

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Mencari, membaca, dan menelaah bahan pustaka dan laporan penelitian yang memuat teori yang relevan dengan penelitian merupakan pengertian dari tinjauan pustaka. Tinjauan Pustaka adalah bagian penting dari suatu penelitian ilmiah. Kegiatan ini merupakan bagian yang penting dari penelitian ilmiah. Hasil dari kegiatan ini merupakan materi yang akan digunakan untuk menyusun dasar atau kerangka teori penelitian.

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Untuk melengkapi referensi dan pengembangan penelitian ini, peneliti telah mempelajari penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini. Berkaitan dengan yang telah dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah “Daya Tarik Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap Literasi Politik Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia”

Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka peneliti melakukan penelitian serta tinjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkaji hal yang sama serta relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti. Berikut ini adalah tabel 2.1 dan peneliti menemukan beberapa hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang

meneliti tentang penelitian sejenis tentang Daya Tarik Tayangan Terhadap Literasi Politik Mahasiswa.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama Tahun</b>	Tania Natasyah Ayu, 2023	M. Feriyansyah, 2019	Revy Yapari, 2020
<b>1.</b>	<b>Universitas</b>	Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Universitas Hasanuddin
<b>2.</b>	<b>Judul</b>	Pengaruh Menonton Tayangan Program News di TV One Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis (Survey di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Riau)	Pengaruh Program Tayangan Mata Najwa Trans7 Terhadap Peningkatan Literasi Informasi Mahasiswa	Efektifitas Tayangan “Tonight Show” Net TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Mahasiswa Universitas Hasanuddin
<b>3.</b>	<b>Metode</b>	Kuantitatif Eksplanatif	Kuantitatif Deskriptif	Kuantitatif Deskriptif
<b>4.</b>	<b>Hasil</b>	Berdasarkan analisis regresi	Dari hasil yang telah didapat	Hasil penelitian menunjukkan

	<p>linier sederhana diketahui bahwa adanya pengaruh antara Menonton tayangan Program News tvOne terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis sebesar 0,391 artinya besar korelasi yang terjadi antara variabel X dan variabel Y berpengaruh rendah dan berdasarkan hasil uji hipotesis nilai t, hasilnya t hitung lebih besar t 16ekni (8,004 &gt; 1,966) ini berarti Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya ada pengaruh antara</p>	<p>dari setiap indikator, terlihat semua memiliki peningkatan yang signifikan antara sebelum dan sesudah menonton Mata Najwa, hal tersebut menunjukkan bahwa program tayangan Mata Najwa memberikan pengaruh terhadap peningkatan literasi informasi pada mahasiswa yang menjadi</p>	<p>bahwa tayangan “Tonight Show” NET TV efektif, dilihat dari 3 indikator yaitu tingkat exposure media, isi pesan, serta daya tarik. Adapun kebutuhan hiburan mahasiswa Universitas Hasanuddin terpenuhi setelah menonton tayangan “Tonight Show” NET TV.</p>
--	--	--	---

		tayangan Menonton tayangan Program News tvOne terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis.	responden pada penelitian ini.	
<b>5.</b>	<b>Perbedaan</b>	Subjek dan variabel yang digunakan berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti.	Subjek dan 17 teknik penyebaran anket (kuisisioner) berbeda dengan peneliti.	Subjek dan variabel yang digunakan berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti.

*Sumber: Peneliti, 2024*

## 2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial, dimana segala sesuatu yang dilakukan tidak bisa dilakukan sendiri, harus ada orang lain yang membantu, untuk itu manusia sangat diharuskan untuk berkomunikasi atau pertukaran pesan satu sama lain antar individu. Komunikasi merupakan dasar membangun antar manusia, agar tercapai sesuatu pengertian atau kesepakatan bersama. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain, untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung, maupun tidak

langsung. Jadi tujuan komunikasi adalah memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku.

### 2.2.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi dalam buku Deddy Mulyana yaitu Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar berasal dari kata: *common*, yang berarti “sama”, dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain. Adapun pendapat para ahli tentang pengertian komunikasi sebagai berikut.

a. Bernard Barelson & Garry A. Steiner

Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya

b. Everett M. Rogers

Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

c. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

d. Raymond Ross

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan respons/makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

e. Harold Lasswell

Menjelaskan bahwa “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana.

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

- 1) Komunikator (Komunikator, *source, sender*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (*channel*)
- 4) Komunikan (komunikan, *receiver*)
- 5) Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna atau pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

### **2.2.2 Fungsi Komunikasi**

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengutip Kerangka berpikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan.

#### 1) Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri, konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri, orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

#### 2) Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan atau emosi kita melalui pesan-pesan non verbal.

#### 4) Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

#### 5) Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk. Komunikasi yang memberitahukan atau menerangkan, mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui. (Mulyana, 2013:3)

### 2.2.3 Proses Komunikasi

Sebuah komunikasi tidak pernah terlepas dari sebuah proses, oleh karena itu apakah pesan dapat tersampaikan atau tidak tergantung dari proses komunikasi yang terjadi. Menurut Onong U. Effendy dalam buku “Pengantar Ilmu Komunikasi” yang dikutip oleh Rismawaty, *at all* (2014:93) Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

#### 1. Proses Komunikasi Secara Primer

Komunikasi primer yaitu proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol)

sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain (apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini baik mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak dan bukan hanya tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan pada waktu yang lalu dan yang akan datang).

## 2. Proses komunikasi secara sekunder

Komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh dan komunikan yang banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

### 2.2.4 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding,*
2. *To establish acceptance,*
3. *To motivate action.*

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*To motivate action*).

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007:4).

Rudolf F Vederber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama fungsi sosial yakni untuk tujuan kesenangan untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu ( Mulyana, 2007:5).

## 2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Politik

### 2.3.1 Definisi Komunikasi Politik

Pengertian komunikasi politik ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik (Dahlan, 1999). Dengan demikian, pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik. (Hafied, 2009:35)

Dalam buku *Introduction to Political Communication* oleh McNair (2003) dinyatakan bahwa komunikasi politik murni membicarakan tentang alokasi sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau nilai ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan untuk memberi kekuasaan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, apakah itu legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi, apakah itu dalam bentuk hadiah atau denda. Untuk menghindari kajian komunikasi politik itu tidak hanya bicara tentang kekuasaan, Doris Graber mengingatkan dalam tulisannya *political language* bahwa komunikasi politik tidak hanya retorika, tetapi juga mencakup simbol-simbol bahasa, seperti bahasa tubuh serta tindakan-tindakan politik serta baikot, protes dan unjuk rasa.

Dari beberapa pengertian diatas, jelas komunikasi politik adalah suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Faktor ini pula yang membedakan dengan disiplin komunikasi lainnya seperti komunikasi pembangunan, komunikasi pendidikan, komunikasi bisnis, komunikasi budaya, komunikasi organisasi, komunikasi keluarga dan lain sebagainya. Perbedaan itu terletak pada isi pesan. Artinya komunikasi politik memiliki pesan yang bermuatan politik, sementara komunikasi pendidikan memiliki pesan yang bermuatan masalah-masalah pendidikan. Jadi untuk membedakan antara satu disiplin dengan disiplin lainnya dalam studi ilmu komunikasi, terletak pada sifat atau isi pesan.

### **2.3.2 Unsur Komunikasi Politik**

Komunikasi politik sebagai *body of knowledge* terdiri atas berbagai unsur, yakni: sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima dan efek (Nimmo, 1978, Mansfield dan Weaver, 1982 dalam Dahlan, 1990).

#### 1) Komunikator Politik

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya presiden, menteri, anggota DPR, MPR, KPU, gubernur, bupati/walikota, DPRD, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Swadaya Masyarakat (LMS), dan kelompok-kelompok

penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan.

## 2) Pesan Politik

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, puisi politik, spanduk atau baliho, iklan politik, propaganda, dan sebagainya.

## 3) Saluran atau Media Politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah, buku. Media elektronik, yaitu film, radio, televisi, video, komputer, internet. Media format kecil, misalnya brosur, selebaran, stiker, buletin. Media luar ruang, misalnya baliho, spanduk, reklame, bendera, pin, logo, dan segala sesuatu yang digunakan untuk membangun citra. Saluran komunikasi kelompok, misalnya partai politik, ikatan alumni, organisasi sosial keagamaan, dan sebagainya. Saluran komunikasi publik, misalnya aula, balai desa, pameran, alun-alun, pasar, swalayan, kampus.

#### 4) Sasaran atau Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum (Pemilu). Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, ibu rumah tangga, pensiunan, veteran, pedagang kaki lima, para tukang, orang cacat, mahasiswa, yang berhak memilih maupun pelajar dan siswa yang akan memilih setelah cukup usia.

#### 5) Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara dalam pemilihan umum. Pemberian suara ini sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat presiden dan wakil presiden, anggota DPR, MPR, gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, walikota dan wakil walikota sampai pada tingkat DPRD.

### **2.3.3 Fungsi Komunikasi Politik**

Sebagai disiplin ilmu, komunikasi politik memiliki lima fungsi dasar, yakni sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya. Disini media komunikasi memiliki fungsi pengamatan dan juga fungsi monitoring apa yang terjadi dalam masyarakat.
- 2) Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada. Disini para jurnalis diharapkan melihat fakta yang ada sehingga berusaha membuat liputan yang objektif yang bisa mendidik masyarakat atas realitas fakta tersebut.
- 3) Menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini publik, dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat. Dengan cara demikian, bisa memberi arti dan nilai pada usaha penegakan demokrasi.
- 4) Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik. Disini media bisa berfungsi sebagai anjing penjaga sebagaimana pernah terjadi dalam kasus mundurnya Nixon sebagai Presiden Amerika karena terlibat dalam kasus *Watergate*.
- 5) Dalam masyarakat yang demokratis, media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa (McNair, 2003:21)

## **2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa**

### **2.4.1 Definisi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, seperti yang dilansir Komala, dalam Karlina dkk. 1999) yakni, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

“Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri” (Komala dalam Karlina, dkk 1999).

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan.

Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

### **2.4.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang sudah di definisikan oleh para ahli. Seperti yang di ungkapkan oleh Severin dan Tankard Jr, dikaitkan dengan pendapat Devito, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya sebagai berikut:

3. Komunikasi massa berlangsung satu arah, ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator, dengan

kata lain perkataan komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkan.

4. Komunikasi pada komunikasi massa melembaga, yaitu suatu institusi atau organisasi, oleh karena itu komunikatornya melembaga, mempunyai lebih banyak kebebasan.
5. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum, media ditunjukkan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, tidak ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.
6. Media komunikasi massa menimbulkan kesepakatan, ciri ini merupakan yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.

#### **2.4.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Karlinah dalam Karlinah, dkk seperti yang dikutip oleh Ardianto dan Erdinaya dalam bukunya Komunikasi Massa, antara lain:

1. Fungsi Informasi

Media massa adalah penyebar informasi yang merupakan suatu kebutuhan pembaca, pendengar atau pemirsa.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya

mendidik, melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembacanya.

### 3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk, features, iklan, artikel, dan sebagainya, Dimana khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan di televisi ataupun surat kabar.

### 4. Fungsi Proses Pengembangan Mental

Kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain untuk mengembangkan wawasan, karena melalui komunikasi manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya.

### 5. Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia proses penyesuaian tersebut.

## **2.5 Tinjauan Tentang Daya Tarik**

Daya Tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi (Effendy, 1989:18). Sedangkan dalam buku Psikologi Industri, mengemukakan bahwa daya tarik adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan

senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu (As'ad, 1992:89).

Menurut Kotler dalam Sindoro, daya tarik meliputi:

1) Daya Tarik Rasional

Daya tarik ini berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri tiap individu.

Daya tarik ini menunjukkan manfaat atau kegunaan.

2) Daya Tarik Emosional

Daya tarik ini berusaha untuk membangkitkan emosional negatif atau positif yang dapat memotivasi individu tergerak untuk mendapatkan fasilitas yang disediakan.

3) Daya Tarik Moral

Daya tarik moral diarahkan pada perasaan tiap individu tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah sosial (Nurudin, 2014:19-31)

## **2.6 Tinjauan Tentang Debat Capres Cawapres**

Debat capres dan cawapres telah menjadi momentum penting bagi masyarakat Indonesia dalam menentukan pilihan calon presiden dan wakil presiden yang akan memimpin negara untuk lima tahun ke depan. Dalam debat ini, pasangan calon presiden dan wakil presiden memperlihatkan visi, program, dan komitmen mereka untuk memimpin Indonesia, serta membahas isu-isu strategis yang relevan dengan pemilihan presiden, seperti pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, kebudayaan, teknologi informasi, serta kesejahteraan sosial dan inklusi

Debat ini bertujuan agar para pemilih dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai visi, program, dan komitmen dari masing-masing pasangan calon, sehingga dapat menjadi dasar bagi kita untuk menentukan pilihan yang tepat dalam pemilu nanti. Dengan demikian, debat capres-cawapres menjadi momentum bagi pemilih untuk menilai kandidat yang tepat memimpin Indonesia dalam periode lima tahun ke depan.

Dalam debat biasanya membahas berbagai topik penting dan strategis secara terbuka, seperti isu ekonomi, hukum, pendidikan, kesehatan, keamanan, dan lingkungan, sehingga pemilih dapat memperoleh informasi yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat. Debat capres-cawapres juga penting untuk membahas isu-isu yang relevan dengan pemilihan presiden, seperti isu-isu strategis yang diangkat dalam kampanye pemilu debat paslon.

Dalam sejarah perpolitikan modern Indonesia, debat calon presiden dan wakil presiden telah menjadi bagian penting dari kampanye pemilu. Debat ini dilakukan karena alasan perlunya mengenalkan visi, misi, dan program dari masing-masing capres dan cawapres secara lisan maupun tertulis kepada masyarakat Indonesia berdasarkan UU Nomor 23 tahun 2003.

## **2.7 Tinjauan Tentang Komisi Pemilihan Umum**

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga negara independen yang bertanggung jawab menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia. Sebagai badan yang memiliki mandat konstitusional, KPU berperan vital dalam memastikan proses demokrasi berjalan dengan baik dan transparan. KPU

dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan mengalami berbagai perubahan regulasi yang memperkuat peran serta independensinya.

KPU memiliki beberapa tugas utama, termasuk merencanakan dan melaksanakan semua tahapan pemilihan umum, mulai dari pemilu legislatif, pemilu presiden, hingga pemilihan kepala daerah. KPU juga bertanggung jawab untuk menyusun dan memutakhirkan daftar pemilih, mengatur pendaftaran partai politik peserta pemilu, serta menetapkan hasil pemilu secara resmi. Dalam melaksanakan tugasnya, KPU harus bekerja secara profesional dan bebas dari intervensi pihak mana pun, baik pemerintah maupun partai politik.

Selain tugas teknis, KPU juga bertanggung jawab untuk melakukan sosialisasi dan edukasi politik kepada masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan partisipasi pemilih dan literasi politik masyarakat, sehingga mereka dapat menggunakan hak pilihnya secara bijak dan bertanggung jawab. KPU sering kali bekerja sama dengan berbagai organisasi masyarakat sipil, lembaga pendidikan, dan media massa untuk menyebarluaskan informasi tentang pemilu dan pentingnya partisipasi politik.

Independensi KPU menjadi aspek krusial yang terus dijaga melalui mekanisme seleksi yang ketat bagi para anggotanya. Anggota KPU dipilih melalui proses yang transparan dan akuntabel oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan melibatkan panel ahli dan masyarakat. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa mereka yang terpilih memiliki integritas, kapabilitas, dan komitmen terhadap prinsip-prinsip demokrasi.

Namun, KPU juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan tugasnya. Tantangan tersebut termasuk mengelola logistik pemilu di wilayah yang luas dan beragam, menangani potensi konflik dan sengketa pemilu, serta melawan praktik-praktik kecurangan dan politik uang. Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, KPU perlu bekerja sama dengan berbagai lembaga negara lainnya, seperti Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) dan kepolisian, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi proses pemilu.

Secara keseluruhan, keberadaan KPU sebagai penyelenggara pemilu yang independen dan profesional sangat penting untuk menjaga kualitas demokrasi di Indonesia. KPU tidak hanya menjalankan tugas administratif, tetapi juga memiliki peran strategis dalam memperkuat legitimasi sistem politik dan mendorong partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi.

## **2.8 Tinjauan Tentang Literasi Politik**

Literasi politik adalah kemampuan individu untuk memahami, menganalisis, mengevaluasi, dan terlibat secara aktif dalam proses politik. Hal ini mencakup pemahaman terhadap sistem politik, proses pemilihan umum, isu-isu politik, serta kemampuan untuk membedakan informasi yang benar dan tidak benar dalam ranah politik. Literasi politik sangat penting dalam masyarakat demokratis karena memungkinkan warga negara untuk membuat keputusan yang informasi dan berbasis pengetahuan dalam konteks politik.

Literasi politik adalah pengetahuan dan pemahaman tentang proses politik dan isu-isu politik, suatu pengetahuan dan pemahaman yang memungkinkan setiap

warga negara dapat secara efektif melaksanakan perannya sebagai warga negara (Karim dkk, 2015). Literasi politik juga diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk membuat seorang pria maupun wanita baik secara melek politik dan mampu berpartisipasi secara aktif dan efektif, kritis, bertanggungjawab yang dapat memengaruhi urusan pemerintahan di semua tingkatan.

Literasi politik menurut Bernard Crick (2000) merupakan suatu senyawa pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Crick pun mengungkapkan bahwa literasi bukan hanya tentang pengetahuan politik, namun termasuk didalamnya terdapat suatu cara agar warga lebih efektif dan aktif dalam kehidupan politik, baik partisipatif secara resmi maupun di arena publik yang bersifat sukarela (dalam Heryanto 2021: 20).

Bochel (2015) menyatakan bahwa terdapat tiga poin penting untuk membangun suatu literasi politik, tiga poin tersebut yakni: (dalam Riduan *et al.* 2018: 9).

#### 1) Pengetahuan Politik

Pengetahuan politik menunjukkan masyarakat terutama dalam konteks Pemilu yang diselenggarakan setiap lima tahun sekali, baik Pemilu Legislatif maupun Eksekutif. Untuk itu perlu pemaknaan yang benar akan istilah politik.

#### 2) Partisipasi Politik

Perwujudan dari kedaulatan politik masyarakat biasanya mudah dilihat dari sejauh mana partisipasi mereka dalam berbagai aktivitas politik, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Partisipasi politik sendiri bisa

dilakukan dalam berbagai bentuk seperti menjadi pengurus ormas/orsospol, kelompok kepentingan/penekan turut terlibat dalam penggalangan opini publik, dan lain sebagainya.

### 3) Minat Politik

Keterikatan seseorang terhadap isu-isu politik, proses politik, dan sistem politik secara umum. Minat politik bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk nilai-nilai pribadi, pengalaman hidup, pendidikan, dan lingkungan sosial. Orang-orang dengan minat politik yang tinggi cenderung lebih aktif secara politik dan lebih cenderung untuk mempengaruhi proses kebijakan dan hasil politik.

Dari beberapa penjelasan mengenai literasi politik tersebut semuanya mengacu kepada pemahaman politik dan partisipasi yang dilakukan secara nyata oleh masyarakat. Dalam hal ini masyarakat harus memahami mengenai hak dan kewajibannya sebagai warga negara, yang salah satunya yaitu dengan cara melakukan pilihan politik atau ikut berpartisipasi secara rasional. Karena pada dasarnya studi mengenai literasi politik ini memiliki keterkaitan dengan kualitas penyelenggaraan Pemilu disuatu negara, yang tentunya akan menghasilkan aktor politik di parlemen dan di pemerintahan.

## **2.9 Tinjauan Tentang Mahasiswa**

### **2.9.1 Pengertian Mahasiswa**

Kata mahasiswa berasal dari dua kata yaitu “maha” yang berarti lebih, paling dan “siswa” yang berarti pelajar. Jadi, kata mahasiswa berarti adalah

pelajar yang paling tinggi kedudukannya dibanding tingkat pelajar yang lain. Mahasiswa adalah siswa di perguruan tinggi (Oemarjati dkk, 2002). Jadi dapat diartikan bahwa mahasiswa adalah orang yang sedang belajar di sebuah perguruan tinggi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai pelajar di sebuah perguruan tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa.

Menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif. Peran mahasiswa sebagai calon pembaharu berkaitan erat dengan perannya sebagai calon cendekiawan. Sebagai calon cendekiawan, mahasiswa harus melatih kepekaannya sedemikian rupa sehingga pada saat terjun ke masyarakat ia siap menjalankan perannya sebagai cendekiawan. Kelak, sebagai seorang cendekiawan ia dituntut menyumbangkan pemikiran untuk melakukan berbagai perbaikan. Mahasiswa diambil dari suku kata pembentuknya maha dan siswa, atau pelajar yang paling tinggi levelnya. Sebagai seorang pelajar tertinggi, tentu mahasiswa sudah terpelajar, sebab mereka tinggal menyempurnakan pembelajarannya hingga menjadi manusia terpelajar yang paripurna. Mahasiswa sebagai calon pembaharu, calon cendekiawan dan calon penyangga keberlangsungan hidup masyarakat. Nantinya mahasiswa diharapkan menjadi pembaharu, cendekiawan, dan penyangga keberlangsungan hidup masyarakat.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah sebutan bagi seseorang yang sedang belajar di perguruan tinggi. Dan, ada tiga

hal mendasar yang harus dicapai oleh mahasiswa ketika belajar antara lain, sebagai pembaharu, cendekiawan, dan penyangga keberlangsungan masyarakatnya. Tiga hal itu menjadi tujuan yang akan dicapai oleh mahasiswa melalui perguruan tinggi merupakan dasar bagi penentuan kualitas-kualitas psikologis apa yang seharusnya dimiliki oleh mahasiswa.

## **2.10 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan sebuah model berupa konseptual yang menjelaskan bagaimana konsep teori yang berhubungan dengan suatu faktor yang telah diketahui sebagai suatu masalah yang krusial (Sugiyono, 2018:60). Dari pengertian menurut Sugiyono, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual yang digunakan sebagai dasar pemikiran dalam menyelesaikan suatu penelitian. Kerangka pemikiran dapat berupa diagram atau bagan yang disusun secara sistematis dan terstruktur untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Kerangka pemikiran juga dapat membantu penulis dalam memaparkan konsep-konsep penelitian secara terstruktur dan logis.

### **2.10.1 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui Sejauhmana Daya Tarik Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 Terhadap Literasi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia. Penelitian ini terdapat dua variabel, variabel X yaitu **Daya tarik** dan variabel Y yaitu **Literasi Politik**.

Dalam kerangka teoritis ini, peneliti menggunakan variabel X yaitu **Daya Tarik** merujuk pada sumber Kotler dan Keller (2012) mengembangkan daya tarik yang dirancang untuk tiga “daya tarik”, yang ditentukan dalam suatu model yang berasal dari analisis daya tarik suatu tayang di televisi.

Variabel (X) yaitu Daya Tarik menurut definisi menurut Kotler dalam Sindoro adalah sebagai berikut:

1) Daya tarik rasional

Daya tarik rasional membangkitkan kepentingan diri audiens. Daya tarik ini menunjukkan bahwa sesuatu tersebut menghasilkan manfaat seperti yang dijanjikan. Contohnya adalah pesan yang menunjukkan kualitas, nilai ekonomis, value, atau performansi.

2) Daya tarik emosional

Daya tarik emosional terdiri dari dua jenis yaitu positif dan negatif. Adapun daya tarik positif adalah rasa senang, gembira. Sedangkan orang cenderung mendapatkan perasaan negatif ketika menggunakan daya tarik negatif seperti rasa takut, rasa bersalah, dan malu agar orang melakukan hal yang seharusnya mereka lakukan.

3) Daya tarik moral

Sering digunakan untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial, seperti lingkungan hidup yang lebih bersih, hubungan antar ras yang lebih baik, sehingga lebih mengarahkan perasaan audiens tentang apa yang benar dan pantas diyakini.

Dasar pemikiran untuk variabel Y yaitu literasi politik, peneliti mengambil dasar pemikiran berdasarkan buku *political literacy* menurut Bochel (2015), dimana literasi politik merupakan salah satu faktor yang menentukan pemahaman warga terhadap politik. Menurutnya, ada tiga variabel penting dalam membentuk literasi politik, yaitu pengetahuan politik, partisipasi politik dan minat politik.

1) Pengetahuan Politik

Merujuk pada pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang berbagai aspek politik, baik secara teoritis maupun praktis. Ini mencakup pemahaman tentang sistem politik, proses politik, lembaga politik, ideologi politik, dan isu-isu politik yang memengaruhi masyarakat.

2) Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan cara individu atau kelompok terlibat dalam proses politik atau aktivitas politik. Hal ini mencakup berbagai tindakan, mulai dari yang bersifat konvensional seperti memilih dalam pemilihan umum, bergabung dengan partai politik, atau menghadiri rapat umum, hingga yang bersifat non-konvensional seperti berpartisipasi dalam protes jalanan, kampanye sukarela, atau menggunakan media sosial untuk menyuarakan pendapat politik.

3) Minat Politik

Minat politik adalah tingkat ketertarikan individu terhadap urusan politik dan proses politik. Mencakup pada minat dalam isu-isu politik,

pemahaman tentang sistem politik, partisipasi dalam aktivitas politik, dan keterlibatan dalam diskusi atau debat politik.

### 2.10.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam kerangka konseptual dalam penelitian ini berisi mengenai aplikasi dari kerangka teoritis dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, dimana teori-teori tersebut akan diaplikasikan pada objek dan subjek penelitian untuk menjawab Sejuahmana Daya Tarik Tayangan Debat Calon Presiden Calon Wakil Presiden Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap Literasi Politik Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu **Daya Tarik** sebagai variabel X dan **Literasi Politik** sebagai variabel Y. Daya Tarik (X) yaitu daya tarik mengacu kepada sumber Kotler dan Keller (2012) daya tarik rasional menunjukkan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat, sedangkan daya tarik emosional mencoba membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan atau produk, dan daya tarik moral diarahkan pada perasaan seseorang sehingga sering digunakan untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial. (Kotler, 2012:81).

Variabel (X) yaitu Daya Tarik apabila diaplikasikan pada definisi menurut Kotler dalam Sindoro maka:

#### 1) Daya Tarik Rasional

Daya tarik ini berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri dari peserta kegiatan. Daya tarik ini menunjukkan manfaat atau kegunaan

dari kegiatan isi pesan tayangan debat calon presiden dan calon wakil presiden 2024.

2) Daya Tarik Emosional

Daya tarik ini berusaha untuk membangkitkan emosional negatif atau positif yang berupa perasaan senang atau puas serta terhadap isi pesan tayangan debat calon presiden dan calon wakil presiden 2024.

3) Daya Tarik Moral

Daya tarik moral diarahkan pada perasaan tiap individu tentang apa yang benar dan tepat sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung dari isi pesan tayangan debat calon presiden dan calon wakil presiden 2024.

Berikut untuk variabel kedua (Y) yaitu **Literasi Politik** merujuk pada buku *Political Literacy* oleh Hugh Bochel yang menyebutkan indikator dari teori ini adalah sebagai berikut:

1) Pengetahuan Politik

Maksud dari pengetahuan politik disini adalah mahasiswa mendapatkan pengetahuan baru mengenai politik setelah menonton tayangan debat, agar daya tarik tayangan debat capres cawapres 2024 tersampaikan dengan baik maka mahasiswa harus mengerti isu-isu apa saja yang ditayangkan pada tayangan debat.

2) Partisipasi Politik

Maksud dari partisipasi politik disini adalah mahasiswa terlibat dalam aktivitas politik setelah menonton tayangan debat calon presiden dan

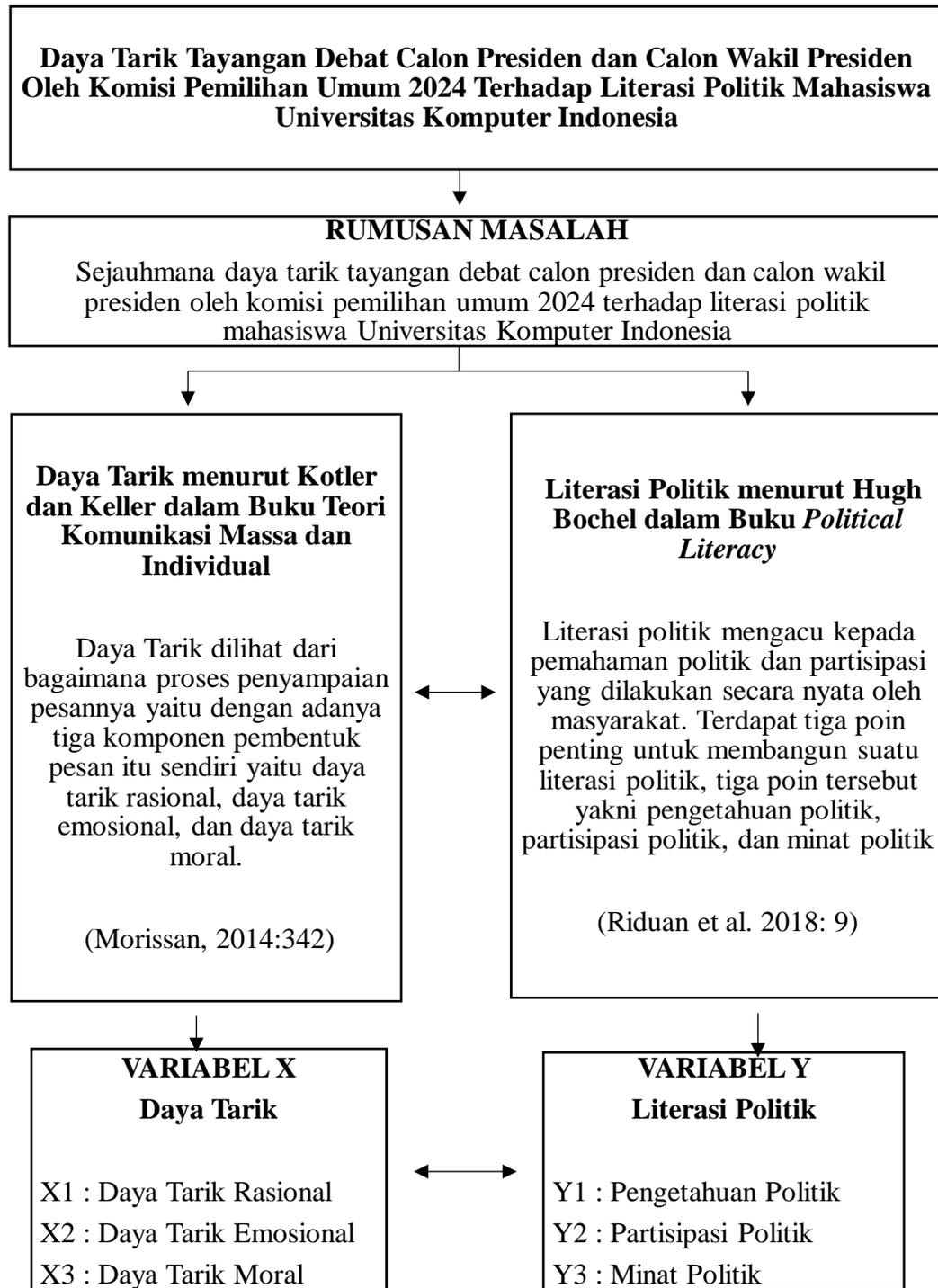
calon wakil presiden yang diselenggarakan komisi pemilihan umum 2024.

### 3) Minat Politik

Minat politik disini adalah mencangkup apakah sesudah menonton tayangan debat capres cawapres 2024, mahasiswa tertarik terhadap isu-isu tentang politik serta keterlibatan dalam diskusi atau debat politik.

Kerangka pemikiran biasanya dimulai dari topik permasalahan yang akan dibahas, kemudian masuk ke bagian pengenalan, penyebab terjadinya konflik, penyelesaian dari suatu konflik, dan penutup. Kerangka pemikiran sangat penting dalam menyelesaikan suatu penelitian karena dapat membantu peneliti dalam memaparkan konsep-konsep penelitian secara terstruktur. Dengan demikian, untuk mengetahui Daya Tarik Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap Literasi Politik Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, maka peneliti mencoba mengaplikasikannya dalam gambar kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Peneliti, 2024*

## 2.11 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang tentunya masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu data yang terkumpul (Sugiyono, 2018:63). Hipotesis kerja ( $H_a$ ) menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, sedangkan hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y.

Berdasarkan judul penelitian peneliti mengenai **Daya Tarik** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia. Maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

### 2.11.1 Hipotesis Induk

- 1)  $H_a$  : Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.
- 2)  $H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

### 2.11.2 Hipotesis Pendukung

- 1) X1-Y

$H_a$  : Terdapat **Daya Tarik Rasional** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

$H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik Rasional** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Literasi Politik Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

2) X2-Y

$H_a$  : Terdapat **Daya Tarik Emosional** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

$H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik Emosional** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

3) X3-Y

$H_a$  : Terdapat **Daya Tarik Moral** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

$H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik Moral** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Literasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

## 4) Y1-X

$H_a$  : Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Pengetahuan Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

$H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Pengetahuan Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

## 5) Y2-X

$H_a$  : Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Partisipasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

$H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Partisipasi Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

## 6) Y3-X

$H_a$  : Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Minat Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

$H_0$  : Tidak Terdapat **Daya Tarik** Tayangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Oleh Komisi Pemilihan Umum 2024 Terhadap **Minat Politik** Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.