

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era dewasa ini, media *online* lebih diminati dibandingkan media massa lainnya. Hal ini selaras dengan survei yang dilakukan oleh Global Nielsen, sebuah perusahaan pengukuran informasi, yang menunjukkan bahwa 6 juta orang membaca media *online*, sedangkan hanya 4,5 juta orang yang membaca media cetak (Supriyatna, 2020).

Hal tersebut terjadi karena media *online* mempunyai keunggulan dibandingkan media massa yang lain, diantaranya media *online* bersifat flexible karena mampu diakses dimana saja dan kapan saja. Kemudian, media *online* mempunyai kapasitas yang besar sehingga mampu menampung berbagai artikel.

Kelebihan tersebut telah memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Selanjutnya, kelebihan yang dimiliki oleh media *online* ialah dalam penyebaran informasinya dapat dilakukan dalam skala besar dengan waktu yang sangat cepat.

Kemudahan dalam mengakses media *online* membuat khalayak mendapatkan informasi tak terbatas dari berbagai sudut pandang. Hal ini mengakibatkan khalayak mempunyai pemikiran serta opini tersendiri dari informasi yang telah didapaknya dari media *online*. Terutama ketika masyarakat memasuki masa pemilu, dimana masyarakat harus menentukan calon pemimpin selanjutnya.

Pemilu menjadi tempat mengimplementasikan hak individu dalam berkedaulatan. Dengan adanya pelaksanaan pemilu rakyat mempunyai hak

dalam memilih ataupun menentukan wakil – wakil parlemen dalam memegang kekuasaan pemerintah (KPU, 2022).

Oleh karena itu, peristiwa mengenai pemilu tak luput lepas dari sorotan media *online* untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan riset Indonesia Indikator (I2) dari total 20.194.242 berita yang tersebar pada 8.244 media *online* di Indonesia selama periode 1 Januari hingga 20 Desember 2022 pemberitaan mengenai politik atau pemilu 2023 mencapai 973.647 (Hafil, 2023).

Kumpulan dari informasi yang diterima oleh masyarakat dari media massa khususnya media *online* akan menentukan pola pikir dari masyarakat kepada masing – masing calon. Pengaruh dari media bisa dibuktikan ketika memasuki masa pemilu di tahun 2019 dengan kemunculan sebutan ‘kadrun’ dan ‘kampret’ ketika menjelang Pilpres. Istilah tersebut mulai mendominasi di limitasi pemberitaan dan media sosial terutama ketika pemilu serentak di tahun 2019.

Sebutan tersebut ramai digunakan oleh warga net (netizen), kedua istilah tersebut digunakan untuk mewakili para pendukung masing – masing capres. Penyebutan istilah ‘cebong’ digunakan masyarakat untuk golongan yang mendukung Jokowi dan istilah ‘kampret’ untuk golongan yang mendukung Prabowo Subiyanto.

Dilihat dari kemunculan istilah tersebut dapat dikatakan bahwa media *online* mempunyai impak yang begitu besar terutama ketika memasuki masa pemilu di Indonesia. Media *online* telah berhasil menggiring pola pikir masyarakat sehingga mereka bisa membenci suatu kubu. Seolah nalar sehat dari masing –

masing kubu telah hilang, akibat perkataan yang tidak patut diucapkan sehingga dua kubu saling perang kata selama Pemilihan Presiden 2019 berlangsung.

Menurut Jurnal Dewan Pers, jumlah media *online* di Indonesia mencapai 43.300 (Lia, 2022). Maka, media *online* mempunyai peranan sangat penting di masyarakat terutama ketika menjelang Pemilu 2024. Berita politik mengenai calon – calon presiden amat diperlukan oleh masyarakat agar lebih mengenal sosok presiden baru di Indonesia.

Pembahasan mengenai pemberitaan politik menjadi topik yang dipilih sebagai bahan penelitian dikarenakan sejalan dengan pra observasi yang dilakukan terhadap 55 responden dari mahasiswa jurnalistik angkatan 2019 pada tanggal 21 Desember 2022. Terdapat 5 pilihan yang diberikan kepada responden mengenai media yang biasanya digunakan diantara pilihannya yaitu Kumparan, Detik.Com, CNN, Tribun.com, Kompas.Com. Sebanyak 27 responden atau sebanyak 49,1 % menjawab CNN.

Selanjutnya, responden diberikan pilihan terhadap konten atau isu apa yang biasanya dicari, terdapat tiga pilihan diantaranya ekonomi, politik, dan olahraga dan ditemukan sebanyak 32 responden atau 58,2 % diantaranya memilih isu politik sebagai topik berita yang biasanya dicari. Selain responden mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 memilih CNN. Pemilihan media CNN sebagai penelitian dikarenakan media massa CNN merupakan media yang dipercaya di Indonesia berdasarkan dari laporan survei Reuters Institute yang bertajuk *Digital News Report 2022*. Sebanyak 66% responden dari 2.068 responden di Indonesia memilih CNN (Annur, 2022).

Sebagai media besar, CNN pun tekun dalam memberitakan isu politik terutama pembahasan mengenai pemilu diantaranya mengenai isu – isu perkembangan calon – calon presiden 2024. Melihat situasional terkini dari berbagai partai yang sudah menunjukkan calon – calonnya.

Kondisi capres saat ini, menjadi perbincangan hangat dan tidak terlepas dari sorotan media dan masyarakat. Sikap maupun kegiatan dari capres dimulai dari kunjungan ke daerah ataupun pertemuan dengan pejabat publik terus menerus menjadi sorotan dan pengiringan berbagai sudut pandang media.

Kemudian, berita – berita mengenai kelebihan dan kekurangan capres serta survey – survey sudah banyak tersirat di Media Massa. Dengan pemberitaan tersebut yang terus menerus disuguhkan kepada khalayak secara tidak sadar masyarakat sudah ter iringi dari pemberitaan sudut pandang media dalam mem framing calon presiden 2024.

Dari pemberitaan yang disampaikan oleh media nantinya akan membentuk suatu opini yang akan menentukan sikap seseorang untuk kecenderungan terhadap sikap memilih calon presiden 2024. Maka dari itu, topik mengenai pembahasan calon presiden menjadi pembahasan penting karena akan menyangkut kepentingan khalayak luas.

Melihat fenomena pemilu di tahun 2019 dan mahasiswa jurusan Jurnalistik angkatan 2019 yang memilih isu politik pada media CNN. Penelitian ini dilakukan guna mencari tahu seberapa besar pengaruh berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

Pembahasan mengenai berita politik serta kecenderungan untuk memilih calon presiden 2024 secara akademik mempunyai manfaat untuk lebih kritis dan menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai bagaimana pengaruh pemberitaan dari media terhadap penerima pesan.

Hal tersebut sejalan pula dengan ranah Ilmu Komunikasi Jurnalistik dalam mempelajari pembuatan berita agar penerima pesan memahami isi pesan serta pesan yang disampaikan oleh media. Serta bagaimana sikap penerima pesan setelah menerima pesan yang telah dibuat oleh media.

Topik berita mengenai politik demikian halnya menjadi pembahasan yang relevansi kuat bagi program studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Hal tersebut dikarenakan berita politik merupakan konstruksi sosial dari realitas politik. Realitas politik yaitu kenyataan yang terjadi di bidang politik.

Wartawan sebagai penyampai informasi mempunyai kewajiban untuk terus – menerus mencari fakta yang akan diberitakannya terutama berita politik yang dimana setiap publikasi beritanya akan cepat ditanggapi oleh masyarakat. Oleh karena itu, pembahasan mengenai kajian ini tidak akan lepas dari pengaruh jurnalistik.

Berdasarkan penjelasan pada uraian diatas maka penelitian ini menggunakan teori Jarum Hipodermik dengan asumsi bahwasanya media massa mempunyai *power* tangguh dibandingkan audience sehingga mampu memberikan efek langsung kepada komunikan melalui pesan – pesan yang persuasif dan tidak mampu untuk ditolak (Suherman, 2020: 73).

Selain itu, teori jarum hipodermik mempunyai sebutan lain yang sering digunakan yaitu *bullet theory* yang mengasumsikan pesan yang disampaikan oleh media bagaikan peluru yang mampu menembus siapa saja yang mengenainya. Jarum Hipodermik diibaratkan dalam elemen Stimulus – Respons (S R), Media massa di ibaratkan seperti jarum suntik sebagai perangsang (S) yang menghasilkan suatu tanggapan dari komunikan ® (Oktarina & Abdullah, 2017: 95).

Memasuki massa pemilu, para capres kini sedang sibuk berupaya mendekati para khalayak agar masyarakat mau memilih para capres hal ini di ibaratkan seperti jarum Hipodermik. Menurut Direktur Politik Pusat Studi Literasi Komunikasi Politik Universitas Nasional Selamat Ginting, para calon pilpres saat ini berupaya untuk mempengaruhi khalayak melalui media, baik secara verbal atau nonverbal, secara tersembunyi maupun terbuka, tidak disadari memiliki nilai politik.

Sebagai komunikator politik, para calon presiden berharap masyarakat seperti terbius oleh jarum suntik, sehingga mereka dapat membuat keputusannya memilih mereka. Dalam ilmu komunikasi dikenal dengan istilah jarum suntik atau teori peluru (Rahman, 2022)

Pembahasan pada penelitian ini pun menjadi hal yang penting untuk dikaji karena menyangkut kajian jurnalistik karena penelitian ini membahas bagaimana peran pesan dalam media terhadap penerima pesan. Dalam wilayah jurnalistik media massa mempunyai peranan yang besar dalam penyampaian informasi

kepada khalayak. Kemudian, khalayak akan menentukan sikap apa yang akan dipilihnya dalam menanggapi pesan yang disampaikan.

Dengan demikian, penelitian ini akan berkaitan dengan pengetahuan yang didapatkan mengenai berita politik khususnya mengenai calon presiden 2024 setelah membaca berita. Kemudian, minat dalam memilih calon presiden 2024 setelah membaca berita. Terakhir, kecenderungan untuk memilih calon presiden pilihannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh frekuensi berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024?
2. Seberapa besar pengaruh durasi berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024?
3. Seberapa besar pengaruh atensi berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024?
4. Seberapa besar pengaruh frekuensi, durasi, dan atensi berita politik secara simultan pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa

Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin diperoleh, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh frekuensi berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh durasi berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atensi berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024.
4. Seberapa besar pengaruh frekuensi, durasi, dan atensi berita politik secara simultan pada media *online* CNN terhadap kecenderungan Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung memilih calon presiden 2024.

1.4 Kegunaan Penelitian

Didasarkan pada tujuan penelitian yang disebutkan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan.

1. Secara Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat sumbangsih bantuan terhadap Ilmu Komunikasi terutama komunikasi jurnalistik. Selain itu juga, kegunaan lainnya bisa dijadikan sumber referensi mengenai berita – berita politik seperti pemilihan calon presiden 2024 ataupun hal lainnya yang membutuhkan adanya informasi yang berimbang.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku, media, dan khalayak tentang berita politik seperti pemilihan calon presiden 2024. Berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber penelitian bagi kandidat yang ingin menggunakan media massa dalam massa kampanye mereka.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang media massa sudah banyak dikerjakan oleh peneliti sebelumnya. Namun, meski melakukan penelitian yang serupa yaitu berhubungan dengan media massa tetapi penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mempunyai perbedaan. Kemudian meski perkembangan zaman dan waktu yang telah berbeda tetapi penelitian ini dan penelitian sebelumnya mempunyai persamaan. Berikut ini merupakan daftar penelitian – penelitian yang relevan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sari Nur Lestiyanti & Dian Purworini dengan judul penelitian “Pengaruh Berita Lonjakan Kasus Covid-19

Pada Akun Instagram @Kemenkes_Ri Terhadap Minat Vaksinasi Followers Akun @Kemenkes_Ri” (Lestiyanti & Purworini, 2022).

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dan penelitian ini, perbedaan terletak pada pembahasan apabila penelitian terdahulu mengenai lonjakan kasus Covid 19 sedangkan penelitian ini mengenai berita politik calon presiden 2024. Kemudian, penelitian terdahulu melakukan penelitian pada sosial akun Instagram @Kemenkes_Ri sedangkan penelitian ini pada media *online* CNN. Terakhir, penelitian terdahulu mengambil sampel menggunakan sampel non probabilitas sampling dengan teknik purposive sampling sedangkan penelitian ini menggunakan probabilitas sampling dengan teknik simple random sampling.

Sedangkan persamaan terdahulu dan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang sama yaitu metode kuantitatif. Selanjutnya, penelitian sama – sama berfokus terhadap sebab akibat berita. Terakhir, penelitian sama – sama menggunakan teori yang serupa yaitu teori S-O-R.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Rachel M. R, LoupattyFerry V.I.A, & Koagouw Edmon R. Kalesaran dengan judul penelitian “Pengaruh Berita Utama (Headline News) Terhadap Pembaca Harian Kabar Timur Di Kelurahan Lateri, Kecamatan Baguala, Kota Ambon” (Rachel, Loupatty Ferry, & Kalesaran, 2019).

Diferensiasi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu ruang lingkup jurnalisme cetak yaitu surat kabar sedangkan penelitian ini pada ruang lingkup jurnalisme *online* yaitu portal berita. Selanjutnya

penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan variabel X yaitu berita utama sedangkan variabel X penelitian ini yaitu berita politik.

Sedangkan persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada penelitian yang sama – sama berfokus pada penelitian mencari sebab akibat dari berita. Selanjutnya, penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif. Terakhir, pengumpulan data sama – sama menggunakan instrument angket atau kuesioner.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Josephine, Gatut Priyowidodo & Lady Joanne Tjahyana dengan judul penelitian “Pengaruh Terpaan Media Pada Official Page Facebook Najwa Shihab Terkait Pemilihan Presiden 2019 Terhadap Pengambilan Keputusan Pemilih Dalam Menentukan Presiden Pada Pemilihan Presiden 2019” (Josephine, Priyowidodo, & Tjahyana, 2019).

Diferensiasi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada teori yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan teori terpaan media sedangkan penelitian ini menggunakan teori Jarum Hipodermik. Selanjutnya, penelitian terdahulu melakukan penelitian pada media sosial Facebook sedangkan penelitian ini pada portal berita CNN.

Sedangkan, persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sama – sama mencari pengaruh dari media. Selanjutnya, penelitian sama – sama kuantitatif dengan metode pengumpulan data dengan kuesioner dengan bentuk *link*. Terakhir, penelitian sama – sama menyangkut pembahasan politik.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Hafid Susanto & Raidah Intizar dengan judul penelitian “Pengaruh Pemberitaan Terorisme Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Makassar” (Susanto & Intizar, 2021).

Diferensiasi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu melakukan penelitian secara luas yaitu media massa sedangkan penelitian ini secara spesifik yaitu media *online*. Selanjutnya, penelitian terdahulu mengenai pemberitaan terorisme sedangkan penelitian ini mengenai pemberitaan politik mengenai calon presiden 2024.

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu melakukan penelitian secara bersamaan berfokus pada pengaruh berita. Selanjutnya, sama – sama melakukan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Pajrin dengan judul penelitian “Pengaruh Berita Online “Detik.Com” Terhadap Pembelajaran Membaca Fakta dan Opini Siswa Kelas XII MAN 21 Jakarta Semester Ganjil Tahun Ajaran 2019/2020” (Pajrin, 2020).

Diferensiasi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu melakukan penelitian pada media *online* Detik.com sedangkan penelitian ini meneliti media *online* CNN. Selanjutnya, penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan subjek siswa kelas XII MAN 21 Jakarta sedangkan penelitian ini subjek penelitian adalah Mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 UIN SGD.

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Selanjutnya, penelitian sama – sama mencari sebab akibat media. Terakhir, penelitian sama – sama menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Irwan Misbach & Rahmawati dengan judul penelitian “Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Di Televisi Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Mematuhi Protokol Kesehatan” (Misbach & Rahmawati, 2022).

Diferensiasi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu melakukan penelitian pada media televisi sedangkan penelitian ini meneliti pada media *online*. Kemudian, penelitian ini melakukan penelitian pada tahun 2022 sedangkan penelitian ini pada tahun 2023. Selanjutnya, penelitian terdahulu menggunakan teori kultivasi sedangkan penelitian ini menggunakan teori Stimulus Respons. Terakhir, penelitian terdahulu melakukan penelitian pada objek penelitian di Kelurahan Tamarunang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada Mahasiswa Jurusan Jurnalistik angkatan 2019 Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian ini yaitu penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif. Selanjutnya, variabel penelitian yang digunakan sama yaitu durasi, frekuensi, atensi. Kemudian, penelitian sama – sama menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data. Terakhir, penelitian sama – sama mencari tahu mengenai pengaruh dari media (sebab-akibat).

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama/ Tahun/ Judul/ Peneliti	Masalah Penelitian	Teori/ Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Ayu Sari Nur Lestiyanti & Dian Purworini/ 2022/ Pengaruh Berita Lonjakan Kasus Covid-19 Pada Akun Instagram @Kemenkes_Ri Terhadap Minat Vaksinasi Followers Akun @Kemenkes_Ri	Bagaimana pengaruh terpaan berita lonjakan kasus covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksinasi followers akun Instagram @kemenkes_ri?	Teori Stimulus-Organism – Respon, Metode yang digunakan kuantitatif bersifat explanative.	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif. - Penelitian sama – sama mencari sebab dan akibat berita. - Penelitian sama – sama menerapkan teori S-O-R. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian berbeda dari segi objek dan subjek penelitian. - Penelitian berbeda dari segi media yang diteliti. - Penelitian berbeda dari segi teknik pengambilan sample. 	Hasil penelitian ini ditemukan terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri berpengaruh positif terhadap minat vaksin followers akun Instagram @kemenkes_ri.
2.	Rachel M. R, LoupattyFerry V.I.A, Koagouw Edmon R &	Apakah terdapat pengaruh berita utama (<i>Headline news</i>) terhadap	Teori Jarum Hypodermic Metode yang digunakan	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian berbeda dari segi media yang diteliti. 	Hasil penelitian ini ditemukan bahwa berita utama mempunyai pengaruh positif dan signifikan

	Kalesaran/ 2019/ Pengaruh Berita Utama (Headline News) Terhadap Pembaca Harian Kabar Timur Di Kelurahan Lateri, Kecamatan Baguala, Kota Ambon	pembaca harian kabar timur di kelurahan Lateri, kecamatan Baguala, kota Ambon.	kuantitatif dengan menggunakan data analisis regresi sederhana.	- Penelitian sama – sama mencari sebab dan akibat berita.	- Penelitian berbeda dari segi objek penelitian variabel x.	terhadap pembaca harian Kabar Timur sebesar 36%.
3.	Josephine, Gatut Priowidodo & Lady Joanne Tjahyana/ 2019/ Pengaruh Terpaan Media Pada Official Page Najwa Shihab Terkait Pemilihan Presiden 2019 Terhadap Pengambilan Keputusan Pemilih Dalam	Apakah terdapat pengaruh terpaan media pada official page Facebook Najwa Shihab terkait Pemilihan Presiden 2019 terhadap pengambilan keputusan dalam menentukan Presiden di Pemilihan Presiden 2019	Teori terpaan dan pengambilan keputusan Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode <i>online</i> survei dengan membagikan kuesioner	- Penelitian sama – sama mencari sebab dan akibat dari media. - Penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner.	- Penelitian berbeda dari segi teori yang digunakan. - Penelitian berbeda dari segi media yang diteliti.	Hasil penelitiannya adanya pengaruh yang signifikan antara terpaan media pada official page Facebook Najwa Shihab terhadap pengambilan keputusan yaitu sebesar 31,7%.

	Menentukan Presiden Pada Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Presiden 201			- Penelitian sama – sama membahas topik pemilihan presiden.		
4.	Hafid Susanto & Raidah Intizar/ 2021/ Pengaruh Pemberitaan Terorisme Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Makassar	Penulis hendak membuktikan secara empiris bahwa pemberitaan media dapat memberikan pengaruh atas persepsi masyarakat mengenai terorisme dan radikalisme .	Persepsi & Teori Jarum Hypodermic Metode kuantitatif, penulis mengumpulkan data melalui hasil survey sampel yang merupakan representasi dari populasi.	- Penelitian sama – sama mencari sebab akibat dari berita. - Penelitian sama – sama menggunakan metode kuantitatif.	- Penelitian berbeda dari segi media yang diteliti. - Penelitian berbeda dari segi topik yang dibahas.	Hasil penelitian ditemukan terdapat pengaruh pemberitaan terorisme di media massa terhadap persepsi masyarakat Makassar yang dinilai signifikan.
5.	Mutiara Pajrin/ 2020/ Pengaruh Berita Online “Detik.Com” Terhadap Pembelajaran	Bagaimana pengaruh berita <i>online</i> Detik.com terhadap Pembelajaran Membaca Fakta	Metode penelitian kuantitatif deskriptif.	- Penelitian sama – sama mencari sebab akibat dari berita. - Penelitian sama	- Penelitian berbeda dari segi media yang diteliti. - Penelitian	Hasil penelitian ditemukan bahwa media koran <i>online</i> mempunyai pengaruh yang signifikan di kelas XII MAN 21

	Membaca Fakta dan Opini Siswa Kelas XII MAN 21 Jakarta Semester Ganjil Tahun Ajaran 2019/2020	dan Opini Siswa Kelas XII MAN 21 Jakarta, semester ganjil, tahun pelajaran 2019/2020		<ul style="list-style-type: none"> - sama menggunakan metode kuantitatif deskriptif. - Penelitian sama <ul style="list-style-type: none"> - sama menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. 	berbeda dari segi subjek yang diteliti.	Jakarta.
6.	Irwan Misbach & Rahmawari/ 2022/ Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Di Televisi Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Mematuhi protokol Kesehatan	Bagaimana Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Di Televisi Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Mematuhi protokol Kesehatan ?	Metode penelitian kuantitatif deskriptif.	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sama <ul style="list-style-type: none"> - sama mencari sebab akibat dari berita. - Penelitian sama <ul style="list-style-type: none"> - sama menggunakan metode kuantitatif deskriptif. - Penelitian sama <ul style="list-style-type: none"> - sama 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian berbeda dari segi media yang diteliti. - Penelitian berbeda dari segi subjek yang diteliti. - Penelitian berbeda dari tahun penelitian. 	Hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan frekuensi, durasi, dan atensi pemberitaan Covid-19 berpengaruh terhadap perilaku Masyarakat. Namun, secara masing – masing frekuensi dan durasi tidak berpengaruh signifikan dan atensi berpengaruh signifikan.

				<p>menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel penelitian sama – sama menggunakan frekuensi, durasi, dan atensi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian berbeda dari segi teori yang digunakan. 	
--	--	--	--	---	--	--



1.6 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini menggunakan teori Jarum Hipodermik atau teori Stimulus Respons (S R) sebagai kerangka pemikirannya, dimana teori ini berasumsi media mempunyai pengaruh yang kuat kepada khalayak. Media dianggap sebagai jarum yang menyuntikkan pesan – pesan kepada penerima pesan sehingga menimbulkan efek pada proses komunikasi yang menghasilkan sikap terhadap stimulus tertentu, hal ini membuat seseorang dapat memperkirakan reaksi dai komunikan terhadap pesan yang disampaikan.

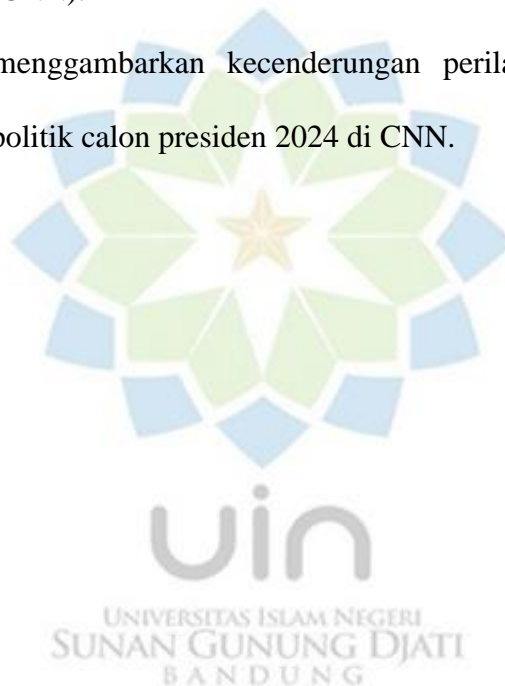
Houland merupakan orang yang mengemukakan teori ini di tahun 1953 dirinya mengasumsikan bahwasanya komunikasi terdiri dari suatu proses yaitu aksi dan reaksi. Teori jarum hipodermik menjelaskan pengaruh yang terjadi pada khalayak sebagai penerima pesan yang menerima dampak saat proses komunikasi. Dampak dari besar kecilnya pengaruh tergantung dari stimulus pesan yang diberikan.

Dalam penelitian ini ingin mencari tahu mengenai seberapa besar pengaruh berita politik di CNN terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024. Dimana pada penelitian ini variabel X akan mempengaruhi variabel lainnya dengan di dalamnya terdapat tiga indikator, yaitu:

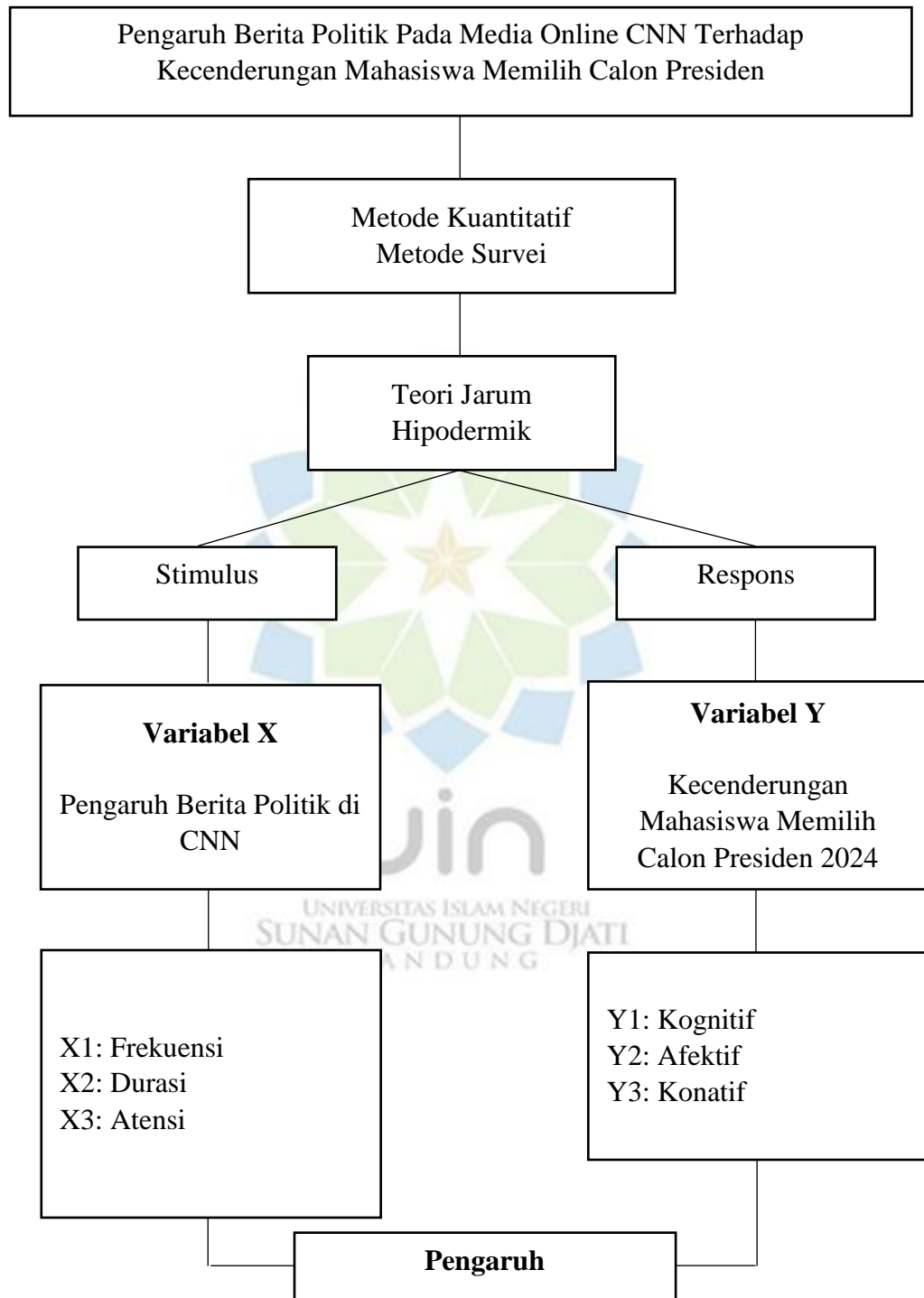
- a. Frekuensi (Seberapa sering membaca berita politik pada media *online* CNN).
- b. Durasi (Seberapa lama khalayak membaca berita politik pada media *online* CNN).
- c. Atensi (Seberapa tinggi khalayak minat berita politik pada media *online* CNN).

Dan, Variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024 yang di dalam nya terdapat empat indikator, yaitu:

- a. Kognitif, yaitu kecenderungan seseorang menambah pengetahuan berita politik calon presiden 2024 di CNN).
- b. Afektif, yaitu kecenderungan seseorang dalam minat berita politik calon presiden 2024 di CNN).
- c. Konatif, yaitu menggambarkan kecenderungan perilaku seseorang yang membaca berita politik calon presiden 2024 di CNN.



Skema kerangka pemikiran:

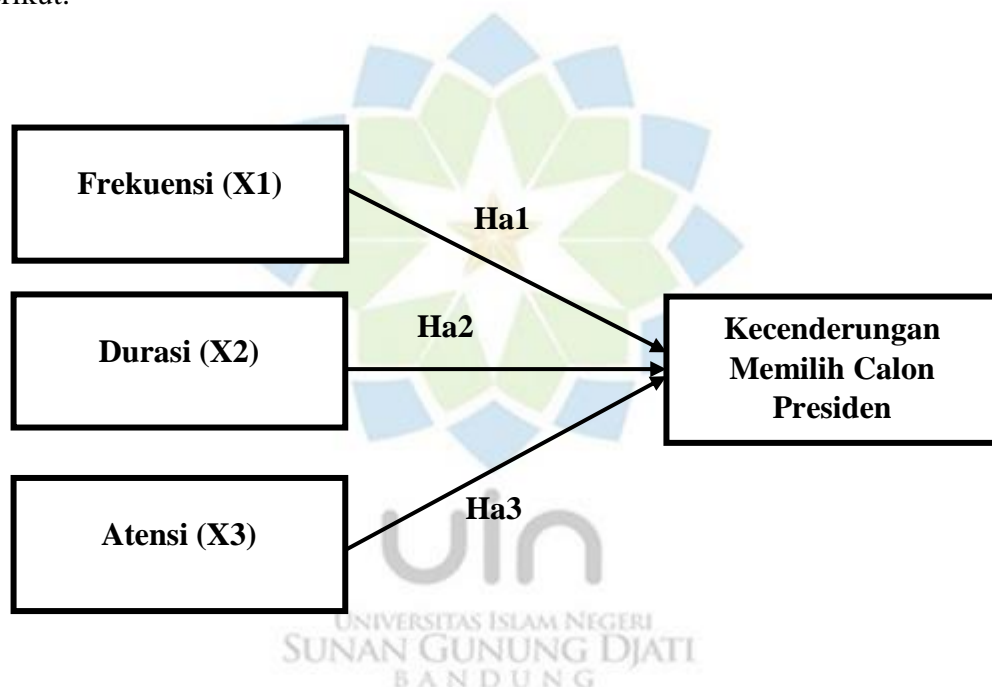


Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

1.7 Hipotesis

Pada penelitian ini berhubungan dengan sebab akibat, maka hipotesis yang tepat untuk digunakan adalah hipotesis kausalitas. Hipotesis tersebut menunjukkan mengenai hubungan dua variabel yang mana akan menjadi variabel sebab dan variabel mana yang menjadi akibat (Yusnita & Gursida, 2023: 109). Maka hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1.2 Paradigma Penelitian

1.8 Operasional Variabel

Dua jenis variabel dalam operasional variabel penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (X) atau variabel independet merupakan beberapa unsur ataupun faktor variabel yang diduga akan mempengaruhi atau menentukan

kemunculan unsur atau faktor variabel yang lainnya. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas ialah Berita politik di CNN dengan variabel bebas menggunakan simbol “X”.

b. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (Y) atau variabel dependet merupakan beberapa unsur ataupun faktor variabel yang diduga dipengaruhi atau menghasilkan sebab oleh variabel sebelumnya atau variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat ialah kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024 dengan variabel terikat menggunakan simbol “Y”.



Gambar 1.3 Hubungan Dua Variabel

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Selain variabel – variabel yang telah dijelaskan dan digunakan pada penelitian ini, perlu dijelaskan juga bahwa setiap variabel tersebut memiliki berbagai indikator yang digunakan sebagai alat pengukuran atau penentuan karakteristik tertentu dari variabel tersebut. Berikut adalah daftar indikator yang terdapat pada masing – masing variabel dalam penelitian ini.

Tabel 1.2 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Alat Ukur
Variabel Bebas (X) Pengaruh Berita Politik di CNN (X)	X1: Frekuensi	a. Pernah membaca b. Seberapa sering c. Berapa banyak d. Pencarian Berita	Skala Likert (1-5)
	X2: Durasi	a. Kedalaman mengakses b. Berapa kali mengakses c. Berapa lama mengakses	Skala Likert (1-5)
	X3: Atensi	a. Tingkat Minat terhadap berita b. Tingkat perhatian terhadap berita c. Tingkat ketertarikan terhadap berita	Skala Likert (1-5)
Variabel Terikat (Y) Kecenderungan Memilih Calon Presiden 2024	Y1: Perubahan Kognitif	a. Perubahan pada pendapat b. Pengetahuan yang bertambah c. Perubahan kepercayaan	Skala Likert (1-5)

	Y2: Perubahan Afektif	a. Sikap b. Perasaan c. Kesukaan	Skala Likert (1-5)
	Y3: Perubahan Konatif	a. Kecenderungan b. Perilaku	Skala Likert (1-5)

1.9 Langkah – Langkah Penelitian

1.9.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan diambil melalui penggunaan angket online yang akan diberikan kepada responden. Responden yang menjadi subjek penelitian ini adalah para mahasiswa yang terdapat di Universitas Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya yang terdaftar dalam jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik dan masuk pada angkatan tahun 2019. Pemilihan metode angket online sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini karena metode ini memiliki potensi untuk menghemat tenaga serta waktu yang dibutuhkan selama proses penelitian berlangsung, memberikan kemudahan kepada responden dan pengumpulan data yang akurat dan efisien.

Pemilihan Mahasiswa Universitas Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2019 karena menurut hasil pra observasi yang dilakukan terhadap 55 responden menunjukkan bahwa Mahasiswa Universitas Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2019 sebanyak 49,1% memilih media CNN sebagai media yang sering

digunakan dan sebanyak 58,2% memilih topik politik sebagai topik yang sering dicari.

1.9.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

a. Paradigma Penelitian

Kata paradigma secara etimologis berawal dari kata “para” dimana menurut bahasa Yunani diartikan dengan sebelah atau disamping dan kata “diegma” diartikan sebagai teladan, model atau arketif. Sedangkan secara etimologis istilah paradigma diartikan dengan suatu cara pandang dalam menilai dunia serta alam yang ada di sekitarnya (Salam, et al., 2020)

Menurut Robert Friedrichs yang dikutip oleh Faustyna & Rudianto (2022: 157) pengertian dari paradigma merupakan sekumpulan tata nilai yang membentuk pola pemikiran individu sebagai titik dasar memandang dan membentuk citra subjektif individu terhadap realita sehingga dapat menangani realita tersebut.

Pada penelitian ini, paradigma yang akan digunakan ialah paradigma positivisme. Menurut Wardlow (1989) yang dikutip oleh Enung Hasanah (2021: 8) positivisme di asumsikan bahwa terdapat hukum universal yang mengatur mengenai kejadian sosial sehingga peneliti memungkinkan untuk menjelaskan, memperkirakan, dan mengendalikan fenomena sosial.

Dikutip oleh Pahleviannur dkk (2022) dalam bukunya Emzir (2012), paradigma positivisme merupakan paradigma yang pada dasarnya

memadukan angka serta logika deduktif untuk merencanakan dan objektif dalam mengungkapkan suatu fenomena.

Dari penjabaran diatas, maka penelitian ini mengupayakan untuk mengungkap pemikiran kebenaran menggunakan perhitungan hingga pertimbangan dan bagaimana substansial cara berpikir berjalan.

b. Pendekatan Penelitian

Dalam rangka penelitian ini, pendekatan kuantitatif telah dipilih sebagai metode pendekatan yang dominan untuk menggali dan menganalisis data. Pendekatan ini yang sering disebut sebagai “penelitian tradisional” dikarenakan metode tersebut merupakan metode paling tua dan telah menjadi sebuah tradisi dalam dunia penelitian. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan untuk mengumpulkan data secara sistematis, menggunakan teknik – teknik statistik yang kuat untuk menganalisis data, dan memungkinkan untuk mengambil kesimpulan yang lebih objektif dan terukur.

Menurut Sugiyono (2009: 7) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang mencakup kumpulan angka dan analisis yang dilakukan dengan statistik. Sedangkan menurut Zen Amiruddin (2010: 1) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang pengumpulan data nya memakai pertanyaan terstruktur yang telah disusun sedemikian rupa.

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dominan memakai angka dimulai dari pengumpulan data, menafsirkan data dan

menyajikan hasil data. Kemudian, hasil data disajikan dengan berbagai bentuk seperti gambar, grafik, tabel dan tampilan lainnya yang representative sehingga memudahkan pembaca dalam penyampaian informasi (Gultom, Hernawaty, & Nababan, 2021: 2).

Dapat diartikan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berasal dari teori (menguji teori) kemudian menghasilkan angka di iringi dengan hasil kesimpulan apakah hasilnya dapat diterima atau ditolak dari teori yang diuji asumsinya.

Pada penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, data merupakan hal yang menjadi acuan. Data disini artinya ialah berupa angka dari hasil yang telah diukur. Oleh karena itu, statistik mempunyai keterlibatan yang amat penting dalam menganalisis jawaban dari permasalahan yang diteliti.

1.9.3 Metode Penelitian

Pada penggunaan metode penelitian kuantitatif dimaknai dengan suatu penelitian yang didasarkan oleh paradigma positivisme yang diterapkan dalam melakukan penelitian suatu populasi ataupun sampel tertentu, dalam menganalisa data menggunakan data yang memiliki sifat statistik yang bermaksud untuk mengevaluasi hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2009: 8).

Tujuan dari metodologi kuantitatif digunakan untuk menjelaskan masalah serta melahirkan kesamarataan yaitu mengenai kenyataan yang sebenarnya pada permasalahan yang terjadi pada populasi tertentu.

Pada penelitian ini menggunakan metode survei dimana data didapatkan dari para responden kemudian data tersebut dianalisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat yang membantu memecahkan masalah. Pemilihan metode ekplanasi survei digunakan karena dengan menggunakan metode tersebut penelitian ini akan lebih tertuju sesuai dengan target tujuan yang dipaparkan diatas.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian sosial biasanya menggunakan dua jenis penelitian yakni kuantitatif dan kualitatif. Pada penelitian ini memakai data yang bertitik fokuskan pada data kuantitatif yakni perolehan data atau informasi yang didapatkan di akhir dalam bentuk berupa numerik.

Untuk mendapatkan bentuk akhir angka dengan begitu data kuantitatif yang di peroleh pada penelitian akan melibatkan rumus matematika serta menggunakan sistem analisis statistik. Dalam menunjang hasil penelitian maka akan terdapat data dari berbagai sumber, berikut sumber – sumber data yang dipakai.

a. Data Primer (Primary Data)

Data primer ialah data yang didapatkan secara langsung dari objek yang telah ditetapkan dari penelitian atau sumber yang bersangkutan (Waluya, 2006: 79). Data primer pada penelitian ini didapatkan secara langsung dari responden, tanpa menggunakan perantara atau media.

Data primer penelitian ini, didapatkan melalui angket yang berisi pernyataan yang dibuat oleh peneliti kemudian didistribusikan kepada responden penelitian. Pada penelitian ini, responden yang dipilih ialah mahasiswa UIN Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2019.

b. Data Sekunder (Secondary Data)

Data sekunder ialah data atau keterangan informasi bersumber dari pihak ketiga atau pihak lain atau data primer yang dikelola oleh pihak lain atau dari tangan kedua pada umumnya dalam bentuk tabel ataupun telegram (Sugiarto, 2006: 17).

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui studi kepustakaan yaitu menelaah serta memaknai dan mengutip sumber teori dari teks tulisan baik dari buku maupun *websites* yang berkaitan dengan penelitian.

1.9.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2022: 130) populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan berkarakter yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan.

Penelitian ini melibatkan 175 populasi dari Mahasiswa UIN Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2019, terdiri dari 90 perempuan dan 84 pria dengan masing – masing terbagi dalam 4 kelas.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2022: 131) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Apabila populasi dalam jumlah besar, hal tersebut tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan populasi, misalnya karena dana serta tenaga dan waktu yang terbatas. Oleh karenanya, peneliti menggunakan sampel dari populasi yang ditetapkan.

Kemudian, menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2022: 149), salah satu acuan umum yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk merumuskan sampel, dimana yang menentukan besaran sampel berdasarkan tingkat nilai kesalahan yang digunakan, jika nilai kesalahan semakin tinggi, jumlah sampel yang digunakan akan lebih kecil (Riyanto & Hatmawan, 2020: 12). Berikut ini sampel yang digunakan mengacu kepada rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (15%)

1 = angka constant

Guna menarik sample pada populasi teknik yang digunakan ialah *non probability sampling*. *Non probability sampling* menurut Sugiyono (2022: 136) merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Secara terperinci, penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2022: 138) *Sampling Purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan sebagai sampel pada populasi ini, sebagai berikut:

1. Merupakan mahasiswa atau mahasiswi Universitas Islam Sunan Gunung Djari Bandung.
2. Merupakan mahasiswa atau mahasiswi jurusan ilmu komunikasi jurnalistik angkatan 2019.
3. Merupakan mahasiswa atau mahasiswi yang menggunakan media *online* CNN.

Jumlah populasi UIN Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2019 berjumlah 175 maka banyaknya sampel yang diperoleh melalui penerapan rumus Slovin ialah:

$$n = \frac{175}{(1 + (175 \times 0,1^2))}$$

$$n = \frac{175}{(1 + (175 \times 0,01))}$$

$$n = 63,6$$

Tabel 1.3

**Jumlah populasi Mahasiswa UIN Bandung Jurusan Ilmu Komunikasi
Jurnalistik Angkatan 2019**

Kelas	L	P	Jumlah
A	24	20	44
B	21	24	45
C	26	17	43
D	14	29	43
Jumlah	85	90	175

Pada penelitian ini, sampel dari 4 kelas dipilih secara acak dengan jumlah 175 dengan jumlah sampel setelah dibulatkan menjadi 64 orang.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009: 142), kuesioner ialah teknik mengumpulkan data yang penerapannya dengan cara diberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dibagikan kepada responden untuk dijawab. Selain itu, kuesioner cocok untuk jumlah responden yang besar dan tersebar di wilayah luas.

Penelitian ini menggunakan kuesioner skala yang merupakan kumpulan tingkatan, level, atau nilai yang menunjukkan variasi derajat suatu hal

(Taniredja & Hidayati Mustafidah, 2012: 44). Pada penelitian, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap.

Menurut Anwar Sanusi (2019: 59), skala Likert ialah skala yang berdasarkan pada berbagai jumlah sikap yang diperoleh dari para responden terhadap merespons jawaban dari pertanyaan terkait dengan sejumlah indikator pada konsep atau variabel yang diukur.

Kemudian, kuesioner yang telah disusun pertanyaan – pertanyaan akan diberikan kepada mahasiswa UIN Bandung jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2019 untuk dijadikan sampel penelitian dalam rangka mengetahui pengaruh berita politik pada media *online* CNN terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

1.9.7 Uji Validitas

Menurut Soetarlinah Sukadji dalam Lailatus Sa'adah (2019: 79), validitas merupakan derajat yang menjelaskan mengenai pengukuran tes yang menjadi keharusan untuk diukur. Dalam melakukan tes validitas tidak demikian saja terpaku terhadap tes itu sendiri, tetapi semua berhubungan dengan penggunaan subjeknya.

Sedangkan menurut Arikanto (1998) dalam Taniredja & Hidayati Mustafidah (2012: 42), pengertian dari validitas ialah pengukuran yang memperlihatkan sejumlah tingkat kevalidan atau kebenaran dari alat yang digunakan untuk mengukur konsep yang harus diukur.

Validitas mempunyai beberapa jenis diantaranya ialah validitas isi, konstruksi dan kriteria. Pada penelitian ini menggunakan validitas konstruksi. Menurut Jalaluddin Rakhmat (1984: 18) validitas konstruksi merupakan validitas yang memperlihatkan sejauh mana penggunaan suatu alat dalam mengukur konstruk teoritis tertentu yaitu keadaan yang di hipotesis kan berhubungan dengan sebab dan akibat.

Dalam menguji validitas penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Pengertian SPSS ialah program aplikasi mengukur perhitungan statistika menggunakan elektronik komputer. Kelebihan yang didapatkan dengan menggunakan program ini ialah perhitungan statistika dapat dilakukan dengan cepat mulai dari yang sederhana hingga rumit sekalipun (Sawono, 2006: 1). Adapun perhitungan secara manual yang akan digunakan menggunakan rumus Pearson Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} :Koefisien korelasi Pearson antara item instrumen yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

X :Skor item instrumen yang akan digunakan

Y :Skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

N :Jumlah responden

Dengan pengambilan keputusan uji validitas konstruksi yakni:

- Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka pertanyaan atau item atau variabel tersebut dikatakan valid.
- Jika nilai r hitung lebih rendah dari r tabel, maka pertanyaan atau item atau variabel tersebut dikatakan tidak valid.

1.9.8 Uji Realibilitas

Menurut Sudjana (2001) dalam Taniredja & Hidayati Mustafidah (2012: 43), alat realibilitas merupakan ketepatan dan ketidak berubah-an alat dalam menilai yang dinilainya. Maksudnya ketika menggunakan alat penilaian kapan pun akan berakhir dengan hasil diberikannya relatif sama.

Sedangkan, menurut Forcese dan Richer (1973) dalam Jalaluddin Rakhmat (1984:17), realibilitas artinya mempunyai sifat yang mampu untuk dipercaya. Suatu alat dapat dikatakan Realibilitas jika digunakan oleh para peneliti dan tetap menghasilkan nilai yang serupa.

Dalam menguji realibilitas pada penelitian ini memakai metode *One Shot* artinya hanya sekali mengukur dengan mengukur yang dilaksanakan dengan sekali ini, hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pertanyaan lainnya dan kemudian dapat digunakan untuk mengukur hubungan antara jawaban dengan pertanyaan.

Pada penelitian ini, untuk mengukur realibilitas memakai SPSS adapun perhitungan manual yang umumnya sering digunakan pada penelitian

menggunakan koefisien *Alpha* dari *Cronbach* (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019: 188), yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir/item

V_t^2 : varian total

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,60. Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, variabel tersebut dinyatakan reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60, variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

1.9.9 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022: 226) analisis data merupakan suatu kekuatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data yang diterapkan pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten (Gunawan, 2019: 118) . Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah ukuran yang diterapkan untuk mencari tahu data yang didapatkan ber distribusi normal atau tidak sehingga dapat dipergunakan pada pengukuran statistik dengan arti kata data yang telah didapatkan dari populasi memiliki distribusi normal atau tidak (Sutha, 2019: 75).

Dalam melakukan pengujian uji normalitas penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan bantuan SPSS. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk mencari tahu penyebaran data secara acak dan spesifik pada populasi (Wahjusaputri & Purwanto, 2022: 215). Dengan dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan, yakni:

- Jika nilai Signifikansi lebih besar dari 0,05, maka nilai residual terdistribusi normal.
- Jika nilai Signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka nilai residual tidak terdistribusi normal.

2) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, untuk menguji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai VID masing – masing – masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 dan nilai tollerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas (Hutasuhut, Halim, & Syamsuri, 2023: 108).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas dilakukan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi telah terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi hereskedastitas (Hutasuhut, Halim, & Syamsuri, 2023: 109).

Dalam menguji apakah penelitian ini telah terjadi heteroskedastitas yaitu dengan menggunakan Uji Gleser. Dengan dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan, yakni:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedestisitas.

b. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda mempunyai tujuan mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y). Dalam regresi linear berganda, penggunaan variabel independen minimal 2 variabel. Model regresi yang baik, harus lolos dalam pengujian asumsi klasik.

Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda dilakukan guna mencari tahu pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Frekuensi (X1), Durasi (X2), serta Atensi (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024, yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat atau variabel response.

X = Variabel bebas atau variabel predictor.

α = Konstanta.

β = Slope atau Koefisien estimate.

c. Analisis Koefisien Korelasi

Tujuan dari uji korelasi Pearson Produk Moment ialah untuk menemukan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila bentuknya interval atau ratio (Sugiyono, 2017). Dengan melakukan uji korelasi dapat mengungkap fakta bahwa apakah terdapat hubungan atau

tidaknya dua variabel, arah hubungan yang positif atau negatif, serta keeratan hubungan dua variabel.

Syarat untuk melakukan uji korelasi *Pearson product moment* data berdistribusi normal dan linear serta sampel yang dipilih harus secara random atau acak. Untuk menguji korelasi *Pearson product moment* akan menggunakan bantuan SPSS. Adapun rumus manual yang digunakan, yakni:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum (X)^2 - (\sum X)^2)(n \sum (Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
 n = Jumlah data
 $\sum X$ = Jumlah skor Variabel X
 $\sum Y$ = Jumlah skor Variabel Y

Dengan dasar pengambilan keputusan yakni:

- Jika nilai signifikansi < 0,05 maka berkorelasi.
- Jika nilai Signifikansi < 0,05 maka tidak berkorelasi.

Pedoman derajat berhubungan, yakni:

- Nilai *Pearson Correlation* 0,00 s/d 0,20 = tidak ada korelasi
- Nilai *Pearson Correlation* 0,21 s/d 0,40 = korelasi lemah
- Nilai *Pearson Correlation* 0,41 s/d 0,60 = korelasi sedang

- Nilai *Pearson Correlation* 0,61 s/d 0,80 = korelasi kuat
- Nilai *Pearson Correlation* 0,81 s/d 1,00 = korelasi sempurna

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung seberapa besar hubungan perubahan antara dua variabel yang akan diikuti oleh variabel terikat pada tingkat yang sama (Darma, 2021: 53). Uji R^2 dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisarannya antara $0 < R^2 < 1$. Dengan dasar pengambilan keputusan pengujiannya, yakni:

- Apabila nilai R^2 mendekati 0, maka telah menunjukkan pengaruh yang kecil.
- Apabila nilai R^2 mendekati 1, maka telah menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

e. Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk menunjukkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dengan membandingkan t hitung $<$ t tabel (Hatuwe, 2022: 69). Pada uji T penelitian ini akan menggunakan bantuan SPSS. Adapun hipotesis yang digunakan pada penelitian ini antara variabel bebas dan variabel terikat, yakni sebagai berikut:

1. Frekuensi

Ha1 = Frekuensi berita politik pada media *online* CNN secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

H01= Frekuensi berita politik pada media *online* CNN secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

2. Durasi

Ha2= Durasi berita politik pada media *online* CNN secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

H01 = Durasi berita politik pada media *online* CNN secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

3. Atensi

Ha3= Atensi berita politik pada media *online* CNN secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

H03 = Atensi berita politik pada media *online* CNN secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

Dengan dasar pengambilan keputusan penerimaan hipotesis berdasarkan Nilai Signifikasinya, yakni:

- H_0 ditolak bila $\text{sig.} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$
- H_0 diterima bila $\text{sig.} \leq 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Dengan dasar pengambilan keputusan penerimaan hipotesis berdasarkan perbandingan Nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , yakni:

- Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka variabel independen (bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) atau H_a diterima dan H_0 ditolak.
- Jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka variabel independen (bebas) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) atau H_a ditolak dan H_0 diterima.

f. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh stimulan (bersama – sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Adapun hipotesis dalam penelitian ini antara variabel independen dan variabel dependen, sebagai berikut:

H_a = Frekuensi, Durasi, dan Atensi secara stimulan berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

H_0 = Frekuensi, Durasi, dan Atensi secara stimulan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa memilih calon presiden 2024.

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji F apakah hipotesis diterima atau tidak, ialah sebagai berikut:

- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

