

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Sebuah negara tidak akan terpisahkan dari perangkat hukum. Hukum selalu mengikuti kondisi sosial, seperti dalam ungkapan asas hukum yang berbunyi “*Ubi Societas Ibi Ius*”, di mana ada masyarakat di situ ada hukum. Perangkat hukum dan pemaknaannya setiap zaman berubah, baik perubahan yang datang dari masyarakat maupun yang datang dari elit politik (Amal 2018).

Perubahan perangkat hukum menyesuaikan dengan kondisi sosial dan kekuatan politik yang berlaku. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) salah satunya dianggap oleh Wakil Presiden 2014-2019 sudah tidak relevan untuk digunakan karena merupakan perangkat hukum peninggalan kolonial yang masih digunakan sampai saat ini sebagai dasar hukum pidana di Indonesia (Krisjanuar 2019).

Proses produksi kebijakan tidak serta merta mendapat dukungan masyarakat, saat memproduksi kebijakan akan muncul konflik-konflik dari berbagai sumber. Kendati pentingnya pembaruan KUHP, namun sebagian masyarakat tidak menyepakati Rancangan KUHP yang hendak disahkan pada tanggal 24 September 2019 lalu.

Aksi mahasiswa menolak RKUHP dilakukan pada tanggal 25 dan 30 September 2019. Aksi yang dinamakan Reformasi Dikorupsi ini berlangsung di

sejumlah kota di Indonesia, di antaranya adalah Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Cirebon (Haryanto 2019).

Massa aksi demonstrasi Reformasi Dikorupsi terdiri dari berbagai unsur masyarakat. Ada aktivis Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), buruh, petani, pelajar, dan mahasiswa. Aksi Reformasi Dikorupsi yang berlangsung di Cirebon didominasi oleh mahasiswa berbagai perguruan tinggi membentuk satu kelompok dengan nama Aliansi Mahasiswa Ciayumajakuning atau AMC (CNN Indonesia 2019).

Kelompok AMC dalam kajian komunikasi politik disebut sebagai *pressure group* (kelompok penekan). *Pressure group*, atau juga dikenal dengan *single-issue group*, kelompok yang mengkritisi satu isu, berbeda dengan organisasi publik lainnya. *Pressure group* tidak terstruktur secara lembaga dan pergerakannya lebih politis (McNair 2017). AMC merupakan *pressure group* politik yang fokus pada satu isu yakni RKUHP.

Meskipun peserta aksi juga datang dari berbagai organisasi dan lembaga, AMC mendominasi aksi Reformasi Dikorupsi yang terdiri dari aktivis mahasiswa dari kampus-kampus Wilayah III Cirebon, yakni Cirebon (Kota dan Kabupaten), Indramayu, Majalengka, dan Kuningan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, terdapat 24 perguruan tinggi swasta dan 1 institut negeri di Kota Cirebon, 8 perguruan tinggi di Kabupaten Cirebon, 9 perguruan tinggi di Indramayu, 5 perguruan tinggi di Majalengka, dan 5 perguruan tinggi di Kuningan (Jabar BPS 2019).

*Pressure group* terbentuk setelah berlangsungnya komunikasi antarindividu karena beberapa faktor. Empat alasan yang paling banyak adalah ketertarikan masing-masing personal, kebutuhan afiliasi pribadi, tujuan, atau identitas. Sebagai makhluk sosial, seseorang akan mencari peluang untuk bergabung dengan orang lain untuk membagikan minat atau memenuhi ketertarikannya. Dengan bergabung dengan kelompok dapat membantu seseorang untuk mendefinisikan, mengklarifikasi, atau memahami isu-isu penting melalui diskusi dan berbagi berbagai perspektif (Harris et al. 2019).

Keputusan diambil secara informal setelah diskusi kelompok. anggota merasakan urgensi yang membuat pengambilan keputusan lebih penting daripada diskusi tanpa akhir (Frey 2003). Dengan bekerja bersama dan menjelaskan masalah kepada orang lain, seseorang akan lebih mudah untuk mengklarifikasi pemahaman tentang topik yang diberikan, memperkuat kemampuan untuk mengatur pikiran, mengembangkan kemampuan untuk memikirkan masalah, dan belajar untuk mengartikulasikan proses berpikir dengan lebih baik (Harris et al. 2019).

Mahasiswa peserta aksi berasal dari organisasi perguruan tinggi. Perguruan tinggi memiliki banyak jenis organisasi mahasiswa, yakni organisasi internal, organisasi eksternal, dan organisasi daerah. Organisasi eksternal adalah organisasi mahasiswa yang tidak melekat pada identitas badan kampus, organisasi daerah adalah himpunan mahasiswa berdasarkan daerah asal mahasiswa perantau. Organisasi internal adalah organisasi mahasiswa yang memiliki kedudukan resmi di lingkungan kampus dan mendapatkan pendanaan dari kemahasiswaan kampus.

Organisasi internal memiliki tingkatan kepemimpinan, dari tingkat himpunan mahasiswa jurusan atau program studi, himpunan mahasiswa tingkat fakultas, dan himpunan mahasiswa tingkat universitas. Setiap perguruan tinggi memiliki sebutan dan tujuan organisasi internal yang berbeda-beda. Kebanyakan perguruan tinggi menyebutnya dengan Badan Eksekutif Mahasiswa, Senat Mahasiswa, Dewan Mahasiswa. Anggota organisasi internal kampus ini disebut sebagai aktivis mahasiswa.

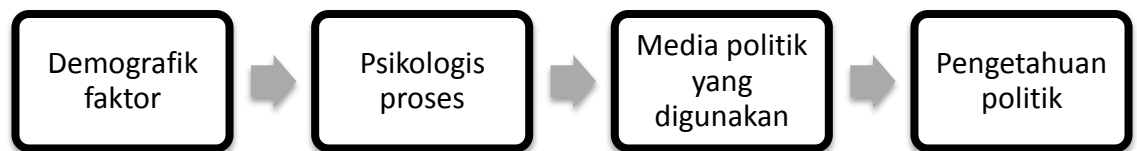
Aktivis mahasiswa dari organisasi internal perguruan tinggi ini memiliki agenda rutin untuk membahas berbagai macam persoalan akademis, sosial, dan politik, baik dalam lingkup kampus maupun di luar kampus. Isu-isu politik negara seperti perumusan undang-undang juga merupakan bagian dari fokus kajian mereka sebagai peran mahasiswa untuk kontrol sosial.

Media massa dan internet memainkan peran penting dalam menawarkan bahan mentah terhadap masyarakat untuk membangun kepercayaan dan pengetahuan tentang politik (Perloff 2017). Komunikasi politik ini juga bagian dari sosialisasi politik agar terjadi transmisi ke setiap generasi muda untuk menjaga vitalitas dan kontinuitas komitmen demokrasi.

Perloff menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang membentuk pengetahuan politik. Demografik faktor adalah karakteristik individu seperti usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan afiliasi politik. Psikologi proses adalah tingkat kemampuan seseorang dalam memproses informasi dari sisi skema dan emosional seseorang. Semakin dewasa usia seseorang, semakin tinggi tingkat pendidikan

seseorang, dan semakin besar tingkat pendapatan seseorang, akan semakin tinggi tingkat psikologis proses seseorang dalam memproses informasi. Media politik yang digunakan tidak hanya dilihat dari jenis media, tetapi juga intensitas konsumsi media, semakin sering media dikonsumsi maka tingkat pengetahuan seseorang akan lebih tinggi dibandingkan intensitas konsumsi media yang lebih rendah (Perloff 2017).

**Bagan 1.1.: Faktor terbentuknya pengetahuan politik**



Data diolah dari Richard M. Perloff (2014) *The Dynamics of Political Communication*. Routledge: New York. Halaman 87

Anggota AMC memiliki banyak kesamaan dalam faktor demografi seperti usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan karena seluruh anggota AMC ialah mahasiswa yang notabene berusia 17-25 tahun, lulusan SMA, dan belum memiliki pendapatan yang tetap karena masih pelajar. Namun, setiap anggota AMC memiliki kemungkinan afiliasi politik yang berbeda. Aktivis mahasiswa dari organisasi internal perguruan tinggi juga bisa sekaligus merangkap anggota organisasi eksternal atau

organisasi daerah. Variasi ini memiliki pengaruh dalam pemaknaan dan merespon penerimaan pesan (Perloff 2017).

Organisasi eksternal mencakup banyak jenis kelompok, baik itu kelompok politik praktis seperti partai politik, kelompok sosial seperti LSM, dan organisasi gerakan mahasiswa tingkat nasional baik berbasis agama maupun ideologi negara seperti Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), dan Gerakan Mahasiswa Nasionalis Indonesia (GMNI). Organisasi eksternal secara berkala melakukan kaderisasi untuk masuk ke dalam struktur organisasi internal kampus agar dapat menciptakan program yang sesuai dengan ideologi organisasi eksternal.

Strategi kaderisasi organisasi gerakan mahasiswa menciptakan kompetisi pemilihan mahasiswa (Pemilwa) kampus bergerak secara politis, menjadi kendaraan mahasiswa calon struktural internal kampus selayaknya partai politik dalam pemilihan umum. Organisasi gerakan mahasiswa juga menentukan isu-isu yang dianggap penting dan program-program yang dibuat sesuai dengan ideologi organisasi.

Dalam kelompok tugas tradisional, anggota lebih cenderung untuk mempersepsikan dan menampilkan diri sebagai kelompok, entitas, yang bertanggung jawab untuk melakukan tindakan yang diputuskan anggota kelompok. Dalam kolaborasi, anggota berpartisipasi sebagai – dan berdasarkan keberadaan - perwakilan dari organisasi lain. Dengan demikian, kebutuhan dan persyaratan organisasi utama anggota dapat dengan mudah mempengaruhi kesetiaan aktivis

mahasiswa pada kolaborasi dan - yang lebih penting - tindakannya di dalam kelompok. Loyalitas yang terbagi adalah masalah penting ketika anggota kolaborasi memutuskan tindakan dan kemudian harus mengambil keputusan itu kembali ke organisasi utamanya untuk melakukan aktifitas tugas. Masalah yang muncul dan keputusan yang dibuat dalam lingkungan eksternal ini dapat dengan mudah mengubah tujuan dan keputusan yang disepakati oleh kolaborasi. (Frey 2003)

Kebanyakan seorang aktivis mahasiswa yakin bahwa aktivis mahasiswa dapat melawan tekanan di dalam organisasi (*peer pressure*), namun kenyataannya tetap berpegang teguh pada pemikiran individual dalam menghadapi mayoritas jauh lebih sulit. Sering ada alasan bagus untuk menyesuaikan diri. Berdiri sendiri dapat mengundang cemoohan atau pengucilan, sesuatu yang semua orang ingin hindari (Bond 2014).

Pergerakan mahasiswa selain dikenal melalui nama kampus, juga melakukannya atas inisiatif dan ideologi organisasi gerakan mahasiswa. Keduanya dapat dibedakan dengan atribut yang dibawa, mahasiswa yang berdemonstrasi dengan atribut kampus, maka kelompok tersebut berasal dari perguruan tinggi. Namun, hal itu tidak dapat terlepas dari pengaruh afiliasi dengan kelompok lainnya.

Faktor lain yang mempengaruhi pengetahuan politik ialah psikologi proses. Psikologi proses menurut Perloff dilihat dari dua pendekatan psikologis yakni *cognitive skills* dan *cognitive schemas*. Menurut Doris A. Graber yang dikutip oleh Perloff bahwa struktur kognitif berdasarkan pendekatan psikologis seseorang akan berkembang sesuai dengan perkembangan biologisnya. Artinya, seluruh anggota

AMC yang memiliki rata-rata usia dan perkembangan biologis yang sama, akan memiliki kesamaan struktur kognitif dalam pendekatan psikologis. Seluruh anggota AMC memiliki tingkat psikologis proses yang sama dalam mengelola informasi menjadi pengetahuan politik (Perloff 2017).

Faktor yang paling besar dalam mempengaruhi pengetahuan politik adalah konsumsi media. Perloff membuat kesimpulan dari empat penelitian mengenai pengaruh media terhadap pengetahuan politik. Pertama, media secara positif telah memainkan peran penting dalam memberikan pengetahuan politik warga Amerika. Meskipun media memiliki banyak efek negatif lainnya, media memberikan informasi yang sangat diperlukan oleh warga negara yang terinformasi. Warga negara Amerika yang mengikuti berita di media apapun lebih berpengetahuan daripada rekan-rekannya yang tidak sama sekali, hal tersebut diamati oleh sarjana komunikasi politik Steven H. Chaffee (Perloff 2017).

Kedua, penelitian selanjutnya muncul kesimpulan "*powers of media*". Frasa ini dikritisi karena media memiliki arti yang luas, konten informasi yang berbeda-beda, dan hanya konten-konten tertentu yang memiliki efek untuk dapat dipelajari oleh seseorang. Media akan berefek apabila memiliki pola tertentu. Penggambaran konten yang berbeda, gaya program yang digunakan, usia dan kognitif konsumen media, kepuasan khalayak, dan intensitas mengonsumsi media. Artinya, media tidak secara langsung memberikan efek belaka, namun harus ada pola tertentu dari media untuk dapat mempengaruhi atau memberikan pengetahuan terhadap khalayaknya (Perloff 2017).



Ketiga, penelitian yang dikutip dari Armoudian dan Crigler mengenai pengaruh aspek yang lain yang dapat berpengaruh terhadap penerimaan informasi media seseorang. Media tidak dapat dibicarakan secara abstrak. Subjek, dalam hal ini adalah khalayak, tidak dapat dipandang pasif. Subjek yang memiliki bekal pengetahuan sebelumnya, dari sumber informasi yang lain, akan mendapatkan efek yang berbeda ketika mengonsumsi informasi media. Orang-orang yang tahu banyak tentang politik dan memiliki kemampuan kognitif yang solid mendapatkan lebih banyak dari berita dan memprosesnya lebih serius daripada yang kurang tahu dan belum mengembangkan keterampilan yang kuat dalam pemikiran politik (Perloff 2017).

Keempat, penelitian ini menyimpulkan dari premis-premis, bahwa orang yang lebih kaya dan lebih berpendidikan tahu lebih banyak tentang politik, dan berita dapat memperburuk kesenjangan dalam pengetahuan ini. Ketika pendidikan dan pendapat setara, maka berita dapat memberikan sirkulasi informasi yang merata kepada setiap individunya.

Sumber pengetahuan berada di dekat lingkungan masyarakat, tidak hanya di kalangan mahasiswa tapi juga berada di berbagai segmentasi masyarakat. Pergerakan mahasiswa juga aksesnya sangat dekat dengan pengetahuan politik, dikembangkan di dalam organisasi gerakan dan juga berada dalam kegiatan akademis keseharian.

Namun, para penggagas vokal demonstrasi tolak RKUHP nasional saat diundang di acara Indonesia Lawyers Club di TV One ditanya oleh pembawa acara Karni Ilyas apakah mahasiswa sudah membaca sampai habis draft RKUHP dan

mempelajari RKUHP dan KUHP, ternyata jawaban Presiden BEM ITB, UI, Universitas Trisaksi dan UGM mengaku belum membaca habis draft RKUHP. Saat aksi yang dilakukan oleh elemen pelajar STM pun ketika diwawancarai oleh wartawan mengaku tidak tahu tuntutan yang diperjuangkan (Karni 2019).

Rendahnya penguatan materi mengenai pengetahuan RKUHP di kalangan peserta aksi juga diiringi oleh aksi yang dilakukan dengan tidak tertib di sejumlah daerah. Demo tolak RKUHP di depan gedung DPRD Jawa Barat terjadi kerusuhan antara peserta aksi dan aparat keamanan. Hal serupa terjadi di depan gedung DPR RI di Senayan.

Padaahal, partisipasi politik dalam bentuk demonstrasi di lapangan semata-mata untuk merefleksikan ketidakpuasan terhadap suatu keadaan sehingga menekan pejabat publik untuk melakukan tindakan untuk mengubahnya. Demonstrasi adalah cara yang konstituen untuk masyarakat mengekspresikan pendapat dan pikiran. Namun akibat materi tuntutan tidak matang, demonstrasi yang dilakukan untuk mencari perhatian media dan pemerintah dengan vandalisme. Menyebabkan materi pergerakan menjadi bias, tidak hanya itu, akibatnya peliputan mengenai demonstrasi justru terhadap aksi huru-hara, sehingga mengaburkan pesan demonstrasi bagi khalayak.

Berdasarkan Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia, Indonesia adalah Negara Hukum. Maka segala hak, kewenangan, kewajiban dan larangan disandarkan pada hukum. Masyarakat tidak bisa atas kepentingan publik dan alasan lainnya melakukan tindakan-tindakan yang tidak diatur

dalam Undang-Undang dan melanggar aturan-aturan yang jelas dijamin dalam konstitusi.

Pasal 8 huruf d – h Perkapolri 7/2012 tentang larangan demo dilakukan dengan menyatakan permusuhan, kebencian atau penghinaan. Aturan waktu dan durasi demonstrasi yang diatur dalam Pasal 7 Ayat (1) Pekapolri 7/2012 dan juga larangan demo yang melibatkan benda-benda membahayakan yang diatur dalam Pasal 8 huruf v dan au Perkapolri 7/2012.

Meskipun peserta aksi demo Tolak RKUHP di Kota Cirebon didominasi oleh AMC yang notabene adalah masyarakat berpendidikan, namun hal itu tidak sejalan dengan kepatuhan hukum dengan melanggar aturan-aturan demonstrasi. Selain itu, seluruh peserta demonstrasi seharusnya memahami materi-materi tuntutan, sehingga pergerakan tidak menjadi bias dan mengecilkan kemungkinan hal buruk terjadi, seperti disusupi kelompok anarkis atau kelompok kepentingan lainnya, selama masa aksi.

Berdasarkan permasalahan itu, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor berpengaruh yang membentuk pengetahuan peserta aksi demo tolak RKUHP di Kota Cirebon mengenai RKUHP yang dipengaruhi oleh tingkat loyalitas afiliasi politik peserta aksi yang dengan bergabung organisasi eksternal kampus, intensitas mengkonsumsi media, dan intensitas komunikasi dengan teman sejawat dalam *pressure group*. Oleh karena itu, peneliti membuat proposal tesis dengan judul Pengaruh Tingkat Loyalitas Afiliasi Politik, Intensitas Konsumsi Media, dan

Intensitas Komunikasi *peer-group* Terhadap Tingkat Pengetahuan Aktivistis Mahasiswa Mengenai RKUHP.

## 1.2. Rumusan Masalah

Pengetahuan politik mengenai RKUHP yang membuat aktivis mahasiswa membentuk aksi turun ke jalan untuk menyuarakan pemikiran kolektifnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan politik aktivis kampus mengenai RKUHP ialah tingkat loyalitas afiliasi politik dengan organisasi yang diikuti, intensitas konsumsi media, dan intensitas komunikasi *peer group*. Perjalanan penyampaian aspirasi yang didominasi oleh mahasiswa tersebut dilakukan dengan melakukan pelanggaran aturan dalam pelaksanaan demonstrasi yang dilakukan peserta aksi. Padahal, aturan unjuk rasa telah disebutkan dalam Pasal 8 huruf d – h Perkapolri 7/2012 tentang larangan demo dilakukan dengan menyatakan permusuhan, kebencian atau penghinaan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai:

- (1) Apakah terdapat pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?
- (2) Apakah terdapat pengaruh intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?
- (3) Apakah terdapat pengaruh intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?

- (4) Apakah terdapat pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?
- (5) Apakah terdapat pengaruh intensitas komunikasi *peer group* dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?
- (6) Apakah terdapat pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik dan intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?
- (7) Apakah terdapat pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik, intensitas komunikasi *peer group*, dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP?

Berdasarkan permasalahan itu, peneliti tertarik untuk meneliti tingkat loyalitas afiliasi politik peserta aksi yang dengan bergabung organisasi eksternal kampus, intensitas mengkonsumsi media, dan intensitas komunikasi dengan teman sejawat sebagai variabel-variabel berpengaruh yang membentuk tingkat pengetahuan peserta aksi demo tolak RKUHP di Kota Cirebon mengenai RKUHP. Baik pengaruh masing-masing faktor secara langsung terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP, maupun pengaruh faktor-faktor secara bersamaan mempengaruhi tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

- 1.3.1. Menguuji pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP
- 1.3.2. Menguji pengaruh intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP
- 1.3.3. Menguji pengaruh intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP
- 1.3.4. Menguji pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP
- 1.3.5. Menguji pengaruh intensitas komunikasi *peer group* dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP
- 1.3.6. Menguji pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik dan intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP
- 1.3.7. Menguji pengaruh tingkat loyalitas afiliasi politik, intensitas komunikasi *peer group*, dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

##### 1.4.1. Manfaat akademis

Manfaat hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan peran komunikasi media massa dalam mendukung partisipasi politik masyarakat, dengan menemukan faktor yang berpengaruh berupa afiliasi

politik, intensitas konsumsi media dan intensitas komunikasi *peer group*. Sehingga dapat memberikan pengetahuan yang lebih luas dan mendalam mengenai peran penggunaan teori *uses and gratifications* komunikasi massa dalam rangka membentuk pengetahuan mengenai RKUHP. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk penelitian komunikasi selanjutnya untuk melakukan penelitian komunikasi yang berhubungan dengan komunikasi massa

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan pengetahuan terhadap partisipasi politik. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh praktisi yang ingin menumbuhkan partisipasi politik, karena dengan penelitian ini dapat diketahui faktor-faktor yang membentuk sikap masyarakat terhadap partisipasi politik. Hasil penelitian ini juga bisa bermanfaat untuk pemilik dan pengguna media dalam menyiarkan pemberitaan dan membentuk narasi yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat.

#### 1.4.3. Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan sosial masyarakat yang fokus terhadap pentingnya partisipasi politik. Serta diharapkan, sosial dapat secara langsung berpartisipasi aktif dalam turut serta terlibat dalam mendukung ataupun menolak kebijakan publik agar dapat terwujudnya demokrasi yang membangun dan membawa kepentingan publik.

### 1.5. Kerangka Teori

### 1.5.1. *State of The Art*

Penyusunan tesis ini mengambil beberapa referensi penelitian sebelumnya termasuk jurnal-jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5.1.1. Artikel ilmiah berjudul *Political Position and Social Knowledge* yang diteliti oleh John Levi Martin dan Matthew Desmond diterbitkan di Jurnal *Sociological Forum* Vol 25 No. 1 Maret 2010

Penelitian ini fokus pada kognisi sosial atau pengetahuan sosial. Konteks pengetahuan dalam penelitian ini adalah terkait dengan keberpihakan seseorang pada/untuk orang lain dalam formasi sosial implisit yang maknanya terkait relasional. Keberpihakan politik –atau penulis maknai sebagai afiliasi politik- merupakan konsepsi diri yang penting bagi pengembangan pemerintahan dan masyarakat sipil (Martin and Desmond 2010).

Aspek yang diteliti penelitian ini yakni pengetahuan sosial yang secara khusus dipengaruhi oleh ideologi politik. Ideologi politik menempatkan seseorang dalam keadaan dapat diatur cara pandangnya. Pandangan politik atau keberpihakan politik atau afiliasi politik mengasumsikan orang yang berbeda ideologi politik memiliki perangkat nilai yang berbeda. Pengetahuan yang datang dari posisi ideologis politik mudah memfasilitasi publik untuk menjadi politik. Pengetahuan yang dipolitisasi dalam arti berorientasi pada konflik politik percaya bahwa yang terpenting bukanlah pada individual, tetapi pada kepentingan masyarakat. Ideologi politik mengarahkan orang untuk memfasilitasi pembentukan opini.



Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden dari dua afiliasi politik, yakni kelompok konservatif dan liberal, memiliki asumsi ontologis yang berbeda. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa orang dengan afiliasi politik yang mempunyai informasi politik lebih tinggi mempunyai kecenderungan sikap politik yang berlebihan. Orang dengan afiliasi politik dengan informasi politik juga mempunyai kemungkinan untuk lebih toleran dibandingkan kelompok moderat.

Pada intinya penelitian ini menyatakan bahwa keberpihakan politik atau afiliasi politik seseorang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang dengan indikator mampu memberikan penilaian, memberikan opini, dan sebagainya secara politis berdasarkan ideologi politik pihak politik yang dijadikan afiliasi. Meskipun afiliasi politik tidak besar pengaruhnya terhadap sikap seseorang terhadap pemikiran politik yang lain.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu bahwa afiliasi politik berpengaruh secara kausalitas terhadap variabel pengetahuan.

1.5.1.2. Artikel ilmiah yang berjudul Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri yang diteliti oleh Nia Sapma Apriliana dan Endhar Priyo Utomo diterbitkan di Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Volume 1 April 2019

Tingginya pengguna internet dan media sosial pada tahun 2016, menjadikan pelaku bisnis untuk menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengenalkan produk atau jasa yang dijual dalam bentuk iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial Instagram terhadap pengetahuan dan perilaku

remaja putri selaku khalayak. Penelitian ini menyebutkan bahwa pengaruh iklan terhadap perilaku konsumen selain dilihat dari segi dampak ekonomi, iklan juga memunculkan dampak psikologi komunikasi untuk laki-laki ataupun perempuan meliputi aspek afektif, kognitif, dan konatif baik secara sendiri maupun bersama-sama (Apriliana and Priyono 2019).

Intensitas atau terpaan media dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, membaca pesan yang dilakukan oleh individu terhadap suatu media. Penelitian ini mencari data khalayak dalam penggunaan media meliputi frekuensi dan durasi konsumsi media. Frekuensi mengenai jumlah masyarakat terkena paparan media, durasi terkait keberlangsungan atau lama waktu masyarakat terkena paparan media.

Penelitian ini meneliti pengetahuan sebagai variabel berpengaruh (variabel Y). Konsumsi media memunculkan dampak psikologi komunikasi kepada khalayak salah satunya aspek kognitif, aspek ini menumbuhkan perhatian khalayak terhadap sesuatu secara lebih tinggi dibanding yang lain. Perhatian tersebut akan mengarah pada bertambahnya pengetahuan masyarakat. Tingkat pengetahuan yang menjadi alat ukur dalam penelitian ini adalah tingkatan dari sangat baik, cukup baik, buruk, dan sangat buruk.

Hasil dari penelitian ini yakni 52,94% responden memiliki pengetahuan baik, 25% sangat baik, dan 2,94% buruk. Artinya, terdapat pengaruh antara intensitas melihat iklan jual beli kosmetik di Instagram dengan tingkat pengetahuan kosmetik remaja putri.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nia Sapma dan Endhar Priyo (Apriliana and Priyono 2019) berbeda dengan tesis yang akan dilakukan, penelitian ini mencari tidak menggunakan teori *uses and gratifications*. Sedangkan tesis yang akan dilakukan mencari pengaruh faktor-faktor terkait terhadap tingkat pengetahuan. Persamaan artikel ilmiah ini dengan tesis yang akan dibuat adalah pengaruh konsumsi media terhadap variabel terpengaruh pengetahuan khalayak saja. Pada penelitian yang telah dibuat ini juga hanya berfokus pada konsumsi media Instagram, sedangkan pada tesis yang akan dibuat, orientasi penggunaan media secara umum sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan politik mengenai RKUHP yang dilakukan oleh mahasiswa yang memiliki afiliasi politik dari organisasi eksternal kampus dan sebagai bahan komunikasi dengan teman sejawat dalam *pressure group*. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu bahwa intensitas konsumsi media berpengaruh secara kausalitas terhadap pengetahuan.

1.5.1.3. Artikel ilmiah yang berjudul '*You talking to me?*' *The Influence of Peer Communication on Adolescents' Persuasion Knowledge and Attitude Towards Social Advertisements* yang diteliti oleh Brahim Zarouli, Karolien Poels, Michel Wakrave, dan Koen Ponnet diterbitkan di Jurnal *Taylor & Francis Group Behaviour & Information Technology* 2018

Penelitian ini dilatar belakangi banyaknya komunikasi teman sebaya yang dilakukan melalui *Social Networking Sites* (SNS) berhasil mempengaruhi untuk membeli produk tertentu. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan komunikasi teman sebaya melalui SNS dapat mempengaruhi pengetahuan dan sikap persuasi remaja

terhadap iklan. Objek penelitian ini adalah remaja yang rajin terlibat dalam komunikasi teman sebaya melalui SNS (Zarouali et al. 2018).

Pengetahuan dalam konteks penelitian ini adalah pengetahuan persuasi. Pengetahuan untuk membujuk orang lain memiliki keyakinan mengenai motif, strategi, dan taktik pemasaran. Pengetahuan ini berkembang sepanjang hidup manusia dan manusia secara bertahap mempelajarinya untuk menafsirkan, mengevaluasi, dan menanggapi upaya persuasi. Penelitian ini hendak mengetahui pengaruh antara komunikasi teman sebaya dengan pengetahuan persuasi dengan asumsi awal bahwa remaja belum memahami cara menghadapi bujukan iklan pemasaran online yang ditawarkan oleh teman sebaya.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa interaksi antara komunikasi teman sebaya berpengaruh terhadap pengetahuan persuasi.

Kesimpulannya dari penelitian ini yaitu bahwa komunikasi teman sebaya berpengaruh secara kausalitas terhadap pengetahuan.

1.5.1.4. Artikel ilmiah yang berjudul *Schools, Peers, and The Political Socialization of Young Social Movement Participants in Hong Kong* yang diteliti oleh Chun Wing Lee diterbitkan di Taiwan *Journal of Democracy* Volume 12 No. 2 2016

Demonstrasi besar-besaran di Hong Kong terjadi antara masyarakat yang didominasi oleh anak muda Pro-Demokrasi dengan pemerintah China menuntut agar membebaskan Hong Kong menjadi negara yang demokratis. Salah satu aksi yang dimotori oleh anak muda Hong Kong adalah *Umbrella Movement* yakni masyarakat beramai-ramai menggunakan payung dalam masa aksinya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan politik atau keterlibatan politik atau afiliasi politik adalah sekolah dan teman sebaya serta orang tua dan media menjadi agen sosialisasi –atau pendidikan- politik yang penting. Sekolah dan pendidik yang memulai pendidikan politik yang mengajarkan aktivis pelajar dan berkontribusi pada materi pergerakan dan aksi anak muda (Lee 2016).

Teman sebaya juga bagian dari proses sosialisasi politik di sekolah. Meskipun hubungan teman sebaya terbentuk di sekolah, namun dalam penelitian ini memisahkan pengaruh teman sebaya dalam proses sosialisasi politik dari politik yang diajarkan di sekolah dan pendidik. Pengaruh teman sebaya atau *peers* perlu dipisahkan karena seseorang bertemu dan terjalin komunikasi pertemanan tidak hanya melalui hubungan sekolah, tapi juga di luar sekolah. Selain itu konteks sekolah didominasi oleh hubungan sosial vertikal. Terdapat tekanan struktural karena ada pihak yang berkuasa dan dapat merumuskan pemikiran untuk dipahami oleh struktur di bawah. Sedangkan hubungan teman sebaya relatif horizontal tidak ada paksaan karena memiliki kekuasaan atau kekuatan.

Hasil dari penelitian ini adalah teman sebaya atau *peers* berkontribusi dalam mempolitisasi publik berdasarkan dua penyebab. Pertama adalah bergabungnya dengan *peer group* yang memiliki minat pelajaran, bakat, atau jurusan pendidikan yang sama sehingga menuntut aktivisme politik yang dijadikan sebagai norma. *Peer groups* atau kelompok teman sebaya dalam pergerakan ini penting untuk mensosialisasikan secara politis kepada publik. Faktor kedua adalah kesadaran politik yang dijadikan sebagai sandaran untuk berpihak pada –pengetahuan- politik tertentu.

Masyarakat Hong Kong mayoritas anak muda berafiliasi pada pro-demokrat sehingga komunikasi *peers* dilakukan untuk mencapai proses sosialisasi politik meluas terhadap publik.

Kesimpulannya dari penelitian ini yaitu bahwa variabel afiliasi politik berpengaruh secara kausalitas terhadap variabel komunikasi teman sebaya.

1.5.1.5. Artikel ilmiah yang berjudul Hubungan Keterpaparan Media Massa, Peran Teman Sebaya terhadap Tindakan Seksual di SMA An-Nas yang diteliti oleh Rika Istawati diterbitkan di *Journal Endurance* 2 (2) pada Juni 2017

Tingginya angka perilaku seksual yang dilakukan remaja. Berdasarkan laporan *American Demographics* *Negozine* bahwa jumlah situs porno meningkat pesat setiap detiknya 28.258 pengguna internet melihat situs porno, rata-rata usia anak yang terbesar ialah 12-17 tahun. Negara Indonesia menjadi pengakses situs porno di internet terbesar kedua di dunia pada tahun 2005-2010. Melihat data tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan tindakan sosial dengan keterpaparan media massa dan peran teman sebaya (Istawati 2017).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan seksual yang dilakukan oleh remaja dipengaruhi oleh media massa seiring dengan penggunaan handphone sebagai sumber informasi, mudah akses untuk mendapatkan dan menyewa VCD porno, mengakses situs porno melalui internet, penjualan bebas buku atau majalah porno, serta tayangan televisi yang banyak memperlihatkan dan mengarahkan pada perilaku seks. Penelitian ini juga menemukan bahwa ada hubungan yang positif antara

tindakan seksual dengan interaksi teman sebaya yakni mengajak dan memperlihatkan perilaku seksual dengan persentase 79,7% .

Kesimpulannya dari penelitian ini yaitu bahwa variabel paparan media dan variabel interaksi teman sebaya berpengaruh secara kausalitas terhadap variabel afeksi, kognisi atau konasi dalam penelitian ini adalah perilaku.

1.5.1.6. Artikel ilmiah yang berjudul *We Face, I Tweet: How Different Social Media Influence Political Participation through Collective and Internal Efficacy* yang diteliti oleh Daniel Halpern, Sebastian Valenzuela, dan James E. Katz diterbitkan di *Journal of Computer-Mediated Communication* Volume 22 Issue 6, 1 November 2017

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan masalah pengaruh penyebaran informasi politik yang dilakukan sosial media Twitter dan Facebook memiliki segmen kemandirian atau keefektifan yang berbeda. Membagikan informasi politik melalui Twitter dan Facebook secara signifikan berpengaruh terhadap partisipasi politik publik. Namun, membagikan informasi politik di Facebook mempengaruhi efektifitas kolektif dalam partisipasi politik publik. Sedangkan informasi politik di Twitter mempengaruhi efektifitas internal dalam partisipasi politik publik (Halpern, Valenzuela, and Katz 2017).

Salah satu dari tiga struktur menguji kemandirian kolektif dan kemandirian internal terkait dengan keterkaitan atau keberpihakan atau afiliasi terhadap partisipasi politik tertentu. Hasilnya menunjukkan kecocokan atau tingkat pengaruh yang sangat baik.

Kesimpulannya dari penelitian ini yaitu bahwa variabel keberpihakan partisipasi politik dan variabel menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik berpengaruh secara kausalitas terhadap variabel afeksi, kognisi atau konasi dalam penelitian ini adalah perilaku.

1.5.1.7. Artikel ilmiah yang berjudul *Mass Media, New Technology, and Ideology: An Analysis of Political Trends in China* yang diteliti oleh Ye Lu dan Yajie Chu, Fei Shen diterbitkan di *Global Media and China Sage Journals* pada tahun 2016

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sistem politik China yang didistribusi oleh ideologi politik. Ideologi politik diukur dari tingkat dukungan populasi dan dari derajat orang-orang yang teridentifikasi dengan sistem politik saat itu. Ideologi politik juga penting dilihat dari konteks historis untuk memaham pengaruh pilihan sistem politik dan tren masa depan (Lu, Chu, and Shen 2016).

Dipandu berdasarkan perspektif tersebut, penelitian ini disandarkan pada konstruksi yang dimediasi oleh pemahaman ideologi politik. Penelitian ini mendefinisikan dan membahas posisi ideologis dan hubungan antara tiga perspektif serta model teoritis yang menerangkan hubungan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis hubungan antara penggunaan media dengan tiga ideologi di China yakni liberalisme, konservatif kultur, dan kiri baru, mempelajari dampak interaksi sosial pada pemeliharaan kelompok-kelompok ideologi politik, dan mempertimbangkan afiliasi ideologi politik berdampak pada pengetahuan politik anggotanya.

Variabel afiliasi ideologi politik menjelaskan bahwa afiliasi ideologi politik dan variabel *media use* atau konsumsi media mengasumsikan bahwa beda bentuk



media yang digunakan, maka memiliki hasil perbedaan kualitatif dalam pada efek khalayak. Pemilihan media yang digunakan menentukan pengetahuan urusan politik dan publik.

Afiliasi ideologi politik Kiri Baru berpengaruh terhadap pengetahuan mahasiswa yang dimediasi oleh penggunaan media. Paham ideologi banyak berkontribusi menambah pengetahuan publik melalui debat intelektual yang tersebar cepat melalui online di kalangan masyarakat.

Variabel lain yang masuk memberikan pengaruh adalah frekuensi interaksi dengan orang yang tidak memiliki afiliasi ideologi politik. Keterlibatan antara kelompok masyarakat dalam bentuk interaksi terhadap afiliasi ideologi politik.

Salah satu kesimpulan hasil penelitian dari beberapa variabel penelitian ini yang memiliki relevansi dengan penelitian tesis ini adalah bahwa kepercayaan publik terhadap media menjelaskan sebagian besar varian dalam tiga model, khususnya. Liberalisme berhubungan positif dengan kepercayaan pada televisi, kepercayaan pada media nasional, dan kepercayaan pada media asing; Konservatisme Budaya berhubungan positif dengan kepercayaan pada televisi, majalah, media lokal, media nasional, tetapi berhubungan negatif dengan kepercayaan pada media asing. Kiri Baru secara positif terkait dengan kepercayaan pada majalah, internet, media asing, tetapi negatif terkait dengan kepercayaan pada radio dan media nasional.

Sedangkan untuk hubungan interaksi sosialisasi pekerjaan kelas atas secara positif terkait dengan afiliasi ideologi politik Kiri Baru dan negatif terhadap dua

ideologi politik lainnya. Sedangkan sosial kelas bawah berhubungan secara positif dengan afiliasi ideologi politik Liberalisme dan Konservatisme Budaya.

Penggunaan media tertentu dengan afiliasi politik yang dipercaya mempengaruhi kompleksitas pengetahuan. Orang-orang dengan afiliasi ideologi politik Konservatisme Budaya dengan media yang dikonsumsi televisi, majalah, media lokal dan media nasional dan tidak mengkonsumsi media nasional dan hubungan sosial dan interaksi kelas bawah memiliki kompleksitas pengetahuan yang tinggi. Orang-orang dengan afiliasi ideologi politik Kiri Baru yang mempercayai media majalah, internet, media asing, dan tidak mengkonsumsi radio dan media nasional dan hubungan sosial dan interaksi dengan kelas atas memiliki lebih banyak kompleksitas pengetahuan. Orang-orang afiliasi liberalisme dengan konsumsi media televisi, kepercayaan pada media nasional, dan media asing dan hubungan sosial dan interaksi kelas bawah memiliki kompleksitas pengetahuan yang paling rendah dari dua afiliasi ideologi politik lainnya.

Kesimpulannya dari penelitian ini yaitu bahwa variabel afiliasi politik, variabel interaksi sosial dan variabel konsumsi media berpengaruh secara kausalitas terhadap variabel kompleksitas pengetahuan.

Hasil rujukan ketujuh penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel-variabel afiliasi politik, konsumsi media, dan komunikasi *peer group* memiliki pengaruh terhadap afektif dan kognitif seseorang. Sehingga, dari kesimpulan beberapa teori dan kesimpulan hasil penelitian sebelumnya telah terbukti memiliki hubungan dan/atau pengaruh antara masing-masing variabel dalam penelitian ini.

### 1.5.2. Paradigma Penelitian

Menurut Kuhn (Rakhmat and Ibrahim 2015), paradigma mengacu pada tradisi penelitian mapan pada disiplin ilmu sosial tertentu. Paradigma dalam penelitian ilmu komunikasi mencakup teori, model, kerangka penelitian, dan metode yang dimiliki tradisi tertentu, seperti positivistik, psikoanalisis, atau *behaviorsme*.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik sebagai cara pandang menyelesaikan permasalahan. Paradigma ini menentukan kriteria kualitas data penelitian. Kriteria paradigma positivistik adalah kesahihan (*validity*), keandalan (*reliability*), objektivitas dan *general*. Pendekatan positivisme digunakan untuk menjelaskan gejala sosial dimulai dengan meneliti hubungan sebab-akibat (*general cause-effect relationship*) yang diturunkan secara logis yang dicari sebab yang mungkin terjadi dalam teori umum (*general theory*) yang kemudian diuji secara empiris (Silalahi 2009).

### 1.5.3. Teori *Uses and Gratifications*

Teori *uses and gratifications* merupakan salah satu dari teori efek media. Berakar pada kata *uses* yang artinya penggunaan khalayak pada media dan *gratifications* yakni atas dasar pemenuhan kepuasan, teori ini berasumsi bahwa penggunaan khalayak dalam menggunakan media untuk memenuhi kepuasannya (Kriyantono 2006).

Teori yang dirumuskan pertama kali oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 ini berpedoman bahwa pengguna media memainkan peran aktif

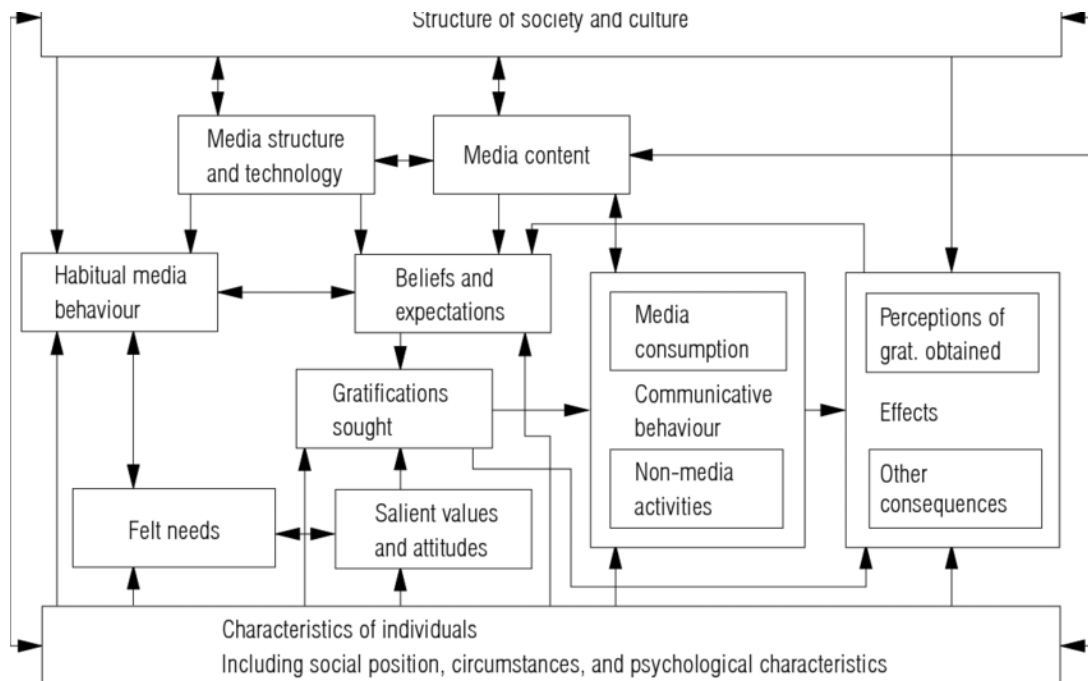
dalam memilih dan menggunakan media. Khalayak berusaha mencari dan memilih media sumber informasi yang paling berguna dan bermanfaat, artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Littlejohn and Karen A. 2017).

Bentuk aplikasi dari *uses* atau penggunaan media adalah cara khalayak dalam konsumsi media. Bisa berdasarkan intensitas, pola, atau model konsumsi media. Intensitas konsumsi media merupakan bentuk aplikasi khalayak dalam menggunakan media. Semakin intens khalayak dalam mengkonsumsi media semakin tinggi ketergantungan khalayak terhadap media untuk memenuhi kepuasannya.

Kebebasan khalayak dalam aktif memilih jenis media yang digunakan menyangkut kepuasan khalayak terhadap media tersebut. Semakin memuaskan jenis media yang dikonsumsi, maka akan semakin tinggi intensitas khalayak dalam menggunakan jenis media tersebut. Berdasarkan dua keterikatan tersebut, teori *uses and gratifications* bekerja.

Teori *uses and gratifications* memiliki banyak model untuk diaplikasikan dalam penelitian meskipun pada dasarnya sama yakni mengenai penggunaan media dan pemenuhan kepuasan. Penelitian ini akan menggunakan teori *uses and gratifications* paradigma Palmgreen. Spektrum dalam model *uses and gratifications* Palmgreen (Palmgreen 1985) sangat luas. Penelitian ini hanya akan mencakup empat komponen di dalamnya.

Bagan 1.2. : Teori Uses and Gratifications Paradigma Palmgreen (1985)



Sumber: [https://www.researchgate.net/figure/1-General-media-gratifications-model-Rosengren-et-al-1985\\_fig19\\_27686113](https://www.researchgate.net/figure/1-General-media-gratifications-model-Rosengren-et-al-1985_fig19_27686113) diakses pada tanggal 10 Februari 2020 Pukul 13.30

Pada model teori *uses and gratifications* di atas, aspek-aspek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *communicative behavior*, *effects*, dan *characteristics of individuals*. Pada aspek *communicative behaviour*, ada pada *media consumption* pada penelitian ini mengukur tingkat paparan konsumsi media yang dilakukan oleh khalayak. Semakin tinggi intensitas konsumsi media khalayak, maka akan semakin kuat pengaruh terhadap khalayak. Pada *non-media activities*, peneliti akan mengukur pada tingkat intensitas subjek-subjek yang terkait dalam aktifitas non-media, yakni intensitas komunikasi dengan teman sejawat. Semakin tinggi tingkat intensitas komunikasi *peer group* yang terjalin, maka akan semakin besar

pengetahuan subjek-subjek terkait tentang politik khususnya materi RKUHP. Pada aspek *effects*, penelitian ini hanya akan meneliti *other consequences* yang terjadi pada subjek penelitian. Pada penelitian ini tidak mengukur pada *perceptions of gratifications obtained*, melainkan untuk mengetahui efek atau pengaruh terhadap pengetahuan, yang berada pada *other consequences*. Aspek lainnya adalah *characteristics of individuals* yang bisa mencakup banyak spektrum dalam setiap individu, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, tingkat ekonomi, pemasukan, jenis pekerjaan, dan di antaranya adalah keterakitannya dengan kelompok tertentu yang merupakan bagian dari identitas.

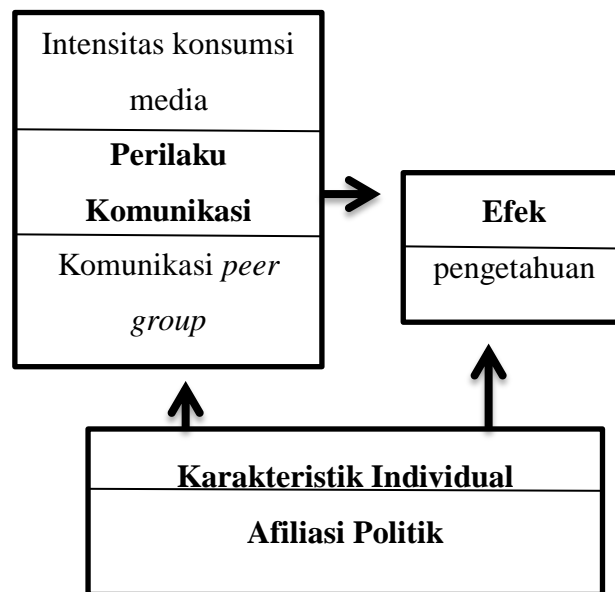
Rosengren melakukan pengujian-pengujian terhadap asumsi-asumsi *Uses and Gratification Media* menghasilkan enam kategori identifikasi dan temuan-temuannya yang akan dipilih oleh peneliti sesuai dengan model *uses and gratifications* yang akan digunakan dalam penelitian ini (Kriyantono 2006).

Pada aspek perilaku komunikasi terdapat karakteristik media yang dapat digunakan. Penelitian ini hanya terbatas pada karakteristik media yang dikonsumsi. Jika khalayak memilih di antara berbagai alternatif media dan non-media sesuai dengan kebutuhannya, khalayak akan menerima konsekuensi untuk menerima efek yang diakibatkan (Stanley and Davis 2010). Aktifitas audiens menurut Katz, Gurevitch, dan Haas berkenaan dengan basis gratifikasi yang dirasakan. Dipengaruhi beberapa faktor, yaitu struktur media dan teknologi, isi media, konsumsi media, aktifitas non media, dan persepsi terhadap gratifikasi yang diperoleh. (Bajari 2015)

Pada aspek gratifikasi dan efek yang diperoleh, Palmgreen menunjukkan bahwa bermacam-macam gratifikasi audiens berhubungan dengan spektrum luas efek media yang meliputi pengetahuan, dependensi, sikap, persepsi mengenai realitas sosial, *agenda setting*, diskusi, dan berbagai efek politik. Efek media yang akan digunakan dalam penelitian ini hanya akan menyorot pada spektrum pengetahuan (Kriyantono 2006). Aspek karakteristik individual menurut Palmgreen sangat luas. Bisa meliputi posisi sosial, keadaan, atau karakteristik psikologis khalayak. Karakteristik individual juga bisa meliputi sosio-demografis seperti usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan, golongan, dan sebagainya (Kriyantono 2006).

Berdasarkan skema besar *uses and gratifications* paradigma Palmgreen, maka model *uses and gratifications* yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah seperti berikut:

Tabel 1.3: Model Uses and Gratification dalam penelitian ini



Sumber: dibuat oleh peneliti

Karakteristik individual yang dalam penelitian ini disebut dengan tingkat loyalitas afiliasi politik mencakup beberapa indikator berdasarkan seberapa lama subjek berafiliasi politik, seberapa aktif subjek mengikuti kegiatan politik organisasi politik, dan lainnya berpengaruh secara langsung terhadap intensitas komunikasi *peer group* dan intensitas konsumsi media, dan juga berpengaruh secara langsung terhadap efek media yakni pengetahuan.

Perilaku komunikasi atau istilah yang digunakan Palmgreen *behavior communicative* yang mencakup perilaku aktifitas non-media adalah komunikasi *peer group* dan konsumsi media yang dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan jenisnya yakni seberapa intens subjek mengakses informasi melalui berbagai media berpengaruh secara langsung terhadap pengetahuan dan juga dipengaruhi oleh karakteristik individual (Palmgreen 1985).

Pada penelitian ini, terdapat pola yang menyesuaikan dengan teori *uses and gratifications*. Terdapat tiga variabel X atau variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel Y atau variabel dependen. Ketiga variabel X berpengaruh terhadap variabel Y baik sebagai faktor sendiri maupun beberapa faktor berpengaruh secara langsung.

Variabel tingkat loyalitas afiliasi politik memiliki efek, sebagaimana dalam teori *uses and gratification* dalam garis konsep teori bahwa afiliasi politik sebagai *characteristic of individuals* memiliki garis pengaruh terhadap efek dalam aspek *other consequences*, yakni dalam penelitian ini adalah pengetahuan.



Variabel intensitas konsumsi media sebagai variabel X dalam konsep teori *uses and gratifications* menunjukkan garis pengaruh terhadap efek yang di dalamnya terdapat aspek pengetahuan. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Perloff, media berefek dengan diiringi pola tertentu. Intensitas mengonsumsi media merupakan pola konsumsi media, sehingga apabila konsumsi media dilakukan dengan pola tingkat intensitas, maka media akan memiliki efek yang sangat besar. Artinya, media tidak secara langsung memberikan efek belaka, namun harus ada pola tertentu dari media untuk dapat mempengaruhi atau memberikan pengetahuan terhadap khalayaknya (Perloff 2017).

Variabel komunikasi *peer group* memiliki pengaruh terhadap aspek yang dikandung khalayak. Pengetahuan, dalam garis konsep pengaruh teori *uses and gratifications* memiliki pengaruh antara komunikasi non-media dengan efek yang di dalamnya terdapat aspek pengetahuan.

#### 1.5.3.1. Tingkat Loyalitas Afiliasi Politik

Berafiliasi politik terhadap kelompok atau organisasi tertentu merupakan salah satu ciri *characteristic of individual* dalam teori *uses and gratifications*. Afiliasi politik bagian dari cara manusia untuk mengidentifikasi bagian dari diri sendiri dengan identitas tertentu. Organisasi menyelaraskan identitas dengan tujuan dan sasaran kelompok tersebut. Kelompok, baik yang terkait sosial atau pekerjaan, menawarkan afiliasi, makna, dan identitas dalam kehidupan (Harris et al. 2019).

Afiliasi politik, dalam konteks penelitian ini, merupakan identitas yang dimiliki oleh aktivis mahasiswa di luar ruangan perguruan tinggi sebagai tempat

untuk mempelajari dan mempraktekkan tindakan politik. Kelompok atau organisasi yang menjadi afiliasi politik aktivis mahasiswa dapat berupa organisasi internal kampus yakni seluruh mahasiswa dapat mengajukan diri sebagai anggota dengan sistem politik, dan juga dapat berupa organisasi eksternal kampus yakni organisasi pergerakan mahasiswa, organisasi kemanusiaan, lembaga swadaya masyarakat, dan sejenisnya yang menghendaki mahasiswa

Individu yang teridentifikasi dengan afiliasi politik tertentu memiliki tingkat keterikatan yang berbeda-beda. Semakin kuat keterikatan seorang anggota dengan afiliasinya, maka artinya seorang anggota memiliki loyalitas. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, n.d.) mendefinisikan loyalitas adalah kesetiaan, kepatuhan, dan ketaatan.

Faktor-faktor pembentuk loyalitas menurut Steers dan Porter (Kusumo 2006) adalah hal-hal berikut :

1.5.3.1.1. Karakteristik pribadi, loyalitas timbul karena dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, serta sifat masing-masing pribadinya.

1.5.3.1.2. Karakteristik pekerjaan, loyalitas timbul karena karyawan merasa cocok, nyaman akan pekerjaannya, dan adanya lingkungan kerja yang mendukung.

1.5.3.1.3. Karakteristik desain perusahaan, loyalitas karena diikutsertakannya karyawan dalam pengambilan keputusan.

1.5.3.1.4. Pengalaman yang didapatkan dalam perusahaan, yaitu meliputi sikap dan tingkah laku yang positif, dan kepercayaan terhadap perusahaan. Ini yang nantinya

dapat memberikan rasa aman, dan adanya kepuasan tersendiri yang diberikan oleh perusahaan.

Indikator tingkat loyalitas afiliasi politik menurut Siswanto dalam (Rowen 2017) yang dilakukan oleh seorang individu di dalam pekerjaannya antara lain

(a) Taat pada peraturan. Seseorang mempunyai tekad dan kesanggupan untuk menaati peraturan. Segala peraturan, perintah, dan mematuhi larangan yang telah ditentukan dengan tidak dilanggar baik yang secara tertulis maupun tidak. Dalam setiap instansi peningkatan ketaatan anggota menjadi prioritas dalam meningkatkan loyalitas (Rowen 2017).

(b) Tanggung jawab. Setiap anggota kelompok mempunyai konsekuensi untuk diberikan beban tugas dan pekerjaan yang wajib dilakukan. Kesanggupan dan kemampuan anggota dalam melaksanakan tugas yang diberikan dengan kesadaran untuk bersedia melaksanakan dengan sungguh-sungguh merupakan bukti tanggung jawab terhadap yang dibebankannya. Kesiediaan bertanggung jawab dengan tugas yang diemban akan menumbuhkan loyalitas (Rowen 2017).

(c) Sikap kerja merupakan aspek yang tidak dimaknai dengan mentah. Sikap kerja mencakup 4 tindakan yang dimiliki oleh anggota yang memiliki aspek loyalitas.

1) Kerja sama adalah sikap kerja yang harus dimiliki oleh seorang anggota di dalam lingkungannya. Seorang anggota harus menyadari bahwa bekerja di dalam organisasi tidak sendiri dan tanggung jawabnya akan berkaitan dengan tanggung jawab anggota yang lain, begitu pun tanggung jawab anggota lain akan berpengaruh

terhadap pekerjaan diri sendiri. Oleh karena itu seluruh anggota harus bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama (Rowen 2017).

2) Rasa memiliki terhadap kelompok atau organisasi atau instansi akan membuat anggota memiliki sikap untuk menjaga dan bertanggung jawab menimbulkan loyalitas demi mencapai tujuan bersama (Rowen 2017).

3) Hubungan antar pribadi adalah sikap yang dimiliki oleh anggota yang berloyalitas tinggi. Hubungan antar pribadi meliputi hubungan sosial di antara anggota. Hubungan yang harmonis antara pimpinan dan anggota, situasi kerja, dan teman sesama anggota (Rowen 2017).

4) Rasa suka yang dimiliki sebagai anggota dapat berbentuk rasa suka terhadap tanggung jawab, tugas, pekerjaan, maupun terhadap tempat naungan baik organisasi, instansi, dan kelompok. Rasa suka akan menimbulkan loyalitas kepada anggota karena anggota akan bekerja dengan senang hati, tidak menuntut dan menerima masukan yang diperoleh dari organisasi (Rowen 2017).

#### 1.5.3.2. Intensitas Konsumsi Media

Konsumsi media adalah minat pada media dari budaya populer (media baru) untuk mengeksplorasi teknologi media yang berjangka internet untuk menilai difusi budaya populer dengan menggunakan perspektif konsumen (Ozgen 2019).

Media massa merupakan sebuah sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Media massa juga bisa disebut sebuah institusi

yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan yang lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan (Tamburaka 2012).

Media massa dalam penelitian ini dibagi ke dalam tiga jenis, yakni media sosial, media informasi online, dan media konvensional. Media sosial adalah medium interaksi antar pengguna, di dalamnya terdapat lingkungan sosial (*social sphere*) yang merekam semua yang terjadi di dalamnya (Ozgen 2019). Contohnya adalah Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan Whatsapp yang sudah berubah dari sebelumnya hanya *instant messaging* menjadi sosial media yang dimiliki oleh akun pribadi per orang. Media informasi online adalah medium berbasis internet yang berisi informasi, berita, pengetahuan, atau infografik baik dalam bentuk situs atau media sosial dengan menggunakan akun perusahaan. Saat ini banyak koran, majalah, tabloid, dan stasiun televisi yang memiliki media online untuk meraup khalayak yang lebih luas. Perusahaan media baru juga banyak menggaet pengguna internet dalam kanal media sosial. Contohnya adalah kumparan.com, Tirto.id, liputan6.com, detik.com, dan masih banyak lagi. Sedangkan media konvensional adalah media massa yang menyiarkan data dan memprosesnya dalam dua bentuk yakni media cetak seperti koran, majalah, tabloid, film, dan media elektronik seperti televisi dan radio (Ozgen 2019).

#### 1.5.3.3. Intensitas Komunikasi *Peer Group*

*Peer group* (kelompok sebaya) adalah teman sekolah, kerabat, tetangga, atau rekan kerja yang secara usia, kemampuan, dan pengetahuannya sama serta dalam posisi yang setara. *Peer group* merupakan agen sosialisasi yakni sekelompok orang yang

menjadi tempat mempelajari cara bersikap, bertindak, dan berinteraksi dengan sesama yang sederajat (Agustin 2014).

Intensitas komunikasi merupakan proses yang terjalin dengan melihat aspek kuantitas atau jumlah waktu dan kualitas yang digunakan dalam berkomunikasi. Intensitas komunikasi dapat terjadi pada dua atau lebih pihak yang berinteraksi. Pihak-pihak yang berperan sebagai komunikator dan komunikan tersebut saling memberi respon dan tanggapan (*feedback*). Interaksi dengan teman sejawat merupakan permulaan hubungan kerjasama (Bond 2014).

Komunikasi *peer group* adalah komunikasi yang terjalin dalam sekelompok orang yang memiliki karakteristik serupa. Kajian komunikasi mengenalnya dengan *peer group communication*. Kelompok teman sejawat juga merujuk pada sebuah kategori manusia tertentu atau kelompok orang dengan persamaan usia dan status sosial, atau persamaan dalam suatu urusan tertentu (Richard and Levine 1999).

Komunikasi *peer group* dalam penelitian ini adalah interaksi komunikasi yang dilakukan oleh aktivis mahasiswa dengan teman sebayanya dari satu perguruan tinggi, atau satu kelompok, atau satu organisasi, atau satu kelas kursus, atau teman satu aksi yang ditemuinya.

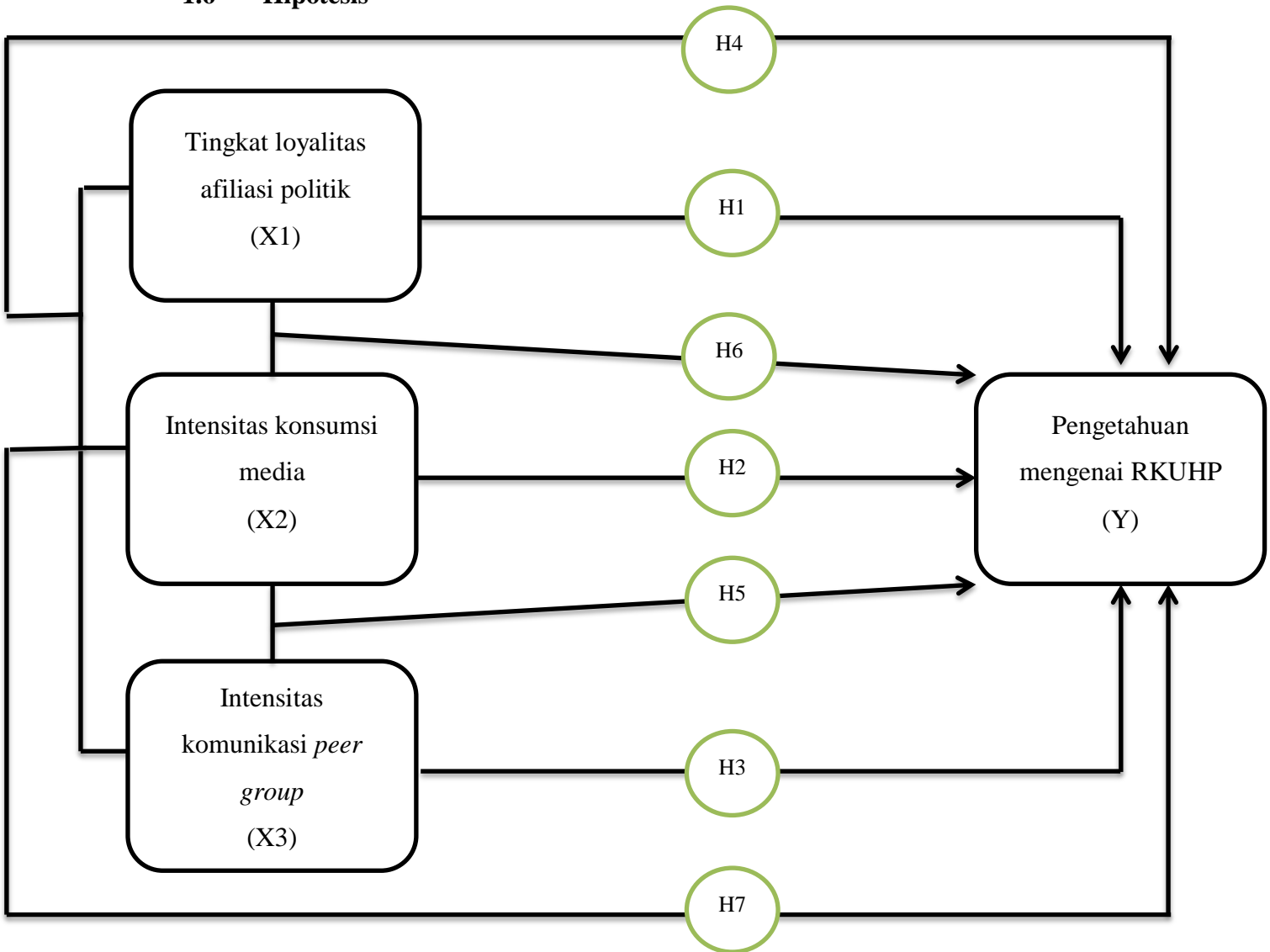
#### 1.5.3.4. Pengetahuan Mengenai RKUHP oleh Aktivis Mahasiswa

Pengetahuan adalah sebuah konsep yang diperoleh melalui perendaman individu dalam praktik sosial-material, di mana seseorang telah belajar cara memanfaatkan kategori yang relevan dan asosiasinya secara kompeten (Canary and McPhee 2011).

Pengetahuan juga dilihat dari keahlian teknis, teknis keterampilan, dan prinsip-prinsip abstrak. Konsep ini menggambarkan pengetahuan sebagai komoditas yang dapat dipindahtangankan yang terletak di pikiran individu atau kolektif; perhatian utamanya adalah untuk menunjukkan cara akumulasi, manajemen, dan perlindungan komoditas ini menghasilkan efektivitas organisasi (Canary and McPhee 2011).

Pengetahuan dalam konteks penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki oleh aktivis mahasiswa yang mengikuti demo tolak RKUHP mengenai RKUHP. Pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP telah mengantarkan pada sebuah aksi penolakan yang besar. Tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP penting untuk diketahui sehingga dapat menjelaskan fenomena sosial demo tolak RKUHP yang terjadi.

## 1.6 Hipotesis



H1 :Ada pengaruh positif antara tingkat loyalitas afiliasi politik terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP

H2 : Ada pengaruh positif antara intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP



H3 : Ada pengaruh positif antara intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP

H4 : Ada pengaruh positif antara tingkat loyalitas afiliasi politik dan intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP

H5 : Ada pengaruh positif antara intensitas konsumsi media dan intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP

H6 : Ada pengaruh positif antara tingkat loyalitas afiliasi politik dan intensitas konsumsi media terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP

H7 : Ada pengaruh positif antara tingkat loyalitas afiliasi politik, intensitas konsumsi media, dan intensitas komunikasi *peer group* terhadap tingkat pengetahuan aktivis mahasiswa mengenai RKUHP.

## **1.7 Definisi Konseptual**

### **1.7.1. Loyalitas Afiliasi Politik**

Loyalitas adalah sebuah integritas yang dimiliki oleh seseorang yang muncul karena terdapat aspek-aspek di dalamnya. Aspek-aspek dalam loyalitas merupakan proses psikologis terciptanya integritas kesetiaan seorang anggota (Rowen 2017). Loyalitas atau tingkat kesetiaan seseorang di bawah aturan manajemen baik sebuah perusahaan maupun organisasi masyarakat telah didefinisikan oleh Siswanto dalam (Rowen

2017). Ada beberapa indikator yang mewujudkan loyalitas tersebut. Indikator loyalitas tersebut antara lain:

1.7.1.1. Taat pada peraturan

1.7.1.2. Tanggung jawab pada instansi atau lembaga

1.7.1.3. Kemauan untuk bekerja sama

1.7.1.4. Rasa memiliki terhadap instansi atau lembaga

1.7.1.5. Membangun hubungan antarpribadi

1.7.1.6. Menyukai pekerjaan atau tugas

Menurut Siswanto (Rowen 2017) aspek-aspek loyalitas merupakan proses psikologis seorang yang akan membentuk loyalitas, seperti dorongan yang kuat untuk tetap menjadi anggota, menumbuhkan kepercayaan, menerima penuh nilai-nilai dalam organisasi, taat pada peraturan, memberlakukan tanggung jawab yang tinggi dan sikap kerja yang positif.

Aspek-aspek loyalitas yang terpenuhi dan dimiliki oleh seorang anggota akan membuatnya memiliki loyalitas yang tinggi dan menjadikan organisasi memiliki kader yang berintegritas (Rowen 2017).

1.7.2. Intensitas Konsumsi Media

Ukuran durasi konsumsi media ditinjau dari rata-rata perkiraan satu hari mengonsumsi media. Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 mengenai penetrasi masyarakat Indonesia, angka dalam bentuk persentase dari 5900 responden titik jumlah terendah 8,6% durasi mengonsumsi media kurang dari 1 jam, jumlah tertinggi 19,6% durasi mengonsumsi media 8 jam ke

atas. Rata-rata yang lainnya 14,1% durasi mengkonsumsi media >3 jam – 4 jam. 13,4% durasi mengkonsumsi media >2 jam – 3 jam, 13% durasi mengkonsumsi media >1 jam – 2 jam (APJII 2018).

### 1.7.3. Intensitas Komunikasi *peer group*

Komunikasi *peer group* adalah menurut Gouran dalam (Agustin 2014), variabel-variabel yang mempengaruhi dan menentukan komunikasi *peer group* baik dalam proses kelompok konsensus atau kelompok tanpa konsensus adalah sebagai berikut:

1.7.3.1. *Clarity* (pesan dalam komunikasi jelas)

1.7.3.2. *Opinionatedness* (komunikator dalam lingkaran *peer group* bebas untuk beropini).

1.7.3.3. *Interest* (komunikasi terjalin atas dasar ketertarikan)

1.7.3.4. *Amount of Information* (pesan yang ditransaksi berjumlah banyak)

1.7.3.5. *Provocativeness* (pesan yang disampaikan bersifat mendorong atau mengajak untuk berbuat sesuatu)

1.7.3.6. *Orientation* (pesan mengandung kepentingan atau kedekatan pribadi dengan diri sendiri)

1.7.3.7. *Objectivity* (pesan bersifat objektif terhadap topik pembahasan)

1.7.3.8. *Length* (komunikasi atau interaksi dapat diukur berdasarkan frekuensi dan durasi)

### 1.7.4. Pengetahuan mengenai RKUHP

Menurut Notoatmodjo (Notoatmodjo 2003) pengetahuan yang tercakup dalam variabel tingkat pengetahuan seseorang diukur dalam enam aspek, yakni:

1.8.4.1. Tahu (*know*), diartikan sebagai mengingat atau dapat menghubungkan antara nama dengan konsep yang dimaksud. Pada tatanan tahu, seseorang dapat diuji dengan ditunjukkan suatu konsep dan dapat menyebutkan dengan benar namanya atau ditunjukkan namanya kemudian dapat menggambarkan konsepnya.

1.8.4.2. Memahami (*comprehension*), artinya memiliki kemampuan untuk menjelaskan mengenai objek dengan benar dan dapat menginterpretasikan materinya dengan benar.

1.8.4.3. Aplikasi (*application*), artinya dapat menggunakan, menerapkan, melakukan, melaksanakan, mempraktikkan, atau setidaknya dapat menjelaskan cara konsep tersebut digunakan.

1.8.4.4. Analisis (*analyze*), artinya memiliki kemampuan untuk menjabarkan objek dalam materi yang lebih rinci, misalnya menjelaskan komponen-komponennya, dapat menerangkan secara struktural, serta menghubungkannya dengan konsep yang lain.

1.8.4.5. Sintesis, artinya memiliki kemampuan untuk menyambungkan dengan bagian-bagian objek dengan konsep lainnya, bahkan dapat menyusun formulasi baru. Mampu membandingkan dan juga menyamakan antara konsep yang satu dengan yang lain.

1.8.4.6. Evaluasi, artinya kemampuan untuk menjastifikasi, menghakimi, menilai, atau dapat menyatakan bahwa suatu konsep benar, salah, betul, keliru, bagus, buruk, menarik, rusak, dan sebagainya atas dasar kemampuan dan pemahamannya.

## **1.8. Definisi Operasional**

Tabel 1.1. : Tabel Definisi Operasional

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Tingkat loyalitas afiliasi politik	Taat	Mematuhi aturan organisasi yang dibentuk secara kolektif	<b>Interval</b>
			Mematuhi instruksi/perintah secara langsung dari struktur atasan di dalam organisasi	
		Tanggung jawab	Bertanggung jawab secara kolektif terhadap organisasi	
			Bertanggung jawab dengan tanggung jawab masing-masing	
		Kerja sama	Bekerja sama dalam visi misi organisasi	
		Rasa memiliki	Merasa memiliki organisasi	
		Terhubung	Menjalin komunikasi dengan anggota organisasi di luar keperluan organisasi	
Suka	Mencintai organisasi			
2	Intensitas konsumsi media	Intensitas konsumsi media massa online (Facebook, Youtube, detik.com, kumparan, dan lain-lain) mengenai pemberitaan soal RKUHP.	Frekuensi mendapatkan informasi mengenai RKUHP dari media sosial	<b>Interval</b>
			Durasi mendapatkan informasi mengenai RKUHP dari media sosial	
			Frekuensi mendapatkan informasi mengenai RKUHP dari media informasi online	
			Durasi mendapatkan informasi mengenai RKUHP dari media informasi online	
		Intensitas konsumsi media massa konvensional	Frekuensi mendapatkan informasi mengenai RKUHP dari media konvensional	

		(misalnya cetak ; majalah, koran, tabloid, elektronik; radio, televisi) mengenai pemberitaan soal RKUHP.	Durasi mendapatkan informasi mengenai RKUHP dari media konvensional	
3	Intensitas Komunikasi <i>peer group</i>	Jelas	Frekuensi berkomunikasi secara jelas membicarakan RKUHP	<b>Interval</b>
			Durasi berkomunikasi secara jelas membicarakan RKUHP	
		Opini	Frekuensi mengemukakan opini mengenai RKUHP	
			Durasi mengemukakan opini mengenai RKUHP	
		Daya Tarik	Frekuensi berkomunikasi ketertarikan terhadap isu RKUHP	
			Durasi berkomunikasi ketertarikan terhadap isu RKUHP	
		Jumlah Informasi	Frekuensi mendapatkan jumlah informasi yang banyak mengenai RKUHP dari teman sebaya	
			Durasi mendapatkan jumlah informasi yang banyak mengenai RKUHP dari teman sebaya	
		Provokatif	Frekuensi komunikasi yang provokatif mengenai RKUHP	
			Durasi komunikasi yang provokatif mengenai RKUHP	
		Tekanan	Frekuensi mendapatkan tekanan dari teman untuk berorientasi pada suatu sikap atau pengetahuan	

			tertentu mengenai RKUHP	
			Durasi mendapatkan tekanan dari teman untuk berorientasi pada suatu sikap atau pengetahuan tertentu mengenai RKUHP	
		Objektif	Frekuensi mendapatkan informasi yang objektif dari teman mengenai RKUHP	
			Durasi mendapatkan informasi yang objektif dari teman mengenai RKUHP	
		Lama	Frekuensi membicarakan RKUHP dengan teman	
			Durasi membicarakan RKUHP dengan teman	
4	Pengetahuan mengenai RKUHP	Tahu	Mengetahui isi RKUHP dan pasal-pasal yang bermasalah	<b>Interval</b>
		Paham	Memahami isi RKUHP dan pasal-pasal yang bermasalah	
		Cakap	Cakap berpengetahuan sehingga mampu mengaplikasikan pasal-pasal dalam RKUHP pada penerapan kasus hukum	
		Analisis	Mampu menganalisis isi RKUHP	
		Sintesis	Mampu mensintesis / membandingkan dengan KUHP	
		Evaluasi	Mampu memberikan evaluasi/penilaian terhadap pasal-pasal dalam RKUHP	

Sumber: Hasil Olah Peneliti

## 1.9. Metoda Penelitian

### 1.9.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian tesis ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan desain penelitian survey. Survey merupakan salah satu desain populer yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Survey adalah prosedur peneliti mengelola data dengan mengambil sejumlah sampel dari seluruh populasi untuk menggambarkan sikap, pendapat, perilaku, atau nilai tertentu untuk menjustifikasi seluruhnya. Survey menggunakan alat kuesioner dalam menghimpun data mengenai intensitas konsumsi media, pengetahuan dan sikap masyarakat (Kriyantono 2006).

Penelitian ini merupakan penelitian yang mencari hubungan kausalitas, atau *causal relations* yakni sebuah penelitian yang hubungan sebab-akibat apabila dalam proposisi khusus menyatakan bahwa perubahan dalam satu variabel menyebabkan suatu perubahan pada variabel lain dalam suatu arah tertentu. Jadi, dalam satu hubungan kausal, satu variabel secara langsung atau tidak langsung memengaruhi yang lain (Silalahi 2009).

#### 1.9.2. Populasi dan Sample

Populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta aksi demonstrasi Tolak RKUHP di Kota Cirebon yang tergabung dalam Aliansi Mahasiswa Ciayumajakuning. Menurut Anggota Hubungan Masyarakat Aliansi Mahasiswa Ciayumajakuning, jumlah keseluruhan anggota AMC yang merupakan peserta aksi tolak RKUHP di Kota Cirebon dari 52 perguruan tinggi di Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka,



dan Kabupaten Kuningan. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena Aliansi Mahasiswa Ciayumajakuning tidak terorganisir dan tidak terstruktur.

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan dari objek atau fenomena yang diteliti. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 30 orang (Rakhmat and Ibrahim 2015). Menurut Roscoe dalam Uma (Uma 2006), jika sampel dipecah dalam *cluster* atau subsampel, maka sampel minimum 30 adalah tepat. Ukuran sampel 30 dan kurang dari 500 adalah ukuran yang banyak digunakan dalam penelitian.

### 1.9.3. Teknik Penarikan Sampling

Teknik penarikan sampling gugus adalah teknik penarikan sample yang dapat digunakan apabila peneliti tidak memiliki kerangka sampling (*sampling frame*). Hal tersebut bisa disebabkan ukuran populasi yang sangat besar, letak geografis yang sangat luas, dan jumlah populasinya tidak diketahui. Model teknik sampling ini menghendaki peneliti mengurutkan unsur-unsur secara berjenjang secara formal untuk mengambil sampel dalam gugus tertentu di dalam wilayah populasi (Bajari 2015). Misalnya dari provinsi – kabupaten – kecamatan – kelurahan – RW – RT.

Penelitian ini menggunakan sample dalam dua tahap atau lebih. Teknik yang diterapkan adalah sample gugus banyak tahap minimal dua tahap (*multistage cluster sampling*). Subsample dalam penelitian ini adalah ;

1.9.3.1. Populasi keseluruhan dalam penelitian ini adalah seluruh perguruan tinggi yang ada di Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan yang terdiri dari 52 perguruan tinggi negeri

dan swasta. Berdasarkan lima kota dan kabupaten tersebut, peneliti mendapatkan secara acak Kota Cirebon sebagai subsample pertama.

1.9.3.2. Populasi kedua adalah seluruh perguruan tinggi di Kota Cirebon terdiri dari 1 perguruan tinggi negeri dan 24 perguruan tinggi swasta. Berdasarkan 25 perguruan tinggi tersebut, peneliti mendapatkan secara acak IAIN Syekh Nurjati Cirebon sebagai subsample kedua.

1.9.3.3. Populasi ketiga adalah seluruh mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang mengikuti demonstrasi tolak RKUHP di Kota Cirebon. Jumlah sampel adalah 30 orang atau seluruh aktivis mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang mengikuti demonstrasi tolak RKUHP yang diperoleh secara *purposive* dengan ciri merupakan anggota organisasi mahasiswa internal atau ekstra kampus, membaca media, dan pernah membicarakan RKUHP dengan *peer group*.

#### 1.9.4. Jenis Data

Ada dua jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini bertumpu pada hasil data tersebut. Sebab penelitian ini menggunakan metode survey, peneliti akan mengumpulkan data dari sampel menggunakan kuesioner (Bajari 2015). Maka data dari kuesioner tersebut adalah data primer dalam penelitian ini. Kedua adalah data sekunder, yakni data yang digunakan untuk menunjang atau memperkuat hasil penelitian dari data primer. Metode yang

didapatkan untuk mendapatkan data sekunder adalah wawancara. Hasil wawancara baik berupa transkrip atau data diskrit akan digunakan apabila diperlukan.

#### 1.9.5. Sumber Data

Berdasarkan jenisnya, ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data primer dan sumber data sekunder (Rakhmat and Ibrahim 2015). Sumber data primer adalah data yang langsung diperoleh data responden penelitian yang telah dipilih secara ilmiah oleh peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner masyarakat. Sumber data sekunder adalah hasil dari wawancara dan dokumen lainnya.

#### 1.9.6. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang diri pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. (Bajari 2015)

#### 1.9.7. Insidental dalam Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak tanggal 17 Maret sampai 19 Mei 2020. Selama masa dua bulan pengerjaan penelitian sejak Bab 1 sampai Bab 5 berada dalam masa bencana Pandemi dunia Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Pemerintah Indonesia baik dari tingkat pusat sampai tingkat daerah menerapkan aturan untuk

mengurangi penyebaran COVID-19 dengan membuat aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yakni di dalamnya terkandung larangan melakukan aktivitas di luar ruangan, membatasi pertemuan dengan orang lain di luar ruangan, menghentikan kegiatan belajar-mengajar, dan sebagainya. Oleh karena itu, metode penelitian ini menyesuaikan dengan kondisi Pandemi COVID-19 untuk memudahkan peneliti menghimpun, mengolah, dan menguji data sehingga mendapatkan hasil penelitian sesuai dengan tujuan. Seluruh proses penelitian ini mengikuti protokol keamanan dan keselamatan yang dianjurkan oleh pemerintah.

#### 1.9.8. Skala Pengukuran

Penelitian ini skala yang digunakan skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial (Sugiyono 2010). Tipe yang digunakan dalam instrumen penelitian adalah *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan atau pertanyaan.

Responden akan mengisi kuesioner dengan jawaban dalam bentuk ordinal dalam skala 1 sampai 4. Skala akan dikelompokkan menjadi 4 kategori yakni:

1 = sangat rendah atau tidak pernah

2 = rendah atau jarang

3 = tinggi atau sering

4 = sangat tinggi atau sangat sering

#### 1.9.9. Analisis dan Interpretasi Data

Penelitian kuantitatif mengenal beberapa jenis analisis data. Perbedaan ini tergantung pada banyaknya variabel yang akan dianalisis (Kriyantono 2006). Analisis yang dilakukan pada penelitian yang memiliki jumlah variabelnya lebih dari dua disebut analisis multivariat, secara pokok penelitian setidaknya harus memiliki variabel bebas dan variabel terikat. Penggunaan statistik dalam analisis multivariat yang akan digunakan adalah statistik inferensial. Statistik inferensial digunakan untuk penelitian eksplanatif yang bertujuan untuk menjelaskan besaran pengaruh antara variabel.

Analisis multivariat merupakan objek kajian pada statistika yang mempelajari perilaku dan hubungan antara dua atau lebih variabel. Pada dasarnya konsep dari kajian statistika multivariat adalah analisis korelasi dan analisis regresi untuk dua variabel. Kedua prinsip tersebut dikembangkan untuk penelitian yang memiliki lebih dari dua variabel (Silalahi 2009).

Penelitian tesis ini mengandung lebih dari dua variabel. Analisis regresi linier berganda dipilih sebagai alat untuk menginterpretasikan data. Regresi linear berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana yang hanya memiliki satu variabel independen. Regresi linear berganda bermakna mencari hubungan atau pengaruh yang linear antara lebih dari dua variabel, sehingga disebut linear berganda. Interpretasi data regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan software Microsoft Excel 2010.

#### 1.9.10. Kualitas Data

##### 1.9.10.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas penelitian ini ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.

Langkah pertama yang harus dilakukan peneliti adalah mencari keterhubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang akan digunakan adalah *Rumus Pearson's Product Moment*.

**Gambar 1.1. Rumus Pearson's Product Moment**

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

**Sumber: Kriyantono, 2010: 168**

r = koefisien korelasi Pearson's Product Moment

N = Jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

Instrumen dikatakan valid apabila lebih dari 0,361 berdasarkan tabel nilai r *product moment* untuk jumlah responden 30 dengan taraf signifikansi 5%. Pengujian validitas kuisioner juga dilakukan dengan menggunakan software Microsoft Excel 2010 untuk memastikan kebenarannya hasil hitung manual.

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrumen pengukur. Pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini

menggunakan uji statistic Alfa Cronbach . Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach > 0,60 (Ghozali 2013). Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan software Microsoft Excel 2010 dengan rumus berikut;

Gambar 1.2. Rumus Alfa Cronbach

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$\sum \sigma_b^2$  = total dari penjumlahan skala likert seluruh jawaban pertanyaan dari setiap pertanyaan

$\sigma_t^2$  = total dari penjumlahan skala likert seluruh jawaban pertanyaan dari setiap masing-masing responden

#### 1.9.11. Keterbatasan Penelitian

##### 1.9.11.1. Keterbatasan Penelitian secara Teoritis

Penelitian ini hanya terbatas pada penggunaan teori *uses and gratifications* yang dipilih untuk digunakan sebagai pisau analisis. Variabel-variabel yang dijadikan sebagai faktor berpengaruh dan dipengaruhi dalam penelitian ini dalam menghasilkan hasil penelitian yang berbeda apabila menggunakan pisau analisis yang berbeda, serta mengutip definisi operasional yang juga berbeda dari penelitian ini.

##### 1.9.11.2. Keterbatasan Penelitian secara Metodologis

Penelitian ini hanya terbatas pada metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Apabila penelitian selanjutnya dengan variabel yang sama persis dengan penelitian namun menggunakan metodologi yang berbeda, misalnya pendekatan kualitatif, metode mengumpulkan data sekunder wawancara, dan sebagainya maka kemungkinan akan menghasilkan penelitian yang berbeda.