

HUBUNGAN KOMUNIKASI POLITIK MELALUI TAYANGAN KUIS INDONESIA CERDAS DI GLOBAL TELEVISI DENGAN SIKAP MAHASISWA PADA PASANGAN WIH-HUT SEBAGAI CALON PRESIDEN

Putra Badaidimatra/Moh. Taufik Hidayat/Nurruzzaman
Program Studi Ilmu Komunisi FISIP “Unswagati” Cirebon
Jl. Terusan Pemuda No. 1.A Cirebon, Telp (0231) 488926
taufik_hidayat5618@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Hubungan Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden Indonesia dengan tujuan untuk: 1) mengetahui opini mahasiswa tentang Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV, 2) mengetahui Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden Indonesia, 3) mengetahui Hubungan Antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV Dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kuantitatif dengan alat ukur angket dan dianalisa melalui pengolahan data statistik. Berdasarkan penelitian membuktikan bahwa opini mahasiswa-mahasiswi STIKOM Poltek mengenai Komunikasi politik dalam kuis berada pada tingkatan cukup baik dengan skor total 3657 atau sebesar 73,87%. Sikap mahasiswa-mahasiswi berada pada tingkatan cukup baik dengan total skor 2283 atau sebesar 62,89%. Ada hubungan antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV dengan Sikap Mahasiswa-Mahasiswi Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden dengan jumlah skor 0,696 yang berarti Tinggi/Kuat.

Kata kunci : komunikasi politik, sikap

Abstract

This study discusses the relationship Political Communication Through Quiz Indonesia Impression Global Smart TV with Attitude Students Against Couple WIN-HT As Presidential Candidate Indonesia. This study aims to: 1) determine the student opinion on Political Communication Through Quiz Impression Intelligent Global TV Indonesia, 2) know the attitude of Students Against Couple WIN-HT As Presidential Candidate Indonesia, 3) determine the Relationship Between Political Communication Through Intelligent Impressions Quiz Indonesia Global TV With Attitude Students Against Couple WIN-HT As Presidential Candidate Indonesia. This research uses descriptive-quantitative method measuring devices questionnaire and analyzed through statistical data processing. Based on the research proves that the students STIKOM opinion Poltek about political communication in the quiz are at levels well enough with a total score of 3657 or by 73.87%. The attitude of the students are at levels well enough with a total score of 2283 or by 62.89%. There is a relationship between the Political Communication Through Quiz Indonesia Impression Global Smart TV with Attitude Against Student-student pair WIN-HT As Presidential Candidate with a score of 0.696 which means that the number of High / Strong.

Pendahuluan

Komunikasi merupakan proses kehidupan yang sangat mendasar dalam setiap aktivitas manusia, dengan adanya komunikasi setiap individu mampu bertukar pesan, berbagi pesan, dsb (Harorl D. Lasswel, 1960: 69). Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*), (Dedy Mulyana, 2005: 69). Kelangsungan proses komunikasi selalu di landasi oleh peran media, seperti yang telah di paparkan diatas “*in which channel ?*” atau menggunakan media apa, jelas terlihat bahwa peranan media dalam keberhasilan suatu komunikasi sangatlah penting.

Peran media dalam proses komunikasi sangat vital, media merupakan alat untuk menjembatani proses komunikasi, dengan media sebuah pesan akan tersalurkan dengan baik. Segala media komunikasi memiliki fungsinya masing – masing, salah satu komunikasi yang saat ini mempunyai peran penting dalam setiap kehidupan manusia ialah komunikasi massa melalui media massa setiap individu akan dimanjakan dengan cepatnya arus informasi yang di terima. “Komunikasi Massa adalah pesan yang

dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*)” Ardianto dan Erdinaya (2005: 3).

Saat ini media massa memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, terlebih dengan tingginya mobilitas masyarakat dalam setiap aktivitas di kehidupannya sehingga media menjadi suatu alat komunikasi yang menawarkan kemudahan kecepatan dan tak terbatas. Dengan media massa setiap individu dapat menerima informasi dengan cepat, akurat, dan fleksibel. Media massa pun saat ini telah berkembang pesat dimulai dari fungsi media massa yang pada awalnya hanya di digunakan untuk menonton tayangan yang sifatnya hiburan, dan informasi. Melalui tayangan berita, kini media massa telah menambah fungsinya. Media saat ini juga telah dipergunakan sebagai wadah untuk komunikasi politik.

Komunikasi politik merupakan sebuah aktivitas komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, yang memiliki muatan-muatan politik. Menurut Defleur (Muhtadi, 2008: 16). Pada umumnya komunikasi politik dilakukan dengan cara kampanye ialah bentuk komunikasi politik yang

dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Venus (2004: 7), Kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Berbeda dengan propaganda, kampanye cirinya sumber yang melakukannya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi, sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak, tujuannya tegas, variatif serta spesifik, modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi, modus tindakannya diatur kaidah dan kode etikanya, sifat kepentingan mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak. Selain melalui kampanye, komunikasi politik saat ini dilakukan melalui media massa. Menurut MacLuhan sebagai perluasan panca indra manusia (*sense extension theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*). Dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan – otoritas, membentuk dan merubah opini publik atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain. Saat ini fungsi media massa telah menjelma menjadi suatu pesan yang *massive* dan fleksibel. Dengan tingginya

tingkat mobilitas masyarakat, telah muncul di setiap saluran komunikasi yang ada dalam kehidupan manusia. Sebagai contoh dalam media TV telah terselip berbagai macam bentuk tayangan atau iklan yang sarat akan muatan komunikasi politik.

Berkembangnya media komunikasi di era globalisasi, TV menjadi salah satu media yang sangat diminati oleh sebagian tokoh politik dalam melakukan upaya komunikasi politiknya. Lewat media massa telah banyak beredar tayangan iklan yang memiliki muatan komunikasi politik seperti tayangan iklan yang menampilkan kesan simpatik tokoh politik “Hattarajasa” dengan membawa partai PAN, Abu Rizal Bakrie dengan partai Golkar dan sebagainya.

Namun dari sekian banyaknya metode komunikasi politik yang ada selain melalui iklan yang bersifat simpatik, komunikasi politik yang dilakukan oleh tokoh politik kali ini dilakukan menggunakan metode baru yaitu Kuis. Saat ini terdapat salah satu tayangan televisi yaitu Kuis Indonesia Cerdas yang tayang di salah satu stasiun TV swasta di Indonesia yaitu Global TV. Acara kuis ini pun di sponsori oleh salah satu pasangan calon presiden Indonesia yaitu Wiranto dan Harry Tanoesudibyo. Dengan menggunakan kuis sebagai alat komunikasi politik. Acara tersebut di

tujukan kepada kalangan mahasiswa dan dosen atau guru guna memberikan dana bantuan pendidikan.

Pada hakikatnya acara kuis diperuntukkan untuk memberi hadiah baik berupa materi ataupun non-materi dengan tujuan meningkatkan rating acara tersebut. Namun berbeda dengan kuis pada umumnya, acara kuis “Indonesia Cerdas” memberikan perbedaan yang cukup terlihat daripada kuis yang lain, dimana dalam kuis tersebut di sponsori oleh pasangan calon presiden Wiranto – Harry Tanoesodibyo. Kuis tersebut dengan tagline yang sama dengan motto kampanye WIN-HT yaitu “Bersih, Peduli, Tegas” sehingga menimbulkan kesan yang berbeda ketika melihatnya.

Melalui metode kampanye baru ini peneliti merasa tertarik untuk melihat bagaimana sikap dari para *audience* dalam menentukan sikap terhadap pasangan WIN-HT sebagai calon presiden Indonesia. Dengan ini peneliti ingin menjadikan Komunikasi politik dan sikap mahasiswa terhadap pasangan WIN-HT dalam bursa calon presiden sebagai topik penelitian oleh peneliti.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui opini mahasiswa tentang Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV, 2)

mengetahui Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden Indonesia, 3) mengetahui Hubungan Antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV Dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kuantitatif dengan alat ukur angket dan dianalisa melalui pengolahan data statistik.

Hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut “Ada Hubungan Antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden”.

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$H_0 = r_s \text{ hitung} \leq r_s \text{ table}$, Tidak ada hubungan signifikan antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden.

$H_a = r_s \text{ hitung} > r_s \text{ table}$, Ada hubungan signifikan antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden.

Berdasarkan penelitian membuktikan bahwa opini mahasiswa-

mahasiswi STIKOM Poltek mengenai Komunikasi politik dalam kuis berada pada tingkatan cukup baik dengan skor total 3657 atau sebesar 73,87%. Sikap mahasiswa-mahasiswi berada pada tingkatan cukup baik dengan total skor 2283 atau sebesar 62,89%. Ada hubungan antara Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV dengan Sikap Mahasiswa-Mahasiswi Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden dengan jumlah skor 0,696 yang berarti Tinggi/Kuat.

Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Sugiyono (2010 : 7) mengemukakan sebagai berikut:

Penelitian survey pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survey ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang respresentatif.

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
1	2	3
Komunikasi Politik Variabel X Roni Tabroni 2012 : 19	1) Pesan - Pesan Politik	a. Kuis Indonesia Cerdas sebagai ajang kampanye pasangan WIN-HT b. Kuis Indonesia Cerdas sebagai ajang kampanye partai politik tertentu c. Pesan – pesan politik dalam slogan Kampanye "Bersih , Peduli , Tegas" d. Pesan – pesan politik berupa kata – kata lisan dalam kuis Indonesia Cerdas e. Pesan – pesan politik berupa kata – kata tulisan dalam kuis Indonesia Cerdas f. Pesan – pesan politik berupa lambang/symbol dalam kuis Indonesia Cerdas g. Pesan – pesan politik dalam kuis Indonesia Cerdas disampaikan secara eksplisit (terang – terangan) h. Pesan – pesan politik dalam kuis Indonesia Cerdas disampaikan secara implisit (terang – terangan)

	2) Aktor - Aktor Politik	a. Popularitas WIN sebelum penayangan Kuis Indonesia Cerdas b. Popularitas HT sebelum penayangan kuis Indonesia Cerdas c. Kesesuaian slogan kampanye “Bersih, Peduli, Tegas” dengan figure WIN d. Kesesuaian slogan kampanye “Bersih, Peduli, Tegas” dengan figure HT e. Kredibilitas WIN Sebagai Calon Presiden f. Kredibilitas HT Sebagai Calon Wakil Presiden g. Kredibilitas WIN – HT Sebagai pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden
Teori Sikap Variabel Y Saiffudin Azwar 2011 : 21	1) Respon Kognisi	a. Pemahaman Pesan Politik dalam kuis Indonesia Cerdas. b. Bertambahnya pengetahuan terhadap figure WIN-HT c. Pembentukan persepsi dari pesan-pesan politik yang disampaikan dalam kuis Indonesia Cerdas d. Pembentukan kepercayaan dari pesan-pesan politik yang disampaikan dalam kuis Indonesia Cerdas
	2) Respon Afeksi	a. Popularitas WIN setelah penayangan kuis Indonesia Cerdas b. Popularitas HT setelah penayangan kuis Indonesia Cerdas c. Perubahan kesan positif terhadap pasangan WIN-HT setelah menonton tayangan kuis Indonesia Cerdas d. Perubahan perasaan mendukung pasangan WIN-HT setelah menonton tayangan kuis Indonesia Cerdas e. Perubahan emosi menyukai pasangan WIN-HT setelah menonton tayangan Kuis Indonesia Cerdas
	3) Respon Konasi	a. Akan memilih pasangan WIN-HT apabila mencalonkan sebagai pasangan Presiden dan Wakil Presiden b. Akan mengajak orang lain untuk memilih pasangan WIN-HT sebagai Capres dan Wapres

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008: 90) mengungkapkan bahwa:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa – Mahasiswi Tingkat 1 STIKOM , terdiri dari :

1. Kelas Teknik Informatika 1 = Laki – laki 38 Perempuan 11
2. Kelas Teknik Informatika 2 = Laki – laki 35 Perempuan 9
3. Kelas Teknik Informatika 3 = Laki – laki 34 Perempuan 8
4. Kelas Manajemen Informatika = Laki – laki 25 Perempuan 17
5. Kelas Sistem Informasi = Laki – laki 9
6. Kelas Komputerisasi Akutansi = Laki – laki 4 Perempuan 5

Sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *Stratified Random Sampling*

Adapun populasi dalam penelitian sebanyak 195 orang, terdiri dari:

1. Kelas Teknik Informatika 1 = Laki – laki 38 Perempuan 11
2. Kelas Teknik Informatika 2 = Laki – laki 35 Perempuan 9
3. Kelas Teknik Informatika 3 = Laki–laki 34 Perempuan 8
4. Kelas Manajemen Informatika = Laki – laki 25 Perempuan 17
5. Kelas Sistem Informasi = Laki – laki 9
6. Kelas Komputerisasi Akutansi = Laki – laki 4 Perempuan 5

Untuk menentukan sample penulis menggunakan presisi sebesar 10% dengan derajat kepercayaan 90% dengan perhitungan sebagai berikut:

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

(Rahmat, 2002: 2)

Keterangan :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sample

d = Presisi yang digunakan

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

$$n = \frac{195}{195.(0.10)^2 + 1}$$

$$n = \frac{195}{1.95 + 1}$$

$$n = \frac{195}{2.95}$$

$$n = 66.101$$

$$n = 66$$

Jumlah sampel minimal yang terpilih adalah 66 orang, dimana dalam penentuan sample tersebut penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ni = \frac{Ni}{N} n$$

(Sugiyono, 2008 :10)

Keterangan :

ni = ukuran sampel untuk strata ke-1

Ni = ukuran populasi untuk strata ke-1

N = ukuran populasi keseluruhan

n = ukuran sample keseluruhan

1. Teknik Informatika 1	$ni = \frac{49}{195} \times 66 = 16.58 = 17$
2. Teknik Informatika 2	$ni = \frac{44}{195} \times 66 = 14.89 = 15$
3. Teknik Informatika 3	$ni = \frac{42}{195} \times 66 = 14.21 = 14$
4. Manajemen Informatika	$ni = \frac{42}{195} \times 66 = 14.21 = 14$
5. Sistem Informasi	$ni = \frac{9}{195} \times 66 = 3$
6. Komputerisasi Akuntansi	$ni = \frac{9}{195} \times 66 = 3$

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1.1. Analisis dimensi Variabel Komunikasi Politik

No	Indikator	Item	Skor	%	Keterangan
1	Pesan-pesan Politik	1,2,3,3,4, 5,6,7, dan 8	$\frac{307+295+274+253+247+249+267+187}{8} = 259,8$	$\frac{259,8}{330} \times 100 = 78,72\%$	Cukup Baik
2	Aktor-aktor Politik	1,2,3,3,4, 5,6, dan 7	$\frac{236+231+209+211+231+233+227}{7} = 225$	$\frac{220}{330} \times 100 = 68,18\%$	Cukup Baik

Variabel Komunikasi politik adalah Komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintahan terdiri dari 2 indikator yaitu pesan-pesan politik yaitu isi pesan dalam sebuah Komunikasi yang memiliki muatan politik yang di rumuskan dalam tiap butir-butir pernyataan yang dimasukan kedalam angket terdapat 8 item pernyataan. Berdasarkan hasil angket yang disebarkan kepada mahasiswa-mahasiswi stikom poltek telah ditemui hasil skor dari jumlah tiap item dan didapat hasil skor sebesar 259,8 dengan presentase sebesar 78,72%, jika dilihat dari interval perdimensi skor 259,8 berada pada level Cukup Baik yang artinya mahasiswa-mahasiswi beropini Cukup Baik tentang pesan politik yang disampaikan melalui kuis Indonesia Cerdas di GlobalTV.

Sedangkan indikator Komunikasi politik yang kedua yaitu aktor-aktor politik merupakan figur-figur seperti politikus, aktivis, orang yang memiliki kekuasaan, dirumuskan menjadi 7 butir pernyataan. Berdasarkan angket yang telah disebarkan kepada mahasiswa-mahasiswi stikom poltek telah ditemui hasil skor dari jumlah tiap item dan didapat hasil skor sebesar 225 dengan presentase sebesar 68,18%, jika dilihat dari interval perdimensi skor 225 berada pada level Cukup Baik yang artinya mahasiswa-mahasiswi beropini bahwa figur aktor-aktor politik yang disampaikan melalui kuis Indonesia Cerdas di GlobalTV ialah Cukup Baik.

Berdasarkan hasil angket dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik melalui tayangan kuis Indonesia Cerdas di GlobalTV oleh mahasiswa-mahasiswi Stikom Poltek Cirebon baik dari segi pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik jika dilihat dari tabel di atas mahasiswa-mahasiswi Stikom Poltek Cirebon beropini Cukup Baik.

Olah Data Variabel Komunikasi Politik

Variabel komunikasi politik diolah dengan menggunakan rumus *Koefisien Korelasi Rank Spearman* (r_s) melalui computer, yaitu sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

(Siegel, 1990 : 256)

Keterangan :

r_s : Koefisien korelasi rank spearman

$\sum x^2$: Jumlah nilai pengamatan item kuadrat

$\sum y^2$: Jumlah nilai pengamatan total kuadrat

$\sum d_i^2$: Beda antara dua pengamatan berpasangan melalui perhitungan setelah merangking

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*)

dan diperoleh nilai rs tiap item sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel 1.2.Hasil Analisis Perdimensi Variabel Sikap Mahasiswa

Indikator	Item	Skor	%	Ket
Respon Kognisi	1,2,3, dan 4	$\frac{251+242+227+204}{4} = 231$	$\frac{231}{330} \times 100 = 70\%$	Cukup Baik
Respon Afeksi	5,6,7,8, dan 9	$\frac{231+230+213+179+175}{5} = 206$	$\frac{206}{330} \times 100 = 62,42\%$	Cukup Baik
Respon Konasi	10 dan 11	$\frac{169+162}{2} = 165,5$	$\frac{165,5}{330} \times 100 = 50,15\%$	Cukup Baik

Variabel sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut (azwar, 2011: 5). Variabel sikap yang terdiri dari 3 indikator yaitu yang pertama ialah respon kognisi merupakan pernyataan mengenai apa yang dipercayai atau diyakini mengenai objek sikap, respon kognisi di rumuskan dalam tiap butir-butir pernyataan yang dimasukan kedalam angket terdapat 4 item pernyataan. Berdasarkan hasil angket yang disebarkan kepada mahasiswa-mahasiswi STIKOM Poltek telah ditemui hasil skor dari jumlah tiap item yang merupakan rumusan dari respon kognisi, dan didapat hasil skor sebesar 231 dengan presentase sebesar 70%, jika dilihat dari interval perdimensi skor 231 berada pada kategori Cukup Baik atau ragu-ragu yang artinya mahasiswa-mahasiswi masih merasa cukup baik mempercayai atau meyakini objek

yang disampaikan melalui kuis Indonesia Cerdas di Global TV.

Sedangkan indikator variabel sikap yang kedua yaitu respon afeksi merupakan pernyataan perasaan seseorang mengenai objek yang dirumuskan menjadi 5 butir pernyataan. Berdasarkan angket yang telah disebarkan kepada mahasiswa-mahasiswi STIKOM Poltek telah ditemui hasil skor dari jumlah tiap item dan didapat hasil skor sebesar 206 dengan presentase sebesar 62,42%, jika dilihat dari interval perdimensi skor 206 berada pada level cukup baik yang artinya mahasiswa-mahasiswi masih merasa ragu-ragu akan perasaan mengenai figur aktor-aktor politik yang disampaikan melalui kuis Indonesia Cerdas di Global TV.

Sedangkan indikator variabel sikap yang ketiga yaitu respon konasi merupakan kecenderungan untuk berbuat, dirumuskan menjadi 2 butir pernyataan. Berdasarkan angket yang telah disebarkan kepada

mahasiswa-mahasiswi stikom poltek telah ditemui hasil skor dari jumlah tiap item dan didapat hasil skor sebesar 165,5 dengan presentase sebesar 50,15%, jika dilihat dari interval perdimensi skor 165,5 berada pada level cukup baik yang artinya mahasiswa-mahasiswi untuk berbuat atau menentukan sikapnya terhadap figur aktor-aktor politik yang disampaikan melalui kuis Indonesia Cerdas di Global TV.

Berdasarkan hasil angket dapat disimpulkan bahwa sikap mahasiswa terhadap pasangan WIN-HT sebagai calon presiden, jika dilihat dari penjabaran diatas dan hasil tabel di atas mahasiswa-mahasiswi Stikom Poltek Cirebon masih merasa ragu-ragu. Dapat diambil kesimpulan berdasarkan hasil angket dari responden bahwa sikap mahasiswa-mahasiswi STIKOM Poltek Cirebon masih berada pada tingkatan interval ragu-ragu, artinya bahwa tahapan-tahapan respon kognisi, afeksi, dan konasi sama-sama merasakan ragu-ragu untuk memilih pasangan WIN-HT sebagai calon presiden.

1.3. Olah Data Variabel Sikap Mahasiswa

Variabel sikap mahasiswa diolah dengan menggunakan rumus *Koefisien Korelasi Rank Spearman (rs)* melalui computer berikut ini :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

(Siegel, 1990 : 256)

Keterangan :

rs : Koefisien korelasi rank spearman

$\sum x^2$: Jumlah nilai pengamatan item kuadrat

$\sum y^2$: Jumlah nilai pengamatan total kuadrat

$\sum d_i^2$: Beda antara dua pengamatan berpasangan melalui perhitungan setelah merangking

Hubungan Komunikasi Politik dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Calon Pasangan Presiden WIN-HT

Komunikasi politik dalam tayangan kuis Indonesia Cerdas di GlobalTV sudah dibahas pada uraian diatas. Perlu diketahui bahwa bagaimana hubungan Komunikasi politik dengan sikap mahasiswa Stikom Poltek Cirebon.

Hubungan kedua variabel tersebut dapat diketahui dengan melakukan pengolahan data dengan menggunakan rumus *Koefisien Korelasi Rank Spearman (rs)* sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

(Siegel, 1990 : 256)

Keterangan :

rs : Koefisien korelasi rank spearman

$\sum x^2$: Jumlah nilai pengamatan item kuadrat

$\sum y^2$: Jumlah nilai pengamatan total kuadrat

$\sum d_i^2$: Beda antara dua pengamatan berpasangan melalui perhitungan setelah merangking

Pengolahan data dilakukan dengan cara mengkorelasikan total skor kedua variabel tersebut. Berdasarkan pengolahan data dengan program IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*) diperoleh nilai r_s hitung sebesar 0,696 dan dibandingkan dengan nilai r_s tabel sebesar 0,244 maka nilai tersebut signifikan/valid. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan yaitu H_1 teruji dan dapat diterima kebenarannya, sedangkan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan ada hubungan yang

signifikan/valid antara variabel Komunikasi politik dengan variabel sikap mahasiswa-mahasiswi Stikom Poltek Cirebon.

Tingkat korelasi kedua variabel tersebut dapat dikonfirmasi dengan interpretasi nilai r menurut Rakhmay (2009:29) berikut ini :

Tabel 4.12

Interpretasi Nilai r

Nilai	Hubungan
	Rendah Sekali
	Rendah Tetapi Pasti
Kurang dari - 0,200	Cukup Berarti
0,200 - 0,400	Tinggi / Kuat
0,400 - 0,700	
0,700 - 0,900	
Lebih dari - 0,900	Sangat Tinggi / Kuat Sekali

Berdasarkan kriteria tersebut, maka korelasi antara Komunikasi politik melalui kuis Indonesia Cerdas dengan Sikap Mahasiswa terhadap pasangan WIN-HT sebagai calon presdian Indonesia sebesar 0,696 adalah termasuk korelasi cukup berarti. Nilai tersebut merupakan hasil penelitian yang datanya diambil dari sample (penelitian

sampel), sedangkan hasil penelitian di harapkan berlaku juga untuk populasi untuk itu

perlu dilakukan uji t dengan rumus

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

$$t = \frac{0,696\sqrt{66-2}}{\sqrt{1-0,696^2}}$$

$$t = \frac{0,696\sqrt{64}}{\sqrt{1-0,48}}$$

$$t = \frac{0,696 \times 8}{\sqrt{0,52}}$$

$$t = \frac{5,56}{0,7}$$

$$::t = 7,95$$

Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian tentang hubungan Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di Global TV dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT Sebagai Calon Presiden Indonesia, penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi politik melalui tayangan kuis Indonesia Cerdas di Global TV yang diterima oleh mahasiswa-mahasiswi masih berada pada taraf interval ragu-ragu dengan jumlah skor 3657 dari hasil maksimal 4950 dan menghasilkan presentase sebesar 73,87%. Dari hasil skor yang didapat melalui angket jelas tergambar bahwa Komunikasi politik yang di terima mahasiswa-mahasiswi stikom sebagai responden masih berada pada taraf interval ragu-ragu semua dikarenakan kurangnya pengetahuan mahasiswa-mahasiswi stikom Poltek tentang ilmu Komunikasi Politik secara mendalam.

2. Sikap mahasiswa terhadap pasangan WIN-HT sebagai calon presiden Indonesia berada pada tingkatan ragu-ragu dengan jumlah skor 2283 dari hasil maksimal 3630 dan menghasilkan presentase sebesar 62,89%. Dari hasil skor yang didapat melalui angket jelas tergambar pula bahwa mahasiswa-mahasiswi stikom poltek masih merasa ragu-ragu akan sikap yang harus diaplikasikan terhadap pasangan WIN-HT sebagai calon presiden.
3. Hubungan Komunikasi Politik Melalui Tayangan Kuis Indonesia Cerdas di GlobalTV dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Pasangan WIN-HT sebagai Calon Presiden terdapat hubungan yang signifikan dengan rs hitung kedua variabel sebesar 0,696 jika dibandingkan dengan nilai rs tabel untuk responden sebesar 66 (derajat kesalahan 10% dan derajat kepercayaan 90%) yaitu 0,244 dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima.

Referensi

- Ardianto, Elvinaro & Komala, Lukiat. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis rekayasa Media

Azwar, Saifuddin. 2013. *Sikap Manusia Teori dan Penukurannya Edisi Ke-2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Morissan, M.A., et.al. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia

Muhtadi, Asep Saeful. 2008. *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Rahmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya

Roni, Tabroni. 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

