

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa hasil penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian ini.

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	I Nyoman Yudha Saputra (2010)	Pengaruh Tayangan Debat Capres dan Cawapres Dengan Keputusan Memilih Capres pada Pilpres 2009	Penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey dan dengan alat bantu kuesioner	<ul style="list-style-type: none"> - Mayoritas responden cenderung menyetujui tayangan debat kandidat presiden berdampak pada keputusan khalayak berdasarkan aspek kredibilitas, daya tarik, kesamaan, dan kekuatan komunikator dengan bahan evaluasi memutuskan memilih. - Tayangan debat kandidat menyampaikan pesan komunikasi politik oleh komunikator berhubungan searah pengambilan keputusan pemilih kandidat, dan tayangan debat kandidat turut menyumbang sebesar 91% bagi tercapainya khalayak dalam memilih. - Tayangan debat kandidat memberikan pengaruh positif terhadap keputusan memilih khalayak dimana pengaruh ini searah.

2.	Wayan Nopi Rahayu (1016)	Pengaruh tayangan NET 10 terhadap peningkatan minat mahasiswa untuk menjadi seorang <i>citizen journalism</i>	Penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey dan dengan alat bantu kuesioner	- Dari hasil analisa, diperoleh kesimpulan bahwa hasil penelitian bersifat signifikan dan memiliki korelasi yang cukup, dimana hasil korelasi menunjukkan angka 0,303 dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisa tersebut, maka tayangan NET 10 (Variabel X) cukup berpengaruh terhadap peningkatan minat mahasiswa (Variabel Y).
----	--------------------------	---	--	---

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
(Sumber : Data Penelitian dari Skripsi)

Pada penelitian diatas, dapat disimpulkan adanya persamaan dan perbedaannya. Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah pada tema penelitian yaitu pengaruh media massa terhadap penonton dengan menggunakan pendekatan *model Stimulus Organisme Respon* dan dengan alat bantu kuesioner. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah pada topik penelitian yaitu pada program acara dan subjek penelitian . Pada penelitian ini, program acara yang diteliti adalah program acara Talkshow yang menyajikan informasi tentang pilkada Jawa Timur. Sedangkan pada penelitian-penelitian terdahulu program acara yang diteliti adalah acara debat capres dan cawapres. Dalam hal objek penelitian, peneliti melakukan pra survei sebelum memilih objek penelitian sehingga pemilihan objek penelitian lebih tepat.

2.2. Definisi Konsep

2.2.1. Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini berarti kesamaan makna.

Peneliti berpendapat, komunikasi merupakan sebuah proses dalam penyampaian pesan dengan menggunakan media atau secara langsung kepada individu maupun kelompok dalam rangka untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Kemudian pesan yang diterima menimbulkan tanggapan dan respon dari penerima pesan.

Paradigma Lasswell (Effendy, 2011: 10) menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)

Berdasarkan paradigma tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Dilihat dari paradigma Lasswell tersebut, komunikasi dapat dijabarkan menjadi lima unsur di atas yang terdapat dalam program acara Rosi yang tayang pada Kompas TV, yaitu :

- Komunikator : Kompas TV
- Pesan : Acara Rosi yang tayang di Kompas TV
- Media : Televisi
- Komunikan : Mahasiswa UNTAG Surabaya
- Efek : Tingkat Prefrentif Mahasiswa Memilih Calon Gubernur Jawa Timur.

2.2.2. Komunikasi Massa

Pada masa globalisasi saat ini, komunikasi sangat berkembang dengan pesat salah satu wujud dari perkembangan tersebut adalah lahirnya inovasi-inovasi dalam komunikasi massa. Hal tersebut dikarenakan munculnya teknologi dan inovasi-inovasi dalam komunikasi massa yang semakin canggih yang telah ditemukan, sehingga memudahkan penyebaran informasi atau pesan secara luas dan merata melalui alat-alat komunikasi massa. Sehingga dapat menambah keefektifitasan sebuah informasi atau pesan kepada publik.

Menurut Nurudin (2015: 4), pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa yang dimaksud dengan jelas menunjuk pada

hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa, sebab ada media-media yang bukan termasuk media komunikasi massa yakni media tradisional seperti kentongan, gamelan, dan lain-lain.

Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Menurut Khomsahrial Romli (2016: 4-6), beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut.

- 1) Pesan bersifat umum
Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu, komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini.
- 2) Komunikannya anonim dan heterogen.
Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Selain itu, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, baik itu berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.
- 3) Media massa menimbulkan keserempakan
Kelebihan komunikasi massa dibanding dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.
- 4) Komunikasi lebih mengutamakan isi daripada hubungan
Salah satu prinsip komunikasi adalah mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000: 99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
- 5) Komunikasi massa bersifat satu arah
Komunikasi melalui media massa bersifat satu arah, karena komunikan dan komunikator tidak dapat melakukan kontak secara langsung.
- 6) Stimulasi alat indera yang terbatas
Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif, *audience* hanya mendengar, sedangkan

pada media televisi *audience* menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

7) Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Umpan balik atau yang lebih populer disebut *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, e-mail, Twitter, Facebook.

2.2.3. Televisi

Sebagai media massa, televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan dan informasi dengan secara efektif dan luas karena media televisi memiliki keunggulan dari pada media massa yang lain yaitu media televisi menyuguhkan hampir semua format media seperti audio visual dan teks yang sehingga dapat memberikan pengalaman yang seolah-olah nyata dan dialami sendiri pada penonton dan ditambah dengan jangkauan yang luas dalam waktu bersamaan.

Kemunculan televisi pada awalnya ditanggapi biasa saja oleh masyarakat. Harga pesawat televisi ketika itu masih mahal, selain itu belum tersedia banyak program untuk disaksikan. Pengisi acara televisi pada masa itu bahkan meragukan masa depan televisi, mereka tidak yakin televisi dapat berkembang dengan pesat (Morissan, 2015: 6).

Sebagai media massa yang berbasis elektronik, televisi memiliki keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki media massa yang lain dan dianggap merupakan media massa yang menarik dalam segi penyajian pesan maupun informasinya karena televisi dapat menampilkan gambar bergerak serta audio secara bersamaan. Oleh karena itu, para penonton televisi seolah-olah mengalami peristiwa yang ditayangkan oleh televisi.

Karena dalam penyampaian isi pesan televisi seolah-olah langsung dirasakan antara komunikator dan komunikan sehingga informasi atau pesan yang disampaikan oleh televisi tersebut akan sangat mudah dimengerti oleh publik karena jelas terdengar secara audio dan akan mudah terlihat secara visual.

Tidak hanya media massa saja yang mempunyai ciri-ciri khusus, televisi juga mempunyai beberapa karakteristik, antara lain :

1. Bersifat langsung

Televisi adalah salah satu jenis dan bentuk media massa yang paling canggih dilihat dari sisi teknologi yang digunakan dan paling mahal dilihat

dari segi investasi yang ditanamkan. Televisi sangat bergantung pada kekuatan peralatan elektronik yang sangat rumit.

2. Bersifat satu arah

Siaran televisi bersifat satu arah, khalayak sebagai penonton hanya bisa menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi. Penonton tidak bisa menyela, melakukan interupsi saat itu agar suatu acara disiarkan atau tidak disiarkan.

3. Bersifat terbuka

Televisi ditujukan kepada masyarakat secara terbuka ke berbagai tempat yang dapat dijangkau oleh daya pancar siarannya. Siapapun dapat mengakses siaran televisi. Khalayak televisi bersifat anonim dan heterogen karena bersifat terbuka.

4. Publik tersebar

Khalayak televisi tidak berada di suatu wilayah, tetapi tersebar di berbagai wilayah dari lingkup lokal, regional, nasional, bahkan internasional.

5. Bersifat selintas

Pesan-pesan televisi hanya dapat dilihat dan didengar secara sepintas. Siarannya tidak dapat dilihat dan didengar ulang oleh pemirsa kecuali dalam hal-hal khusus seperti pada adegan ulang secara lambat, atau dengan alat khusus seperti perekam *video cassette recorder* (VCR).

2.2.4. Program Televisi

Program siaran televisi merupakan acara-acara yang disiapkan dan disiarkan oleh televisi. Pada dasarnya segala sesuatu dapat dijadikan program acara selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku.

Secara garis besar, jenis program televisi dibagi menjadi program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*). Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu *hard news* yang merupakan berita terkini yang harus segera disiarkan dan *soft news* yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar, yaitu musik, drama, dan pertunjukan (Morissan, 2015: 218).

Ada pula pembagian program berdasarkan apakah suatu program ini bersifat faktual atau fiktif. Program faktual antara lain meliputi program berita, dokumenter, atau *reality show*. Sementara, program yang bersifat fiktif antara lain program drama atau komedi (Romli, 2016: 95).

2.2.5. Format Program Televisi

Menurut Wibowo (2007, 53-225), format acara televisi dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

1. Program Seni Budaya

Program seni budaya termasuk produksi karya artistik dalam televisi. Ada beberapa macam materi produksi seni budaya. Secara garis besar, materi seni budaya dibagi menjadi 2 bagian, yaitu seni pertunjukan dan seni pameran. Yang termasuk dalam seni pertunjukan antara lain seni musik, seni tari, dan pertunjukan boneka dengan segala macam jenisnya. Seni musik misalnya dapat berupa konser musik, gamelan *jazz*, konser musik, musik klasik atau pagelaran musik.

2. Program Talk Show

Program wicara di televisi atau bisa disebut *The Talk Show Program*, meliputi banyak format, antara lain, kuis, interview (wawancara) baik dalam studio maupun di luar studio dan diskusi panel di televisi. Semua memang dapat disebut sebagai program Wicara *The Talk Program*.

3. Program Berita

Dalam pengertian sederhana program *news* mempunyai definisi suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang memiliki nilai berita (unusual, factual, esensial) dan disiarkan melalui media secara periodik. Pengertian penyajian fakta dan kejadian didalam berita bersifat objektif. Liputan gambar dari kejadian biasanya diambil dengan memperhatikan hal-hal yang sekiranya tidak terlalu membuat *shock*. Namun objektivitas semacam ini masih tergantung pada subjektivitas dari peliput. Secara garis besar program berita dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu *hard news* dan *soft news*.

4. Program Dokumenter

Memahami arti dokumenter, kita dihadapkan pada dua hal, yaitu sesuatu yang nyata/faktual (ada atau terjadi), dan esensial (bernilai atau memiliki makna). Suatu dokumen dapat berwujud konkret kertas dengan tulisan atau berkas-berkas tertulis (ijazah, diktat dan rontal catatan).

5. Program Feature

Feature adalah salah satu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan berbagai format.

6. Program Magazine

Program *magazine* dikenal di Indonesia sebagai program majalah udara. Sebagaimana majalah cetak, program *magazine* memiliki jangka waktu terbit mingguan, bulanan, tergantung dari kemauan produser. Program *magazine* mirip dengan program *feature*. Perbedaannya kalau program *feature* suatu pokok permasalahan disoroti dari berbagai aspek dan disajikan lewat beberapa format. Sementara itu program *magazine* tidak hanya menyoroti satu pokok permasalahan, melainkan membahas suatu bidang kehidupan, seperti wanita, film, pendidikan dan musik yang ditampilkan dalam rubrik-rubrik yang tetap dan disajikan lewat berbagai format.

7. Program Spot

Program Spot adalah suatu program yang ingin mempengaruhi dan mendorong penonton televisi atau pendengar radio, untuk tujuan-tujuan tertentu. Spot merupakan program yang sangat pendek. Durasi suatu program spot biasanya berkisar antara 15 detik sampai 1,5 menit.

8. Program Sinetron

Di masa lalu ketika stasiun televisi hanya satu, yaitu TVRI nama program sinetron belum dikenal luas. Program semacam itu di jaman televisi pertama TVRI disebut sebagai drama televisi, *teleplay* atau sandiwaranya televisi. Produksi program drama televisi pada waktu itu juga sangat berbeda dengan produksi sinetron. Program drama biasanya di produksi sepenuhnya menggunakan setting indoor didalam studio televisi.

2.2.6. Politik dan Komunikasi Politik

2.2.6.1. Politik

Politik secara etimologi berasal dari kata “Polis” yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakat. Kata “polis” berkembang menjadi kata “politics” yang artinya kewarganegaraan. Dari kata “politics” menjadi kata “politika” yang berarti hak-hak kewarganegaraan (Sumarno, 1989:8)

Dalam ilmu Politik, politik merupakan proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya di negara.

2.2.6.2. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintah, dan kebijakan pemerintah. Komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai komunikasi antara “ pemerintah” dan “yang diperintah” (Nimmo, 1982). dan menurut Gabriel Almond (1960), komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik.

2.2.6.3. Komunikator Politik

Seluruh masyarakat memiliki hak dalam berkomunikasi terutama dalam bidang politik namun tidak semua masyarakat dapat menjadi komunikator politik karena untuk dapat menjadi seorang komunikator politik seorang tersebut harus dapat mengatur dan mengolah opini publik.

Menurut Nimmo (1989) mengklasifikasikan komunikator politik menjadi tiga yaitu, politikus, profesional, dan aktivis.

1. Politikus

Polituk merupakan orang bercita-cita dan memiliki keinginan memegang atau menduduki jabatan pemerintahan, tidak peduli mereka dipilih, ditunjuk, atau pejabat karier, dan tidak mengindahkan apakah jabatan itu eksekutif, legislatif, maupun yudikatif, Katz (dalam Nimmo, 2000).

2. Profesional

Profesional merupakan orang yang mencari nafkah dengan berkomunikasi, karena keahliannya berkomunikasi. Carey (dalam Nimmo, 2000), Menggambarkan komunikator profesional adalah makelar simbol, orang yang menerjemahkan sikap, dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah-istilah komunitas bahasa lain berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti.

3. Aktivis

Aktivis merupakan komunikator utama yang bertindak sebagai saluran organisasional dan interpersonal pertama terdapat juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi kedua terdapat pemuka pendapat yang bergerak dalam jaringan interpersonal.

Ketiga komunikator politik tersebut memiliki peran dan tugas yang berbeda-beda mulai dari politikus, profesional, dan aktivis namun mereka tetap dalam satu kesatuan yaitu sebagai komunikator politik.

2.2.6.4. Pilkada

Pilkada adalah pemilihan gubernur dan pimpinan bupati atau walikota yang dilaksanakan dalam rangka untuk pelaksanaan kedaulatan rakyat di provinsi dan kabupaten atau kota untuk memilih calon kontestan seperti Gubernur, bupati dan walikota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Di mana dalam pemilihan kepala daerah atau pilkada dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan diawasi oleh Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) Provinsi, Kabupaten dan Kota setiap 5 tahun sekali yang telah diatur dalam UU No.10 Tahun 2016 yang mengatur tentang Pemilihan Kepala Daerah.

2.2.6.5. Perilaku Memilih dalam Pemilu

Perilaku memilih dalam pemilu merupakan perilaku masyarakat dalam menentukan dan memutuskan hak politik masyarakat untuk memilih pasangan calon pemimpin yang bertanding dalam pemilu yang diselenggarakan oleh negara atau daerah.

Menurut Brennan dan Lomasky dalam Firmansah (2012: 88) keputusan memilih selama pemilu adalah perilaku “ekspresif”. Perilaku ini perilaku ini tidak jauh beda dengan perilaku suporter yang memberikan dukungannya kepada sebuah tim sepak bola.

Menurut mereka perilaku memilih sangat dipengaruhi oleh loyalitas dan ideologi. Keputusan untuk memberikan dukungan dan suara tidak akan terjadi apabila tidak terdapat loyalitas pemilih yang cukup tinggi kepada partai politik yang di dukungnya.

Dan salah satu model yang dapat digunakan dalam menganalisis perilaku pemilih adalah model kesamaan (*Similarity*) dan daya tarik (*attraction*) di mana menurut Newcomb dalam Firmansah (2012: 99) setiap individu akan tertarik pada suatu hal atau seseorang yang memiliki sistem dan keyakinan yang sama dengan dirinya sendiri. Artinya semakin dua pihak berbagi karakteristik yang sama (*Similarity*) akan semakin meningkat pula rasa saling tertarik (*attraction*) antara pihak satu dengan yang lain.

Dalam hal ini partai politik maupun individu apabila semakin banyak kesamaan dengan masyarakat akan semakin besar pula daya tarik partai atau individu tersebut untuk dipilih oleh masyarakat.

2.2.6.6. Karakteristik Pemilih

Karakteristik pemilih dibagi menjadi empat dalam Firmansah (2012: 120) kategori diantaranya adalah pemilih rasional, pemilih kritis, tradisional, dan pemilih skeptis. Dari keempat karakteristik pemilih tersebut memiliki ciri masing-masing yang membedakan keempat karakter tersebut yaitu sebagai berikut.

a. Pemilih Rasional

Dalam kategori pemilih rasional merupakan pemilih yang lebih memiliki orientasi tinggi terhadap *policy-problem-solving* dan berorientasi rendah terhadap faktor ideologi. Dalam tipe karakter pemilih rasional lebih mengutamakan kemampuan partai politik atau calon kontestan dalam program kerjanya. Selain melihat program kerja partai politik atau calon kontestan pemilih tipe ini lebih juga melihat kinerja dan citra partai politik atau calon kontestan.

Pemilih tipe rasional sendiri memiliki ciri khas yang di mana tidak begitu mementingkan ikatan ideologi kepada partai politik ataupun calon kontestan. Faktor seperti paham, asal-usul, nilai tradisional, budaya, agama, dan psikografis memang dipertimbangkan tetapi bukan menjadi hal yang signifikan.

b. Pemilih Kritis

Dalam kategori kedua adalah pemilih kritis, pemilih jenis ini merupakan perpaduan antara tingginya orientasi akan kemampuan partai politik atau seseorang kontestan dalam menuntaskan permasalahan bangsa maupun tingginya orientasi mereka terhadap hal-hal yang bersifat ideologis.

Pentingnya ikatan ideologis membuat loyalitas tipe pemilih kritis sangat tinggi terhadap partai atau seorang kontestan dan tidak mudah untuk dapat berpaling.

c. Pemilih Tradisional

Tipe pemilih tradisional tipe pemilih seperti ini merupakan tipe pemilih yang memiliki orientasi yang sangat tinggi terhadap ideologi dan tidak terlalu melihat kebijakan partai politik atau calon kontestan sebagai suatu yang penting dalam pengambilan keputusan.

Pemilih jenis ini sangat mementingkan kedekatan sosial budaya, nilai, asal-usul, paham dan agama sebagai tolak ukur

untuk milih calon kontestan atau partai politik. Pemilih tipe ini memiliki cirikhas loyalitas yang sangat tinggi terhadap partai politik atau calon kontestan apapun yang dinyatakan seorang *leader* politik akan selalu didukung dan akan selalu menjadi kebenaran yang sulit untuk dibantah.

d. **Pemilih skeptis**

Pemilih keempat adalah pemilih skeptis pemilih tipe ini merupakan pemilih yang tidak memiliki orientasi ideologi cukup tinggi dengan sebuah partai politik atau seorang calon kontestan dan tidak menjadikan kebijakan suatu yang penting. Keinginan untuk terlibat dalam sebuah partai politik pada jenis pemilih seperti ini sangat kurang karena ikatan ideologi mereka memang sangat kurang.

Dalam penelitian ini peneliti meneliti kalangan mahasiswa di mana mahasiswa UNTAG surabaya menjadi objek penelitian, berdasarkan penjelasan di atas peneliti menggolongkan mahasiswa sebagai pemilih yang rasional di mana mahasiswa sebagai masyarakat berpendidikan tinggi memiliki kecenderungan dalam memilih memilih lebih rasional dari pada tingkat masyarakat pendidikan rendah selain itu peneliti menilai kalangan mahasiswa memiliki karakter yang sesuai dengan karakter pemilih rasional daripada pemilih jenis lain.

2.2.6.7. Pemilih Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

Menurut Chapman dan Palda dalam Firmansah (2012: 116) menyatakan adanya perbedaan keputusan memilih berdasarkan tingkat pendidikan pemilih yang dibagi menjadi dua yaitu tingkat pendidikan tinggi dan tingkat pendidikan rendah sebagai berikut :

a. **Pendidikan Rendah**

Individu yang tidak memiliki tingkat pendidikan yang tinggi akan cenderung menggunakan aspek non rasional dalam pengambilan keputusan. Faktor emosional, rumor, isu, stereotipe, dan pendapat umum merupakan hal penting dalam proses pengambilan keputusan.

b. **Pendidikan Tinggi**

Orang yang memiliki pendidikan tinggi akan cenderung lebih berhati-hati dalam proses pengambilan keputusan kebenaran yang diperoleh individu tipe ini tidak begitu saja diterima mereka akan mencoba memverifikasi apakah informasi tersebut berasal dari

sumber-sumber yang terpercaya atau tidak sebelum mereka menganalisisnya.

Dalam penelitian ini peneliti mengelompokkan sampel atau respon berdasarkan tingkat tahun angkatan sampel mulai dari angkatan tahun 2014 hingga tahun 2017 peneliti berasumsi berdasarkan penjelasan di atas semakin tinggi pendidikan yang telah ditempuh akan semakin rasional pula pemilih dalam memilih dan semakin rendah tingkat pendidikan yang ditempuh maka semakin tidak rasional pemilih dalam memilih.

2.2.6.8. Faktor-faktor Pertimbangan Pemilih.

Faktor yang menjadi pertimbangan pemilih dibagi menjadi tiga faktor dimana tiga faktor tersebut mempengaruhi pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihannya yang terdiri dari faktor (1) kondisi awal pemilih, (2) media massa dan (3) partai politik atau kontestan (Firmanzah, 2012: 115).

a. Faktor Kondisi Awal Pemilih.

Faktor kondisi awal diartikan sebagai karakteristik yang melekat pada diri pemilih yang dimana masing-masing individu memiliki nilai serta kepercayaan yang berbeda-beda.

Hal tersebut sangat mempengaruhi proses dalam diri masing-masing individu ketika hendak menentukan pilihan.

b. Faktor Media Massa.

Faktor kemampuan media massa dalam mendistribusikan informasi merupakan sebuah kekuatan untuk membentuk sebuah opini publik di mana opini publik terbentuk melalui seberapa besarnya informasi yang diterima pemilih.

Ketika media massa memberikan informasi tentang partai politik atau kontestan bersifat positif pemilih cenderung melihat keberadaan partai politik atau kontestan tersebut sebagai suatu yang positif pula.

c. Faktor Partai Politik dan Kontestan.

Faktor karakteristik partai politik dan kontestan adalah faktor yang mempengaruhi pilihan pemilih berdasarkan atribut yang dimiliki kontestan atau partai politik seperti reputasi, *image*, citra, latar belakang, ideologi, dan kualitas para politikus akan

sangat mempengaruhi penilaian pemilih atas partai yang bersangkutan.

2.2.7. Preferensi

Preferensi berasal dari kata *preference* yang memiliki makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *Preference* dengan arti yang sama yakni (minat terhadap sesuatu)

Selain itu preferensi juga diartikan sebagai suatu kecenderungan akan sesuatu dalam hal ini preferensi dikaitkan dengan kecenderungan terhadap minat memilih calon gubernur Jawa Timur.

Menurut Downs dalam Firmanzah (2012: 100) disebutkan pemilih cenderung memberikan suaranya atau dukungannya kepada partai politik atau seorang kontestan yang dianggap memiliki kesamaan serta kedekatan sistem nilai dan keyakinan.

2.2.7.1. Peran Media Massa dalam Membentuk Preferensi

Menurut Iyengar dan Kinder dalam Firmanzah (2012: 101). Peran media massa dalam pembentukan preferensi atau kecenderungan memilih seorang pemilih sangat dipengaruhi media massa di mana media massa menjadi media pembentukan sebuah opini dan persepsi publik dalam masyarakat tentang suatu isu tertentu yang penting.

Media massa berfungsi sebagai media untuk mempromosikan program kerja yang ditawarkan kontestan serta ide dan gagasan tentang pemecahan masalah yang akan ditawarkan kepada masyarakat.

Dan dalam penelitian ini preferensi digambarkan untuk mengukur tingkat kecenderungan mahasiswa dalam menentukan pilihan suaranya dalam pilkada serentak tahun 2018. Berdasarkan tayangan media massa yaitu program acara "Rosi" Kompas TV.

2.3. Landasan Teori.

2.3.1. Teori SOR.

Teori Stimulus Organisasi Respon (SOR) menitik beratkan pada asumsi bahwa penyebab terjadi sebuah perubahan sebuah perilaku didasari dari kualitas rangsangan (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme. Yang artinya kualitas dari sebuah sumber komunikasi (*sources*) menentukan sebuah keberhasilan pada perubahan perilaku seseorang ataupun kelompok.

Hovland, et al (dalam Notoatmodjo,2003) menyatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya samadengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

1. Stimulus (rangsangan) yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus yang diberikan tidak diterima atau ditolak berarti stimulus tersebut tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti di sini. Tetapi apabila stimulus tersebut diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan berarti stimulus tersebut efektif.
2. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus tersebut dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut menjadi efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat diubah hanya apabila stimulus (rangsangan) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat lebih meyakinkan organisme.

Dalam meyakinkan organisme tersebut, faktor *reinforcement* memegang peran yang sangat penting karena, stimulus datang dari lingkungan (W=Word) dan R ditujukan kepadanya, maka mekanisme terjadi dan berlangsungnya dapat dilengkapkan seperti dampak dalam bagan berikut:

W > S > O > R > W

Lingkungan (W= Word) disini dapat dibagi kedalam dua jenis yaitu:

1. **Lingkungan objektif** (segala sesuatu yang ada di sekitar individu dan secara potensial dapat melahirkan S)

2. **Lingkungan efektif** (segala sesuatu yang aktual merangsang organisme karena sesuai pribadinya sehingga menimbulkan kesadaran tertentu pada diri organisme dan kemudian organisme tersebut meresponnya). (Sudrajat,2008).

Teori selanjutnya adalah teori tentang pembentukan perilaku adalah teori fungsi. Teori ini beranggapan bahwa perubahan perilaku individu tergantung kepada kebutuhan individu tersebut.

Berarti stimulus yang dapat yang dapat mengakibatkan perubahan kepada seseorang atau kelompok apabila stimulus tersebut dapat dimerti atau dipahami dalam konteks kebutuhan yang sedang dicari individu maupun kelompok tersebut.

Menurut Katz (dalam Noatmodjo, 2008), perilaku di latar belakang oleh kebutuhan individu yang bersangkutan Katz berasumsi bahwa:

1. Perilaku itu memiliki fungsi instrumental, artinya dapat berfungsi dari memberikan pelayanan terhadap kebutuhan seseorang, dapat dapat bertindak (berperilaku) positif terhadap objek demi memenuhi kebutuhannya dan sebaliknya bila objek tidak dapat memenuhi kebutuhannya maka ia kan berperilaku negatif.
2. Perilaku dapat berfungsi sebagai *defence mecanism* atau sebagai pertahanan diri dalam menghadapi lingkungannya, yang dimana dengan prilakunya dengan tindakan-tindakannya seseorang dapat melindungi dirinya dari ancaman-ancaman yang datang dari luar.
3. Perilaku berfungsi sebagai penerima objek dan memberikan arti. Dalam peranannya dengan tindakannya itu, seseorang senantiasa menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Dengan tindakan sehari-hari seseorang telah melakukan keputusan-keputusan sehubungan dengan objek atau stimulus yang dihadapi.
4. Perilaku sebagai perilaku ekspretif diri dari diri seseorang dalam menjawab suatu situasi. Nilai ekspretif ini berasal dari diri konsep diri seseorang dan pencerminan dari hati sanubari.

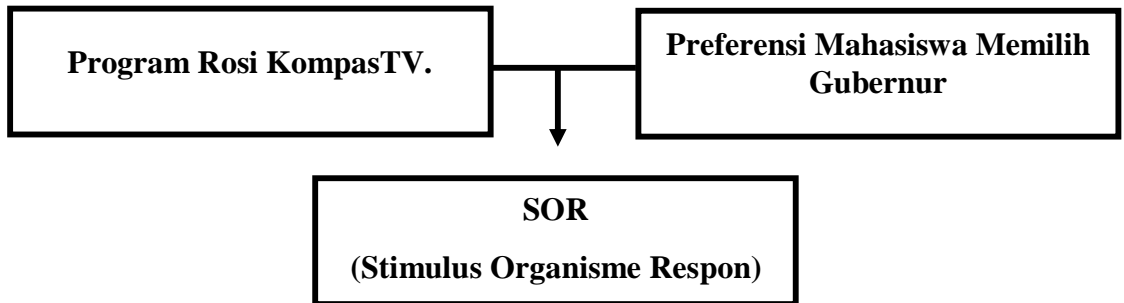
Teori ini berkeyakinan bahwa perilaku itu mempunyai fungsi untuk menghadapi dunia luar individu dan senantiasa menyesuaikan diri dengan lingkungannya sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam kaitan Teori SOR memiliki relefansi sebagai landasan terbentuknya opini tentang keputusan responden setelah menerima paparan program acara “Rosi” Kompas TV. Dimana tanya jawab dan konten yang disuguhkan oleh program acara “Rosi” kompas TV menjadi sebuah Stimulus

yang diberikan yang dimana kan mendorong respon. Dalam kaitannya mahasiswa UNTAG Surabaya.

2.4. Kerangka Dasar Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat untuk penelitian ini peneliti membuat kerangka dasar pemikikiran sebai berikut :



Tabel 2.2 Tabel Kerangka Dasar Pemikiran.

2.5. Hipotesis

Dalam suatu penelitian, tidak selalu diawali dengan rumusan hipotesis. Artinya peneliti dapat membuat suatu penelitian tanpa adanya rumusan hipotesis di dalamnya. Tetapi ada anggapan bahwa hipotesis penting dalam suatu penelitian agar peneliti mempunyai arah pemecahan masalah yang jelas. Hal ini berdasarkan pengertian hipotesis yang merupakan pernyataan dugaan tentang jawaban atas suatu permasalahan (masalah) yang diriset atau masalah yang diteliti.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H0 : Tidak ada pengaruh Paparan Program “Rosi” Kompas TV Terhadap Preferensi mahasiswa memilih Gubernur Jawa Timur.
- H1 : Ada pengaruh Paparan Program “Rosi” Kompas TV terhadap Preferensi Mahasiswa memilih Gubernur Jawa Timur.

