

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi seiring dengan perkembangan jaman telah mengalami kemajuan yang cukup luas. Teknologi komunikasi yang semakin canggih memunculkan ide baru dalam menyampaikan informasi mulai dari koran sebagai media cetak, lalu radio dan televisi yang muncul sebagai media elektronik, hingga sampai saat ini muncul teknologi baru dalam media *cyber* yaitu internet.

Internet memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses berbagai informasi dengan cepat. Musik, hobi, pengetahuan, berita, dan lain-lain, semua jenis informasi dapat diakses melalui komputer ke dalam jaringan internet. Dengan segala kemudahan yang ditawarkan, jurnalistik pun memanfaatkan kesempatan ini. Berita-berita yang biasanya disampaikan melalui media elektronik memiliki keterbatasan waktu dan tidak dapat disimpan secara efektif dibandingkan dengan internet. Bahkan beberapa orang atau masyarakat biasa pun dapat menyebarkan informasi melalui internet (media online). *WikiLeaks* adalah salah satunya. *WikiLeaks* merupakan organisasi internasional non profit yang bermarkas di Swedia. *WikiLeaks* yang didirikan oleh seorang warga Australia Julian Assange meluncurkan situs penyedia informasi yang dapat diakses oleh siapa saja. Informasi yang diberikan bukan informasi yang biasa saja, melainkan dokumen-dokumen rahasia dan disebarkan ke beberapa negara maupun media massa atau jurnalis yang membutuhkan informasi tersebut

(<http://mirror.wikileaks.info/>, diakses 18 Desember 2010 pukul 20.35 WIB).

Namun beberapa bulan yang lalu situs *wikileaks.org* (sampai sekarang memiliki banyak *mirror link*) cukup menjadi bahan perbincangan. Bahkan wartawan atau jurnalis media cetak, elektronik, serta media online pun memberikan berita yang cukup menghebohkan, hampir di seluruh negara. Hal ini terjadi sejak *WikiLeaks* merilis informasi yang bersifat rahasia dan salah satunya yang ramai diberitakan adalah penyebaran kawat diplomatik Amerika Serikat terhadap negara-negara lain. Media sedunia 'berpesta pora' memberitakannya.

Indonesia pun turut ambil bagian. Seperti yang dilansir oleh *metrotvnews.com* misalnya, artikel yang berjudul "*WikiLeaks: Pangeran Saudi Gemar Pesta Narkoba dan Seks*" itu sangat mencengangkan. Di artikel tersebut dijelaskan bahwa *Wikileaks* kembali membocorkan rahasia negara, dipaparkan lewat para diplomat Amerika Serikat (AS) pangeran-pangeran Arab Saudi gemar mengadakan pesta narkoba dan seks secara tertutup. Tidak kalah menghebohkan berita yang datang dari Indonesia melalui *WikiLeaks*, "*WikiLeaks: Blogger Indonesia Digarap Untuk Kepentingan AS*" yang dirilis oleh *detik.com*. Dalam situs itu dikatakan bahwa AS memanfaatkan Blogger Indonesia hanya untuk menyebarkan pengaruh mereka dan mengamankan kepentingan AS. Salah satunya dorongan rencana kunjungan presiden AS, Barack Obama juga tidak lepas dari dukungan Blogger tersebut. Disebutkan juga bahwa AS memanfaatkan sosial media sebagai alat propaganda. Melalui pemberitaan yang cukup menghebohkan ini, *WikiLeaks* bermaksud untuk memberikan tentang kebenaran yang sebenarnya sedang terjadi. Namun apakah hal ini menjadi hal yang positif atau negatif di mata

masyarakat tentang *Wikileaks* itu sendiri? Padahal situs ini sebelumnya pernah meraih beberapa penghargaan. *Economist Index on Censorship Freedom of Expression award* dari majalah *Economist* pada tahun 2008 dan *New Media* pada tahun 2009 dari organisasi non pemerintah *Amnesty International human rights* sebagai reporting award. Ini membuktikan bahwa *Wikileaks* mendapat respon positif dari berbagai kalangan termasuk jurnalis (<http://mirror.Wikileaks.info/> dan <http://213.251.145.96/> diakses 18 Desember 2010). Hal ini menarik untuk diteliti sebab *WikiLeaks* tidak selalu mendapat respon negatif bahkan mendapatkan berbagai penghargaan. Lalu bagaimana masyarakat Indonesia memandang kasus ini lewat pemberitaan yang muncul di media massa?

Penelitian tentang pengaruh pemberitaan menarik untuk diteliti, seperti skripsi “Pengaruh Terpaan Berita Pencalonan Indonesia Sebagai Tuan Rumah Piala Dunia 2022 di Tabloid Bola Terhadap Sikap Pembaca” tulisan Andika Gesta Aji, mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) angkatan 2005 (Aji, 2010). Indonesia sebagai tuan rumah piala dunia 2022 menjadi wacana yang terkemuka khususnya di Tabloid Bola. Pemberitaan tentang wacana ini membentuk sikap audiens terhadap hal-hal yang berkaitan dengan sepakbola Indonesia. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa suatu berita pada sebuah media dapat memberi pengaruh terhadap sikap pembaca. Penelitian serupa seperti “Pengaruh Terpaan Media Terhadap Persepsi Penggunaan Facebook” oleh Jilly Pricyllia Juliana, mahasiswi FISIP UAJY angkatan 2006 yang juga meneliti tentang terpaan media dan persepsi. Media massa terutama televisi marak menyiarkan pemberitaan mengenai kasus kriminalitas akibat penyalahgunaan

Facebook. Penculikan, penipuan, praktik prostitusi serta penjualan anak dibawah umur melalui *account* Facebook menjadi sorotan utama (Juliana, 2010: 5-8). Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian milik Andika Gesta yaitu ada pengaruh terpaan media mengenai pemberitaan tersebut terhadap persepsi subjek penelitian yaitu pengguna Facebook. Penelitian lainnya mengenai persepsi yaitu “Persepsi Konsumen Terhadap Kemasan Rokok-rokok Imitatif” oleh Inge Felianne mahasiswi FISIP UAJY angkatan 2004. Rokok telah menjadi bagian dari gaya hidup. Semakin banyak perusahaan rokok yang bermunculan. Bahkan sedikit industri rumahan yang terlihat memiliki karakter kemasan yang sama dengan kemasan rokok-rokok yang cukup ternama seperti Djarum, Gudang Garam, dan lain-lain. Berdasarkan penelitian tersebut konsumen memiliki persepsi yang lebih baik terhadap rokok produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel daripada kemasan rokok imitatif (Felianne, 2009). Karena itu, dalam penelitian ini penulis ingin melihat persepsi pembaca tentang kasus *WikiLeaks* ini.

Dari penjelasan inilah yang kemudian menjadi perhatian bagi penulis. Apakah ada pengaruh dari pemberitaan tentang kasus *WikiLeaks* ini di mata masyarakat yang notabene sudah banyak membocorkan rahasia dari beberapa negara. Apalagi berita yang dirilis tidak hanya melalui media-media elektronik dan media cetak tetapi juga cyber (media online).

Bagaimana persepsi yang ditimbulkan dari pemberitaan tersebut di mata masyarakat, khususnya para akademisi yang melihat hal ini dari persepsi yang mereka miliki setelah membaca berita mengenai kasus tersebut. Apalagi jika

dilihat dari segi hukum, *WikiLeaks* dalam hal ini bersalah sebab mereka membocorkan rahasia negara dengan memberikan beberapa dokumen-dokumen penting. Penulis membatasi responden yang akan diambil agar mudah dalam melakukan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah para akademisi khususnya dosen-dosen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis ingin melihat dari sisi akademisi, bagaimana persepsi mereka melihat dari berita-berita yang muncul terhadap *WikiLeaks* tersebut. Penulis juga mengasumsikan bahwa dosen selain memiliki tingkat pendidikan yang tinggi juga memiliki wawasan mengenai politik dan hukum yang cukup jelas terkait dengan pemberitaan kasus *WikiLeaks* tentang penyebaran informasi kawat diplomatik AS pada situs *WikiLeaks*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya dapat ditarik sebuah rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Apakah ada pengaruh terpaan berita *WikiLeaks* terhadap persepsi dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta tentang situs *WikiLeaks*?

C. TUJUAN

Untuk mengetahui pengaruh terpaan berita *WikiLeaks* terhadap persepsi dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta tentang situs *WikiLeaks*.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Akademis

Memberikan sumbangan untuk pengembangan Ilmu Komunikasi dan referensi bagi penelitian berikutnya, terutama dalam meneliti pengaruh terpaan media massa terhadap sikap masyarakat.

2. Praktis

Memberi sumbangan untuk terapan ilmu komunikasi dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai persepsi audiens terhadap berita di media massa.

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi Massa dan Media Massa

a. Pengertian dan fungsi komunikasi massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media atau peralatan modern (Effendy, 1992: 20). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai komunikasi diantara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa seperti surat kabar, majalah, radio, film dan televisi (Wiryanto, 2003: 3). Pesan-pesan dalam komunikasi massa umumnya diproduksi untuk publik dan bersifat terbuka. Pentingnya komunikasi massa membawa fungsi bagi komunikasi massa, diantaranya informasi dan hiburan. Fungsi informasi berarti komunikasi massa berfungsi sebagai pengumpulan, penyimpanan,

pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, serta komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi yang ada sehingga dapat mengambil langkah. Fungsi hiburan berarti komunikasi massa berfungsi sebagai penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra dari drama, tari, musik, olahraga, dan sebagainya untuk rekreasi kelompok atau individu (Effendy, 1992: 26-28).

Terkait dengan penelitian mengenai pemberitaan *WikiLeaks* ini, fungsi komunikasi lebih pada informasi. Sebab berita-berita yang dilansir memberikan informasi baik itu melalui pesan gambar, opini maupun fakta.

b. Efek Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki peranan yang besar dalam media massa kepada khalayak atau audiens. Komunikasi massa juga membawa pengaruh serta perubahan kepada audiens. Efek komunikasi merupakan bentuk perubahan dalam diri audiens karena menerima pesan komunikasi (Wiryanto, 2000: 39). Efek dari komunikasi massa dapat dilihat dari perubahan kognitif yaitu perubahan pengetahuan, afektif yaitu perubahan sikap, dan behavioral atau perilaku. Efek kognitif merupakan perubahan pengetahuan dalam diri audiens akibat komunikasi massa. Perubahan pengetahuan berdampak pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi oleh audiens melalui informasi atau pesan komunikasi massa. Efek afektif merupakan sikap audiens atau yang berhubungan dengan emosi, sehingga perubahan tampak pada apa yang disukai atau tidak disukai oleh audiens. Sedangkan efek behavioral merupakan perubahan pada tingkat perilaku audiens

yang ditunjukkan melalui perubahan yang dapat dilihat secara nyata seperti tindakan atau kebiasaan (Rakhmat, 2005: 219). Efek yang terjadi bisa saja tidak hanya berlaku dalam satu aspek namun ketiga aspek perubahan sekaligus.

2. Terpaan Media

Penggunaan media menurut Rosengren dalam Rakhmat (1993: 66), dilihat dari jumlah waktu, jenis isi media dan hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media merupakan bentuk dimana seseorang secara terbuka menerima pesan-pesan media tidak hanya pada kehadiran media. Menurut Shore (1985: 26) terpaan media adalah kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan media atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut.

Terpaan media pada audiens dapat terjadi dalam penggunaan media dalam bentuk media audio, audio-visual, print media dan lain sebagainya. Durasi penggunaan media mengarah pada berapa lama waktu yang dihabiskan audiens dalam menggunakan media sedangkan frekuensi melihat pada berapa kali audiens bergabung dalam suatu media.

Perhatian audiens dalam menerima pesan-pesan komunikasi massa mempengaruhi terpaan media terhadap audiens tersebut. Dalam Rakhmat (2005: 52) menurut Kenneth A. Andersen, atensi didefinisikan sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

Dari pernyataan tentang terpaan media ini, peneliti mengukur berdasarkan terpaan media pada frekuensi, durasi, dan atensi audiens terhadap pemberitaan kasus *WikiLeaks*.

3. Berita

Berita didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru saja terjadi sehingga menarik perhatian para pembaca (Maulsby dalam Pareno, 2002: 6). Berita di media massa dibagi ke dalam beberapa bentuk, yaitu berita lugas, ringan, dan feature. Berita lugas (*hard news*) merupakan berita yang padat berisi informasi terbaru dan fakta disusun berdasarkan urutan dari yang paling penting. Berita ringan (*soft news*) merupakan berita yang sarat dengan unsur kemanusiaan yang ditulis dengan pencitraan kreatif, subyektif, dan dirancang untuk menghibur audiens. Berita juga memiliki nilai berita atau *news values* diantaranya yaitu *Significance* (penting), *Magnitude* (besar), *Timeliness* (waktu), *Proximity* (kedekatan), *Prominence* (tenar), *Human Interest* (manusiawi), dan *Conflictual*.

4. Persepsi

Persepsi merupakan inti dari komunikasi. Setiap informasi akan dipilih dan diserap oleh individu dengan dipengaruhi lingkungan. Menurut Desideranto dalam Rakhmat (2005: 51) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sebagai inti dari komunikasi, persepsi mempengaruhi komunikasi. Individu memperoleh stimuli-stimuli dari lingkungan sekitar. Dari

beberapa stimuli tersebut, individu menentukan untuk memilih dan berfokus pada stimuli tertentu kemudian melakukan persepsi atas stimuli tersebut dan mengabaikan yang lain. Sebagai inti dari komunikasi maka, persepsi mempengaruhi komunikasi. Pengetahuan kita tentang orang atau objek lain ditentukan oleh kesan yang kita bentuk dari mereka (Sears, Freedman dan Peplau, 1985: 52-53).

Persepsi melewati tiga tahap proses yang saling mempengaruhi yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi. (Schiffman dan Kanuk, 2010: 179-186). Pada tahap seleksi merupakan pemilihan rangsangan oleh individu. Banyaknya rangsangan atau stimuli disekitar individu tidak dapat ditangkap keseluruhan. Individu secara tidak sadar memfokuskan pada satu hal yang dianggap penting dengan mengabaikan rangsangan lain disekitarnya. Pemilihan rangsangan ini dipengaruhi oleh masa lalu dan motif individu.

Kemudian pada tahap organisasi, masyarakat melihat stimuli yang terpisah-pisah dalam satu kelompok. Setiap rangsangan memiliki fungsi dalam kesatuan rangsangan yang dipilih. Tahap organisasi dilakukan dalam tiga bentuk, *Figure and Ground*, *Grouping*, dan *Closure*. Tahap yang ketiga yaitu interpretasi. Tahap ini merupakan tahap yang terakhir dari proses persepsi di mana individu memberikan makna terhadap rangsangan yang telah diseleksi dan diorganisasi.

5. Teori Efek Terbatas

Joseph Klapper memperkenalkan teori ini dalam bukunya *The Effects of Mass Communication* dalam (Severin dan Tankard, 2005: 314). Klapper menyimpulkan

bahwa media massa mempunyai efek terbatas. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa tidak selamanya media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Jika ada pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa, pengaruh tersebut sangatlah kecil atau terbatas. Adanya efek terbatas media massa dalam mempengaruhi khalayak tersebut disebabkan oleh faktor sosial dan individu. Faktor-faktor tersebutlah yang ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan dalam media massa (Nurudin, 2007:228).

1. Faktor Individu

Dalam diri individu terdapat banyak hal yang turut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan diantaranya *selective attention* yang merupakan faktor dari dalam individu dalam memperhatikan dan menerima terpaan pesan media yang sesuai dengan pendapat dan minatnya maupun menghindari atau menolak terpaan pesan media yang tidak sesuai dengan pendapat dan minatnya. Faktor kedua ialah *selective perception* yang merupakan faktor dimana individu akan secara sadar mencari media yang bisa mendorong kecendrungan dirinya dengan kata lain individu akan secara aktif mencari informasi yang bisa memperkuat keyakinannya. Sebagai contoh seseorang yang percaya akan makhluk halus akan mencari informasi yang mendukung keyakinannya bahwa makhluk halus itu ada. Faktor berikutnya ialah *selective retention*. *Selective retention* merupakan suatu kecendrungan seseorang hanya untuk mengingat pesan yang sesuai dengan pendapat dan kebutuhan dirinya, misalnya seseorang yang memiliki hobi memancing akan cenderung mengingat pesan dari acara “Mancing Mania” di

Trans 7 yang menyajikan informasi bagaimana memancing yang baik serta tempat-tempat memancing yang bagus dimana.

Motivasi dan pengetahuan juga ikut mempengaruhi dalam proses penerimaan pesan. Misalnya seseorang mencari hiburan menjadi dalih untuk menikmati media massa. Acara-acara yang berhubungan dengan politik tidak akan menarik bagi mereka yang mencari hiburan dari menonton televisi. Pengetahuan juga tidak kalah pentingnya. Jika seseorang memiliki pengetahuan yang cukup luas tentang ekonomi, maka koran Bisnis Indonesia dapat dipahami dengan cepat karena orang tersebut mengetahui banyak hal tentang saham, bisnis serta yang menyangkut perekonomian. Kepercayaan dan pendapat juga sangat mempengaruhi seseorang dalam proses penerimaan pesan. Orang yang percaya adanya makhluk halus, cenderung percaya dengan acara “Dunia Lain” di Trans TV yang menyajikan informasi tentang penampakan-penampakan makhluk halus (Nurudin, 2007 : 229).

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang melihat bahwa di dalam masyarakat adanya kelompok-kelompok sosial yang terbentuk dimana kelompok sosial ini dapat mempengaruhi individu dalam menerima pesan di media massa. Faktor sosial dapat digolongkan dari aspek usia dan jenis kelamin, pendidikan, agama serta tempat tinggal. Aspek-aspek tersebutlah yang menentukan ke dalam kelompok mana seseorang itu tergabung. Masing-masing kelompok sosial tersebut yang nantinya cenderung memberikan kesamaan dalam memandang norma sosial, nilai, dan cara bersikap kepada anggotanya. Adanya kesamaan

tersebut membuat para anggota cenderung bereaksi sama dalam merespon pesan-pesan media yang diterima.

Reaksi yang cenderung sama akan muncul dari setiap anggota dalam menanggapi terpaan media yang diterimanya sesuai dengan kesamaan norma sosial, nilai dan cara bersikap yang ditanamkan oleh kelompoknya. Hal ini dapat dilihat dari seseorang yang tergabung dalam organisasi perempuan akan cenderung menerima pesan-pesan media yang mendukung hak-hak perempuan dan emansipasi terhadap perempuan. Begitu juga dengan seseorang yang menjadi anggota dari organisasi keagamaan seperti Muhammadiyah akan lebih mudah menerima pesan-pesan media yang mendukung keberadaan organisasi tersebut. Di lain sisi tingkat pendidikan yang berbeda juga turut mempengaruhi penerimaan terpaan media. Masyarakat yang tingkat pendidikannya rendah cenderung lebih menyukai pemberitaan yang membahas masalah seks, kriminal, atau pemberitaan yang sifatnya bombastis dibandingkan masyarakat dengan tingkat pendidikan yang tinggi. Hal ini bisa dikarenakan rendahnya tingkat melek media masyarakat yang berpendidikan rendah sehingga berbagai pesan yang ditampilkan media massa akan diterima secara apa adanya. Tempat tinggal pun turut mempengaruhi seseorang dalam menerima dan menolak terpaan media. Hal ini karena tempat tinggal memberikan pengaruh kepada seseorang dalam menyerap nilai-nilai yang terbentuk dari proses interaksi sosial di antara masyarakat sekitar lingkungan tersebut. Selain itu tempat tinggal juga mempengaruhi seseorang dalam melakukan pemilihan terhadap jenis media yang ingin dikonsumsi. Sebagai contoh seseorang yang tinggal di Yogyakarta melakukan pemilihan terhadap

media, misalnya seseorang ini cenderung membaca surat kabar harian lokal seperti Kedaulatan Rakyat, Harian Jogja, Bernas Jogja dan sebagainya, sebab mereka dapat memperoleh informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di kota tempat mereka tinggal secara lebih lengkap.

F. KERANGKA KONSEP

1. Terpaan Media

Terpaan media dapat terjadi melalui penggunaan media massa oleh khalayak. Tingkat terpaan tersebut dapat diukur melalui intensitas, frekuensi, serta perhatian atau ketertarikan khalayak dalam menerima pesan komunikasi massa tersebut, termasuk dalam penelitian ini seberapa besar intensitas dan frekuensi responden mengakses berita seputar *WikiLeaks* dan ketertarikan terhadap berita tersebut.

2. Persepsi

Persepsi merupakan inti komunikasi. Persepsi melalui tiga tahap yang saling mempengaruhi yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi (Schiffman dan Kanuk, 2010: 179-186). Seleksi adalah proses individu memfokuskan terhadap suatu rangsangan dan mengabaikan rangsangan lain disekitarnya. Pada tahapan ini responden dalam hal ini yaitu dosen akan memfokuskan pada suatu rangsangan yaitu menyeleksi berita-berita yang diakses. Organisasi merupakan pengelompokkan individu terhadap rangsangan untuk menafsirkan rangsangan. Sedangkan interpretasi merupakan proses memberi makna dan menafsirkan pesan atas rangsangan yang telah dipilih.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Di dalam persepsi dan terpaan media ini, ada faktor lain yang juga mempengaruhi. Faktor individu dan faktor sosial. Seperti yang telah dijelaskan di dalam kerangka teori, faktor individu dan faktor sosial turut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan. Faktor individu merupakan faktor pribadi seseorang yang ikut menentukan proses efek terjadi. Faktor individu yang ikut mempengaruhi diantaranya yaitu *selective attention*, *perception*, dan *retention*, motivasi, pengetahuan, dan kepercayaan. Sedangkan pada faktor sosial merupakan efek yang berpengaruh di luar pribadi seseorang. Faktor tersebut meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, Agama dan tempat tinggal (Nurudin, 2007: 229-237).

G. HIPOTESIS

Hipotesa merupakan rumusan kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan baru dapat dibenarkan apabila telah melakukan pengujian dan hasil pengujian tersebut sesuai dengan hipotesa yang dibuat sebelumnya (Nawawi, 1993 : 161).

Untuk dapat melihat dengan mudah hubungan antara variabel-variabel penelitian maka harus dibuat hipotesa. Hipotesa tersebut akan membantu peneliti untuk melihat apakah masing-masing variabel memiliki pengaruh atau tidak. Berikut ini adalah perumusan hipotesa yang akan digunakan dalam penelitian ini:

- a. Hipotesa Nol (H_0) adalah hipotesa yang dirumuskan untuk memperlihatkan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Nawawi, 1993 : 162). Hipotesa Nol dalam penelitian ini yaitu **Tidak ada**

pengaruh antara pemberitaan kasus Wikileaks terhadap persepsi dosen UAJY pada situs Wikileaks

- b. Hipotesa Alternatif adalah hipotesa yang menyatakan bahwa ada hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. (Nawawi, 1993: 163). Hipotesa Alternatif dalam penelitian ini yaitu **Ada pengaruh pemberitaan kasus Wikileaks terhadap persepsi dosen UAJY pada situs Wikileaks.**

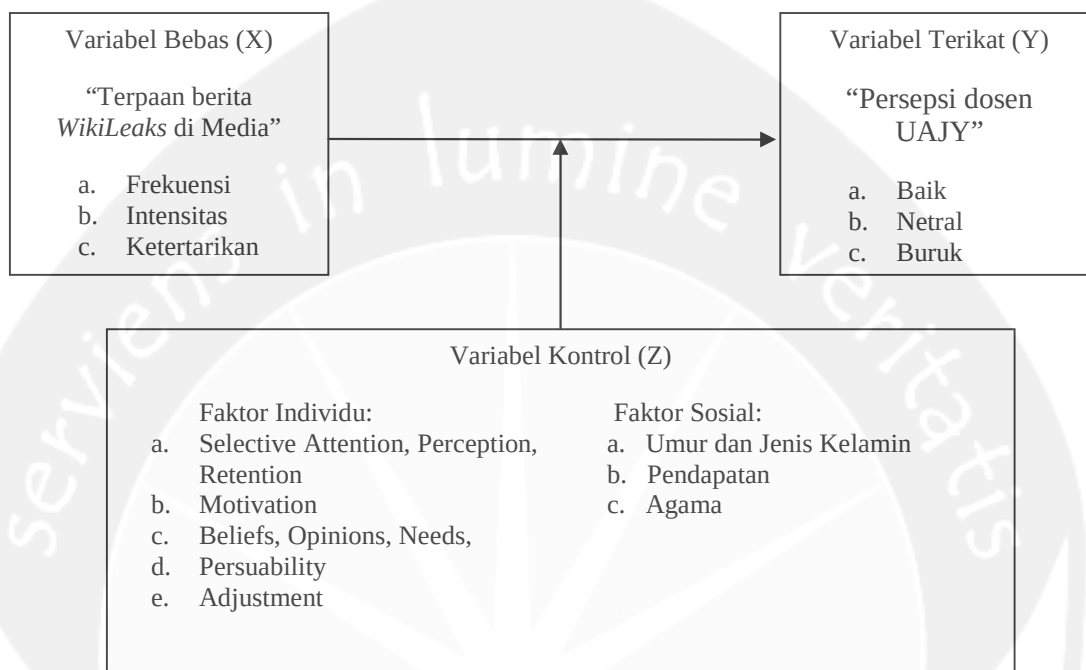
H. VARIABEL PENELITIAN

Pada penelitian kuantitatif digunakan beberapa variabel yang berfungsi sebagai karakter yang akan diteliti dari unit yang diamati. Variabel merupakan konsep yang mengandung variasi nilai (Usman dan Akbar, 2008 : 8).

Penelitian ini menggunakan variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*) serta variabel kontrol yang juga ikut berpengaruh. Variabel bebas merupakan faktor yang mempengaruhi munculnya faktor lain sedangkan variabel terikat merupakan faktor yang dipengaruhi atau yang muncul karena adanya variabel bebas (Nawawi, 1993 : 56-57).

Kemudian variabel kontrol digunakan untuk meyakinkan bahwa hasil riset selaras dengan variabel pengaruh bukan pada sumber lain (Kriyantono, 2008: 23). Berikut ini merupakan gambaran hubungan antar variabel dalam penelitian ini:

Tabel 1.1 Hubungan Antar Variabel



I. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi Operasional berfungsi untuk mengetahui cara mengukur variabel yang telah ditentukan dalam sebuah penelitian sehingga orang lain dapat mengetahui baik dan buruknya suatu pengukuran (Usman dan Akbar, 2008 : 8). Menurut Effendy, definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel (Singarimbun dan Effendy, 1995: 46).

Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X): Terpaan berita mengenai kasus pembocoran rahasia negara oleh situs *WikiLeaks* berupa frekuensi, intensitas dan ketertarikan dari pembaca dalam merespon berita tersebut.

a. Frekuensi merupakan keseringan dosen UAJY dalam mengakses berita di media massa Surat Kabar, Televisi, Radio maupun Internet setiap harinya dalam seminggu. Untuk melihat frekuensi ini maka akan dilihat dari banyaknya berita yang mereka peroleh atau konsumsi tentang *WikiLeaks*. Seberapa sering responden mengakses berita, berapa banyak berita tentang *WikiLeaks* yang mereka akses. Pengukuran frekuensi ini menggunakan skala interval. Untuk frekuensi responden mengakses berita di media massa diberikan pilihan jawaban sebagai berikut:

- Selalu (responden selalu mengakses berita di media massa setiap hari)
- Sering (responden mengakses berita di media massa 5-6 hari dalam seminggu)
- Kadang (responden mengakses berita di media massa 3-4 hari dalam seminggu)
- Jarang (responden mengakses berita di media massa 1-2 hari dalam seminggu)
- Tidak pernah (responden tidak pernah mengakses berita di media massa)

Masing-masing skor untuk kelima jawaban tersebut secara urut adalah sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah, sangat rendah.

b. Intensitas yaitu tingkat durasi atau kedalaman dosen UAJY dalam mengikuti berita tentang *WikiLeaks*. Pengukuran terhadap intensitas ini menggunakan skala interval. Apakah responden selalu mengikuti perkembangan berita

tentang *Wikileaks* di media massa dijadikan acuan dengan pilihan jawaban Selalu, Sering, Kadang, Jarang, dan Tidak pernah.

- c. Sedangkan ketertarikan akan diukur dengan pengukuran skala Guttman. Ketertarikan dilihat dari besarnya minat dosen untuk mengakses, mendengar, membaca, menonton berita mengenai *WikiLeaks*. Dengan pertanyaan berupa pilihan jawaban Ya dan Tidak.
2. Variabel Terikat (Y): Persepsi merupakan penafsiran pesan individu atas suatu objek atau fenomena sosial berdasarkan pengalaman individu dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor di dalam maupun diluar dirinya. Persepsi yang dilihat disini yaitu hasil akhir yang timbul setelah mengakses berita-berita tentang kasus *WikiLeaks*. Untuk itu diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju(TS), Sangat Tidak Setuju (STS).
3. Variabel Kontrol (Z): Faktor-faktor yang juga ikut mempengaruhi kedua variabel diatas yaitu faktor individu dan faktor sosial.
 - a. Faktor individu ini berupa *selective attention*, *perception*, dan *retention*, motivasi dan pengetahuan, kepercayaan, dan pembujukan. Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka:
 - *selective attention* diukur melalui tingkat kecenderungan responden mengakses berita yang sesuai dengan pendapat dan minatnya dengan menggunakan skala Likert. Responden diberikan pernyataan yang menyangkut variabel ini yaitu melalui pemberitaan yang muncul mengenai kasus *WikiLeaks*, organisasi *WikiLeaks* tersebut seharusnya ditindak tegas.

Kemudian diberikan 4 pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

- *Selective perception* yaitu kecenderungan responden untuk mencari informasi yang bisa memperkuat keyakinan atau pendapatnya. Responden akan diberikan pernyataan yang menggunakan skala Likert, responden mencari sumber-sumber informasi lainnya (selain media massa yang sering digunakan) untuk memperkuat pendapat responden tentang kasus *WikiLeaks*, kemudian diberikan 4 pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.
- *Selective retention* yaitu responden hanya mengingat pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan pendapatnya. Responden menggunakan kasus *WikiLeaks* yang menjadi pemberitaan di media massa sebagai bahan perkuliahan (contoh), dapat dijadikan acuan untuk mengukur hal tersebut. Variabel ini diukur menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.
- Motivasi yaitu apakah ada motivasi tertentu dari responden dalam mengakses sebuah media massa. Dalam hal ini, responden mempunyai motivasi tersendiri untuk mengakses berita yang berhubungan dengan kasus *WikiLeaks*. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert, yaitu responden mengakses berita-berita mengenai *WikiLeaks* hanya untuk mengetahui info tentang kasus tersebut dan responden mengakses berita-berita tentang kasus *WikiLeaks* untuk hiburan semata, lalu dari pernyataan tersebut diberikan 4 pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

- Pengetahuan merupakan tingkat pengetahuan dosen tentang *WikiLeaks* itu sendiri. Diukur dengan menggunakan skala Guttman dengan diberikan pernyataan:
 - a. *WikiLeaks* didirikan oleh Julian Assange
 - b. *WikiLeaks* awalnya berpusat di Swedia
 - c. *WikiLeaks* membocorkan beberapa rahasia negara-negara di Eropa, Asia, dan Timur Tengah melalui kawat diplomatik AS
 - d. Indonesia disebutkan terlibat dalam rencana kedatangan presiden Amerika Barack Obama oleh *WikiLeaks*
 - e. *WikiLeaks* meraih penghargaan pada tahun 2009
 - f. Pendiri *WikiLeaks* seorang warga negara Swedia

Dari pernyataan di atas kemudian diberikan 2 pilihan jawaban Benar dan Salah.

- Kepercayaan merupakan kepercayaan responden terhadap pemberitaan mengenai kasus *WikiLeaks* tersebut. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert dengan beberapa pernyataan misalnya pemberitaan tentang kasus *WikiLeaks* di media massa disajikan dengan mendalam, atau pemberitaan tentang kasus *WikiLeaks* disajikan berdasarkan fakta yang ada. Kemudian diberikan 4 pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.
- Pembujukan yaitu responden mengetahui fakta yang diberikan oleh media massa tentang kasus *WikiLeaks* dari orang lain, atau responden membicarakan kasus *WikiLeaks* yang muncul di media massa dengan kerabat atau keluarga.

Responden diberikan pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

- b. Faktor sosial yaitu jenis kelamin, pendapatan, dan agama. Faktor ini merupakan data pembeda atau variabel nominal. Hal ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam menanggapi berita tentang kasus *WikiLeaks*. Variabel ini diukur dengan skala nominal.

J. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek maupun obyek penelitian yang dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan sebagainya pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak (Nawawi, 1993 : 63). Tujuannya ialah untuk memberikan gambaran mengenai suatu masyarakat, kelompok, gejala maupun hubungan antara gejala-gejala tersebut. (Soehartono, 1995 : 35).

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2008: 55). Penelitian kuantitatif juga menekankan analisa dari data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 1998 : 5).

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif untuk melihat permasalahan dan data penelitian ini secara umum. Data-data tersebut akan

dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh responden dalam hal ini dosen UAJY. Pernyataan yang disampaikan melalui kuesioner oleh responden tersebut diasumsikan sebagai jawaban dari populasi.

2. Lokasi Penelitian

Yang menjadi lokasi penelitian adalah lingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). UAJY memiliki 7 fakultas. Kemudian dosen dari tiap fakultas yang akan diteliti, sehingga wilayah atau lokasinya yaitu daerah Babarsari yang terdiri dari Kampus 2, 3, dan 4, sedangkan Kampus 1 berada di daerah Mrican Baru., no. 28 Yogyakarta.

3. Populasi

Menurut H.M Burhan Bungin (2005 : 99) “populasi penelitian merupakan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.”

Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa populasi merupakan bagian penting dalam penelitian karena melibatkan sekelompok subjek untuk menjadi sebuah sasaran penelitian itu sendiri.

Penulis mengambil populasi dosen karena penulis melihat penelitian yang menggunakan responden dosen sangat jarang serta penulis belum menemukan adanya penelitian sebelumnya yang menggunakan responden dosen khususnya pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis juga ingin melihat dari segi

praktisi akademisi dalam menanggapi kasus yang diberitakan oleh media massa mengenai *WikiLeaks*. Populasi tersebut adalah dosen UAJY. Jumlah yang masih aktif mengajar hingga saat ini yaitu 266 orang (data dari KSDM UAJY tahun 2011).

4. Sampel

Pada penelitian ini pengambilan jenis sampel yang digunakan adalah sampling berstrata (Stratified Sampling). Jenis sampling berstrata yang digunakan adalah *Disproporsional Stratified Sampling* (Kriyantono, 2008: 154). Dalam disproporsional, dari setiap strata diambil jumlah yang sampel yang sama. Strata tersebut dalam penelitian ini dibagi dalam fakultas. Universitas Atma Jaya Yogyakarta memiliki 6 Fakultas Sarjana dan 1 Fakultas Pascasarjana. Kemudian jumlah dosen dari masing-masing fakultas diambil secara disproporsional untuk sampel sejumlah 73 orang dibagi dalam 6 fakultas menjadi sekitar 12 orang.

Adapun total sampel dalam penelitian ini ialah sebesar 73 orang dosen UAJY yang akan menjadi responden dalam pengisian kuesioner nantinya. Jumlah tersebut diperoleh dengan mengacu pada perhitungan berdasarkan rumus berikut (Bungin, 2005 : 105):

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi sasaran

d = nilai presisi (0,1)

$$\begin{aligned} n &= \frac{266}{266 (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{256}{3.66} = 72,6 = 73 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Dari data tersebut kemudian peneliti akan mendistribusikan kuesioner tersebut kepada dosen di masing-masing fakultas dengan total 73 orang. Sebelum pendistribusian dilakukan, peneliti menggunakan cara *random sampling* untuk distribusi kuesioner tersebut. Peneliti membuat urutan dalam populasi yang akan dipilih sebagai responden, lalu membuat undian untuk menentukan sampel yang akan diambil mulai dari urutan pertama sampai dengan urutan terakhir hingga tercapai sampel yang dibutuhkan. Dengan demikian peneliti dapat mendistribusikan kuesioner tersebut sesuai dengan nama-nama yang sudah dipilih berdasarkan urutan pencabutan undian tadi.

K. METODE PENGUMPULAN DATA

a. Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2008: 41). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang memuat daftar pertanyaan terkait

permasalahan yang akan diteliti untuk diajukan kepada responden yang menjadi sampel yang jumlahnya telah ditentukan sebelumnya.

b. Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya atau dari sumber kedua (Kriyantono, 2008: 42). Dalam hal ini peneliti tidak secara langsung mengambil data dari sumbernya melainkan memanfaatkan dokumen atau data yang dihasilkan oleh pihak-pihak lain. Salah satunya yaitu sumber berita-berita yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu kasus *WikiLeaks*.

L. METODE ANALISIS DATA

Pada penelitian ini, tahap analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul. Data yang terkumpul berupa data kuantitatif. Setelah data terkumpul maka akan dibuat table distribusi frekuensi untuk mengetahui distribusi jawaban responden disetiap pertanyaan yang diajukan pada kuisioner.

a. Uji Validitas

Uji validitas penting untuk dilakukan dalam setiap penelitian kuantitatif. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapat hasil yang tepat dan tidak melenceng dari kenyataan yang ada. Validitas adalah ukuran ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila mampu memberikan hasil ukur sesuai dengan tujuan penelitian (Azwar, 1997: 5). Uji validitas akan dilakukan menggunakan *SPSS for Windows*. Rumus yang berlaku dengan menggunakan syarat jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan valid, namun

jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2005: 213).

b. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya adalah menguji realibilitas alat tersebut. Realibilitas adalah ukuran kepercayaan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran diperoleh hasil yang relative sama (Azwar, 1997: 4). Uji realibilitas dilakukan dengan melihat jawaban responden pada kuisisioner yang disebarakan. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Pada program SPSS, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Apabila *Cronbach Alpha* yang diperoleh dari pengujian ini lebih besar dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel sebaliknya bila nilai alpha menunjukkan hasil lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

1. Analisis Korelasi

Teknik korelasi ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y dan melihat berapa jumlah koefisien dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas. Besar kecilnya angka korelasi akan menentukan kuat atau lemahnya hubungan antar variabel. Rumus yang digunakan yaitu *Product Moment* atau *Pearson's Correlation* (Kriyantono, 2008: 173

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = nilai korelasi antara X dan Y

X = variabel terikat (terpaan berita kasus *Wikileaks*)

Y = variabel bebas (persepsi dosen UAJY)

N = jumlah sampel

Pedoman interpretasi Koefisien Korelasi adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2005 : 216):

0,00 – 0,25 : sangat lemah

0,20 – 0,399 : lemah

0,40 – 0,599 : sedang

0,60 – 0,799 : kuat

0,80 – 1,00 : sangat kuat

Kemudian selanjutnya dilakukan pengujian signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan t-test (Kriyantono, 2008: 175):

$$r = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

2. Analisis Regresi

Pada analisis data, peneliti juga menggunakan teknik analisis data yang disebut dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Tujuan dari teknik analisis

regresi ialah untuk mengetahui pengaruh pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh terpaan berita kasus *WikiLeaks* terhadap persepsi dosen UAJY tentang situs *WikiLeaks*.

Bentuk persamaan regresinya yaitu (Kriyantono, 2006: 180):

$$Y = a + bX$$

Ket:

Y= Persepsi dosen Fakultas Hukum UAJY

a= Konstanta

b= Koefisien regresi

X= Pemberitaan *Wikileaks*