

ARTIKEL

**TERPAAN KOMUNIKASI PRESIDEN SBY DI MEDIA MENGENAI
PERMASALAHAN KENAIKAN HARGA BBM DAN KELANGKAAN GAS
3KG TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT ATAS KINERJA
PRESIDEN SBY**

PENYUSUN:

Rizky Adhitya Putra

DODEN PEMBIMBING:

Sri Widowati Heriningsih, M.si & Much. Yulianto, S.Sos

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2013

ABSTRAKSI

Presiden SBY menjadi obyek penelitian karena saat ini sedang ramai dibicarakan dan bagaimana persepsi atas dirinya terbentuk di masa masa sulit padasaat ini dan yang menjadi subjeknya adalah masyarakat atau khalayak yang terimbas langsung oleh kergiatan atau keputusan dari presiden SBY

Variabel yangt diambil dalam penelitian ini adalah terpaan media dan persepsi. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 734 orang yang diambil secara accidental sampling, sampel yang digunakan adalah sampel jenuh dengan sampel penelitian sebanyak 60 orang.

Berdasarkan hasil uji statistik dengan analisis Korelasi Rank Kendall terdapat hubungan positif dan signifikan antara terpaan media (X) dan persepsi (Y), dengan rumus koefisien korelasi Rank Kendall menghasilkan angka 0,660 yang berada dalam rentang kriteria 0,600-0,799 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dan diketahui bahwa terpaan media yang meerpa kalaknya termasuk dalam kategori tinggi dengan persentase 75% dan persepsi terhadap kinerja presiden SBY tinggi atau kurang mendapat tanggapan positif dengan persentase juga sebesar 75% di kategori tinggi

Hal ini dapat menunjukan bahwa adananya hubungan antara Penggambaran media mengenai komunikasi yang dilakukan presiden SBY mengenai kenaikan harga bbm dan kelangkaan gas 3Kg yang ditampilkan dalam media terutama

media televisi dengan persepsi yang kemudian terbentuk dalam masyarakat tentang penilaian mengenai kinerja presiden SBY

1.1 Latar Belakang

Saat Pemerintah dibawah presiden SBY melakukan konversi dari penggunaan minyak tanah ke penggunaan tabung gas 3Kg Presiden SBY melakukan pidato kenegaraan yang dalam intinya akan dilakukan konversi dari minyak tanah ke gas 3Kg dan infrastruktur dan ketersediaan gas 3Kg sudah siap dan ternyata terjadi kelangkaan dimana mana dan adanya banyak ledakan gas 3Kg di berbagai daerah. Selain itu Rencana pemerintah untuk membatasi subsidi BBM, walaupun terkesan terlambat, layak untuk diapresiasi.

Karena permasalahan ini menguasai hajat hidup orang banyak maka mendapat perhatian lebih dari Masyarakat secara lebih, yang paling populer adalah pidato kenegaraan Presiden SBY secara terbuka di Istana Negara 13 juni 2013 yang disiarkan hampir semua televisi nasional baik negeri maupun swasta dan kebanyakan masyarakat tau dan paham bahwa intinya BBM dinaikan untuk mengurangi kerugian Negara dan harga BBM naik dibarengi dengan kebijakan BLSM yang saat ini sedang dijalankan

1.2 Perumusan Masalah

apakah ada hubungan antara terpaan pemberitaan komunikasi politik mengenai kenaikan harga BBM, kelangkaan gas 3kg yang dilakukan oleh Presiden SBY dengan persepsi masyarakat pada sikap yang dilakukan SBY.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara dua variabel

1.4 Kerangka Teori

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan masalah atau menyoroti masalahnya. Untuk itu perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian tersebut disoroti (Nawawi,1995:40).

Menurut Steven M Caffé, efek media dapat dilihat dari perubahann yang terjadi pada diri khalayak, sebagai publik yang terpengaruhi. Adanya efek tersebut terbagi menjadi tiga :

1. Efek Kognitif

○Efek ini timbul bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaiatran dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi

2. Efek Afektif

○Timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, dibenci khalayak. Efek ini ada hubunganya dengan emosi, sikap atau nilai

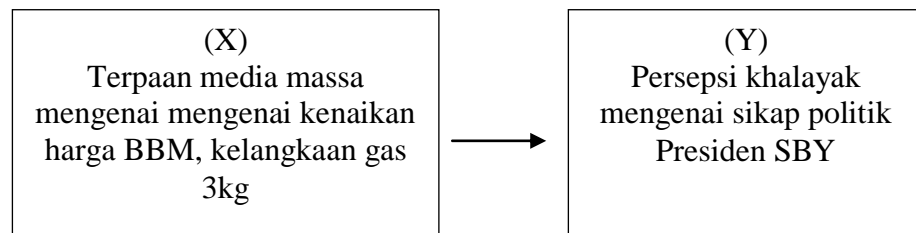
3. Efek Behavioral

○Merujuk pada prilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku (rakhmat, Jallaludin 2004:210)

- Motivasi/penerimaan kesan
- Kepribadian/penafsiran

Yang dibawa media massa merupakan suatu terpaan, Terpaan media menurut Shore (1985, p.26) tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang benar benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media masa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok.

Deskripsi Geometri Hubungan Antar Variabel



1.5 Hipotesis

adanya hubungan antara dua variable

1.6 Definisi konseptual

1. Terpaan media mengenai kenaikan harga BBM, kelangkaan gas 3kg terhadap masyarakat merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media masa ataupun mempunyai

pengalaman dan perhatian terhadap kenaikan harga BBM dan kelangkaan gas 3kg,.

2. Persepsi khalayak terhadap Presiden SBY adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh khalayak dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang berkaitan dengan Presiden SBY.

1.7 Definisi operasional

Terpaan komunikasi kenaikan harga BBM & Gas 3Kg :

- Durasi menonton (pidato)
- Frekuensi menonton (pidato)
- Perhatian terhadap Tayangan (pidato)

persepsi masyarakat atas kinerja Presiden SBY :

- penerimaan kesan
- penafsiran

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Tipe penelitian

Tipe yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*)

1.8.2 Populasi dan Teknik Sampling

1.8.2.1 Populasi

dalam hal ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDIP angkatan 2007/2008 sampai dengan angkatan 2008/2009, Adapun jumlah populasi

mahasiswa dan mahasiswi angkatan 2008 dan 2009 adalah sebanyak 734 mahasiswa.

mahasiswa dan mahasiawi angkatan 2008-2009 sejumlah 734 mahasiswa.. Teknik yang digunakan penarikan sample adalah accidental jumlah populasi sebanyak 734 orang dalam penelitian ini penulis menarik sample sebesar lebih kurang 10 % sehingga sampelnya 60 orang.

1.8.3 Jenis dan Sumber Data

1.8.3.1 Data primer

Sumber data primer berasal dari para responden,

1.8.3.2 Data sekunder

Sumber data sekunder didapat dari

1.8.4 Alat dan teknik pengumpulan data

1.8.4.1 Alat pengumpulan data

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner.

1.8.4.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara.

1.8.5 Analisis Data

Pada pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan Koefisien Korelasi Rank Kendall dengan menggunakan bantuan *software* SPSS.

UJI HIPOTESIS DAN ANALISIS HUBUNGAN TERPAAN MEDIA MASSA DENGAN PERSEPSI KOMUNIKASI POLITIK SBY

Untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel-variabel menggunakan analisa koefisien korelasi Kendall.

1.1 Uji Hipotesis

1. Jika nilai signifikan $< 0,01$ maka hubungan dinyatakan signifikan pada taraf kepercayaan 99%, Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hubungan dinyatakan signifikan pada taraf kepercayaan 95%, Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima.

1.1.1 Pengujian Hubungan Terpaan Media Massa dengan Persepsi Komunikasi Politik SBY

hasil uji statistik dengan menggunakan uji Konkordasi Kendall yang dijalankan dengan Program SPSS

Tabel 3.8
Pengujian Hubungan Terpaan Media Massa terhadap Persepsi Khalayak
Correlations

			Terpaan Media	Persepsi Khalayak
Kendall's tau_b	Terpaan Media	Correlation Coefficient	1,000	,660**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	60	60
	Persepsi Khalayak	Correlation Coefficient	,660**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2013

Uji Korelasi Kendall menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ maka terpaan media massa terbukti memiliki hubungan yang positif

1.1.2 Pengujian Kekuatan Hubungan

- a. Jika koefisien korelasi sebesar 0,000 – 0,199 maka kekuatan hubungan antar kedua variabel sangat rendah
- b. Jika koefisien korelasi sebesar 0,200 – 0,399 maka kekuatan hubungan antar kedua variabel rendah
- c. Jika koefisien korelasi sebesar 0,400 – 0,599 maka kekuatan hubungan antar kedua variabel sedang
- d. Jika koefisien korelasi sebesar 0,600 – 0,799 maka kekuatan hubungan antar kedua variabel kuat
- e. Jika koefisien korelasi sebesar 0,800 – 1,000 maka kekuatan hubungan antar kedua variabel sangat kuat

dalam tabel 4.9 menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,660. Nilai koefisien korelasi tersebut (0,660) berada pada rentang 0,600 – 0,799 sehingga dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungan antara terpaan media massa terhadap persepsi khalayak adalah kuat.

1.2 Analisis

Persepsi dapat di definisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Proses ini dapat dijelaskan sebagai “bagaimanakah

kita melihat dunia di sekeliling kita.” Dua individu mungkin menerima stimuli yang sama dalam kondisi nyata yang sama, tetapi bagaimana setiap orang mengenal, memilih, mengatur, dan menafsirkannya merupakan proses yang sangat

Gerbner dan koleganya berpendapat bahwa televisi menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat yang kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Sehingga para pecandu berat televisi itu akan mempunyai kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Nurudin, 2003 :159).

A. Kesimpulan

- Terpaan media mengenai pidato Presiden SBY mengenai Kenaikan Harga BBM dan kelangkaan gas LPG 3Kg menerpa khalayak sangat tinggi
- Persepsi khalayak yang terbentuk atas kinerja Presiden SBY adalah bahwa Presiden SBY belum melaksanakan Kinerjanya secara maksimal dan tingkat kepercayaan terhadap kinerja Presiden SBY yang rendah