

PENGARUH TERPAAN BERITA SUAP PILKADA DI TELEVISI TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA TENTANG PEMILU

(Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Pemberitaan Suap PILKADA Terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut Tentang Pemilu)

Oleh :

Euis Depi

Pendahuluan

Di zaman yang serba modern ini, perubahan dapat terjadi dalam waktu yang begitu cepat sehingga membuat informasi begitu penting bagi individu atau masyarakat. Keunggulan dari media massa ialah dapat menyampaikan informasi secara cepat. Media massa memungkinkan pesan yang disampaikan kepada banyak orang dalam waktu yang cepat dan dalam waktu yang sama media massa dapat membuat khalayak secara cepat menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan (Effendy, 2002:52).

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang bisa menyampaikan informasi dalam satu waktu secara bersamaan. Televisi sudah menjadi alat pemenuhan kebutuhan bagi khalayak untuk mendapatkan informasi yang cepat dan tepat, baik itu informasi tentang isu politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Daya tarik utama televisi terletak pada kemampuannya menghasilkan paduan

gambar dan suara sekaligus. Dengan potensi audio visual tersebut, apapun yang disajikan televisi menjadi lebih hidup dan tampak realistis. Apalagi dalam deretan media informasi, televisi memiliki daya penetrasi jauh lebih besar daripada media lainnya.

Berdasarkan survey Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia pada tahun 2017, penetrasi Televisi 96% disusul dengan media luar ruang 53%, Internet 44%, Radio 37%, Koran 7%, Tabloit dan Majalah 3%.¹. Televisi sebagai media dengan penetrasi paling tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia menjadikan Televisi sebagai media yang paling banyak diakses.

Tahun 2018 bisa dikatakan sebagai tahun politik bagi bangsa Indonesia, pasalnya ditahun inilah diselenggarakan

¹www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html diakses pada 1 Mei 2018 pukul 15.00



pemilihan kepala daerah (PILKADA) serentak yang akan di gelar di 171 daerah yang terdiri dari 17 Provinsi, 39 kota dan 115 Kabupaten.² Pemilihan kepala daerah (PILKADA) serentak merupakan pemilihan kepala daerah (baik itu tingkat Provinsi maupun tingkat Kabupaten dan Kota) dalam lingkup wilayah atau kawasan tertentu yang dilakukan secara serentak/dalam waktu yang bersamaan.

Badan pengawas pemilu (BANWASLU) mengungkapkan terdapat 35 kasus dugaan pelanggaran politik uang pada PILKADA serentak tahun 2018. Sulawesi Selatan menjadi daerah terbanyak ditemukannya politik uang dengan jumlah 8 kasus, Sumatera Utara dan Lampung menempati posisi kedua yang tertinggi ditemukannya dugaan pelanggaran terkait menjanjikan atau memberikan uang yakni 7 kasus, Jawa Tengah terdapat 5 kasus, Sulawesi Barat dan Banten 2 Kasus, Sulawesi Utara, Bangka Belitung, Jawa Timur dan Jawa Barat masing-masing 1 Kasus.³

Munculnya kasus suap PILKADA di media massa dapat menimbulkan tingkat kepercayaan yang menurun pada

masyarakat dan dapat membentuk persepsi tentang pemilu, dimana harusnya penyelenggaraan bersih dan bebas dari maraknya politik uang

Identifikasi masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar Pengaruh Frekuensi Pemberitaan Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa FIKOM Universitas Garut Tentang PEMILU?
2. Seberapa besar Pengaruh Isi Pesan Pemberitaan Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa FIKOM Universitas Garut Tentang PEMILU?
3. Seberapa besar Pengaruh Daya Tarik Pesan Pemberitaan Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa FIKOM Universitas Garut Tentang PEMILU?

Kegunaan Penelitian Atau Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
Memberikan sumbangan untuk pengembangan Ilmu Komunikasi

² (<https://m.detik.com/news/berita/d-3479819/ini-171-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-27-juni-2018> diakses pada 19 Maret 2018 pukul 12.01).

³ (<https://m.detik.com/news/berita/4086704/bawaslu-temukan-35-kasus-dugaan-politik-uang-di-pilkada-2018> diakses pada 27 Juli 2018 pukul 21.00)



dan Referensi bagi penelitian berikutnya, terutama dalam meneliti pengaruh terpaan media massa terhadap persepsi masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi khalayak yang berhubungan dengan pemilihan umum serta sebagai bahan masukan bagi komisi penyelenggaraan umum selaku penyelenggara PEMILU

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Untuk menjawab masalah pokok penelitian, maka dapat dijelaskan konsep dan variabel di dalam kerangka teori yang mengacu pada teori yang relevan sebagai berikut :

Komunikasi Massa

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa, komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication*, disingkat dari

mass media communication (komunikasi media massa). Komunikasi massa merupakan sebuah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dimana khalayak tersebut bersifat luas, heterogen, tersebar dan anonim. Pesan yang disampaikan diterima oleh khalayak secara serentak (Ardianto & Erdinaya, 2004:31)

Terpaan Tayangan Televisi

Penelitian terpaan tayangan media televisi yakni penelitian yang berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan maupun durasi penggunaan. Penulis merumuskan turunan variabel tayangan, yaitu :

1. Intensitas Tayangan

Intensitas tayangan, yaitu jumlah keseluruhan waktu yang digunakan oleh khalayak dalam program acara di media massa. Dalam intensitas terdapat frekuensi dan durasi (Ardianto, 2007: 168). Dari pengertian tersebut maka penulis menurunkan subvariabel menjadi dua indikator yaitu:

a. Frekuensi Menonton Tayangan

Frekuensi yaitu seberapa sering khalayak menonton suatu program televisi (berapa kali dalam seminggu) atau



seberapa sering khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap bulannya.

b. Durasi Menonton Tayangan

Durasi yaitu berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap penayangannya.

2. Isi Pesan Tayangan

Isi pesan adalah suatu komponen proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa atau lambang lainnya disampaikan kepada orang lain. Isi pesan menurut DR. Sasa Djuasa Sendjaya didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur cerita, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh (narasumber) dan tema aktual dan kontekstual (Kuswandi, 2008: 121). Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti merumuskan indikator isi pesan yaitu :

a. Struktur Pesan (Message Structure)

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Struktur pesan terfokus pada tiga topik, yaitu (Tan, 1981: 135-136):

b. Gaya Pesan (Message Style)

Gaya pesan adalah mengolah bahasa demi terciptanya gaya dalam upaya menjelaskan isi pesan demi tercapainya efektifitas komunikasi (Tan, 1981:135).

Gaya pesan dimaksudkan agar pesan yang disampaikan komunikator dapat dipahami oleh komunikan.

c. Daya Tarik pesan (Message Appeals)

Daya tarik pesan yaitu meyakinkan khalayak melalui pendekatan rasional dengan memberi bukti empiris dan logika atau pendekatan emosional untuk menarik emosi atau perasaan khalayak dalam suasana menyenangkan. Daya tarik pesan mengacu ada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (rational and emotional appeals).

Definisi Berita

Berita merupakan laporan (baik yang tertulis ataupun yang lisan) yang memiliki unsur penting berupa fakta atau opini akurat yang mempunyai *news value* yaitu ketepatan waktu, menarik, dan mempunyai nilai kepentingan bagi masyarakat. Berita juga dibagi menjadi beberapa bentuk. Umumnya berita dibagi menjadi 3 bentuk yaitu *hardnews*, *softnews*, dan *feature*. *Hardnews* merupakan berita yang berisi tentang informasi terbaru dan disusun berdasarkan urutan yang paling penting. *Softnews* merupakan berita yang berisi informasi ringan, ditulis dengan penceritaan yang kreatif, subyektif, dan bertujuan untuk menyampaikan informasi dan hiburan



kepada audiens. Sedangkan *feature* sama halnya seperti *softnews*, namun dibawakan dengan informasi yang lebih mendalam dan menatanya kedalam suatu cerita yang menarik dan logis sehingga dapat menyentuh perasaan audiens (Ishwara,2005:59).

Salah satu bagian penting dari penelitian ini adalah berita dari media massa yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, pemberitaan berita suap PILKADA termasuk berita lugas (*hardnews*) dan memiliki unsure penting yang tidak dapat digolongkan menjadi *soft news* atau *feature* karena tidak dimaksudkan untuk menghibur audiens.

Definisi Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyajian baik (decoding) dalam proses komunikasi (Mulyana,2009:180). Desiranto dalam buku Psikologi Komunikasi menyampaikan bahwa persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga

atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Rakhmat, 2013:50)

1. Tahap Sensasi

Sensasi berasal dari kata *sense* yang artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organism dengan lingkungannya. Menurut Wolman, sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera (Rakhmat 2013:48).

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapam. Reseptor inderawi mata, telinga, kulit, dan otot, hidung dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar

2. Tahap Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Atensi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yaitu faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya), dan faktor sosial-budaya (gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan sebagainya),



serta faktor psikologis termasuk kemauan, keinginan, motivasi, dan sebagainya (Mulyana, 2009:181)

3. Tahap Memori

Schlessinger dan Groves mengartikan memori sebagai system yang sangat berstruktur, yang menyebabkan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya (Rakhmat 2013:61)

Mussen dan Rosenwig menjelaskan secara singkat bahwa memori akan melewati tiga proses yaitu: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor dan sirkit saraf internal. Penyimpanan (*storage*), proses yang kedua adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan dimana. Pemanggilan (*retrieval*) disebut juga pemanggilan sehari-hari yaitu menggunakan informasi yang disimpan (Rakhmat 2013:62)

Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Utama

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Suap PILKADA Di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Pemilu*

2. Sub Hipotesis

1. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Frekuensi Tayangan Berita Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa* ”. Hipotesis tersebut berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel X1 dengan variabel terikat.
2. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Isi Pesan Tayangan Berita Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa* ”. Hipotesis tersebut berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel X2 dengan variabel terikat.
3. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Daya Tarik Pesan Tayangan Berita Suap PILKADA di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa* ”. Hipotesis tersebut berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel X3 dengan variabel terikat.



Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma dengan satu 3 variabel independen (X1, X2, X3) dan satu dependen (Y)

X1 —————→ Y

X2 —————→ Y

X3 —————→ Y

OPERASIONALISASI KONSEP

Variabel penelitian adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Suatu variabel adalah konsep tingkat rendah, yang acuan – acuannya secara relative lebih mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah diklasifikasi, diurut atau diukur (Mayer dalam Kriyantono, 2012:20).

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjelaskan variabel yang lain. Kriyantono (2012)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Terpaan Suap PILKADA di Televisi (X)

2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh independen Kriyantono (2012)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah persepsi Mahasiswa (Y). Dalam penelitian ini, di cari kaitan dan hubungannya adalah “Pengaruh Terpaan Berita Suap PILKADA Di Televisi“ variabel bebas (X), Terhadap Persepsi Mahasiswa FIKOM Universitas Garut Tentang PEMILU (Y).

METODELOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas : Objek /Subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono dalam kiriyantono, 2012 :153). Jumlah target populasi dalam penelitian ini adalah 343 yang menjadi target populasi ini adalah mahasiswa Fikom yang masih aktif angkatan 2015 - 2017 atau semester 3,5, dan 7 yang jumlahnya 343 mahasiswa, hal ini dipilih karena mahasiswa FIKOM dianggap lebih peka terhadap berita.

Sampel dan Penarikan Teknik Sampling.



Pengertian sampel menurut Sugiyono (2010:81) adalah sebagai berikut :“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Purpousive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:218). Adapun kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut yang Pernah melihat dan memperhatikan tayangan berita suap PILKADA di Televisi.

Populasi (N) 343 dengan tingkat kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah

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

$$n = \frac{343}{1 + 343(0,1)^2}$$

$$n = \frac{343}{1 + 3,43}$$

$$n = \frac{343}{4,43}$$

$$n = 77,42$$

$$n = 77$$

Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak

terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

1. Uji F (Pengujian secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh *current ratio*, *total assets turn over*, *return on assets* terhadap keputusan investasi aktiva tetap secara simultan. Menurut Sugiyono (2010:257) rumus pengujian adalah :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 : Koefisien determinasi

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah data atau khusus

2. Uji T (Pengujian secara Parsial)



Uji T adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdapat didalam model secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Uji T dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh *current ratio*, *debt ratio*, *total assets turn over*, *return on assets* terhadap keputusan investasi aktiva tetap secara parsial menurut sugiyono (2010:257) rumus pengujian adalah :

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{(n \sum D^2 - (\sum D)^2) / (N - 1)}}$$

Keterangan :

D : *Different/* selisih kelompok
post test- pre test

N : Jumlah subjek

3. Penetapan tingkat signifikansi

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 0$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Dalam ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0.05 sudah lazim digunakan karena

dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar-variabel yang diteliti.

4. Penarikan kesimpulan

Dari hipotesis-hipotesis yang didapat tadi, maka ditarik kesimpulan apakah variabel-variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat, dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dalam hal ini ditunjukkan dengan penolakan (H_0) atau penerimaan hipotesis alternatif (H_a).

Teknis Analisis Data.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari objek penelitian perorangan maupun organisasi. Sumber data primer adalah kuesioner, yaitu pengumpulan data melalui data terstruktur, mencakup pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan dibagikan kepada responden untuk mengetahui tanggapannya mengenai seberapa besar pengaruh terpaan berita



suap PILKADA terhadap persepsi mahasiswa. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner berstruktur (tertutup), yaitu daftar pertanyaan ditulis dengan jawaban yang sudah disediakan oleh penulis.

2. Data Sekunder

Penulis juga membutuhkan data sekunder sebagai pendukung penelitian ini, data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian melainkan data yang bersumber dari studi pustaka yang diperoleh melalui buku-buku, jurnal, dokumen, artikel dan situs internet untuk memperkuat kerangka pemikiran dan menganalisis data.

GAMBARAN UMUM

Gambaran Universitas Garut Fakultas Ilmu Komunikasi.

Keberadaan Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Garut tidak terlepas dari sejarah cita-cita pendiri dan para pembina perguruan tinggi swasta di Kabupaten Garut dalam menanggapi aspirasi masyarakat, khususnya masyarakat Kota Garut itu sendiri, guna memenuhi kebutuhan hadirnya lembaga pendidikan tinggi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Garut berdiri.

Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Garut berdiri pada tanggal 29 Juni 2007 melalui surat Keputusan Nomor 1580/D/T/2007 perihal izin penyelenggaraan program-program studi jenjang Strata 1 (S-1), yaitu program studi Public Relation dan Jurnalistik.

VISI FIKOM UNIGA

Menjadikan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut sebagai pusat unggulan dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengembangan ilmu komunikasi dengan kurikulum berbasis kompetensi, sehingga menghasilkan lulusan yang ahli dan terampil serta berdaya saing tinggi, baik di tingkat lokal maupun nasional dalam konteks global.

MISI FIKOM UNIGA

Untuk mewujudkan cita-cita luhur dan Visi diatas, maka FIKOM UNIGA memiliki misi : Menyelenggarakan pendidikan tinggi ilmu komunikasi yang berkualitas dan akuntabel dengan kurikulum berbasis kompetensi yang menjunjung tinggi nilai Agama dan nilai budaya secara kompherensip. Membekali mahasiswa agar memiliki pengetahuan tentang perancangan, penyusunan dan pengelolaan media komunikasi secara terintegrasi



melaksanakan pengabdian pada Masyarakat melalui keilmuan Ilmu komunikasi.

Fikom Uniga memiliki mahasiswa aktif angkatan 2015 – 2017 sebanyak 343 mahasiswa. Jumlah mahasiswa Fikom dapat digambarkan pada tabel-tabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Pengambilan jumlah sampel mahasiswa Fakultas ilmu komunikasi angkatan 2015-2017

Angkatan	Banyak	Sampel tiap angkatan
2015 (semester 7)	103 orang	23 orang
2016 (semester 5)	131 orang	29 orang
2017 (semester 3)	109 orang	25 orang
Jumlah	343 Orang	77 orang

Sumber: BAA FIKOM UNIGA September 2018

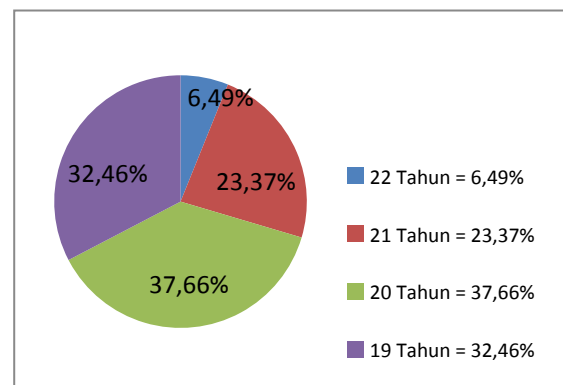
Tabel 3.2 merupakan data jumlah mahasiswa aktif mahasiswa Fikom UNIGA dimulai dari angkatan 2015 sampai dengan angkatan 2017. Berdasarkan tabel tersebut dapat disebutkan bahwa jumlah angkatan mahasiswa yang aktif dari total data

populasi keseluruhan yang dapat diambil adalah 343 mahasiswa.

DATA dan PENGUJIAN HIPOTESIS

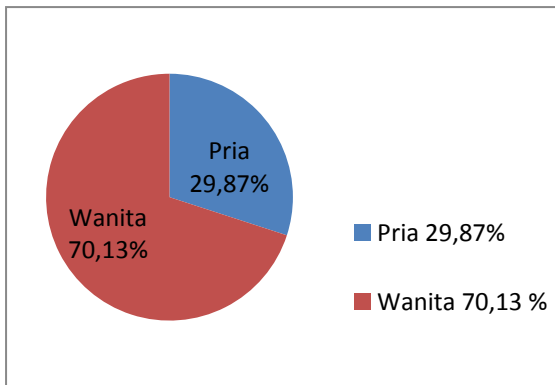
Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 77 orang, yang merupakan Mahasiswa Universitas Garut Fakultas ilmu komunikasi, dengan tingkat kepekaan terhadap berbagai macam berita khususnya berita suap PILKADA. Gambaran umum dari responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

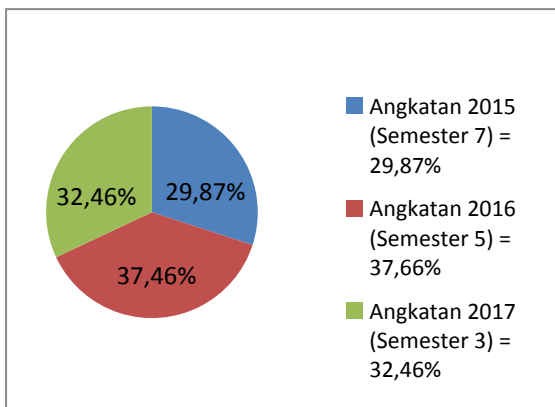


Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

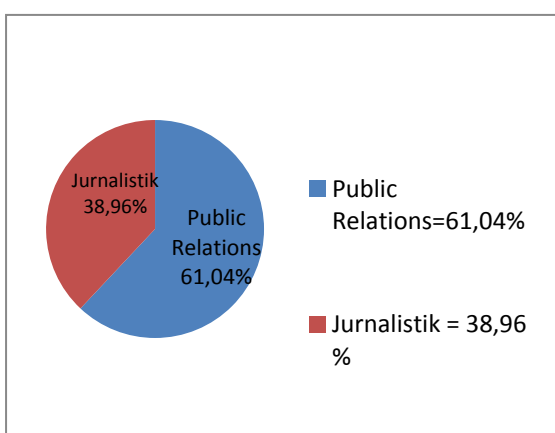




Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan



Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan



Deskripsi Penelitian Tiap Variabel

Peneliti melakukan pengukuran dengan menggunakan angket yang terdiri dari 18 item pertanyaan yang masing-masing disertai 5 alternatif jawaban yang harus dipilih. Berdasarkan jawaban angket dari masing-masing responden tersebut kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan persentase (%) melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Kumulatif nilai adalah jumlah nilai dari setiap item pertanyaan yang merupakan rekap jawaban dari 77 responden
2. Persentasi kumulatif nilai item dibagi frekuensi nilai dikaitkan dengan 100%
3. Jumlah responden adalah sebanyak 77 orang dan skala pengukuran adalah 5
4. Untuk kumulatif nilai terkecil adalah $77 \times 1 = 77$ (20%) dan kumulatif nilai terbesar adalah $77 \times 5 = 385$ (100%), maka kriteria interpretasi skornya adalah sebagai berikut:



Tabel 4.1
Kriteria Penilaian

Skor	Kriteria Penilaian
325 – 387	Sangat Setuju/Sangat sering
263 – 324	Beberapa Setuju /Sering
201 – 262	Cukup Setuju/kadang-kadang
139 – 200	Beberapa Tidak Setuju/Jarang
77 – 138	Sangat Tidak setuju/tidak pernah

Tabel 4.5

Rekapitulasi variabel Dimensi Frekuensi Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)

No	Item	Skor Total	Kriteria
1	Saya menonton televisi lebih dari empat jam setiap harinya	320	Sering
2	Saya mengetahui pemberitaan kasus suap PILKADA di Televisi	338	Sangat Setuju
3	Saya melihat pemberitaan kasus suap PILKADA di Televisi lebih dari 3 kali	297	Beberapa Setuju
	Skor Nilai Pernyataan Dimensi	955	

	Frekuensi Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)		
	Skor Rata-Rata Pernyataan Dimensi Frekuensi Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)	318,3	Beberapa Setuju

Sumber : Data Primer (Pernyataan 1-3)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penilaian responden secara dimensi frekuensi Terpaan Berita Suap PILKADA di Televisi (X), skor tertinggi dari seluruh item pernyataan 338 dengan kriteria penilaian sangat setuju, serta skor terendah adalah 297 dengan kriteria beberapa setuju. Menurut rata-rata skor jawaban responden adalah beberapa setuju artinya secara keseluruhan penilaian terpaan media dimensi frekuensi tayangan berita suap PILKADA dinilai beberapa setuju. Skor tertinggi terdapat pada indikator frekuensi dengan item pernyataan Saya mengetahui pemberitaan kasus suap PILKADA di Televisi, hal ini disebabkan banyaknya kasus suap yang terjadi di tahun 2018 sebagai tahun politik dan banyaknya pemberitaan mengenai kasus suap PILKADA di Televisi.



Tabel 4.9

**Rekapitulasi variabel Dimensi Isi Pesan
Terpaan Berita suap PILKADA di
Televisi (X)**

No	Item	Skor Total	Kriteria
4	Saya memahami isi pesan pemberitaan suap PILKADA di televise	343	Sangat Setuju
5	Saya terpengaruh dengan pemberitaan kasus suap PILKADA di Televisi	344	Sangat Setuju
6	Saya mengikuti perkembangan tayangan pemberitaan kasus suap PILKADA di Televisi	326	Sangat Sering
	Skor Nilai Pernyataan Dimensi Isi Pesan Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)	1013	
	Skor Rata-Rata Pernyataan Dimensi Isi Pesan Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)	337,6	Sangat Setuju

Sumber : Data Primer (Pernyataan 4-6)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penilaian responden secara dimensi isi pesan Terpaan Berita Suap PILKADA di Televisi (X), skor tertinggi dari seluruh item pernyataan 344 dengan kriteria penilaian sangat setuju, serta skor terendah adalah 326 dengan kriteria sangat

setuju. Menurut rata-rata skor jawaban responden adalah sangat setuju artinya secara keseluruhan penilaian terpaan media dimensi isi pesan tayangan berita suap PILKADA dinilai sangat setuju. Skor tertinggi terdapat pada indikator dengan item pernyataan Saya terpengaruh dengan pemberitaan kasus suap PILKADA di Televisi, hal ini disebabkan pesan yang disampaikan televisi yang bersifat audio visual sehingga mudah untuk dipahami dan dapat memberikan pengaruh bagi yang menontonnya.

Tabel 4.13

**Rekapitulasi variabel Dimensi Daya
Tarik Pesan Terpaan Berita suap
PILKADA di Televisi (X)**

No	Item	Skor Total	Kriteria
7	Saya tertarik dengan penyampaian pemberitaan suap PILKADA	336	Sangat Setuju
8	Saya mengamati pemberitaan kasus suap PILKADA	325	Sangat Setuju
9	Saya melihat tayangan berita kasus suap PILKADA sampai selesai	336	Sangat Setuju
	Skor Nilai Pernyataan Dimensi Daya Tarik Pesan Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)	997	
	Skor Rata-Rata	332,6	Sangat



	Pernyataan Dimensi Daya Tarik Pesan Terpaan Berita suap PILKADA di Televisi (X)		Setuju
--	--	--	--------

Sumber : Data Primer (Pernyataan 7-9)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penilaian responden secara dimensi daya tarik pesan Terpaan Berita Suap PILKADA di Televisi (X), skor tertinggi dari seluruh item pernyataan 336 dengan kriteria penilaian sangat setuju, serta skor terendah adalah 325 dengan kriteria sangat setuju. Menurut rata-rata skor jawaban responden adalah sangat setuju artinya secara keseluruhan penilaian terpaan media dimensi daya tarik pesan tayangan berita suap PILKADA dinilai sangat setuju. Skor tertinggi terdapat pada indikator dengan item pernyataan Saya melihat tayangan berita kasus suap PILKADA sampai selesai, hal ini disebabkan informasi yang disampaikan melalui media televisi terkait pemberitaan kasus suap PILKADA menarik untuk disimak dan informasi tersebut dibutuhkan oleh responden sebagai asupan informasi mengenai isu yang sedang berkembang dan menyedot perhatian publik.

Tabel 4.23
Rekapitulasi variabel Y Persepsi Mahasiswa

No	Item	Skor Total	Kriteria
10	Saya bisa melihat tayangan berita suap PILKADA di Televisi dengan jelas	302	Beberapa Setuju
11	Saya bisa mendengar narasi atau <i>voice over</i> tayangan berita suap PILKADA di Televisi dengan jelas	328	Sangat Setuju
12	Tampilan antara gambar dan voice over tayangan berita suap PILKADA sudah sesuai	293	Sangat Setuju
13	Gambar tayangan berita suap PILKADA di televisi menarik perhatian	315	Beberapa Setuju
14	Saya memperhatikan tayangan berita suap PILKADA di televise	290	Beberapa Setuju
15	Penulisan chargen topic berita menarik perhatian	302	Beberapa Setuju
16	Televisi memberikan informasi yang lengkap mengenai pemberitaan kasus suap PILKADA	300	Beberapa Setuju
17	Pemberitaan kasus suap PILKADA di televisi sesuai dengan kejadian nyata	277	Beberapa Setuju
18	Pemberitaan kasus suap PILKADA di televisi tidak berlebihan	272	Beberapa Setuju
	Skor Nilai	2683	



	Pernyataan Dimensi Persepsi Mahasiswa tentang Pemilu (Y)		
	Skor Rata-Rata Pernyataan Persepsi Mahasiswa tentang Pemilu (Y)	298,1	Beberapa Setuju

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penilaian responden secara dimensi persepsi mahasiswa tentang pemilu (Y), baik sensasi, atensi dan intrepertasi, skor tertinggi dari seluruh item pernyataan 328 dengan kriteria penilaian sangat setuju, serta skor terendah adalah 272 dengan kriteria beberapa setuju. Menurut rata-rata skor jawaban responden adalah beberapa setuju artinya secara keseluruhan penilaian persepsi yaitu sensasi, atensi dan intrepertasi dinilai setuju. Skor tertinggi terdapat pada indikator sensasi dengan item pernyataan saya bisa mendengar narasi atau voice over tayangan berita suap PILKADA di Televisi dengan jelas, hal ini disebabkan pemberitaan kasus suap PILKADA di siarkan diberbagai televisi nasional seperti Metro tv, SCTV, dan RCTI sehingga dari segi kualitas penyajian suara narasi atau voice over dapat didengar dengan baik dan jelas oleh responden.

Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1 Analisis Terpaan Berita Suap PILKADA Di Televisi (X) terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Pemilu (Y) Regression

a. Variabel : Terpaan Berita

$R = 0,397$ $R \text{ Square} = 0,158$

$\text{Adjusted R square} = 0,283$

$F_{\text{hitung}} = 14.022$

$\text{Sig. F} = ,000^b$ $\alpha = 0,05$ $F \text{ Tabel} = 3,12$

Jumlah data = 77 Responden (data primer diolah 2018)

Hasil pengolahan dan komputerisasi menunjukkan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 19,488 + ,399 (X)$$

b. Persamaan regresi tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan analisis pengaruh Terpaan berita suap PILKADA di televisi (X) terhadap Persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan X terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R square pada Tabel Model Summary sebesar 0,518, artinya besar kontribusi/pengaruh X terhadap Y = 15,8% dan sisanya 84,2 % dipengaruhi



oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi.

4.4.2 Analisis Terpaan frekuensi (X1) tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi (Y) mahasiswa tentang pemilu Regression

a. Kontrol Variable: Frekuensi

R= 0,417 R Square = 0,174

Adjusted R square = 0,140

F hitung = 5.132

Sig. F =,003^b α = 0,05 F Tabel = 3,12

Jumlah data = 77 Responden (data primer diolah 2018)

Hasil pengolahan dan komputerisasi menunjukkan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 18,944 + ,261 + ,327 + ,646 (X)$$

b. Persamaan regresi tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan analisis pengaruh frekuensi pemberitaan suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan X1 terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R

square pada Tabel Model Summary sebesar 0,174, artinya besar kontribusi/pengaruh X1 terhadap Y = 17,4% dan sisanya 82,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi.

4.4.3 Analisis Terpaan Isi pesan (X2) tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi (Y) mahasiswa tentang pemilu Regression

a. Kontrol Variable: Isi pesan

R= 0,417 R Square = 0,174

Adjusted R square = 0,140

F hitung = 5.132

Sig. F =,003^b α = 0,05 F Tabel = 3,12

Jumlah data = 77 Responden (data primer diolah 2018)

Hasil pengolahan dan komputerisasi menunjukkan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 18,944 + ,261 + ,327 + ,646 (X)$$

b. Persamaan regresi tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan analisis pengaruh frekuensi pemberitaan suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat



pengaruh secara signifikan X2 terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R square pada Tabel Model Summary sebesar 0,174, artinya besar kontribusi/pengaruh X2 terhadap Y = 17,4% dan sisanya 82,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi.

4.4.4 Analisis Terpaan Daya tarik pesan (X3) tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi (Y) mahasiswa tentang pemilu

Regression

a. Kontrol Variable: daya tarik pesan

R= 0,417 R Square = 0,174

Adjusted R square = 0,140

F hitung = 5.132

Sig. F = ,003^b $\alpha = 0,05$ F Tabel = 3,12

Jumlah data = 77 Responden (data primer diolah 2018)

Hasil pengolahan dan komputerisasi menunjukkan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 18,944 + ,261 + ,327 + ,646 (X)$$

b. Persamaan regresi tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan analisis pengaruh frekuensi pemberitaan suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan X3 terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R square pada Tabel Model Summary sebesar 0,174, artinya besar kontribusi/pengaruh X3 terhadap Y = 17,4% dan sisanya 82,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi.

KESIMPULAN

1. Hasil pengujian Terpaan Berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi menunjukkan bahwa, terpaan berita suap PILKADA berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa. Semakin meningkat terpaan berita suap PILKADA di Televisi maka persepsi mahasiswa semakin meningkat, jelas bahwa berita suap PILKADA di Televisi ini cukup menyita perhatian publik, karena di tahun 2018 sebagai tahun politik diadakannya PILKADA serentak serta banyaknya kasus yang ditemukan



terkait pelanggaran PILKADA salah satunya *kasus money politic*, tentu hal inipun meningkatnya persepsi dimasyarakat dan membentuk berbagai opini tentang PEMILU.

Berdasarkan analisis pengaruh frekuensi tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap Persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan X_1 (frekuensi) terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R square pada Tabel Model Summary sebesar 0,174, artinya besar kontribusi/pengaruh X_1 terhadap $Y = 17,4\%$ hal ini tetntu sejalan dengan teori efek kultivasi dimana teori ini menyatakan bahwa pengaruh televisi bersifat terbatas dan sisanya 83,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi. Karena F-hitung lebih dari F-Tabel yaitu $5,132 > 3,12$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan frekuensi tayangan berita suap PILKADA di

televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu.

2. Berdasarkan analisis pengaruh Isi Pesan tayangan berita suap PILKADA di televise terhadap persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan X_2 (isi pesan) terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R square pada Tabel Model Summary sebesar 0,174, artinya besar kontribusi/pengaruh X_2 terhadap $Y = 17,4\%$ hal ini tetntu sejalan dengan teori efek kultivasi dimana teori ini menyatakan bahwa pengaruh televisi bersifat terbatas dan sisanya 83,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi. Karena F-hitung lebih dari F-Tabel yaitu $5,132 > 3,12$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan isi pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu
3. Berdasarkan analisis pengaruh daya tarik pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap



Persepsi mahasiswa diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan X3 (Daya tarik pesan) terhadap Y hal ini dibuktikan dengan nilai sig pada Tabel ANOVA kurang dari $\alpha = 0,05$. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai R square pada Tabel Model Summary sebesar 0,174, artinya besar kontribusi/pengaruh X3 terhadap Y = 17,4% hal ini tentu sejalan dengan teori efek kultivasi dimana teori ini menyatakan bahwa pengaruh televisi bersifat terbatas dan sisanya 83,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti motivasi dari luar dan pengaruh lingkungan dalam memperoleh informasi. Karena F-hitung lebih dari F-Tabel yaitu $5,132 > 3,12$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan daya tarik pesan tayangan berita suap PILKADA di televisi terhadap persepsi mahasiswa tentang pemilu

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka selanjutnya penulis akan menyajikan saran - saran sebagai masukan, yaitu sebagai berikut:

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka selanjutnya penulis akan menyajikan saran - saran sebagai masukan, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Disarankan bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap pengaruh terpaan berita khususnya studi kasus yang saat ini berkembang dimasyarakat dan untuk program studi ilmu komunikasi diharapkan agar memperbanyak literatur mengenai berita media massas khususnya berita yang berkembang saat ini dan efek terhadap psikologi komunikasi. Hal ini penting mengingat berita media massa elektronik merupakan suatu proses komunikasi yang setiap harinya hadir ditengah masyarakat. Banyaknya literatur akan menambah pengetahuan untuk kita dan mempermudah dalam memahami setiap berita media massa elektronik televisi.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan teori yang lain agar peneliti mendapatkan kajian yang lebih mendalam terhadap pengaruh terpaan berita di media massa.

5.2.2 Saran Praktis



1. Secarapraktis, penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih pemikiran pada pihak penulis maupun pembaca terkait efek dari media massa terkait pemberitaan yang menyedot perhatian public
2. Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih pemikiran pada pihak pemerintah terkait dan dalam hal ini penyelenggara PEMILU terkait efek pemberitaan media massa yang melibatkan politik uang dalam penyelenggaraan PILKADA

Daftar Pustaka

- Abdurahman, M., & Muhidin, S,A. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jahur dalam Penelitian*, Bandung : Pustaka Setia
- Ardianto & Erdinaya. (2004). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan kualitatif*. Bandung:Simbiosia Rekatama Media
- (2007). *Komunikasi massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Budi, Triton Prawira. (2006). *SPSS 13.0 Terpaan; Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Effendy, O. u. (2002). *Hubungan masyarakat suatu studi komunikologis*. Bandung: PT. Remaja rosdakarya.
- (2007). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- (2013). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Hamad, I. (2004). *Kontruksi Realitas Politik dalam Media Massa Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Ishwara, Luwi (2005). *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas
- Kriyantono, Rachmat.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana
- (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi cetakan ke 6*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group
- Kuswandi, Wawan. (2008). *Komunikasi massa, Sebuah Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Morrisan, Wardhani, A. C., & Hamid, F. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Edisi Pertama*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalalludin. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- (2012). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.



_____ (2011). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

_____ (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

_____ (2001). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Singarimbun, M & Effendy S.(1995). *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*. Jakarta : PT.Pustaka LP3ES

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,Bandung: Remadja Karya

_____ (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,Bandung: Remadja Karya

Tan. Alexis S. (1981). *Mass communication theories and research*. Columbus: Grid Publishing.

Vivian, Jhon. (2008). *Teori komunikasi Massa*. Jakarta:Kencana

INTERNET

www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html diakses pada 1 Mei 2018 pukul 15.00

www.nieslen.com/id/en/press-room/2014/nieslen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html diakses pada 1 Mei 2018 pukul 15.05

https://books.google.com/books?id=8MpGDwAAQBAJ&pg=PA13&lpg=PA13&dq=survei+nielsen+penetrasi+televisi+tahun+2015&source=bl&ots=c6Yh0RNI_T&sig=

EGGpPRICwmGPB8UUUYo3yg7rPuZQ&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEWjl-c-n05rbAhUF15QKHRumCCAQ6AEwDnoECAIQAQ#v=onepage&q=survei%20nielsen%20penetrasi%20televisi%20tahun%202015&f=true diakses pada 1 Mei 2018 pukul 16.00

<http://pronewsfm.com/hasil-survey-nielsen-radio-audience-measurement-2016/> diakses pada 1 Mei 2018 pukul 16.00

<https://m.detik.com/news/berita/d-3479819/ini-171-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-27-juni-2018> diakses pada 19 Maret 2018 pukul 12.01

<http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-pilkada-serentak/> diakses pada 19 Maret 2018 pukul 17.00

<http://pilkada.tempo.co/read/1100839/banwaslu-temukan-ribuan-pelanggaran-pilkada> diakses pada 27 Juli 2018 pukul 20.00

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-money-politic/11179> diakses pada 19 Maret 2018 pukul 14.00)

<https://m.detik.com/news/berita/4086704/bawaslu-temukan-35-kasus-dugaan-politik-uang-di-pilkada-2018> diakses pada 27 Juli 2018 pukul 21.00

<https://m.youtube.com/watch?v=m4Y9S1p8ZcE&t=43s> diakses pada 26 Februari 2018 pukul 13.00

<https://m.youtube.com/watch?v=QuspcdML5UPI&t=36s> diakses pada 27 Juni 2018 pukul 19.00

<https://nasional.kompas.com/read/2018/07/19/14330721/selama-pilkada-2018-polri-25-kasus-politik-uang> diakses pada 7 Agustus 2018 pukul 06.00

<https://m.detik.com/news/berita-jawa-barat/d-4167879/terima-suap-ketua->



[panwaslu-garut-dituntut-2-tahun-bui?_ga=2.231366940.2023872853.1537333435-1827924893.1519705420](https://www.detik.com/news/berita-jawa-tengah/d-4109715/sebar-duit-saat-pilkada-warga-temanggung-divonis-3-tahun) diakses pada 16 Agustus 2018 pukul 08.15

<https://m.detik.com/news/berita-jawa-tengah/d-4109715/sebar-duit-saat-pilkada-warga-temanggung-divonis-3-tahun> diakses pada 13 Juli 2018 pukul 11.30

SKRIPSI

Ramdani, Rapiq Sukron. 2017. Pengaruh Terpaan Berita Hoax Terhadap Sikap kritis Mahasiswa. Universitas Garut, Garut

Rohdiana, Rifi. 2015. Pengaruh Tayangan Iklan Televisi “Berhentilah Menikmati Merokok Sebelum Merokok Menikmati Dirimu” Terhadap Persepsi Masyarakat di Desa Marga Mulya Mengenai Merokok. Universitas Garut, Garut

JURNAL

Evita, Vincencia, 2012. Pengaruh Terpaan Berita Korupsi Angelina Sondakh dalam Kasus Wisma Atlet di TVONE dan METROTV Terhadap Persepsi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat Yogyakarta Tentang Pejabat Negara Bergender Perempuan. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

Islamiyah, Tsuwaibatul. 2015. Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kasus Korupsi Anas Urbaningrum Di Televisi Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Partai Demokrat. Universitas Muhammadiyah, Malang

Widyastoko, Priyo, 2015. Pengaruh Pemberitaan Kasus Penyerangan Lapas Cebongan Sleman Di Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kopassus. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta

SUMBER LAINNYA

BAA FIKOM UNIGA

PENULIS:

EUIS DEPI, Lahir di Garut, 26 Juli 1995.

Sarjana Ilmu Komunikasi (*konsentrasi public relations*) Universitas Garut, Lulus 2018, Email :euisdepi@gmail.com

