

PENGARUH TERPAAN BERITA IBU KOTA NEGARA (IKN) DI MEDIA ONLINE KOMPAS.COM TERHADAP SIKAP MAHASISWA

Rebecca Theresia Purba¹, Dini Safitri², Wiratri Anindhita³
Universitas Negeri Jakarta
Jalan Rawamangun Muka Raya, Pulo Gadung, Jakarta - 13220
RebeccaTheresiaPurba_1410619037@mhs.unj.ac.id

Abstract

The Ibu Kota Negara (IKN) policy has been a lot of news topic since the beginning of 2022. IKN which is still in the initial planning and development stages makes the public dependent on information in IKN news to find out about the development of this policy. One of them is through IKN reporting on the online media Kompas.com. Moving the capital city is a big decision that requires thoughts, assessments, and attitudes from the community, especially students as the nation's successor, and plays a role as social control in society. The attitude of students is needed to guard the IKN policy so that there are no detrimental deviations. This study aims to determine the effect of news exposure on the Ibu Kota Negara (IKN) in online media Kompas.com on student attitudes. Using a quantitative approach and survey method, this study found that exposure to the Ibu Kota Negara (IKN) news on the online media Kompas.com influenced student attitudes.

Keywords: *News Exposure, Ibu Kota Negara (IKN), Attitudes*

Abstrak

Kebijakan pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) banyak menjadi topik berita sejak awal tahun 2022. IKN yang masih dalam tahap perencanaan dan pembangunan awal membuat masyarakat bergantung akan informasi dalam berita-berita IKN untuk mengetahui perkembangan kebijakan tersebut. Salah satunya melalui pemberitaan IKN di media *online* Kompas.com. Pemindahan ibu kota merupakan keputusan besar yang memerlukan pemikiran, penilaian dan sikap dari masyarakat, khususnya mahasiswa selaku penerus bangsa dan berperan sebagai sosial kontrol di masyarakat. Sikap mahasiswa sangat diperlukan untuk mengawal kebijakan IKN sehingga tidak terjadi penyelewengan yang merugikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com mempengaruhi sikap mahasiswa.

Kata Kunci : *Terpaan Berita, Ibu Kota Negara (IKN), Sikap*

Pendahuluan

Kebijakan pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) menjadi salah satu kebijakan besar pada masa pemerintahan presiden Joko Widodo. Wacana pemindahan ibu kota Indonesia sejatinya telah digaungkan dari presiden Republik Indonesia pertama yaitu Ir. Soekarno, namun kajian pematangan mengenai pemindahan ibu kota mulai gencar dilakukan lagi pada masa pemerintahan akhir periode pertama Presiden Joko Widodo, dimana Badan Perencanaan Pembangunan (Bappenas) mulai melakukan kajian untuk wilayah ibu kota baru.

Kajian pemindahan ibu kota mulai ramai diperbincangkan sejak awal tahun 2022. Dimana pemberitaan mengenai perkembangan kebijakan tersebut dipublikasikan dalam media-media berita *online*. Globalisasi yang mengakibatkan kemajuan teknologi, menghadirkan perubahan dalam gaya komunikasi masyarakat (Anindhita et al. 2022). Kemajuan teknologi tersebut juga menciptakan budaya baru, dimana masyarakat kini beralih menggunakan media *online* atau internet (Safitri et al. 2021). Salah satunya dalam mencari berita,

masyarakat kini dominan memilih media *online* sebagai sumber berita mereka. Terbukti pada laporan Reuters Institute yang dirilis DataIndonesia.id, menemukan bahwa 89% responden yang terlibat dalam survei tersebut memilih media daring sebagai media sumber beritanya (Mahdi 2022).

Salah satu media daring besar di Indonesia yaitu Kompas.com yang juga menjadi portal berita pilihan generasi muda berdasarkan Maverick Indonesia turut merilis pemberitaan mengenai Ibu Kota Negara (IKN). Kompas.com setidaknya telah merilis 978 berita terkait Ibu Kota Negara (IKN) sepanjang periode Januari – Maret 2022. Berita-berita mengenai Ibu Kota Negara (IKN) yang dirilis oleh Kompas membahas beragam informasi terkait IKN meliputi keputusan resmi terkait kebijakan tersebut, perkembangan terbaru mengenai proses pemindahan ibu kota negara, polemik, hingga tanggapan dari berbagai kalangan mengenai kebijakan pemindahan ibu kota. Berikut beberapa berita terkait Ibu Kota Negara dalam website www.kompas.com :

1. Kepala Bappenas Umumkan Nama Ibu Kota Baru: Nusantara (17 Januari 2022)

2. Deretan Infrastruktur yang Akan Dibangun di IKN Nusantara (18 Desember 2022)
3. Belum Genap Sebulan Disahkan, Kini UU IKN Digugat ke MK (3 Februari 2022)
4. Lebih dari 31.000 Tanda Tangan di Petisi Tolak Pemindahan IKN (14 Februari 2022)
5. Softbank Mundur, DPR Minta Pemerintah Jangan Perbesar Penggunaan APBN Dalam Pembangunan IKN (15 Maret 2022)

Pemberitaan mengenai Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com yang begitu banyak dan memiliki beragam informasi dalam suatu waktu memberikan suatu terpaan berita bagi khalayaknya. Bentuk Ibu Kota Negara (IKN) yang belum dapat dilihat masyarakat karena masih dalam perencanaan dan pembangunan, menjadikan berita mengenai IKN menjadi satu-satunya sumber informasi mengenai kebijakan pemindahan ibu kota tersebut.

Kebijakan pemindahan ibu kota tentu bukanlah keputusan kecil bagi pemerintah. Dibutuhkan aspirasi, pemikiran, tanggapan dan pengawalan dari masyarakat dalam kebijakan tersebut, khususnya dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan kaum intelektual muda di masyarakat (Setyadi et al. 2021). Mahasiswa memiliki banyak peran penting bagi masyarakat, salah satunya peran mahasiswa sebagai social control. Kontrol sosial yang dilakukan mahasiswa diperlukan untuk menghindari adanya penyelewengan dan ketidakadilan dari pemerintah terhadap kepentingan masyarakat umum (Hafizd 2022). Oleh sebab itu sikap mahasiswa dibutuhkan dalam menanggapi kebijakan yang dibuat pemerintah.

Berlandaskan uraian diatas, dapat diketahui masalah variabel terpaan berita (X) adalah banyaknya berita serta beragamnya informasi mengenai Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com. Dimana pemberitaan mengenai Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com tidak hanya membahas perkembangan mengenai kebijakan pemindahan ibu kota namun juga polemik hingga tanggapan beragam dari berbagai kalangan terkait kebijakan tersebut. Dilanjutkan juga dengan masalah variabel sikap (Y) meliputi sikap mahasiswa mengenai kebijakan pemindahan ibu kota. Didapati bahwa sikap mahasiswa selaku penerus bangsa dan berperan sebagai social control sangat diperlukan dalam mengawal kebijakan pemerintah, khususnya dalam kebijakan pemindahan Ibu Kota Negara (IKN).

Berdasarkan uraian permasalahan penelitian diatas maka, peneliti memilih topik penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa yang merupakan kaum penerus bangsa dan berperan aktif sebagai social control di masyarakat.

Media Baru (*New Media*)

Media baru atau *new media* dijelaskan sebagai pergeseran baru dari bentuk media yang ditandai dengan hadirnya dunia maya, teknologi dan komunikasi berbasis komputer. McLuhan menyatakan pergeseran dari media penyiaran menjadi media interaktif, membawa media ke permukaan dan minat baru dalam teori media (Littlejohn and Foss 2018).

Pierre Levy dalam buku 'Cyberculture' memberikan pandangan mengenai teori Media Baru yang dikembangkannya. Media baru adalah suatu teori yang memaparkan mengenai perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori Media Baru:

1. Pandangan interaksi sosial. Pierre Levy menjelaskan *World Wide Web* merupakan suatu lingkungan informasi yang terbuka, dinamis, fleksibel, serta memungkinkan individu mengembangkan ilmu baru dan terlibat di dunia yang demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian interaktif berdasarkan masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial menggambarkan media sebagai bentuk ritual atau menyangkut bagaimana media menciptakan masyarakat, bukan dalam bentuk interaksi, informasi atau penyebarannya. Media juga dapat menyatukan masyarakat dalam beberapa bentuk dan memberikan rasa saling memiliki, bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri (Littlejohn and Foss 2018).

Terpaan Berita

Berita didefinisikan sebagai kabar atau warta. Jika diteliti berdasarkan bahasa, istilah berita dalam bahasa Inggris yaitu '*news*' didasari oleh kata '*new*' yang berarti baru, atau lebih lanjut lagi kata baru bukan sekedar mengartikan suatu kebaruan namun juga bahan sebuah informasi yang baru bagi publik atau khalayak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berita (*news*) merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada khalayak dalam bentuk berita (Azhar 2019).

Kegiatan melihat, membaca dan mendengar pesan yang ada dalam media massa ataupun perhatian serta pengalaman terhadap suatu pesan yang terjadi merupakan definisi Terpaan media. Menurut Rosengren terpaan media dapat diukur dari jumlah waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media dan isi media serta hubungan yang dimiliki konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan (Kriyantono 2014).

Terpaan media berkaitan dengan seberapa banyak atau seberapa luas jangkauan khalayak yang dapat diraih oleh suatu media. Rahkmat pada tahun 2009 mencatat penggunaan media terdiri dari lamanya waktu penggunaan media, konten yang dikonsumsi di media, dan hubungan yang dimiliki individu konsumen dengan konten media yang dikonsumsi maupun dengan media itu sendiri. Terpaan terkait dengan intensitas keadaan khalayak yang terkena pesan-pesan yang diberikan atau ada dimedia.

Endang S. Sari dalam bukunya yang berjudul 'Audience Research: Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsa' (1993), memaparkan bahwa terpaan dalam riset khalayak bertujuan untuk mencari dan mendapatkan data khalayak mengenai jenis penggunaan media, yang diukur dengan frekuensi dan durasi penggunaan media. Frekuensi menyangkut berapa kali individu sebagai khalayak menggunakan media dalam sehari atau seminggu, sedangkan durasi menyangkut berapa lama (menit dan jam) individu menggunakan atau mengkonsumsi media.

Sikap

Sikap menurut Notoatmodjo merupakan respon individu terhadap suatu objek atau stimulus yang dipengaruhi oleh pendapat dan emosinya. Sedangkan menurut Soetarno, sikap menyangkut pandangan ataupun perasaan yang disertai dengan kecenderungan individu untuk bertindak terhadap suatu objek tertentu. Sikap ditujukan selalu kepada objek baik dalam bentuk benda, manusia, pandangan, peristiwa, norma, lembaga dan sebagainya (Sukarelawati 2019). Sejalan dengan yang dicatat oleh Sukarelawati, Azwar dalam Tusan dkk (2019) mendefinisikan sikap sebagai efek positif dan efek negatif yang diberikan kepada objek psikologis. Sikap juga dijelaskan sebagai evaluasi atau penyimpulan yang dibuat individu kepada dirinya sendiri, orang lain, objek ataupun isu-isu.

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi (2018) memaparkan definisi sikap ke dalam beberapa hal yaitu:

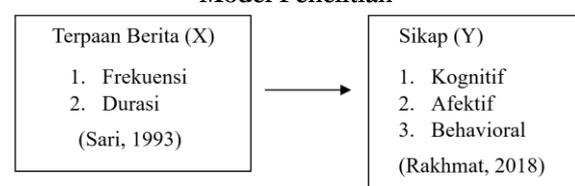
1. Sikap merupakan kecenderungan individu untuk berpikir, berpersepsi, merasa dan bertindak pada saat menghadapi objek, situasi atau nilai.
2. Sikap memiliki motivasi atau daya pendorong. Sikap menentukan apa yang diharapkan, disukai serta mengenyampingkan hal-hal yang tidak diinginkan.
3. Sikap relatif lebih tetap. Sikap dianggap jarang mengalami perubahan dan cenderung dipertahankan.
4. Sikap mengandung evaluatif. Dimana sikap memiliki nilai menyenangkan dan tidak menyenangkan.
5. Sikap berasal dari pengalaman. Sikap dianggap tidak dimiliki sejak individu lahir tetapi adalah hasil dari belajar, sehingga dapat diubah serta diperteguh.

Dalam bukunya juga, Jalaluddin Rakhmat mencatat sikap dalam kaitannya dengan efek media meliputi aspek kognitif, afektif serta behavioral. Aspek kognitif berkaitan dengan perubahan pada pemahaman dan pengetahuan khalayak. Aspek afektif merupakan perubahan yang dirasakan khalayak dan berkaitan dengan perasaan dan penilaian. Aspek behavioral berkaitan dengan tindakan dan perilaku seseorang.

Penelitian ini terbatas hanya pada berita Ibu Kota Negara (IKN) yang ada dalam portal berita www.kompas.com sepanjang periode Januari – Maret 2022 sebanyak 978 berita. Populasi penelitian berasal dari Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 – 2022 yang pernah membaca berita IKN di media *online* Kompas.com. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa.

Model Penelitian

Gambar 1
Model Penelitian



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan data masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti berdasarkan hipotesis berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa

H_a : Terdapat pengaruh terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei. Metode ini dilakukan peneliti untuk mendapat gambaran serta mengukur besar pengaruh terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa dalam bentuk numerik dengan melalui analisis statistik. Sejalan dengan Earl Babbie (2016) yang mencatat bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk mengubah data ke dalam bentuk numerik untuk mendapat gambaran dan penjelasan suatu fenomena. Sedangkan metode survei dilakukan untuk mempelajari data dari sampel sehingga didapati kejadian distribusi, relatif, serta hubungan antar variabel (Kurniawan and Puspitaningtyas 2016).

Teknik penarikan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling* yang merupakan jenis penarikan sampel yang berdasarkan pada suatu penilaian peneliti mengenai unit mana yang dapat berguna dan representatif (Babbie 2016). Peneliti menetapkan syarat responden yaitu merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 – 2022 dan pernah membaca berita Ibu Kota Negara (IKN) di Kompas. Populasi penelitian berasal dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 – 2022 berjumlah 441 mahasiswa. Dengan menggunakan rumus slovin dengan *margin error* 10% maka didapati sampel penelitian sebesar 82 sampel yang berasal dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

Univeritas Negeri Jakarta dikenal sebagai kampus perjuangan yang melahirkan kaum intelektual (Sitorus 2017). Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta merupakan program studi yang memiliki tingkat persaingan sangat ketat setiap tahunnya. Rasio keketatan tinggi pada angkatan 2019 (1:78.28), angkatan 2020

(1:105.72), angkatan 2021 (1:98), dan angkatan 2022 (1:93). Menurut Joeliaty (2017) Persaingan ketat yang dialami mahasiswa menunjukkan bahwa program studi tersebut memiliki mutu akademik, kualitas pendidikan, reputasi dan citra serta sumber daya manusia yang unggul. Hal ini menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ yang diminati calon mahasiswa dari berbagai daerah, dianggap dapat mewakili mahasiswa sebagai kaum intelektual muda di Indonesia.

Data primer dalam penelitian didapat dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden penelitian. Menurut Babbie (2016) kuesioner merupakan dokumen yang berisikan beberapa pernyataan atau pertanyaan dan jenis item lainnya yang dirancang untuk mengumpulkan informasi yang ingin dianalisis. Kuesioner dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ angkatan 2019 – 2022 dan pernah membaca berita IKN di Kompas.com. Skala yang digunakan adalah skala interval yang dalam (Babbie 2016) dijelaskan sebagai skala pengukuran yang menggambarkan variabel atribut diurutkan dengan peringkat dan jarak yang sama antara atribut yang berdekatan.

Menurut Kurniawan and Puspitaningtyas 2016 data dokumentasi yang diterbitkan oleh sutau organisasi merupakan definisi dari data sekunder. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari data yang diolah oleh pihak lainnya dalam bentuk publikasi. data Dalam penelitian ini peneliti mendapat data sekunder dari buku dan jurnal literatur terkait dengan topik dalam penelitian.

Peneliti juga merumuskan operasional konsep dengan menggunakan dimensi dari karakteristik masing-masing variabel yaitu Terpaan Berita (X) dan Sikap (Y).

Tabel 1
Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator
Terpaan Berita	Frekuensi	Berapa kali menggunakan media dalam 1 hari
		Berapa kali menggunakan media dalam 1 minggu
	Durasi	Berapa menit menggunakan media
		Berapa jam

		menggunakan media
Sikap	Kognitif	Pemahaman
		Pengetahuan
	Afektif	Perasaan
		Penilaian
	Behavioral	Tindakan
		Perilaku

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan peneliti kepada responden penelitian yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, didapati bahwa mahasiswa yang terlibat berada di rentan usia 18 – 22 tahun. Responden yang terlibat juga telah memenuhi syarat responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 – 2022 dan pernah membaca berita mengenai Ibu Kota Negara (IKN) di Kompas.com.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Validitas Penelitian

Neuman (2014) mencatat validitas mengacu kepada pencocokan konstruksi, atau definisi konseptual dengan ukuran tertentu. Hasil dari uji validitas menjelaskan seberapa baik dan sesuai gagasan tentang realitas sosial dengan realitas empiris yang aktual.

Tabel 2
Validitas Variabel X
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.876
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	748.735
	df	66
	Sig.	.000

Uji validitas dilakukan peneliti dengan menggunakan rumus teknik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test. Nilai KMO dibawah 0,5 menunjukkan data belum layak atau tidak valid dan dalam uji Bartlett's test of sphericity data dikatakan valid jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (<0,05) (Malhotra 2010). Berdasarkan tabel 2 dan 3, nilai KMO kedua variabel lebih dari 0,5 yaitu variabel terpaan berita (X) sebesar 0,876 dan variabel sikap

(Y) sebesar 0,860. Nilai signifikansi kedua variabel juga kurang dari 0,05 sehingga data dapat dikatakan valid.

Tabel 3
Validitas Variabel Y
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.860
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	626.05
	df	120
	Sig.	.000

Hasil Reliabilitas Penelitian

Reliabilitas menyangkut konsistensi atau ketergantungan, dimana hasil yang berulang dan stabil dianggap memiliki kondisi yang sama atau serupa (Neuman 2014). Sejalan dengan yang tercatat dalam Neuman, Sekaran (2016) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu alat ukur yang digunakan untuk mengindikasikan stabilitas serta konsistensi instrumen pengukur konsep dan membantu menilai "kebaikan" alat ukur.

Tabel 4
Reliabilitas Variabel X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	12

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus cronbach alpa (a) yaitu dengan dasar pengambilan keputusan jika hasil temuan cronbach alpa lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan hasil pengujian ini reliabel (Malhotra 2010). Berdasarkan uji reliabilitas kedua variabel seperti yang tampak pada tabel 4 dan 5, dapat diketahui masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpa lebih dari 0,6. Nilai cronbach Alpha variabel terpaan berita (X) sebesar 0,930 dan variabel sikap (Y) sebesar 0,901.

Tabel 5
Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	16

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Analisis dua variabel untuk mengetahui dan menentukan hubungan empiris diantara keduanya dapat dilakukan dengan analisis bivariat. Analisis bivariat dapat dilakukan dengan pembuatan tabel persentase sederhana atau melalui perhitungan koefisien korelasi sederhana (Babbie 2016). Uji dalam statistik parametrik dapat dilakukan dengan regresi sederhana, regresi berganda, anova, t-test, dan korelasi (Kurniawan and Puspitaningtyas 2016). Peneliti menggunakan uji regresi sederhana dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap mahasiswa yang memiliki rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Penelitian ini memiliki sampel berjumlah 82 responden yang merupakan mahasiswa. Pada variabel terpaan berita (X) terdapat dua dimensi indikator yang diukur yaitu frekuensi dan durasi, sedangkan terdapat 3 dimensi indikator untuk variabel sikap (Y) yaitu kognitif, afektif dan behavioral. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana dengan software SPSS 22 didapati hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Pengaruh Terpaan Berita Terhadap Sikap

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.543	2.524		12.099	.000
TOTAL_X	.617	.066	.720	9.283	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Pada tabel 6 yang diperoleh hasil uji regresi linear sederhana, didapati nilai konstanta (a) sebesar 30,543, sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,617. Maka nilai koefisien dalam penelitian ini yaitu $Y = 30.543 + 0,617 X$.

Peneliti juga melakukan uji hipotesis melalui uji t, uji-t (parsial) bertujuan untuk mengukur tingkat

signifikansi pengaruh variabel bebas (terpaan berita) terhadap variabel terikat (sikap) secara parsial. Dasar keputusan dalam uji-t dilihat dari membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui nilai t_{hitung} sebesar 9,283 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 ($9,283 > 1,664$). Hasil tersebut menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh anatar terpaan berita (X) Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com terhadap sikap (Y) mahasiswa, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

Berita merupakan kebutuhan pokok yang tanpa disadari selalu dibutuhkan masyarakat. Kebutuhan masyarakat untuk mengetahui kondisi sosial yang sedang terjadi, membuat masyarakat mengadakan berita dalam menjalan aktivitasnya. Hal ini kemudian menciptakan persaingan antar media massa khususnya perusahaan berita dalam menyajikan berita secara optimal dan dapat memenuhi kebutuhan khalayak yang selalu haus akan informasi. Para penyaji berita juga harus beradaptasi dengan kemajuan yang ada di masyarakat, salah satunya adalah dengan beralih dengan media yang banyak digunakan masyarakat.

Era globalisasi menghadirkan budaya komunikasi dan media baru di masyarakat. Dimana masyarakat kini telah beralih menggunakan media berbasis internet, seperti dalam mencari berita atau informasi. Masyarakat sekarang dominan memanfaatkan media *online* untuk memperoleh informasi yang dibutuhkannya. Salah satunya berita terkait Ibu Kota Negara (IKN) yang ramai dibicarakan dan diangkat diberbagai media pada awal tahun 2022. Kebijakan pemindahan ibu kota yang masih dalam tahap perencanaan dan awal pembangunan, membuat masyarakat hanya dapat mengandalkan berita-berita di media untuk mengetahui dan mengawal kebijakan tersebut.

Kompas.com merupakan portal berita besar di Indonesia yang turut mengangkat pemberitaan mengenai IKN di portalnya. Setidaknya terdapat 978 berita terkait IKN sepanjang periode Januari – Maret 2022 yang memuat beragam informasi, mulai dari perkembangan terbaru, polemik hingga tanggapan berbagai pihak mengenai kebijakan tersebut. Banyaknya informasi mengenai IKN memberikan suatu terpaan bagi khalayak. Terpaan berita yang diukur dengan frekuensi dan durasi dianggap dapat mempengaruhi bagaimana respon khalayak. Frekuensi menyangkut seberapa sering

penggunaan media dan durasi menyangkut berapa lama isi media dikonsumsi atau digunakan.

Berita yang terus menerus disajikan dan isi oleh beragam informasi membuktikan bahwa berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com diterima banyak khalayak termasuk diantaranya mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa dan kontrol sosial di masyarakat, memiliki peran penting untuk menghindari adanya penyelewengan dan ketidakadilan dalam kebijakan pemerintah. Begitupun dalam kebijakan mengenai pemindahan dan pembangunan ibu kota baru ke Kalimantan. Sikap mahasiswa sangat diperlukan untuk mengawal kebijakan mengenai IKN. Berita IKN di media *online* Kompas.com yang berisi beragam informasi mengenai IKN mampu mempengaruhi mahasiswa secara kognitif dan afektif hingga behavioral mahasiswa.

Pemberitaan IKN di media *online* Kompas.com secara kognitif memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai kebijakan IKN, seperti pemahaman mengenai alasan pemindahan ibu kota dan pengetahuan akan perkembangan terbaru dari IKN. Secara afektif berita IKN juga memberikan pengaruh terhadap perasaan dan penilaian mahasiswa mengenai IKN, seperti perasaan tidak sabar ingin segera melihat bentuk IKN dan penilaian IKN akan mengahdirkan dampak positif. Tindakan dan perilaku mahasiswa juga turut terpengaruh oleh berita IKN di media *online* Kompas.com, seperti tindakan ingin berkunjung ke IKN dan perilaku ingin mencari tahu lebih lagi informasi mengenai IKN.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan hasil penelitian dengan asumsi teori media baru (*new media*) yaitu *World Wide Web* merupakan suatu bentuk lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dinamis, serta memungkinkan manusia memperoleh informasi dan interaksi. Dimana berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com yang menggunakan *World Wide Web* terbukti menjadi lingkungan informasi terbuka, fleksibel, dinamis, serta memberikan informasi dan interaksi kepada khalayak, termasuk di dalamnya mahasiswa yang turut menerima informasi mengenai IKN dan terpengaruh secara kognitif, afektif dan behavioral.

Hasil dari penelitian ini juga menjelaskan bahwa frekuensi dan durasi konsumsi berita Ibu Kota Negara (IKN) di media *online* Kompas.com

memiliki pengaruh pada sikap mahasiswa yang terdiri dari berbagai aspek yaitu aspek kognitif, afektif maupun behavioral.

Nilai konstanta regresi variabel terpaan berita (X) menunjukkan nilai sebesar 0,617. Melalui hasil ini, dapat disimpulkan bahwa apabila terdapat peningkatan pada variabel terpaan berita (X) maka terjadi juga peningkatan sebesar 0,617 pada variabel sikap (Y). Nilai yang didapati dengan angka positif, menunjukkan juga bahwa arah hubungan pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Daftar Pustaka

- Anindhita, Wiratri, Elisabeth Nugrahaeni, Devie Rahmawati, and Mila Viendyasari. 2022. "The Role of Podcast as a Distance Learning Media during Covid-19 in Higher Education." *Asia Pasific Journal of Management and Education (APJME)* 5.
- Ardianto, Elvinaro dan Q-Aness, Bambang. 2014. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Cetakan Ke. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azhar, Salsabila. 2019. *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme Di Media Online Terhadap Persepsi Mahasiswa Pada Pakaian Syar'i*.
- Babbie, Earl. 2016. *The Practice of Social Research*. Fourteenth. Boston: Cengage Learning.
- Hafidz, Jefik Zulfikar. 2022. "Implementasi Peran Mahasiswa Sebagai Agent Of Change Melalui Karya Tulis Ilmiah." *Dimasejati* 4: 175–84.
- Joeliaty. 2017. "Modal Intelektual Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Berbasis Nilai (CARBV) (Studi Pada Program Studi Perguruan Tinggi Negeri Di Bandung Jawa Barat)." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 1: 26–35.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Cetakan ke. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zahra Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Buku.
- Littlejohn, Stephen W, and Karen A Foss. 2018. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mahdi, M Ivan. 2022. "Media Online, Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia." *dataindonesia.id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/media-online-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia> (January 30, 2023).
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research An Applied Orientation Sixth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Neuman, W. Lawrence. 2014. *Basics of Social Research:*

- Qualitative & Quantitative Approaches*. Essex: Pearson Education Limited.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Safitri, Dini, Marko Marthin Albar, Muhammad Rafli Alfari, and Ghozali. 2021. "Establishing An Identity Through Youtube." *Proceeding ICHELSS 2021*.
- Sari, Endang S. 1993. *Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar, Dan Pemirsaa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Method For Business: A Skill-Building Approach 17th Edition*. Chichester: Wiley.
- Setyadi, Yorri Didit et al. 2021. "Peran Mahasiswa Kampus Mengajar 2 Sebagai 'Agent Of Change Dan Social Control.'" *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5: 1542–47.
- Sitorus, Rocky Abisai Benaya. 2017. "Mengenal Sekilas Universitas Negeri Jakarta." *unjkita.com*.
- Sukarelawati. 2019. *Komunikasi Interpersonal Membentuk Sikap Remaja*. ed. Tiana S Wijono. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tusan, Angga Rakadiwak, Ido Prijana Hadi, and Daniel Budiana. 2019. "Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi 'Kata Ustadz Solmed' Di SCTV." *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya* 7.