

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Televisi merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, televisi adalah sebuah alat perangkap siaran bergambar. Televisi berasal dari kata *tele* (jauh) dan *vision* (tampak), jadi televisi berarti tampak atau dapat dilihat dari jauh. Secara sederhana kita dapat mendefinisikan televisi sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh. Hal ini bisa terwujud apabila manusia bertekad menggunakan televisi untuk mencapai tujuan-tujuan itu. Jika tidak digunakan sesuai dengan tujuan-tujuannya, televisi hanya merupakan sebuah kotak berisi tabung dan kabel.

Perkembangan teknologi informasi semakin melaju pesat, seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang ikut meningkat. Informasi hadir setiap detiknya dengan berbagai informasi yang berbeda dan menghadirkan berbagai macam peristiwa yang terjadi di belahan bumi manapun secara actual. Televisi saat ini telah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Televisi adalah salah satu bentuk media komunikasi massa yang mempunyai daya tarik kuat disebabkan adanya unsur-unsur kata, music, dan *sound effect* yang juga mempunyai keunggulan lain

yaitu unsur visual yaitu berupa gambar hidup yang dapat menimbulkan kesan yang mendalam bagi pemirsanya.

Ketika berbicara tentang media massa, dalam hal ini media penyiaran Televisi, maka kita akan dapat menarik garis besar kepemilikan yang berpusat pada segelintir orang. Dalam hal ini Trans7 dan Trans TV berada pada payung bisnis yang sama yakni Trans Corp yang dikuasai oleh Chairul Tanjung, Global TV, RCTI dan MNC TV bergabung dalam Group MNC dan bertindak selaku pemilik di Indonesia adalah Hary Tanoesoedibyo, TV One dan ANTV bernaung di bawah bendera Bakrie Group dengan Boss utama Aburizal Bakrie, SCTV yang sebahagian besar sahamnya dimiliki oleh Eddy Sariatmadja, dan yang terakhir Metro TV dengan pimpinannya yang termasyhur karena wajahnya sering ditampilkan oleh TV yang dimilikinya sendiri yaitu Surya Paloh.

Singkat kata, nama-nama pemilik media yang disebutkan di atas tadi merupakan orang-orang yang membangun kerajaan bisnisnya dengan berupaya dekat dengan kekuasaan dan beberapa di antara ada yang duduk sebagai orang penting di pemerintahan serta ada pula yang merupakan tokoh penting pada salah satu partai yang sekian lama berkuasa di republik ini (baca Golkar). Tidak menutup kemungkinan mereka membangun Media untuk memuluskan kepentingannya dalam bidang politik dan penyebaran ideologi tertentu, melalui media. Hal itu dapat dilihat dari wajah media yang mereka

bentuk, di mana saat ini banyak media yang mengawal kepentingan penguasa seperti yang baru baru ini terlihat bagaimana televisi ramai-ramai menyiarkan Rapimnas Partai Golkar padahal di sisi lain masih banyak agenda-agenda penting lainnya yang harus diketahui oleh Publik seperti Penyelesaian Kasus lumpur lapindo yang sampai saat ini masih jauh dari kata “beres”. Padahal salah satu hak yang harus didapat masyarakat dari media adalah mereka mendapatkan *diversity* informasi atau keanekaragaman informasi. Tentu saja Konglomerasi media ini sangat tidak sehat dalam iklim berdemokrasi dan perpolitikan bangsa ini mengingat pengaruh media yang begitu kuat terhadap kognitif khalayak. Jika mengacu pada Jurgen habermas menyatakan media massa sesungguhnya adalah sebuah Public Sphere yang semestinya dijaga dari berbagai pengaruh dan kepentingan. Dalam arti, media selayaknya menjadi *The Market Places Of Ideas*, tempat penawaran berbagai gagasan sebagaimana setiap konsep pasar, yang mana hanya ide terbaik sajalah yang pantas dijual dan ditawarkan.

Salah satu bentuk konglomerasi media adalah terpusatnya kepemilikan media massa oleh para penguasa modal. Fenomena itu dinilai berimplikasi terhadap obyektivitas media dalam menyampaikan muatan-muatannya. Konglomerasi media menjadikan orientasi media cenderung ke arah industri, bukan fungsi jurnalismenya. Akibatnya, media lebih mengutamakan tayangan informasi-informasi yang menarik saja ketimbang yang penting. Para pihak yang mempunyai kuasa untuk menghegemoni media, yaitu negara,

pengusaha, media sendiri, serta *civil society*. Menurutnya kemenangan kapitalisme menjadi konsekuensi logis ter-hegemoninya media oleh modal. Hegemoni modal seakan bertumpang tindih dengan kepentingan politik. Ini karena para pemilik media besar di Indonesia, selain mempunyai kekuatan modal, sekaligus menempati posisi strategis politik Nasional.

Media massa televisi, demokrasi dan politik tak bisa dipisahkan. Ke 3 atribut tersebut sangat vital yang mana berkaitan erat satu sama lain. Pola pikir masyarakat sangat dipengaruhi oleh media, baik itu media massa, media elektronik, media cetak, dan media social dalam melihat sebuah pemberitaan politik dimana sebuah media elektronik dalam pemberitaannya memberikan pemberitaan yang berbeda satu sama lainnya. Dan seolah-olah saling menjatuhkan satu sama lain. Dalam persepsi pola pikir masyarakat media sangat mempengaruhi penilaian ataupun pandangan mereka tentang figur masing-masing calon presiden. Melihat dari rekam jejak figur tersebut tentang kinerja, atau keberhasilan suatu figur dalam memimpin sebuah organisasi, partai, ataupun menjabat sebagai kepala daerah. Dengan bantuan media elektronik, media massa, media social, dan media cetak maka, pola pikir masyarakat sangat terpengaruhi dan bahkan terlena akan janji-janji dan semua iklan yang telah mereka edarkan dari masing-masing partai pengusung kedua calon presiden.

Penulis ingin menjelaskan tentang peranan dari media tersebut terhadap pola pikir masyarakat bagaimana konflik politik itu terjadi antara

media elektronik itu dengan individu-individu masing-masing partai pengusung di media elektronik lainnya yang mana, kampanyenya tersebut terjadi di TV swasta masing-masing partai pengusung. Dalam sejarah Negara Republik Indonesia yang telah lebih dari setengah abad, perkembangan demokrasi telah mengalami pasang surut. Masalah pokok yang dihadapi oleh bangsa Indonesia ialah bagaimana meningkatkan kehidupan ekonomi dan membangun kehidupan social dan politik yang demokrasi dalam masyarakat yang beraneka ragam pola adat budayanya. Masalah ini berkisar pada penyusunan suatu system politik dengan kepemimpinan cukup kuat untuk melaksanakan pembangunan ekonomi serta *character and nation building*. Dengan partisipasi rakyat, sekaligus menghindarkan timbulnya diktatur perorangan, partai maupun militer. Televisi, Demokrasi, dan Politik bukan hal umum lagi dalam system pemerintahan Indonesia, dalam penyebaran informasi, komunikasi massa, komunikasi politik, media selalu digunakan dalam berbagai hal. Misalnya yaitu Pilpres, media massa dipergunakan untuk menyampaikan informasi melalui televisi, majalah, Koran, Mading, dan sebagainya.

Di Pilpres tahun ini terjadi konflik politik yang mana 2 pengusung 2 calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Stasiun Televisi saling mengklaim bahwa calonnya yang paling baik, bersih, adil dan bijaksana. Parahnya lagi kedua stasiun Televisi itu saling menjelekkkan satu sama lain calon Presiden. Maka dari itu, membuat masyarakat bingung akan pemberitaan dari kedua

stasiun televisi tersebut, dan membuat masyarakat terpecah belah dengan mengklaim satu sama lain bahwa pasangan mereka yang paling baik dan benar oleh stasiun televisi tersebut dari partai politik pengusung.

Disaat pemilihan telah usai kemudian dimana belum dimulai dan penghitungan suara cepat dimulai dengan sendirinya masalah itu muncul juga di kedua kubu dan kedua stasiun televisi tersebut. Dimana kedua pasangan masing-masing calon presiden mengklaim bahwa mereka telah memenangkan pilpres yang mana hasilnya diketahui dari bermacam sumber, LSM, serta lembaga-lembaga survey lainnya. Dari sekian banyak lembaga survey tersebut ternyata LSM atau lembaga survey tersebut, sudah mengklaim bahwa pasangan nomor 1 sudah memenangkan Pilpres yang disebut juga melalui hitung cepat atau quick count. Melalui stasiun televisi pendukung nya tersebut mereka mengadakan Konferensi Pers untuk mengumumkan bahwa pasangannya sudah memenangkan Pilpres.

Di lain pihak atau lawan dari pasangan calon nomor urut 1 Pilpres tersebut juga mengklaim mereka sudah memenangkan Pilpres, dan bisa ditebak sama saja mereka juga mengadakan Konferensi Pers dan mengumumkan bahwa pasangan nomor urut 2 ini telah menang mutlak dengan hasil dari LSM dan lembaga-lembaga survey lainnya. Padahal 2 bulan kemudian baru lah pengumuman dari KPU yaitu lembaga atau institusi resmi dari Pemerintahan Indonesia baru diumumkan. Sungguh ironi memang, tetapi ini lah demokrasi dan perpolitikan di Indonesia, yang benar jadi salah dan

salah jadi benar. Media massa televisi berhasil membuat rakyat Indonesia tertipu, padahal salah satu hak yang harus didapat masyarakat dari media adalah mereka mendapatkan *Diversity* informasi atau keanekaragaman informasi tetapi kenyataannya seolah-olah dipermainkan dengan pemberitaan dari kedua Pasangan Calon Presiden melalui media massanya.

Kondisi seperti ini sangat dipengaruhi media massa yang mereproduksi makna sedemikian rupa. Media massa sebagai salah satu pilar demokrasi yang seharusnya sebagai jembatan informasi yang netral kepada khalayak, kini ikut-ikutan terfragmentasi pada kubu yang berkontestasi. Media massa kini menjadi partisan politik. Hal ini menimbulkan informasi atau berita yang disampaikan tentu tidak netral dan mengandung unsur kampanye dukungan. Penyebabnya mudah dilihat. Pemilik perusahaan media televisi yang ada di Indonesia tak lain adalah orang-orang partai. Sebut saja seperti TV One dan jaringan Viva News-nya merupakan milik Aburizal Bakrie yang semua tahu kalau dia pentolan Partai Golkar dan mendukung kubu Prabowo-Hatta. MetroTv tak lain adalah milik Surya Paloh yang juga pendiri Partai Nasdem yang kini berada di belakang pasangan Jokowi-JK. Selain itu ada MNC Grup milik Hari Tanoe yang merupakan sempalan dari Nasdem dan lari ke kubu Hanura kemudian kini berbalik ke gerbong Prabowo. Alhasil, media partisan ini berlomba-lomba memproduksi makna guna mempengaruhi opini publik mengenai masing-masing pasangan capres-cawapres.

Partai politik, media massa, dan lembaga politik lainnya perlu membangun konflik yang sehat. Sebab dalam politik, konflik itu keniscayaan. Namun kedewasaan dan penyikapan yang diperlukan masing-masing elemen dan Stakeholder. Jika dapat dikelola dengan baik, konflik yang terbangun pun akan bisa mendorong kedewasaan politik di alam demokrasi ini. Dalam jangka panjang, siapapun pemenangnya, tentu konflik positif yang bisa terbangun akan mampu mendorong kemajuan bangsa dan pemerintahan yang terbentuk.

Hasil rekapitulasi pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden 2014 di Kecamatan Gondomanan menunjukkan bahwa pasangan Jokowi-JK lebih unggul dibandingkan pasangan Prabowo-Hatta. Pasangan Jokowi-JK memperoleh suara sebanyak 5.848 (lima ribu delapan ratus empat puluh delapan) suara atau 61,6% dari total suara sah sedangkan pasangan Prabowo-Hatta memperoleh 3.646 (tiga ribu enam ratus empat puluh enam) suara atau 38,4% dari total suara sah. Total suara sah yang masuk berjumlah 9.494 (sembilan ribu empat ratus sembilan puluh empat) suara.

**Tabel 1.1** Hasil Rekapitulasi Suara dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014 di Kecamatan Gondomanan

No	Nama Pasangan Calon	Jumlah Suara
1	H. Prabowo Subianto dan Ir. H. M. Hatta Rajasa	3.646
2	Ir. H. Joko Widodo dan Drs. H. M. Jusuf Kalla	5.848
Total Suara Sah		9.494

**Sumber:** Website Resmi KPUD Kota Yogyakarta, <http://www.kpu-jogjakota.go.id/>

Penelitian ini sendiri akan dilakukan di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini didasarkan oleh dua faktor. Faktor pertama lebih melihat pada letak geografis dari Kelurahan Prawirodirjan yang berada di Pusat Kota Yogyakarta dan penulis beralasan bahwa masyarakat di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta, mengetahui konflik pemilihan Presiden Tahun 2014 di televisi dan mereka telah aktif mengikuti pemilihan Presiden pada tahun 2014. Faktor yang kedua adalah karena basis massa antara kedua kubu memang sangat besar di Kelurahan ini antara kubu Jokowi-Jusuf Kalla yang mana partai Pengusung adalah PDIP dan kubu Prabowo-Hatta yaitu PAN.

Dari pernyataan diatas menjadi alasan bagi penulis mengambil judul *“Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Tentang Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Televisi, Di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta”*.

## **B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Tentang Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Televisi, Di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui, bagaimana Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Televisi, Di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

### **1. Manfaat secara Teoritis**

Dari sisi kelimuan diharapkan memperkaya literature yang mengkaji masalah pemilu Presiden yang mana berhubungan dengan pertelevisian di Indonesia.

### **2. Manfaat Akademik**

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar kesarjanaaan.
- 2) Sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dengan masalah yang sama.

### **3. Manfaat Praktis**

- 1) Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi penulis untuk menjadi pelaku politik yang berguna bagi Bangsa dan Negara kedepannya.
- 2) Sebagai motivasi bagi masyarakat dan pemerintahan setempat untuk mempertahankan masyarakat terbuka akan politik dan media.
- 3) Memberikan sumbangsi pemikiran bagaimana menjadi masyarakat yang baik dan terbuka dalam masyarakat yang sadar media dan berpolitik.

### **D. Kerangka Dasar Teori**

Kerangka dasar teori merupakan bagian yang menjelaskan variabel-variabel dan hubungan-hubungan antar variable yang berdasarkan pada konsep atau definisi tertentu. Di bagian ini dikemukakan teori-teori yang merupakan acuan bagi penelitian yang dilakukan. Pengertian teori menurut F.M Kerlinger sebagaimana dikutip kembali oleh Sofian Efendi adalah serangkaian konsep, kontrak, definisi, dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena social secara sistematis dengan merumuskan hubungan antar konsep<sup>1</sup>

#### **1. Persepsi**

Persepsi adalah suatu pandangan seseorang terhadap suatu objek atau suatu hal, sehingga menghasilkan suatu pandangan dalam diri sebuah

---

<sup>1</sup>Bakti Amrinul Hakim, Skripsi: “*Pelayanan Jamkesmas di Kecamatan Sewon tahun 2012*” (Yogyakarta: UMY Yogyakarta, 2012), 6.

individu, yang mana setiap individu memiliki perbedaan dalam sudut pandang dalam pandangan suatu objek atau suatu hal tersebut. Dengan kata lain persepsi merupakan bagaimana pola pikir atau pandangan suatu individu dalam memahami, menghayati, meneliti dan fenomena tertentu.

Persepsi adalah stimulus melalui indera diorganisasikan, kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadarinya. Dalam persepsi, sekalipun stimulusnya sama tapi karena pengalaman tidak sama, maka ada kemungkinan hasil persepsi antara satu individu dengan individu yang lainnya tidak sama keadaan tersebut menjelaskan bahwa persepsi itu bersifat individual.

a. Menurut Philip Kotler (Manajemen Pemasaran, 1993, hal 219)

Persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kategorisasi dan interpretasi yang bersifat selektif. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah katakarakteristik orang yang dipersepsi dan faktor situasional.<sup>2</sup>

b. Menurut Walgito (1991) mengemukakan terdapat 3 (tiga) aspek utama dari persepsi, yaitu :

---

<sup>2</sup><http://www.kajianpustaka.com/2012/10/teori-pengertian-proses-faktor-persepsi.html> diakses jam 21:45, 16-10-2014

1. Aspek Kognisi menyangkut komponen pengetahuan, pandangan, pengharapan cara berpikir/mendapatkan pengetahuan, dan pengalaman masa lalu serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran individu pelaku persepsi.

2. Aspek Afeksi menyangkut komponen perasaan dan keadaan emosi individu terhadap objek tertentu serta segala sesuatu yang menyangkut evaluasi baik buruk berdasarkan faktor emosional seseorang.

3. Aspek Konasi/Psikomotor menyangkut motivasi, sikap, perilaku atau aktivitas individu sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek atau keadaan tertentu.<sup>3</sup>

### Pengaruh Persepsi

Seperti yang telah dikemukakan, persepsi dipengaruhi oleh factor psikologis, termasuk asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman masa lalu, (yang sering terjadi pada tingkat bawah sadar), harapan-harapan budaya, motivasi (kebutuhan), suasana hati (mood), serta sikap. Sejumlah percobaan telah menunjukkan pengaruh factor-faktor tersebut pada persepsi.<sup>4</sup>

## 2. Media Massa

---

<sup>3</sup> [http://www.academia.edu/6123394/Teori\\_persepsi](http://www.academia.edu/6123394/Teori_persepsi), tgl 30-10-2014.

<sup>4</sup> Teori Komunikasi “*Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa Edisi Lima*”, Werner J. Severin-James W. Tankard, Jr. Kencana Media Group, hal.85 2001.

#### A. Komunikasi Politik

Nimmo mengartikan politik sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik sosial. Dalam berbagai hal orang berbeda satu sama lain – jasmani, bakat, emosi, kebutuhan, cita-cita, inisiatif, perilaku, dan sebagainya. Lebih lanjut Nimmo menjelaskan, kadang-kadang perbedaan ini merangsang argumen, perselisihan, dan percekocokan. Jika mereka menganggap perselisihan itu serius, perhatian mereka dengan memperkenalkan masalah yang bertentangan itu, dan selesaikan; inilah kegiatan politik.<sup>5</sup>

#### B. Komunikasi Massa

Definisi Komunikasi massa menurut Joseph A. Devito:

Komunikasi massa adalah komunikasi yang di tunjukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pulabahnya khalayak besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang di salurkan oleh pemancar- pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa

---

<sup>5</sup> Nimmo, Dan. 2000. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Terjemahan: Tjun

barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila di definisikan bentuknya (radio, televisi, surat kabar, majalah, film, buku dan pita).<sup>6</sup>

Dapat disimpulkan bahwa, komunikasi mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses politik, oleh karena itu tidak jarang para penguasa berusaha untuk mengendalikan atau mengawasi “komunikasi” agar mereka tetap mendapat dukungan untuk berkuasa. Seseorang pemimpin politik, baik yang otoriter maupun yang demokrat, ada kecenderungan untuk memanipulasi atau menguasai informasi yang ada untuk masyarakatnya.<sup>7</sup>

Komunikasi Politik juga bisa dikatakan proses penyampaian pesan-pesan politik dari komunikator kepada komunikan dalam arti yang luas. Berdasarkan definisi tersebut, maka komunikasi politik memiliki ciri pada isi pesan yang disampaikan yaitu berupa pesan-pesan politik yang berimplikasi terhadap aktivitas politik.

Sedangkan, komunikasi massa adalah dalam Ilmu Komunikasi, komunikasi massa mengacu pada pengertian komunikasi yang menggunakan media massa yang merupakan singkatan dari komunikasi media massa (*mass media communication*). Komunikasi massa disini dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk membuat produksi massal dan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar.

---

<sup>6</sup> Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta, PT. Grasindo.

<sup>7</sup> Henry Subiakto & Rachmah Ida, 2009, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Hal.19, Jakarta, Kencana Prenadamedia Group.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kaitan antara Komunikasi Politik dan Komunikasi Massa adalah suatu komunikasi yang tak terpisahkan dalam penyampaian komunikasi dari suatu sumber atau komunikator kepada komunikan “khalayak luas” dimana isi dari komunikasi tersebut berisikan pesan politik, aktifitas politik, baik itu untuk kepentingan partai politik berkampanye, menyebarkan informasi untuk kepentingan kampanye, ataupun kepentingan pemerintahan dan parlemen dalam menyebarkan informasi yang berbau politik, entah itu pemerintahan atau parlemen, yang mana cara penyampaiannya melalui media massa “televise”. Dalam penelitian ini mengingat banyaknya media yang ada dimasyarakat penulis memfokuskan pada media televisi saja.

### C. Media Massa

Menurut Djafar H. Assegaf (1991), media massa memiliki lima ciri:

1. Komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah di mana komunikan tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (*delay feedback*).
2. Media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukkan bahwa pesan yang ada dalam media massa

berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya.

3. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikannya dalam media massa berjumlah besar dan menyebar di mana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal.
4. Media massa menyajikan materi yang dapat mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikannya dari kalangan bawah sampai kalangan atas.
5. Media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur. Penyelenggara atau pengelola media massa adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap permasalahan kemasyarakatan.<sup>8</sup>

#### Jenis-jenis media massa

##### a. Media Massa Cetak (Printed Media).

Media massa dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara rinci meliputi (a) koran atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau 1/2 plano), (b) tabloid (1/2 broadsheet), (c) majalah (1/2 tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto), (d) buku (1/2 majalah), (e) newsletter (folio/kwarto,

---

<sup>8</sup> Assegaf, Djafar H. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

jumlah halaman lazimnya 4-8), dan (f) buletin (1/2 majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8). Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian atau tiga jenis tulisan: berita, opini, dan feature.

b. Media Massa Elektronik (Electronic Media)

Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.

c. Media Online (Online Media, Cybermedia),

Media massa yang dapat kita temukan di internet (situs web).

### **3. PEMILIHAN PRESIDEN**

#### **a. Pemilihan Presiden**

Pemilihan umum (pemilu) di Indonesia pada awalnya ditujukan untuk memilih anggota lembaga perwakilan, yaitu DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Setelah amandemen keempat UUD 1945 pada 2002, pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres), yang semula dilakukan oleh MPR, disepakati untuk dilakukan langsung oleh rakyat sehingga pilpres pun dimasukkan ke dalam rangkaian pemilu. Pilpres sebagai bagian dari pemilu diadakan pertama kali pada Pemilu 2004. Pada 2007, berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007, pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (pilkada) juga dimasukkan sebagai bagian dari rezim pemilu. Pada umumnya, istilah "pemilu" lebih sering merujuk kepada pemilihan anggota

legislatif dan presiden yang diadakan setiap 5 tahun sekali. Pemilihan umum di Indonesia telah diadakan sebanyak 11 kali yaitu pada tahun 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, 2009 dan 2014

Pemilihan umum di Indonesia menganut asas "LUBER" yang merupakan singkatan dari "Langsung, Umum, Bebas dan Rahasia". Asas "Luber" sudah ada sejak zaman Orde Baru.

1. "Langsung" berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya secara langsung dan tidak boleh diwakilkan.
2. "Umum" berarti pemilihan umum dapat diikuti seluruh warga negara yang sudah memiliki hak menggunakan suara.
3. "Bebas" berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.
4. "Rahasia" berarti suara yang diberikan oleh pemilih bersifat rahasia hanya diketahui oleh si pemilih itu sendiri.

Kemudian di era reformasi berkembang pula asas "Jurdil" yang merupakan singkatan dari "Jujur dan Adil". Asas "Jujur" mengandung arti bahwa pemilihan umum harus dilaksanakan sesuai dengan aturan untuk memastikan bahwa setiap warga negara yang memiliki hak dapat memilih sesuai dengan kehendaknya dan setiap suara pemilih memiliki nilai yang sama untuk menentukan wakil rakyat yang akan terpilih. Asas "adil" adalah perlakuan yang sama terhadap peserta pemilu dan pemilih, tanpa ada pengistimewaan ataupun diskriminasi terhadap peserta atau pemilih tertentu.

Dalam proses pemilihan Presiden, Gubernur, Bupati, Walikota. Pasangan calon terpilih adalah pasangan calon yang memperoleh suara lebih dari 50% dari jumlah suara dengan sedikitnya 20% suara di setiap provinsi yang tersebar di lebih dari 50% jumlah provinsi di Indonesia. Dalam hal tidak ada pasangan calon yang perolehan suaranya memenuhi persyaratan tersebut, 2 pasangan calon yang memperoleh suara terbanyak pertama dan kedua dipilih kembali dalam pemilihan umum (putaran kedua). Dalam hal perolehan suara terbanyak dengan jumlah yang sama diperoleh oleh 2 pasangan calon, kedua pasangan calon tersebut dipilih kembali oleh rakyat dalam pemilihan umum. Dalam hal perolehan suara terbanyak dengan jumlah yang sama diperoleh oleh 3 pasangan calon atau lebih, penentuan peringkat pertama dan kedua dilakukan berdasarkan persebaran wilayah perolehan suara yang lebih luas secara berjenjang. Dalam hal perolehan suara terbanyak kedua dengan jumlah yang sama diperoleh oleh lebih dari 1 pasangan calon, penentuannya dilakukan berdasarkan persebaran wilayah perolehan suara yang lebih luas secara berjenjang. Tetapi dalam penelitian ini penulis hanya meneliti tentang Persepsi Masyarakat terhadap Konflik Pemilihan Presiden tahun 2014 di Televisi.

## **E. DEFINISI KONSEPTUAL**

Definisi konseptual adalah suatu metode untuk menjelaskan mengenai pembatasan pengertian antara konsep yang satu dengan yang lainnya,

sedangkan konsep merupakan abstraksi mengenai satu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dan sejumlah karakteristik kejadian, hal ini digunakan agar dalam penulisan tidak terjadi kesalahpahaman.

### **1. Persepsi Masyarakat**

Persepsi adalah aktifitas penginderaan, mengelola organisasi, dan memaparkan, menginterpretasi serta menilai tentang gejala atau kejadian yang ada dilingkungkannya yang diproses oleh penginderaan yang masuk melalui alat indera berupa informasi, baik yang langsung maupun tidak langsung dari lingkungannya.

### **2. Media Massa**

#### **a. Komunikasi Politik**

Proses penyampaian pesan-pesan politik dari komunikator kepada komunikan dalam arti yang luas. Yang mana isi dari informasi atau pesan tersebut berupa pesan-pesan politik yang berimplikasi terhadap aktifitas politik baik itu pemerintahan dan parlemen.

#### **b. Komunikasi Massa**

Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang, dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk membuat produksi massal dan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar dalam penyebaran informasi serta penyampaian maksudnya. Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat

menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

c. Media Massa

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

### **3. Pemilihan Presiden**

a. Pemilihan Presiden

Salah satu ciri Negara demokratis adalah terselenggaranya kegiatan pemilihan umum yang bebas. Pemilihan umum merupakan sarana politik untuk mewujudkan kehendak rakyat dalam hal memilih wakil-wakil mereka di lembaga legislatif serta memilih pemegang kekuasaan eksekutif baik itu presiden/wakil presiden maupun kepala daerah. Pemilihan umum bagi suatu Negara demokrasi berkedudukan sebagai sarana untuk menyalurkan hak asasi politik rakyat.

## **F. DEFINISI OPERASIONAL**

Menurut Walgito (1991) mengemukakan terdapat 3 (tiga) aspek utama dari persepsi, yaitu :

1. Aspek Kognisi menyangkut komponen pengetahuan, pandangan, pengharapan cara berpikir/mendapatkan pengetahuan, dan pengalaman masa lalu serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran individu pelaku persepsi.
  - a. Keberimbangan media televisi dalam pemberitaannya.
  - b. Pengetahuan masyarakat mengenai track record atau pengalaman dari masing-masing pasangan calon dalam PILPRES tahun 2014.
  - c. Pemahaman masyarakat mengenai keberimbangan informasi visi dan misi dari masing-masing calon PILPRES tahun 2014 di Televisi.
2. Aspek Afeksi menyangkut komponen perasaan dan keadaan emosi individu terhadap objek tertentu serta segala sesuatu yang menyangkut evaluasi baik buruk berdasarkan faktor emosional seseorang.
  - a. Persepsi masyarakat mengenai pengaruh pemberitaan negatif terhadap pasangan calon PILPRES tahun 2014 di Televisi.
  - b. Persepsi masyarakat mengenai pengaruh keikutsertaan pemilik media televisi terhadap pemberitaan pasangan calon PILPRES 2014

- c. Persepsi masyarakat terhadap kecenderungan televisi dalam mengkampanyekan salah satu pasangan calon dalam PILPRES tahun 2014
  - d. Persepsi masyarakat mengenai kenetralan saluran televisi dalam penyajian pemberitaan pasangan calon dalam PILPRES tahun 2014
3. Aspek konasi/psikomotor menyangkut motivasi, sikap, perilaku atau aktivitas individu sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek atau keadaan tertentu.
- a. Persepsi masyarakat terhadap pengaruh pemberitaan buruk dengan penggunaan hak suara dalam PILPRES tahun 2014.
  - b. Persepsi masyarakat terhadap kesesuaian kualifikasi pasangan calon dalam Pilpres tahun 2014
  - c. Persepsi masyarakat mengenai model kampanye pasangan calon presiden dan pengaruhnya terhadap cara pandang dan pemilihan Pilpres tahun 2014.

## **G. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yaitu: memberikan gambaran tentang masalah yang diteliti, menyangkut Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan tentang

Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Televisi. Dasar penelitian yang dilakukan adalah survey yaitu: dengan mengumpulkan suatu peristiwa atau proses tertentu dengan memilih data atau menentukan ruang lingkup tertentu sebagai sampel yang dianggap representatif.

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan efektifitas dan efisiensi, baik waktu maupun dana yang tersedia. Dan dengan alasan ingin mengetahui dan memahami Persepsi Masyarakat terhadap Pemberitaan tentang Pemilihan Presiden tahun 2014 di Televisi.

## **3. Jenis Data**

### **a. Data Primer**

Data Primer adalah data yang didapatkan dari responden yang berupa pernyataan dan keterangan dari pihak-pihak terkait dengan masalah yang ada dalam penelitian. Dalam hal ini data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Tentang Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Televisi yang diperoleh langsung dari responden berupa jawaban yang berasal dari kuisioner yang telah disebar dan dilakukan survey. Dan dalam penelitian ini penulis menekankan pencarian data melalui penggunaan wawancara, dan kuisioner.

#### b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pendukung untuk melengkapi dari data primer yang berupa buku, jurnal, website, koran, majalah, dan pendukung lainnya yang mana berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Data sekunder yang penulis gunakan adalah berupa arsip-arsip, buku, atau dokumentasi-dokumentasi yang berhubungan dengan variabel penelitian.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik: wawancara (interview), angket (questionnaire), pengamatan (observasi), studi dokumentasi, dan Focus Group Discussion (FGD).<sup>9</sup>

Untuk mengumpulkan data yang seakurat mungkin mengenai variabel yang akan dikaji, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu:

#### a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Isi dari pertanyaan tersebut

---

<sup>9</sup> Noor, Juliansyah. 2011. *Metedologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group Hal.138.

berhubungan dengan pemberitaan tentang Pemilihan Presiden di Televisi di Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Prawirodirjan, Kecamatan Gondomanan.

b. Kuisisioner

Teknik pengumpulan data dengan kuisisioner dilakukan dengan cara memberikan atau menyebarkan pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu alternative jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun instrument daftar pertanyaan dapat berupa pertanyaan (berupa isian yang akan diisi oleh responden), checklist (berupa pilihan dengan cara memberi tanda kolom yang disediakan) dan skala (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkatan tertentu).<sup>10</sup>

c. Studi Dokumentasi

Melalui studi dokumentasi peneliti mengumpulkan data melalui dokumen baik yang bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Yang dimaksud dengan metode dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal-hal berupa catatan,

---

<sup>10</sup> Ibid hal.139

transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda dan sebagainya.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa : Data Monografi Kelurahan Prawirodirjan, Website Kelurahan Prawirodirjan, Badan Pusat Statistik, Gondomanan Dalam Angka 2014 (Yogyakarta: Badan Pusat Statistik, 2014).

## 5. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah bagian dari anggota yang diamati. Populasi bisa berupa orang, benda, objek, peristiwa, dan apapun yang nanti menjadi survey penelitian.<sup>11</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Prawirodirjan yang berjumlah 2864 KK yang terdiri dari 18 Rukun Wilayah (RW) dan di bagi 61 Rukun Tetangga (RT).

### b. Sampel

Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik *Random Sampling*.<sup>12</sup> Teknik penelitian ini adalah Teknik Pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata

---

<sup>11</sup> Eriyanto, Teknik Sampling Analisa Opini Publik, PT. LKIS Pelangi Aksara, Yogyakarta:2007, hal.61.

<sup>12</sup> Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung: 2013, hal. 82.

populasi. Sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Slovin dengan pembagian sebagai berikut<sup>13</sup>.

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

Keterangan :

n = Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (10%) dengan tingkat kepercayaan 90 %.

Berikut ini adalah perhitungan sampel penelitian adalah :

$$n = \frac{2864 KK}{1+2864.(0.1)^2}$$

n = 96,63, maka dibulatkan menjadi 97 KK

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 KK yang tersebar di Kelurahan Prawirodirjan.

## 6. Unit Analisis

Untuk mendapatkan informasi tentang Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Tentang Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Televisi. Maka penulis memfokuskan unit analisisnya pada:

1. Masyarakat di Kelurahan, Prawirodirjan

---

<sup>13</sup> Umar Husein, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta : 2005, Hal 108

## 7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Penelitian Kualitatif.

Kata kualitatif menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya. Pendekatan Kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifat realitas yang terbangun secara social, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti.

Penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian Kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Adapun dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu “teori”. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrument kunci.<sup>14</sup>

Penelitian kualitatif memiliki enam jenis penelitian, yaitu:

1. Penelitian Deskriptif
2. Studi Kasus

---

<sup>14</sup> Dr. Juliansyah Noor, 2011, SE., M.M. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group hal. 33-36.

3. Biografi
4. Fenomenologi
5. Grounded Theory
6. Etnografi

Karakteristik Penelitian Kualitatif:

1. Setting/latar alamiah atau wajar dengan konteks utuh (holistik).
2. Instrumen penelitian berupa manusia (human instrument).
3. Metode pengumpulan data observasi sebagai metode utama.
4. Analisis data secara induktif.