

BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1 Pengantar

Bab ini menguraikan kerangka teoritis yang menjadi landasan penelitian mengenai pengaruh terpaan informasi Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru terhadap persepsi mahasiswa di Kota Malang. Pembahasan meliputi tinjauan umum komunikasi, penjelasan teori terpaan media, efek media, dan persepsi mahasiswa beserta indikator pengukurannya sebagai dasar dalam menjelaskan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Terdapat juga pembahasan pengaruh antarvariabel, uraian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis, serta definisi konseptual dan operasional sebagai landasan dalam pengukuran variabel.

2.2 Tinjauan Umum Komunikasi

Menurut Hariyanto (2021:15), dalam buku *pengantar ilmu komunikasi* bahwa secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris “*communication*” yang bersumber dari bahasa Latin “*communis*” yang berarti “sama” atau “memiliki kesamaan makna”, serta “*communicare* atau *communico*” yang bermakna “membuat sama” (*to make common*). Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses penyampaian pesan yang ditujukan untuk menciptakan kesamaan makna antara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Everett M. Rogers, membuat definisi bahwa komunikasi sebagai suatu proses pengalihan ide dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan tujuan untuk memengaruhi atau mengubah perilaku mereka. Definisi ini menekankan bahwa komunikasi juga berfungsi untuk menghasilkan perubahan sikap dan tindakan dari pesan yang ingin disampaikan (Hariyanto, 2021:20). Joseph A. Devito juga mendefinisikan komunikasi sebagai suatu tindakan yang melibatkan satu orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan, yang dapat mengalami gangguan (*noise*), berlangsung dalam konteks tertentu, memiliki dampak tertentu, serta memungkinkan terjadinya umpan balik. Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses yang kompleks dan dinamis, bukan sekadar penyampaian pesan secara satu arah (Hariyanto, 2021:21). Dan, Carl

I. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana seorang komunikator menyampaikan rangsangan atau stimulus dalam bentuk simbol-simbol, terutama bahasa, kepada komunikan dengan tujuan memengaruhi atau mengubah perilaku individu lain. Pandangan ini menempatkan komunikasi sebagai alat persuasif yang berorientasi pada perubahan perilaku (Hariyanto, 2021:21).

Model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell merupakan salah satu model komunikasi yang paling dikenal dan banyak digunakan dalam kajian ilmu komunikasi. Model ini dikembangkan dari kajian propaganda politik dan memberikan gambaran umum mengenai proses komunikasi sebagai proses satu arah yang menekankan pada pengaruh pesan terhadap penerima. Menurut Lasswell, komunikasi dapat dijelaskan melalui lima pertanyaan dasar, yaitu “*who, says what, in which channel, to whom, and with what effect*” (Hariyanto, 2021:93).

1. Komunikator (*Who*)

Merujuk pada pihak yang mengambil inisiatif untuk melakukan komunikasi sebagai sumber atau disebut juga komunikator. Komunikator adalah pihak yang berperan sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Komunikator dapat berupa individu, kelompok, maupun lembaga yang memiliki tujuan tertentu dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

2. Pesan (*Says what*)

Berkaitan dengan informasi atau ide yang disampaikan dalam proses komunikasi. Pesan merupakan simbol atau lambang yang mengandung makna dan dipilih oleh komunikator untuk disampaikan kepada komunikan. Pesan bisa berupa verbal atau non-verbal yang harus disampaikan secara jelas agar mudah diterima.

3. Media (*In which channel*)

Mengacu pada saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran komunikasi dapat berupa media langsung seperti percakapan tatap muka, maupun media tidak langsung seperti media cetak, media elektronik, dan media sosial.

4. Komunikan (*To whom*)

Merujuk pada komunikan atau penerima pesan, yaitu individu atau kelompok yang menjadi sasaran komunikasi. Komunikan dapat menerima pesan secara langsung atau melalui media.

5. Efek (*With what effect*)

Berkaitan dengan dampak atau hasil dari proses komunikasi. Efek menunjukkan perubahan yang terjadi pada diri komunikan setelah menerima pesan, yang dapat berupa perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku.

Model Lasswell memiliki sedikit perbedaan dengan model komunikasi Aristoteles yang menyebutkan di dalam bukunya berjudul "*Rhetorica*", bahwa dalam proses komunikasi memiliki tiga unsur didalamnya, yaitu siapa yang berbicara (komunikator), apa yang dibicarakan (pesan), dan siapa yang mendengarkan (komunikan) (Nurdin et al., 2013:103). Namun, terdapat persamaan juga, yaitu menekankan pada unsur pembicara, pesan, dan khalayak, serta memandang komunikasi sebagai proses satu arah yang berorientasi pada pengaruh pesan terhadap penerima (Hariyanto, 2021:94).

Setiap proses komunikasi selalu menimbulkan efek atau dampak terhadap satu atau lebih pihak yang terlibat di dalamnya. Artinya, tidak ada tindakan komunikasi yang berlangsung tanpa konsekuensi. Efek komunikasi dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari bertambahnya pengetahuan (kognitif), perubahan sikap (afektif), hingga perubahan perilaku (konatif) individu yang menerima pesan (Hariyanto, 2021:38). Dan seperti model komunikasi Lasswell, yang menyebutkan unsur "*with what effect*", dalam penelitian ini persepsi mahasiswa diartikan sebagai efek dari pesan yang disampaikan PSI melalui berbagai media komunikasi.

Komunikasi massa merupakan gabungan dari kata komunikasi dan massa. Komunikasi artinya proses penyampaian pesan yang ditujukan untuk menciptakan kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Sementara itu, massa artinya kelompok masyarakat yang besar dengan ikatan dan kesamaan tertentu. Defleur dan McQuail mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah proses penyebaran pesan melalui media massa kepada khalayak luas secara terus-menerus dengan

tujuan membangun makna dan memengaruhi audiens yang heterogen (Kustiawan et al., 2022:2). Maka, komunikasi massa dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan melalui media cetak, elektronik, maupun digital kepada masyarakat luas.

Komunikasi massa memiliki karakteristik yang membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya. Salah satu ciri utamanya adalah penyampaian pesan yang bersifat serempak kepada khalayak luas melalui media massa. Pesan dikirimkan satu kali oleh komunikator dan dapat diterima secara bersamaan oleh masyarakat yang heterogen tanpa harus berada pada lokasi yang sama. Selain itu, komunikasi massa bersifat terbuka dan ditujukan kepada publik secara umum. Prosesnya cenderung satu arah karena komunikator dan komunikan tidak berinteraksi secara langsung, sehingga umpan balik (*feedback*) yang muncul biasanya tertunda atau tidak langsung (Kustiawan et al., 2022:3).

Model komunikasi Lasswell, dalam konteks unsur "*which channel*" merujuk pada media sebagai saluran penyampaian pesan, baik melalui media massa konvensional maupun media digital. Hal ini berkaitan erat dengan konsep komunikasi massa, yaitu proses penyebaran pesan melalui media kepada khalayak luas yang bersifat heterogen (Kustiawan et al., 2022:2). Komunikasi massa yang ditandai dengan adanya media sebagai perantara, penyampaian pesan kepada publik secara terbuka, serta jangkauan audiens yang besar dan beragam latar belakang sosial, budaya, maupun politik.

Dalam ranah komunikasi politik, media memiliki fungsi sebagai saluran (*channel*), dan juga sebagai aktor politik yang memiliki peran dalam membingkai dan mengonstruksi realitas politik. Pemberitaan politik di berbagai media komunikasi merupakan bentuk komunikasi persuasif yang dapat memengaruhi opini, sikap, dan perilaku politik masyarakat (Aidah et al., 2026:39). Melalui proses seleksi isu, penekanan sudut pandang, dan cara penyampaian informasi, media berperan dalam memengaruhi persepsi publik terhadap peristiwa politik. Komunikasi politik melalui media menjadi arena strategis dalam membangun citra, legitimasi, serta dukungan publik.

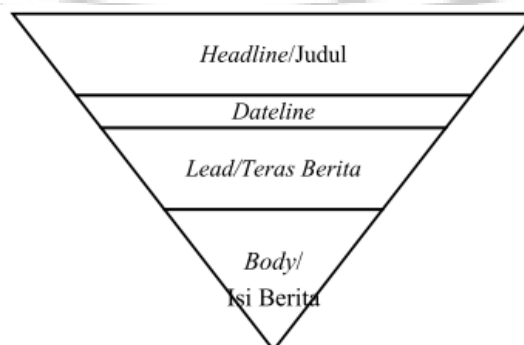
Melalui penelitian ini, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian informasi dari berita mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru yang dilakukan oleh media sebagai komunikator, disalurkan melalui berbagai media komunikasi, dan diterima oleh mahasiswa sebagai komunikan. Proses komunikasi tersebut pada akhirnya berpotensi menimbulkan efek tertentu pada diri mahasiswa sebagai penerima pesan.

2.2.1 Berita

Menurut As Haris Sumadiria dalam buku *Jurnalistik Indonesia*, berita merupakan laporan tercepat mengenai fakta atau gagasan terbaru yang benar, menarik, dan penting untuk diketahui khalayak melalui media massa, baik cetak, elektronik, maupun media daring. Sejalan dengan itu, Asep Syamsul M. Romli menjelaskan bahwa berita memiliki beberapa jenis, di antaranya *straight news* yang bersifat langsung dan singkat, *depth news* yang menyajikan pendalaman informasi, *investigation news* yang didasarkan pada hasil penyelidikan, *interpretative news* yang memuat interpretasi wartawan terhadap fakta, serta *opinion news* yang berisi pendapat tokoh atau ahli mengenai suatu persoalan (Bangun et al., 2019).

Dalam penulisannya, berita umumnya menggunakan struktur piramida terbalik, yaitu penyampaian informasi terpenting pada bagian awal berita. Struktur tersebut terdiri atas *headline* sebagai judul berita, *dateline* yang menunjukkan tempat dan waktu kejadian, *lead* atau teras berita yang memuat inti informasi, serta *body* yang berisi penjelasan lebih rinci mengenai peristiwa. Penyusunan berita dengan struktur ini bertujuan memudahkan pembaca memahami informasi secara cepat dan jelas.

Gambar 3. Struktur Piramida Terbalik Penulisan Berita



Selain itu, kualitas sebuah berita ditentukan oleh nilai berita yang dimilikinya. Menurut Curtis D. MacDougall yang dikutip oleh Sedia Willing Barus, terdapat beberapa unsur penting yang menentukan nilai berita, yaitu kebaruan (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), ketokohan atau keterkenalan (*prominence*), daya tarik kemanusiaan (*human interest*), serta dampak atau akibat yang ditimbulkan (*consequence*). Semakin besar unsur-unsur tersebut terdapat dalam sebuah peristiwa, maka semakin tinggi pula nilai beritanya bagi masyarakat.

Dalam praktik jurnalistik, penulisan berita juga harus memenuhi unsur kelengkapan informasi melalui rumus 5W+1H, yaitu *who* (siapa), *what* (apa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). Keenam unsur tersebut digunakan untuk memastikan bahwa berita mampu memberikan informasi yang lengkap, jelas, dan mudah dipahami oleh khalayak (Bangun et al., 2019).

2.3 Terpaan Informasi

Terpaan Informasi diukur menggunakan teori terpaan media (*media exposure theory*), menurut Shore (2005), terpaan media dapat dipahami sebagai aktivitas individu maupun kelompok dalam menerima pesan yang disampaikan melalui media, baik melalui kegiatan mendengarkan, melihat, maupun membaca, dan juga mencakup pengalaman serta tingkat perhatian audiens terhadap pesan yang disampaikan (Safira & Zurani, 2022:80). Adapun menurut Kasten, bahwa terpaan media tidak hanya diukur dari sejauh mana individu mengenali media massa, tetapi juga mencakup tingkat kesadaran, perhatian, serta penerimaan individu terhadap informasi yang disebarkan oleh media. Dengan kata lain, terpaan media menggambarkan proses bagaimana pesan media diterima dan diproses khalayak, yang selanjutnya dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, maupun perilaku individu. Dalam konteks penelitian ini, terpaan informasi merujuk pada paparan media terhadap pemberitaan mengenai PSI baru yang disampaikan melalui media komunikasi (Putri, 2024:13).

Larry Shore juga menjelaskan konsep *media exposure* sebagai proses yang lebih kompleks dibanding sekadar akses media. Shore mengatakan bahwa, “*media exposure is more complicated than access, because it deals not only with whether a person is actually in range of the particular mass media, but also whether a*

person is actually exposed to the message” (Putri, 2024:13). Paparan tersebut mencakup aktivitas melihat, mendengar, membaca, atau secara umum mengalami pesan media dengan tingkat perhatian tertentu terhadap pesan yang disampaikan. Jadi, seseorang dikatakan mengalami terpaan media apabila benar-benar menerima dan memberi perhatian terhadap pesan media, bukan sekadar berada dalam jangkauan media tersebut.

Terpaan media (*media exposure*) berfokus pada pengumpulan informasi mengenai bagaimana khalayak menggunakan media, yang meliputi jenis media yang diakses, frekuensi penggunaan, durasi waktu paparan, dan atensi nya terhadap paparan pemberitaan tersebut (Ilhami et al., 2014:3). Dengan demikian, terpaan media dapat dipahami sebagai kondisi atau tingkat keterpaparan khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan melalui media (Ilhami et al., 2014:3). Terpaan media dalam penelitian ini dipahami sebagai keterpaparan mahasiswa terhadap pesan pemberitaan PSI baru yang diterima melalui media yang berpotensi memengaruhi persepsi mahasiswa.

Pengukuran terpaan informasi merupakan proses untuk mengetahui sejauh mana individu atau kelompok terpapar pesan-pesan media serta seberapa besar keterlibatan mereka terhadap pesan tersebut. Rosengren (dalam Putri, 2024:14) menjelaskan bahwa terpaan media dapat diukur melalui beberapa dimensi utama, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi.

1. Frekuensi

Merujuk pada seberapa sering individu terpapar atau terlibat dengan pesan media dalam periode waktu tertentu. Frekuensi dapat dilihat dari intensitas mahasiswa dalam mengakses berita politik, baik melalui media online, media sosial, maupun media konvensional. Semakin sering individu terpapar informasi, maka semakin besar peluang pesan tersebut untuk diproses secara kognitif.

2. Durasi

Berkaitan dengan seberapa lama individu berinteraksi dengan media massa. Durasi diukur dari jumlah waktu yang dihabiskan individu dalam

mengonsumsi informasi atau pemberitaan media, baik dalam hitungan menit maupun jam. Durasi paparan yang lebih lama memungkinkan individu untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap isi pesan media.

3. Atensi

Mengacu pada tingkat perhatian dan ketertarikan individu terhadap pesan media yang diterima. Atensi menunjukkan sejauh mana mahasiswa benar-benar memperhatikan, memahami, dan memaknai pemberitaan yang disajikan media. Tingkat atensi yang tinggi menunjukkan keterlibatan aktif khalayak dalam proses penerimaan pesan media.

Berdasarkan uraian tersebut, teori terpaan media (*media exposure*) dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat keterpaparan mahasiswa terhadap informasi PSI baru yang diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi. Perbedaan tingkat terpaan informasi pada setiap individu berpotensi memengaruhi perbedaan efek yang diterima oleh mahasiswa sebagai penerima pesan.

2.3.1 Media Komunikasi

Media komunikasi identik dengan alat untuk menyampaikan pesan, berbeda dengan saluran yang lebih identik dengan proses berjalannya pesan. Jadi saluran komunikasi lebih umum dari pada media komunikasi. Media komunikasi berfungsi sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk mengantarkan pesan agar sampai kepada komunikan (Soyomukti, 2012:62). Berikut jenis-jenis media komunikasi:

1. Media Konvensional

Media konvensional merupakan bentuk media massa yang hadir sebelum berkembangnya teknologi internet dan berfungsi sebagai sarana komunikasi massa untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas dalam cakupan wilayah yang besar dan waktu yang relatif singkat (Zulkarnain, 2021). Media ini meliputi media penyiaran seperti radio dan televisi serta media cetak seperti surat kabar dan majalah. Media konvensional memiliki sistem penyampaian pesan yang terstruktur dan dikendalikan oleh lembaga media melalui proses seleksi redaksional

(*gatekeeping*) yang ketat, sehingga informasi yang disajikan umumnya dianggap memiliki tingkat kredibilitas yang relatif tinggi. Namun, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menyebabkan peran media konvensional mulai mengalami pergeseran seiring meningkatnya penggunaan media berbasis internet sebagai sumber informasi utama masyarakat (Hasan et al., 2023:57).

2. Media Pemberitaan Online

Media pemberitaan online merupakan bagian dari media massa yang menjalankan praktik jurnalisme berbasis internet dan menyajikan informasi melalui situs web atau portal berita daring. Media ini berkembang pesat seiring era konvergensi media yang mendorong media konvensional beradaptasi ke platform digital (Ikasari et al., 2021:51). Karakteristik utama media pemberitaan online meliputi kecepatan penyebaran informasi (*immediacy*), pembaruan berita secara real-time, fleksibilitas format konten, serta akses yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dalam konteks komunikasi politik, media pemberitaan online berperan penting dalam memengaruhi persepsi publik karena intensitas pemberitaan dan cara media membingkai informasi dapat memunculkan penilaian positif maupun negatif terhadap aktor atau partai politik (Hidayat & Pratopo, 2024:4).

3. Media Sosial

Merupakan bentuk media berbasis digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dan partisipasi aktif khalayak. Media sosial memungkinkan pengguna sebagai penerima pesan, serta sebagai produsen dan penyebar informasi. Platform seperti Instagram, Twitter (X), TikTok, dan YouTube menjadi ruang interaktif yang mempertemukan media, aktor politik, dan masyarakat secara langsung (Qadir, 2024:2715).

Adapun definisi lain, bahwa media sosial merupakan platform digital berbasis internet yang memungkinkan terjadinya komunikasi, partisipasi aktif pengguna, serta produksi dan menyebarkan informasi secara luas. Media ini memungkinkan pengguna sebagai penerima pesan, sekaligus juga sebagai produsen konten (Gunelius, 2011). Menurut Mulawarman dan Nurfitri, media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi yang memfasilitasi interaksi sosial dan telah

mengubah pola perilaku masyarakat. Peningkatan jumlah pengguna internet menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam bidang politik, di mana media sosial dimanfaatkan untuk membangun citra, menyampaikan pesan politik, dan menjangkau pemilih muda secara lebih personal dan interaktif (Azis et al., 2025:124).

2.4 Efek Media

Teori efek media (*media effects theory*) merupakan salah satu kajian utama dalam komunikasi massa yang membahas bagaimana media mampu memengaruhi pengetahuan, sikap, emosi, hingga perilaku khalayak. Menurut Patti M. Valkenburg, Jochen Peter, dan Joseph B. Walther, efek media adalah perubahan jangka pendek maupun jangka panjang yang terjadi pada aspek kognitif, emosional, sikap, dan perilaku individu sebagai akibat dari penggunaan media. Efek tersebut dapat terjadi secara disengaja maupun tidak disengaja melalui proses terpaan media yang berlangsung terus-menerus (Hayati et al., 2025:255).

Teori efek media memiliki tiga pendekatan utama yang digunakan untuk mengetahui efek dari media, pertama adalah paradigma efek kuat (*direct effects models*), paradigma efek minimalis atau efek terbatas (*limited effects models*), paradigma efek kumulatif (*cumulative effects models*) (Musfialdy & Anggraini, 2020:32). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ada efek kuat (*direct effects models*), yang berkembang pada 1920an berlandaskan pada pendekatan stimulus-respons (S-R) dikemukakan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach.

Perspektif ini memandang bahwa audiens mudah dipengaruhi, sehingga pesan dapat langsung menimbulkan respons tertentu. Littlejohn dan Foss, mengemukakan bahwa media memiliki kekuatan yang sangat besar dalam memengaruhi individu, terutama karena audiens dilihat sebagai kelompok yang anonim, terisolasi, dan rentan terhadap suatu pesan. Model ini juga berasumsi bahwa komunikasi massa bersifat luas dan seragam terhadap seluruh audiens, sehingga efek media dipandang hampir universal (Musfialdy & Anggraini, 2020:32).

Komunikasi massa tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga memiliki dampak terhadap aspek psikologis individu. Dominick (1999) menggunakan istilah efek komunikasi massa, yang dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu efek kognitif, afektif, dan konatif (Prasetia et al., 2025:47). Efek kognitif muncul ketika media memperluas pengetahuan, membentuk persepsi, serta mengonstruksi realitas sosial masyarakat. Efek afektif terlihat dari pengaruh media terhadap perasaan, emosi, dan sikap audiens. Sementara itu, efek konatif berkaitan dengan tindakan nyata yang dilakukan masyarakat setelah terpapar pesan media, baik dalam bentuk perilaku konsumtif, partisipasi politik, maupun gerakan sosial (Prasetia et al., 2025:48).

McQuail menjelaskan bahwa efek media (*media effect theory*) adalah segala bentuk perubahan yang terjadi pada individu atau kelompok sebagai akibat dari terpapar pesan media, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Romadhoni, 2025:19). Efek tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

1. Efek Kognitif

Berkaitan dengan perubahan pengetahuan, peningkatan kesadaran, dan pemahaman khalayak. Efek ini berperan penting dalam membuat masyarakat untuk memahami informasi yang disampaikan, dan memiliki dampak yang berkaitan dengan penyebaran informasi, pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan pada masyarakat.

2. Efek Afektif

Berhubungan dengan perasaan, sikap, atau penilaian emosional. Efek afektif terjadi apabila pesan yang disampaikan berhasil mempengaruhi perasaan, kesukaan, atau ketidaksukaan khalayak, sehingga efek ini berhubungan dengan aspek emosional seperti perasaan, penilaian, rangsangan emosional dan perubahan sikap.

3. Efek Konatif/Behavioral

Mengarah pada kecenderungan perubahan tindakan atau perilaku. Jadi setelah memengaruhi pengetahuan dan perasaan, juga dapat mendorong untuk bertindak atau melakukan sesuatu.

Menurut Kriyantono, efek media berkaitan erat dengan tingkat terpaan media (*media exposure*) yang dialami oleh masing-masing individu. Terpaan media tersebut dapat diukur melalui tiga dimensi, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Frekuensi menunjukkan seberapa sering seseorang terpapar pesan media dalam jangka waktu tertentu, durasi mengacu pada lamanya waktu yang digunakan individu dalam mengakses media, sedangkan atensi menggambarkan tingkat perhatian dan keterlibatan individu terhadap pesan media yang diterima. Ketiga dimensi ini memengaruhi sejauh mana pesan media dapat diinternalisasi oleh khalayak (Romadhoni, 2025:19).

Effendy juga menyatakan bahwa terpaan media menggambarkan kondisi ketika individu menerima pesan media secara berulang sehingga membentuk pengetahuan, sikap, dan pandangan baru terhadap suatu objek (Romadhoni, 2025:20). Dalam konteks penelitian ini, terpaan informasi mengenai rebranding PSI menjadi “PSI Partai Super Tbk (terbuka)” berpotensi membentuk pemahaman, penilaian, dan sikap mahasiswa terhadap partai tersebut.

2.5 Persepsi Mahasiswa

Secara etimologis, persepsi berasal dari bahasa Inggris “*perception*” yang artinya penglihatan, tanggapan, atau cara memahami sesuatu. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), persepsi berarti tanggapan atau penerimaan langsung seseorang terhadap suatu objek melalui panca indera. Persepsi menjadi dasar dalam pembentukan sikap yang pada akhirnya akan memengaruhi perilaku individu (Nisa et al., 2023:215). Menurut Nisa et al. (2023:215), persepsi adalah proses dimana individu menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, serta menginterpretasikan rangsangan yang diperoleh melalui panca indera sehingga menghasilkan pemahaman tertentu.

Stephen P. Robbins mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses yang digunakan individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indrawi agar memberikan makna terhadap lingkungannya. Bimo Walgito menyatakan bahwa persepsi merupakan proses pengorganisasikan dan interpretasi terhadap stimulus yang diterima sehingga menjadi suatu yang bermakna bagi individu. Perbedaan latar belakang, pengalaman, serta kondisi psikologis individu menyebabkan hasil

persepsi dapat berbeda antara satu dengan yang lainnya. Jalaluddin Rakhmat juga mengemukakan bahwa persepsi adalah proses pengamatan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui penafsiran informasi dan pemaknaan pesan (Nisa et al., 2023:217).

Adapun aspek-aspek persepsi, yaitu seleksi, merupakan tahap dimana individu memiliki stimulus tertentu untuk diperhatikan berdasarkan kebutuhan, minat, dan motif. Organisasi, proses penyusunan informasi yang diterima ke dalam struktur kognitif sehingga lebih mudah dipahami. Interpretasi, tahap pemberian makna terhadap stimulus yang telah dipilih dan diorganisasikan, yang bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan individu (Nisa et al., 2023:220).

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi meliputi pengetahuan, pengalaman, kebutuhan, kebiasaan, serta dipengaruhi oleh tingkat perhatian individu. Allport dan Walgito mengemukakan bahwa persepsi memiliki tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Pemahaman mengenai persepsi menjadi penting dalam kehidupan sosial, karena persepsi kolektif terbentuk melalui proses interaksi sosial dan penafsiran terhadap rangsangan inderawi, yang selanjutnya berpengaruh terhadap sikap dan perilaku masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan (Arya & Marlina, 2024:94).

Faktor-faktor tersebut pada akhirnya akan menghasilkan bentuk persepsi tertentu terhadap objek yang dipersepsikan. Hasil persepsi individu dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif menggambarkan pengetahuan, pemahaman, serta tanggapan yang sesuai dengan objek sehingga mendorong individu untuk menerima atau memanfaatkannya. Sebaliknya, persepsi negatif menggambarkan pengetahuan dan tanggapan yang dinilai tidak sesuai dengan objek sehingga memunculkan penolakan atau penilaian yang kurang baik (Sabaruddin et al., 2023:348). Dengan demikian, persepsi yang terbentuk pada setiap individu dapat berbeda-beda karena dipengaruhi oleh bagaimana individu menginterpretasikan informasi yang diterimanya.

Dalam penelitian ini, persepsi mahasiswa dipahami sebagai hasil proses penerimaan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap informasi mengenai identitas baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Persepsi tersebut dapat mengarah pada penilaian positif maupun negatif, yang selanjutnya diukur melalui dimensi kognitif, afektif, dan konatif sebagai indikator untuk mengetahui bagaimana mahasiswa memaknai rebranding PSI.

2.6 Pengaruh Terpaan Informasi terhadap Persepsi Mahasiswa

Hubungan antara terpaan informasi dan persepsi mahasiswa dalam penelitian ini dipahami sebagai hubungan yang bersifat kausal. Sebab adanya terpaan informasi tentang PSI baru, akibatnya muncul efek media pada diri individu berupa persepsi, karena tanpa adanya aktivitas keterpaparan pesan, maka proses untuk merespons tidak akan terjadi. Terpaan informasi merupakan kondisi ketika individu menerima pesan yang disampaikan melalui media, baik dengan cara membaca, melihat, maupun mendengarkan informasi yang disampaikan media (Safira & Zurani, 2022:80). Maka, mengukur tingkat keterpaparan informasi terhadap pemberitaan PSI baru dengan teori terpaan media menjadi faktor penting yang menentukan muncul tidaknya persepsi pada mahasiswa.

Larry Shore menjelaskan, bahwa terpaan media berkaitan dengan akses seseorang terhadap media, serta menyangkut sejauh mana individu benar-benar menerima dan memberikan perhatian terhadap pesan yang disampaikan oleh media. Individu dapat dikatakan mengalami terpaan media apabila dia benar-benar terpapar serta memberikan perhatian terhadap isi pesan yang disampaikan oleh media (Putri, 2024:13). Proses keterpaparan tersebut menjadi tahap awal memungkinkan pesan media diproses oleh khalayak dan selanjutnya dapat menimbulkan efek media.

Menurut McQuail, efek media merupakan segala bentuk perubahan yang terjadi pada individu atau kelompok sebagai akibat dari terpaan pesan media, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Romadhoni, 2025:19). Perubahan tersebut dapat terjadi pada berbagai aspek psikologis individu, seperti perubahan pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan maupun perilaku (konatif) setelah terpapar oleh pesan media. Efek media pada dasarnya dapat dikatakan sebagai

konsekuensi dari proses individu menerima dan memproses informasi yang disampaikan oleh media komunikasi.

Menurut Rachmat Kriyantono, efek media berkaitan erat dengan tingkat terpaan media yang dialami oleh individu. Tingkat terpaan tersebut dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi terhadap pesan media (Romadhoni, 2025:19). Dimensi frekuensi menunjukkan seberapa sering individu terpapar pesan media dalam periode waktu tertentu, durasi menunjukkan lamanya waktu yang digunakan individu dalam mengakses media, sedangkan atensi menggambarkan tingkat perhatian individu terhadap paparan pesan yang diterima. Semakin tinggi tingkat frekuensi, durasi, dan atensi individu terhadap suatu pemberitaan, maka semakin besar pula kemungkinan pesan tersebut diproses secara kognitif dan afektif oleh individu.

Effendy (1990) juga menjelaskan, terpaan media menggambarkan kondisi ketika individu menerima pesan media secara berulang sehingga dapat membentuk pengetahuan, sikap, serta pandangan baru terhadap suatu objek (Romadhoni, 2025:20). Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa memiliki potensi untuk memengaruhi cara individu memahami serta menilai suatu realitas sosial.

Dalam penelitian ini, akan membahas terpaan informasi mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru yang diterima mahasiswa melalui berbagai media komunikasi yang berpotensi menimbulkan efek media berupa persepsi pada diri mahasiswa sebagai khalayak. Efek tersebut dapat muncul dalam bentuk perubahan pengetahuan, dan penilaian mahasiswa terhadap informasi yang diterimanya. Proses penerimaan dan pemaknaan informasi tersebut selanjutnya dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan rebranding PSI. Dapat dipahami bahwa semakin tinggi tingkat terpaan mahasiswa terhadap informasi mengenai PSI baru melalui media komunikasi, maka semakin besar pula kemungkinan munculnya efek media yang memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap partai tersebut.

2.7 Penelitian Terdahulu

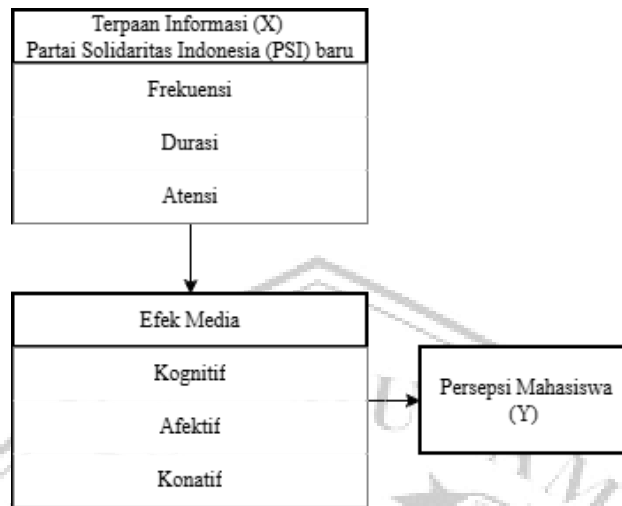
Penelitian oleh Fachrur Rozi Habib Yusuf Al Mahmud (2024) dengan judul *“Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @ummcampus pada Saat Pandemi Covid-19 terhadap Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Malang (Studi Survey: Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)”*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan media sosial Instagram @ummcampus pada masa pandemi Covid-19 terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Muhammadiyah Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial terhadap keputusan memilih universitas, yang dibuktikan melalui uji F dengan nilai F hitung sebesar 84,122 lebih besar dari F tabel 3,960 serta tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan variabel terpaan media sebagai variabel independen, pendekatan metodologi kuantitatif dengan metode survei, serta kesamaan dalam mengkaji pengaruh paparan media terhadap respons individu, dengan indikator terpaan media yang meliputi frekuensi, durasi, dan atensi.

Penelitian berjudul *“Pengaruh Terpaan Isu Politik di Instagram terhadap Preferensi Mahasiswa pada Isu Pilpres 2024 (Survei pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)”* yang dilakukan oleh Athasya Saffania (2023) menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat terpaan isu politik di Instagram, mengukur preferensi mahasiswa terhadap isu Pilpres 2024, serta mengevaluasi pengaruh terpaan tersebut terhadap preferensi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) memiliki ketertarikan terhadap isu politik, dan terpaan isu politik di Instagram berperan dalam memengaruhi preferensi mereka, khususnya dalam konteks menjelang Pilpres 2024 di mana mahasiswa sebagai pemilih mulai membentuk sikap politiknya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, serta sama-sama mengkaji pengaruh terpaan media terhadap respons individu, khususnya dalam konteks isu politik yang berkaitan dengan pembentukan sikap atau persepsi mahasiswa.

Penelitian berjudul “*Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @ummcampus terhadap Pengakuan Mahasiswa sebagai Kampus Inovatif (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)*” yang dilakukan oleh Santara Diaz Syahrani (2025) menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan media sosial Instagram @ummcampus terhadap pengakuan mahasiswa terhadap Universitas Muhammadiyah Malang sebagai kampus inovatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, dibuktikan melalui uji t dengan nilai t-hitung sebesar 16,447 lebih besar dari t-tabel 1,663 dan tingkat signifikansi $< 0,001$. Selain itu, sub-variabel intensitas menjadi faktor paling dominan dengan kontribusi sebesar 56,2%, sedangkan durasi menjadi yang paling rendah dengan kontribusi sebesar 41,6%. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, serta kesamaan variabel independen yaitu terpaan media yang diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi/intensitas, serta sama-sama mengkaji pengaruh terpaan media terhadap aspek kognitif, afektif, dan konatif pada khalayak.

2.8 Kerangka Pemikiran

Gambar 4. Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, terpaan informasi mengenai PSI baru (X) diartikan sebagai tingkat penerimaan pesan oleh mahasiswa melalui berbagai media komunikasi yang diukur berdasarkan dimensi frekuensi, durasi, dan atensi. Semakin tinggi tingkat terpaan informasi, semakin besar peluang terjadinya efek media pada individu. Berdasarkan teori efek media, terpaan informasi dapat memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif individu. Perubahan pada ketiga aspek tersebut kemudian membentuk cara mahasiswa memahami, menilai, dan memberikan respons terhadap identitas baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI), yang selanjutnya tergambarkan dalam persepsi mahasiswa (Y) apakah persepsi tersebut positif atau cenderung ke negatif.

2.9 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran dan kerangka teori yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H0 (Hipotesis Nol): Tidak terdapat pengaruh terpaan informasi tentang Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru terhadap persepsi mahasiswa di Kota Malang.
- H1 (Hipotesis Alternatif): Terdapat pengaruh terpaan informasi tentang Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru terhadap persepsi mahasiswa di Kota Malang.

2.10 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah susunan hubungan antara berbagai konsep yang akan diamati atau diukur dalam pelaksanaan suatu kegiatan penelitian (Wibowo, 2021:70). Definisi konseptual ini menjelaskan tentang variabel penelitian yang meliputi variabel independen (X) terpaan informasi Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru, dan variabel dependen (Y) persepsi mahasiswa di Kota Malang.

2.10.1 Terpaan informasi (X)

Terpaan informasi merupakan tingkat keterpaparan individu terhadap pesan yang disampaikan melalui media massa maupun digital, yang meliputi aktivitas melihat, membaca, dan mendengarkan informasi dengan tingkat perhatian tertentu (Safira & Zurani, 2022:80). Terpaan informasi juga menggambarkan bagaimana khalayak menggunakan media serta bagaimana pesan tersebut diterima dan diproses, yang meliputi frekuensi penggunaan, durasi paparan, dan tingkat perhatian terhadap pesan (Putri, 2024:13).

Dalam konteks penelitian ini, terpaan informasi dipahami sebagai sejauh mana penerimaan mahasiswa di Kota Malang terhadap informasi tentang PSI baru. Terpaan informasi diukur menggunakan teori terpaan media. Menurut Rosengren, terpaan media (*media exposure*) berkaitan dengan tingkat keterpaparan individu terhadap pesan media yang dapat diukur melalui tiga dimensi, yaitu frekuensi, durasi dan atensi (Putri, 2024:14).

1. Frekuensi, yaitu seberapa sering mahasiswa di Kota Malang terpapar informasi mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru.
2. Durasi, yaitu lamanya waktu yang digunakan mahasiswa dalam mengakses atau mengonsumsi pemberitaan mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru dalam satu waktu.
3. Atensi, yaitu tingkat perhatian dan ketertarikan yang diberikan mahasiswa terhadap isi pemberitaan mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru.

2.10.2 Persepsi Mahasiswa (Variabel Y)

Persepsi merupakan proses psikologis yang melibatkan penerimaan, penyeleksian, pengorganisasian, dan interpretasi stimulus yang diterima melalui panca indera sehingga menghasilkan makna tertentu (Nisa et al., 2023:215). Walgito menyatakan bahwa persepsi merupakan proses pengolahan stimulus hingga menjadi sesuatu yang bermakna, sedangkan Rakhmat menekankan bahwa persepsi merupakan hasil penafsiran terhadap informasi yang diterima (Nisa et al., 2023:217). Persepsi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengetahuan, pengalaman, kebutuhan, kebiasaan, serta tingkat perhatian. Menurut Walgito, bahwa persepsi memiliki tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (Rifai, 2019:97).

Dalam penelitian ini, persepsi mahasiswa terhadap PSI dianalisis melalui tiga dimensi, yaitu:

1. Kognitif, berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman individu setelah menerima pemberitaan mengenai PSI baru
2. Afektif, berkaitan dengan sikap yang muncul setelah menerima pemberitaan mengenai PSI baru
3. Konatif, berkaitan dengan kecenderungan perilaku atau tindakan yang muncul setelah menerima pemberitaan mengenai PSI baru.

Dengan demikian, persepsi mahasiswa dalam penelitian ini diartikan sebagai pemahaman, sikap, dan perilaku mahasiswa yang terbentuk setelah terpapar oleh pemberitaan tentang PSI baru.

2.11 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai batasan suatu variabel yang diteliti, yang didalamnya memuat indikator-indikator yang digunakan sebagai dasar untuk mengukur variabel tersebut (Wibowo, 2021:149). Definisi ini berfungsi untuk menjelaskan bagaimana setiap variabel dalam penelitian diukur melalui indikator-indikator yang jelas dan dapat diukur. Terpaan informasi (Variabel X), dengan frekuensi, durasi, dan atensi. Dan persepsi mahasiswa (Variabel Y) dioperasionalkan dengan kogniti, afektif dan konatif.

Tabel 1. Tabel Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Terpaan informasi tentang PSI baru (X)	Frekuensi	Seberapa sering mahasiswa di Kota Malang terpapar informasi mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru.	Dalam seminggu seberapa rutin anda menemukan berita tentang PSI baru	Skala Likert
	Durasi	Lamanya waktu yang digunakan mahasiswa dalam mengakses atau mengonsumsi pemberitaan mengenai Partai Solidaritas Indonesia (PSI) baru dalam satu waktu.	Seberapa lama anda memperhatikan saat menemukan berita tentang PSI baru	Skala Likert
	Atensi	Tingkat perhatian dan ketertarikan yang diberikan mahasiswa terhadap isi pemberitaan mengenai Partai Solidaritas	Sejauh mana anda memperhatikan/membaca berita tentang PSI baru	Skala Likert

		Indonesia (PSI) baru.		
Persepsi Mahasiswa (Y)	Kognitif	Berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman individu setelah menerima pemberitaan mengenai PSI baru	Saya memahami isi pesan setelah membaca berita tentang PSI baru.	Skala Likert
	Afektif	Berkaitan dengan sikap yang muncul setelah menerima pemberitaan mengenai PSI baru	Saya merasa tertarik dengan berita tentang PSI baru	Skala Likert
	Konatif	Berkaitan dengan kecenderungan perilaku atau tindakan yang muncul setelah menerima pemberitaan mengenai PSI baru.	Saya cenderung membagikan berita tentang PSI baru kepada teman-teman saya	Skala Likert