktif dalam berperilaku dan memakai realitas sosial” (Kriyanto, 2010:55).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif yang menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antara variable yang timbul, perbedaan antara fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi dan sebagainya (dalam Adawiyah, 2017:16).

Jalaludin Rahmat (dalam Adawiyah, 2017:17) memaparkan bahwa penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan suatu hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian kualitatif ini guna memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, motivasi atau tindakan, dan sebagainya. Bukan saja menjabarkan (analitis) tetapi juga memadukan (sintetis). Bukan saja memadukan klasifikasi tetapi juga organisasi.

### **3. Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan metode deskriptif, yaitu langkahnya bermula dari penyusunan kategori-kategori yang sesuai dengan kualifikasi yang ada. Setelah itu kategori yang tersusun tersebut dihubungkan dengan satu yang lainnya sehingga membentuk tipologi yang berhubungan dengan pemikiran yang teliti. Metode deskriptif itu (dalam Rakhmat, 2009:25), mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang dapat melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah, kemudian memaparkannya secara sistematis dan akurat, hal ini demi memperoleh gambaran yang komprehensif.

Menurut Creswell dalam bukunya *Educational Research* penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dimana peneliti sangat tergantung terhadap informasi dari objek/partisipan pada: ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum, pengumpulan data yang sebagian besar terdiri atas kata-kata/teks dari partisipan, menjelaskan dan melakukan analisa terhadap kata-kata dan melakukan penelitian secara subyektif (Creswell, 2008: 46).

Penelitian nantinya akan menghasilkan data deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif, berupa analisis dokumen, penafsiran, wawancara mendalam dan survey lapangan (Mulyana, 2001:148). Penelitian ini cukup sederhana karena tidak menggunakan landasan teori yang rumit dan hipotesis tertentu, analisis ini dapat meneliti suatu variable dan termasuk pada penelitian mengenai gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.

#### **4. Jenis dan Sumber Data**

##### **a. Jenis Data**

Data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah tentang “daya tarik” atau bagaimana penerimaan pemilih pemula terhadap debat pilpres 2019. Jenis penelitian ini termasuk penelitian pendekatan kualitatif, dengan tujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

##### **b. Sumber Data**

Sumber data diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Sumber data ini didapat dari responden atau subjek

penelitian, hasil berupa pengisian kuisioner, wawancara, observasi (Kriyantono, 2012: 41) dalam bentuk kata-kata, kalimat atau dalam bentuk narasi.

#### 1. Sumber Data Primer

Penelitian ini menggunakan wawancara dari informan (pemilih pemula) sebagai sumber data. Informan yang dimaksud pada penelitian ini, adalah mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Bandung, informan penelitian ini difokuskan kepada mahasiswa yang paham dan mempunyai pendapat mengenai tayangan debat pilpres 2019.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh oleh sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder ini berfungsi untuk melengkapi data primer, dan biasanya data sekunder ini sangat membantu priset bila data primer terbatas dan sulit diperoleh (Kriyantono, 2012: 42). Sumber data sekunder berupa informasi seputar para pemilih pemula mahasiswa jurnalistik dan data penunjang penelitian lainnya, buku-buku perpustakaan, tulisan ilmiah, dan internet. Tujuannya, menambah informasi yang diperlukan.

### **5. Penentuan dan Unit penelitian**

#### **a. Informan dan Unit Analisis**

Informan adalah objek penting dalam penelitian. Informan merupakan orang-orang dalam latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan

informan tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Oleh karena itu, peneliti sangat membutuhkan informan dalam penelitian ini.

Jumlah partisipan penelitian kualitatif ini tidak ditentukan besaran ukuran partisipan dengan menggunakan teknik statistik hanya menentukan perkiraan jumlah sampel dengan jenis sampel heterogen yaitu 6-12 informan (Afiyanti, 2014; Creswell, 2014; Herdiansyah, 2010).

#### **b. Teknik Penentuan Informan**

Dalam teknik penentuan informasinya sendiri, penelitian ini menentukan kualifikasi informan tersebut. Pada teknik penentuan informan ini peneliti menggunakan teknik *Purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang akan diteliti (Sugiyono, 2016: 219).

Subjek yang ditetapkan sebagai sampel, tahap pertama ditarik sebagai *key informan* (informasi kunci), yakni seseorang yang dipandang lebih tahu mengenai situasi dan kondisi penelitian (*social setting*). Penelitian ini mengambil informan kunci yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik 2016 UIN SGD Bandung. Adapun kriteria untuk informan agar sesuai dengan tema penelitian ini, antara lain:

- a) Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- b) Berada pada rentang usia 17-21 tahun pada saat pemilihan umum 2019
- c) Telah menonton 3 hingga 4 tayangan debat capres dan cawapres 2019.
- d) Bersedia menjadi narasumber dalam penelitian penulis.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Rachmat Kriyantono (2012:95) menjelaskan metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Teknik ini dapat diwujudkan dalam bentuk angket, wawancara, pengamatan tes, dokumentasi, dan lain-lain. Kemudian penelitian ini memilih salah satu atau gabungan dari teknik tersebut yang disesuaikan dengan masalah yang dihadapi. Penelitian ini akan menggunakan gabungan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### a. Observasi

Kegiatan observasi adalah kegiatan yang setiap saat kita lakukan. Dengan perlengkapan panca inderanya yang kita miliki, kita sering mengamati objek-objek di sekitar kita (Kriyantono, 2012:110).

Menurut Alwasilah (dalam Adawiyah 2017:23) teknik ini memungkinkan peneliti menarik inferensi (kesimpulan) makna dan sudut pandang, responden, kejadian, peristiwa atau proses yang diamati. Lewat proses observasi ini, peneliti akan melihat sendiri pemahaman yang tidak terucapkan (*tacit understanding*), bagaimana teori digunakan

langsung (*theory in use*) dan sudut pandang responden yang mungkin tidak terungkap lewat wawancara atau survei.

b. Wawancara

Menurut Berger (dalam Kriyantono:2012) wawancara adalah percakapan antara priset seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan seseorang dapat diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara ini utamanya akan dilaksanakan di lokasi penelitian, tetapi tidak menutup kemungkinan lainnya. Dalam wawancara tak terstruktur. Teknik ini disebut juga wawancara mendalam intensif dan terbuka. Hasil wawancara ini tidak akan lepas dari konteks sosial, dimana informasinya diperoleh dari kata-kata informan sendiri, dan dengan sendirinya merupakan subjektivitas informan (Ratna, 2016: 222).

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi, tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2012:120). Dalam penelitian ini akan melakukan teknik dokumentasi pada buku, informasi di internet, dan catatan lainnya yang dianggap penting.

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Ukuran kualitas sebuah riset terletak pada kesahihan atau validitas data yang dikumpulkan selama riset (Kriyantono, 2012:70). Dalam menentukan keabsahan data dari penelitian ini merujuk pada teknik *Intersubjectivity Agreement*, yakni semua pandangan, pendapat atau dari suatu subjek didialogkan dengan pendapat, pandangan atau data dari subjek lainnya. Tujuannya untuk menghasilkan titik temu antardata (Kriyantono, 2012:73).

## 8. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka dilakukan analisis data tersebut dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

### a. Identifikasi data.

Bahan-bahan yang dikumpulkan dari pemilih pemula dengan rentang usia 17-21 tahun di kalangan mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Bandung, serta melengkapinya dengan tayangan-tayangan seputar debat pilpres 2019, buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian, kemudian diidentifikasi.

### b. Klasifikasi data.

Setelah data diidentifikasi kemudian di klasifikasikan sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan dan sesuai dengan perumusan masalah juga dengan tujuan penelitian ini.

- c. Mengkorelasikan dan merelevansikan antara pendapat yang satu dengan pendapat yang lainnya, sehingga tampak hubungan antara pendapat tersebut dalam penelitian ini.
- d. Mengkorelasikan data dengan teori.
- e. Menyimpulkan.

Langkah selanjutnya menyimpulkan penelitian ini yakni tentang Daya Tarik Tayangan Debat Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden 2019 (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2016)

