

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TERPAAN MEDIA
PROGRAM TAYANGAN DEBAT TERAKHIR CAPRES TAHUN 2024 DI
SALURAN TV ONE TERHADAP SIKAP KESADARAN POLITIK
PEMILIH PEMULA DI JAKARTA**



Amanda Kanary Putri

1410620069

**Skripsi yang ditulis disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Amanda Kanary Putri, 1410620069, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta. Hal 1 – 181. Buku, 2009 – 2020 ; 13 Jurnal, 2018 – 2023 ; 17 Berita, 2023 – 2024 ; 2 Situs, 2023 – 2024 ; 3. Skripsi 2024. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Pada masa pemilu, televisi merupakan media massa yang dianggap penting karena dapat menjadi sarana kampanye bagi partai politik. Dalam pemilihan umum atau pemilu, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak partai politik yang memanfaatkan media massa sebagai sarana mempengaruhi masyarakat. Minimnya kesadaran dan edukasi tentang politik bagi pemilih pemula dikhawatirkan menjadi penyebab menurunnya tingkat partisipasi politik pada Pemilu 2024. Melalui tayangan debat capres, pemilih pemula dapat mengetahui visi misi, dan juga program-program yang dibawa oleh pasangan calon presiden. Persepsi akan terbangun seiring berjalannya waktu baik itu persepsi positif maupun negatif. Bagaimana cara para pasangan calon menyampaikan pesan dan membangun kesan juga akan terlihat selama proses debat berlangsung.

Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi massa karena debat capres memiliki tujuan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam menentukan pilihannya pada pemilu 2024. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *agenda setting* karena debat capres berperan sebagai media memiliki tujuan untuk memberikan pengaruh kepada khalayak untuk menentukan pilihannya dalam pemilu 2024. Hal tersebut berkaitan dengan asumsi dasar pada teori *agenda setting* yaitu bahwa media massa mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi dan membentuk persepsi masyarakat.

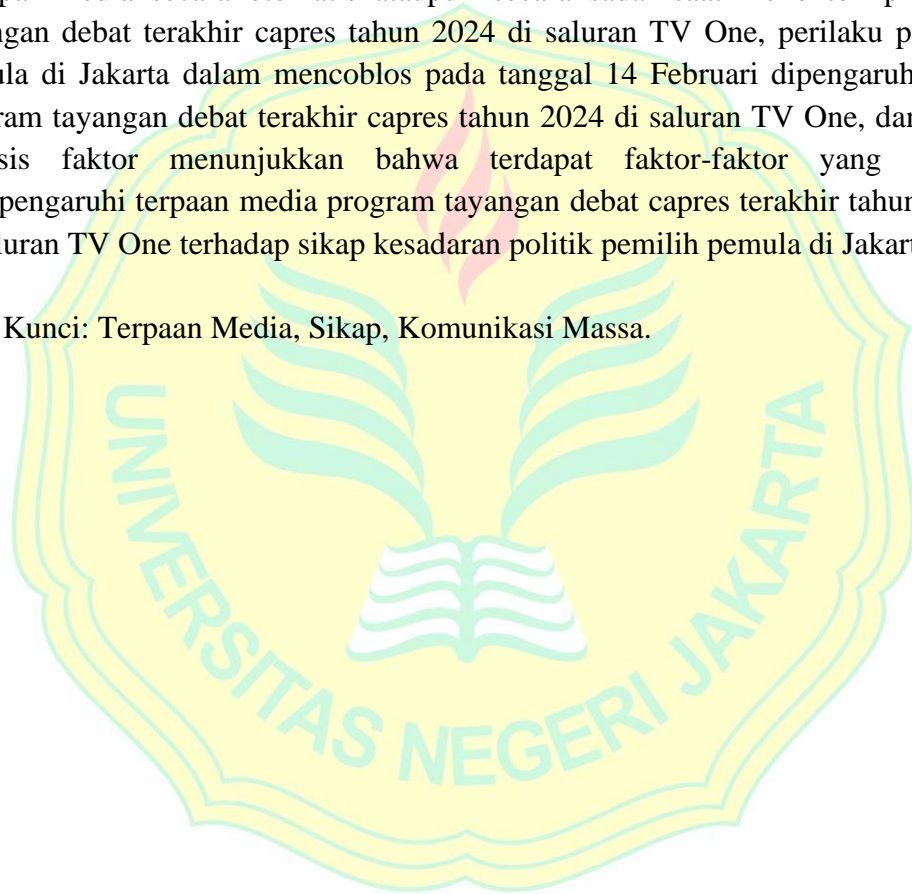
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei dan jenis penelitian eksplanatif. Populasi yang digunakan adalah pemilih pemula di Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* melalui *purposive sampling*.

Pembahasan dilakukan terhadap variabel terpaan media, sikap, dan faktor-faktor untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis 7 faktor dimana pemilih pemula di Jakarta terpapar media secara otomatis dan sadar saat menonton program debat terakhir di TV One, perilaku pemilih pemula di Jakarta dipengaruhi oleh program debat terakhir di TV

One, dan pemilih pemula di Jakarta menyadari bahwa mereka terhanyut dalam isi pesan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih pemula di Jakarta terpapar media secara otomatis ataupun secara sadar saat menonton program tayangan debat terakhir capres tahun 2024 di saluran TV One, perilaku pemilih pemula di Jakarta dalam mencoblos pada tanggal 14 Februari dipengaruhi oleh program tayangan debat terakhir capres tahun 2024 di saluran TV One, dan hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang paling mempengaruhi terpaan media program tayangan debat capres terakhir tahun 2024 di saluran TV One terhadap sikap kesadaran politik pemilih pemula di Jakarta.

Kata Kunci: Terpaan Media, Sikap, Komunikasi Massa.



ABSTRACT

Amanda Kanary Putri, 1410620069, Factors Affecting Media Exposure to the 2024 Presidential Candidate Final Debate Program on TV One Channel on the Political Awareness Attitudes of Novice Voters in Jakarta. Page 1 – 181. Books, 2009 - 2020; 13 Journals, 2018 - 2023; 17 News, 2023 - 2024; 2 Websites, 2023 - 2024; 3. Thesis 2024. Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences, Universitas Negeri Jakarta.

During the election period, television is a mass media that is considered important because it can be a means of campaigning for political parties. In general elections or elections, it cannot be denied that many political parties utilize mass media as a means of influencing the public. The lack of awareness and education about politics for novice voters is feared to be the cause of the decline in the level of political participation in the 2024 elections. Through the broadcast of the presidential debate, novice voters can find out the vision and mission, as well as the programs brought by the presidential candidate pairs. Perceptions will be built over time, both positive and negative perceptions. How the candidate pairs convey messages and build impressions will also be seen during the debate process.

This research uses the concept of mass communication because the presidential debate has the aim of influencing the public in determining their choices in the 2024 elections. The theory used in this research is agenda setting theory because the presidential candidate debate acts as a media with the aim of influencing the audience to make their choices in the 2024 elections, this relates to the basic assumption in agenda setting theory, namely that the mass media has the power to influence and shape public perceptions.

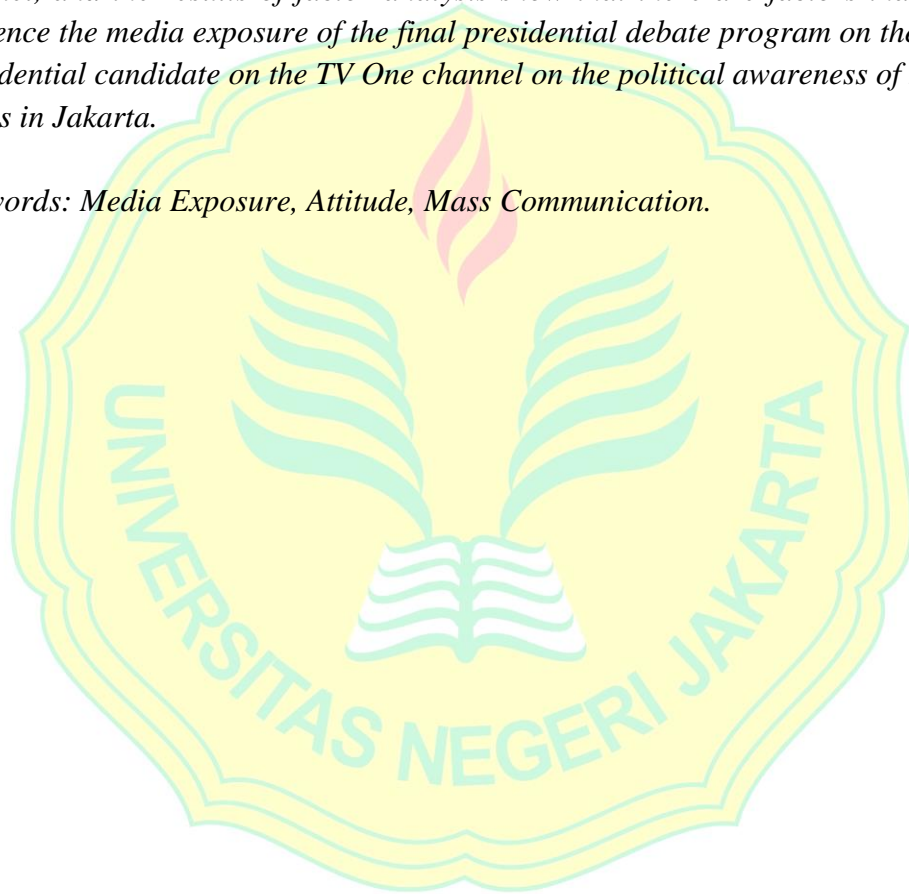
The approach used in this research is quantitative with survey method and explanatory research type. The population used is novice voters in Jakarta with a sample size of 100 respondents calculated using the Slovin formula. The sampling technique used was nonprobability sampling through purposive sampling.

The discussion is conducted on the variables of media exposure, attitudes, and factors to answer the problem formulation in this study using 7 factor analysis where novice voters in Jakarta are exposed to the media automatically and consciously when watching the final debate program on TV One, the behavior of novice voters in Jakarta is influenced by the final debate program on TV One, and novice voters in Jakarta realize that they are swept away in the content of the message.

The results of this study show that novice voters in Jakarta are exposed to the media automatically or consciously when watching the final presidential debate

program on the 2024 presidential candidate on the TV One channel, the behavior of novice voters in Jakarta in voting on February 14 is influenced by the final presidential debate program on the 2024 presidential candidate on the TV One channel, and the results of factor analysis show that there are factors that most influence the media exposure of the final presidential debate program on the 2024 presidential candidate on the TV One channel on the political awareness of novice voters in Jakarta.

Keywords: Media Exposure, Attitude, Mass Communication.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI




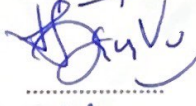
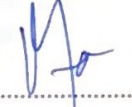
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Erdaus Wajidi, Ph. D.

NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP. 197803182008012010 Koordinator/Ketua		21 Oktober 2024
2.	Nada Arina Romli, M.I.Kom. NIP. 199109142019032022 Sekretaris		21 Oktober 2024
3.	Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom. NIP. 198101142005012002 Penguji Ahli		21 Oktober 2024
4.	Dr. Kinkin Yuliaty SP, M.Si. NIP. 197311212006042001 Dosen Pembimbing I		24 Oktober 2024
5.	Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si. NIP. 197403092005012001 Dosen Pembimbing II		21 Oktober 2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Canary Putri

NIM : 1410620069

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul KA : Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Ilmiah saya yang berjudul **“Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta”** merupakan karya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 30 Juli 2024



Amanda Canary Putri

NIM. 1410620069



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amanda Kanary Putri
NIM : 1410620069
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Ilmu Komunikasi
Alamat email : amandakanary15@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir
Capres Tahun 2024 di Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula
di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta , 16 Februari 2025

Penulis

(Amanda Kanary Putri)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Peneliti memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan anugerah-Nya yang tak terhitung dan tak terukur. Berkat rahmat-Nya, peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta”. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua peneliti, Mama Sri Rahayu Cici Purwanti dan Papa Faisal Rachman atas segala kasih sayang dan dukungan yang diberikan kepada peneliti. Skripsi ini ditulis guna memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

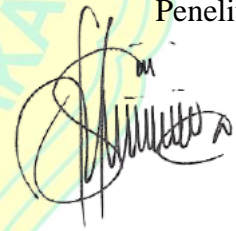
Selama proses penyusunan skripsi ini, tentunya peneliti juga dibantu oleh berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Dini Safitri, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta dan dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa perkuliahan
4. Dr. Kinkin Yuality SP, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi pertama yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dengan memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan dalam proses pengerjaan skripsi peneliti
5. Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi kedua yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dengan memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan dalam proses pengerjaan skripsi peneliti
6. Seluruh jajaran dosen program studi Ilmu Komunikasi UNJ, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty SP, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.kom., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.kom, Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, M.M, dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk peneliti selama menjalani masa perkuliahan
7. Pemilih pemula di Jakarta yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini

8. Teman-teman mahasiswa/mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020 yang menjadi teman seperjuangan selama proses perkuliahan
9. Seluruh sahabat peneliti yang senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada peneliti

Peneliti menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga laporan ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti akan menerima segala kritik dan saran agar dapat lebih baik kedepannya.

Jakarta, 29 Juli 2024
Peneliti



Amanda Kanary Putri
NIM. 1410620069

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Tinjauan Teoritis	13
2.1.1 Komunikasi Massa	13
2.1.2 Teori <i>Agenda Setting</i>	15
2.2 Variabel Penelitian	18
2.2.1 Terpaan Media	18
2.2.2 Sikap	20
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Hipotesis Teori	38
2.5 Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Pendekatan Penelitian	40
3.3 Metode Penelitian	40
3.4 Jenis Penelitian	41

3.5	Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.5.1	Populasi	41
3.5.2	Sampel	42
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.6	Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	43
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.8	Validitas dan Reliabilitas	45
3.8.1	Validitas.....	45
3.8.1.1	Hasil Validitas Variabel Terpaan Media (X).....	47
3.8.1.2	Hasil Validitas Variabel Sikap (Y).....	48
3.8.2	Reliabilitas.....	48
3.8.2.1	Hasil Reliabilitas Variabel Terpaan Media (X).....	50
3.8.2.2	Hasil Reliabilitas Variabel Sikap (Y).....	51
3.9	Metode Analisis Data.....	51
3.9.1	Analisis Data <i>Univariate</i>	51
3.9.2	Analisis <i>Bivariate</i>	52
3.10	Definisi Operasional	55
3.11	Operasionalisasi Konsep.....	58
3.12.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Hasil Penelitian	61
4.1.1.	Hasil Penelitian Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One	64
4.1.2.	Hasil Penelitian Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta Mengenai Program Tayangan Debat Terakhir Capres di Saluran TV One	131
4.1.3.	Nilai <i>Mean</i> Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One	152
4.1.4.	Nilai <i>Mean</i> Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta Mengenai Program Tayangan Debat Terakhir Capres di Saluran TV One	154
4.1.5.	Hasil Penelitian Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di	

Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta.....	156
4.2. Pembahasan Penelitian.....	173
4.2.1. Pembahasan Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One	173
4.2.2. Pembahasan Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta Mengenai Program Tayangan Debat Terakhir Capres di Saluran TV One	176
4.2.3. Pembahasan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terpaan Media Program Tayangan Debat Terakhir Capres Tahun 2024 di Saluran TV One Terhadap Sikap Kesadaran Politik Pemilih Pemula di Jakarta.....	178
BAB V PENUTUP	181
5.1. Kesimpulan.....	181
5.2. Saran.....	182
DAFTAR PUSTAKA	185
LAMPIRAN.....	xxv

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Daftar Pemilih Tetap Tahun 2024.....	3
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1	Standar Kaiser-Meyer-Olkin (KMO).....	46
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Media (X).....	47
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (Y)	48
Tabel 3. 4	Standar Reliabilitas	49
Tabel 3. 5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Media (X)	50
Tabel 3. 6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap (Y)	51
Tabel 3. 7	Operasionalisasi Konsep.....	58
Tabel 4. 1	TV One Menayangkan Program Debat Terakhir Capres.....	64
Tabel 4. 2	Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membahas Misi Calon Presiden Anies Baswedan.....	65
Tabel 4. 3	Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membahas Misi Calon Presiden Anies Baswedan.....	66
Tabel 4. 4	Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membahas Misi Calon Presiden Anies Baswedan.....	67
Tabel 4. 5	Program Debat Terakhir Capres 2024 diTV One Membahas Misi Calon Presiden Prabowo Subianto	68
Tabel 4. 6	Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membahas Misi Calon Presiden Prabowo Subianto	69
Tabel 4. 7	Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membahas Misi Calon Presiden Ganjar Pranowo	70
Tabel 4. 8	Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membahas Misi Calon Presiden Ganjar Pranowo	71
Tabel 4. 9	Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Secara Spontan.....	72
Tabel 4. 10	Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Secara Sengaja	73

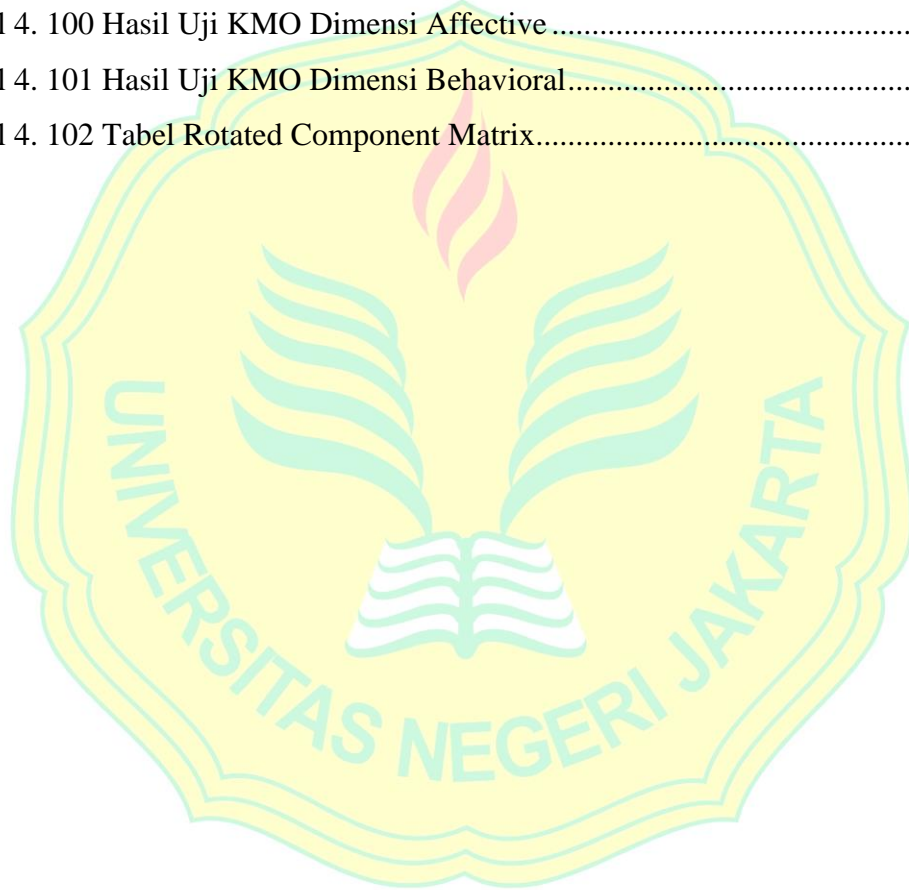
Tabel 4. 11 Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Muncul Ketika Responden Mencari Acara Debat Capres.....	74
Tabel 4. 12 Menonton Langsung Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One	75
Tabel 4. 13 Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Dari Awal Sampai Akhir Acara	76
Tabel 4. 14 Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Menarik Perhatian Penonton.....	77
Tabel 4. 15 Memahami Pesan Program Debat Capres Terakhir Tentang Pendidikan.....	78
Tabel 4. 16 Memahami Program Debat Capres Terakhir Tentang Kesehatan	79
Tabel 4. 17 Memahami Pesan Program Debat Capres Terakhir Tentang Ketenagakerjaan	80
Tabel 4. 18 Pesan Program Debat Capres Terakhir Tentang Kebudayaan	81
Tabel 4. 19 Memahami Pesan Program Debat Capres Terakhir Tentang Teknologi Informasi	82
Tabel 4. 20 Memahami Pesan Program Debat Capres Terakhir Tentang Kesejahteraan Sosial	83
Tabel 4. 21 Memahami Program Debat Capres Terakhir Tentang Inklusi	84
Tabel 4. 22 Misi Calon Presiden Anies Baswedan di Bidang Pendidikan	85
Tabel 4. 23 Misi Calon Presiden Anies Baswedan di Bidang Kesehatan.....	86
Tabel 4. 24 Misi Calon Presiden Anies Baswedan di Bidang Ketenagakerjaan...	87
Tabel 4. 25 Misi Calon Presiden Anies Baswedan di Bidang Kebudayaan.....	88
Tabel 4. 26 Misi Calon Presiden Anies Baswedan di Bidang Kesejahteraan Sosial	89
Tabel 4. 27 Misi Calon Presiden Prabowo Subianto di Bidang Pendidikan.....	90
Tabel 4. 28 Misi Calon Presiden Prabowo Subianto di Bidang Kesehatan	91
Tabel 4. 29 Misi Calon Presiden Prabowo Subianto di Bidang Ketenagakerjaan	92
Tabel 4. 30 Misi Calon Presiden Prabowo Subianto di Bidang Kesejahteraan Sosial	93
Tabel 4. 31 Misi Calon Presiden Ganjar Pranowo di Bidang Pendidikan	94

Tabel 4. 32 Misi Calon Presiden Ganjar Pranowo di Bidang Kesehatan.....	95
Tabel 4. 33 Misi Calon Presiden Ganjar Pranowo di Bidang Teknologi Informasi	96
Tabel 4. 34 Topik Pendidikan Calon Presiden Anies Baswedan.....	97
Tabel 4. 35 Topik Kesehatan Calon Presiden Anies Baswedan	98
Tabel 4. 36 Topik Ketenagakerjaan Calon Presiden Anies Baswedan	99
Tabel 4. 37 Topik Kebudayaan Calon Presiden Anies Baswedan.....	100
Tabel 4. 38 Topik Kesejahteraan Sosial Calon Presiden Anies Baswedan.....	101
Tabel 4. 39 Topik Pendidikan Calon Presiden Prabowo Subianto	102
Tabel 4. 40 Topik Kesehatan Calon Presiden Prabowo Subianto.....	103
Tabel 4. 41 Topik Ketenagakerjaan Calon Presiden 2 Prabowo Subianto	104
Tabel 4. 42 Topik Kesejahteraan Sosial Calon Presiden Prabowo Subianto.....	105
Tabel 4. 43 Topik Pendidikan Calon Presiden Ganjar Pranowo.....	106
Tabel 4. 44 Topik Kesehatan Calon Presiden Ganjar Pranowo	107
Tabel 4. 45 Topik Teknologi Informasi Calon Presiden Ganjar Pranowo.....	108
Tabel 4. 46 Tereduksi Setelah Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One.....	109
Tabel 4. 47 Mengetahui Tujuan Pemilu Setelah Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One.....	110
Tabel 4. 48 Mengetahui Manfaat Pemilu Setelah Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One.....	111
Tabel 4. 49 Mengetahui Topik Pendidikan Calon Presiden Anies Baswedan....	112
Tabel 4. 50 Mengetahui Topik Kesehatan Calon Presiden Anies Baswedan	113
Tabel 4. 51 Mengetahui Topik Ketenagakerjaan Calon Presiden Anies Baswedan	114
Tabel 4. 52 Mengetahui Topik Kebudayaan Calon Presiden Anies Baswedan..	115
Tabel 4. 53 Mengetahui Topik Kesejahteraan Sosial Calon Presiden Anies Baswedan	116
Tabel 4. 54 Mengetahui Topik Pendidikan Calon Presiden Prabowo Subianto .	117
Tabel 4. 55 Mengetahui Topik Kesehatan Calon Presiden Prabowo Subianto...	118

Tabel 4. 56 Mengetahui Topik Ketenagakerjaan Calon Presiden Prabowo Subianto.....	119
Tabel 4. 57 Mengetahui Topik Kesejahteraan Sosial Calon Presiden Prabowo Subianto.....	120
Tabel 4. 58 Mengetahui Topik Pendidikan Calon Presiden Ganjar Pranowo.....	121
Tabel 4. 59 Mengetahui Topik Kesehatan Calon Presiden Ganjar Pranowo.....	122
Tabel 4. 60 Mengetahui Topik Teknologi Informasi Calon Presiden Ganjar Pranowo.....	123
Tabel 4. 61 Menerima Pesan Calon Presiden Anies Baswedan Tentang Pendidikan	124
Tabel 4. 62 Menerima Pesan Calon Presiden Anies Baswedan Tentang Kesehatan	125
Tabel 4. 63 Menerima Pesan Calon Presiden Anies Baswedan Tentang Ketenagakerjaan	126
Tabel 4. 64 Menerima Calon Presiden Prabowo Subianto Tentang Pendidikan	127
Tabel 4. 65 Menerima Calon Presiden Prabowo Subianto Tentang Kesehatan..	128
Tabel 4. 66 Menerima Pesan Calon Presiden Ganjar Pranowo Tentang Pendidikan	129
Tabel 4. 67 Menerima Pesan Calon Presiden Ganjar Pranowo Tentang Kesehatan	130
Tabel 4. 68 Meyakinkan Responden Untuk Menyoblos.....	131
Tabel 4. 69 Yakin Untuk Menyoblos Pada Tanggal 14 Februari 2024	132
Tabel 4. 70 Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Mengubah Keyakinan.....	133
Tabel 4. 71 Menyoblos Pada Tanggal 14 Februari 2024 Merupakan Hal Penting	134
Tabel 4. 72 Bangga Karena Mencoblos Pada Tanggal 14 Februari 2024.....	135
Tabel 4. 73 Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Membuka Wawasan di Bidang Politik.....	136
Tabel 4. 74 Calon Presiden Anies Baswedan Menggunakan Setelan Kemeja Putih dengan Jas Hitam	137

Tabel 4. 75 Calon Presiden Prabowo Subianto Menggunakan Kemeja Berwarna Biru Muda	138
Tabel 4. 76 Calon Presiden Ganjar Pranowo Menggunakan Jaket Varsity	139
Tabel 4. 77 Berpartisipasi Pada Pemilu Merupakan Kewajiban Warga Negara Indonesia	140
Tabel 4. 78 Puas Ketika Mencoblos Pada Tanggal 14 Februari 2024	141
Tabel 4. 79 Bahagia Ketika Mencoblos Calon Presiden Pilihan Pada Tanggal 14 Februari 2024	142
Tabel 4. 80 Menyukai Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One	143
Tabel 4. 81 Senang Ketika Mencoblos Pada Tanggal 14 Februari 2024	144
Tabel 4. 82 Bangga Mencoblos Karena Kewajiban Sebagai Warga Negara Indonesia	145
Tabel 4. 83 Mencoblos Calon Presiden Pilihan Pada 14 Februari 2024	146
Tabel 4. 84 Pemilih Pemula Berperan Penting dalam Pemilu Pada 14 Februari 2024	147
Tabel 4. 85 Meniru Calon Presiden Setelah Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One	148
Tabel 4. 86 Pengetahuan Saat Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 Di TV One Mempengaruhi Sikap Responden	149
Tabel 4. 87 Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 Di TV One Menjadi Pengetahuan Penting	150
Tabel 4. 88 Setelah Menonton Program Debat Terakhir Capres 2024 di TV One Responden Menjadi Pribadi Yang Kritis	151
Tabel 4. 89 Nilai Mean Indikator Variabel X Terpaan Media	153
Tabel 4. 90 Nilai Mean Indikator Variabel Y Sikap	155
Tabel 4. 91 Tabel Total Variance Explained	156
Tabel 4. 92 Tabel Total Variance Explained	157
Tabel 4. 93 Tabel Total Variance Explained	161
Tabel 4. 94 Tabel Hasil Uji Split-Half Reliability	163
Tabel 4. 95 Hasil Uji KMO Dimensi Automatic	165
Tabel 4. 96 Hasil Uji KMO Dimensi Attentional	166

Tabel 4. 97 Hasil Uji KMO Dimensi Transported.....	167
Tabel 4. 98 Hasil Uji KMO Dimensi Self-Reflexive.....	167
Tabel 4. 99 Hasil Uji KMO Dimensi Cognitive	168
Tabel 4. 100 Hasil Uji KMO Dimensi Affective	169
Tabel 4. 101 Hasil Uji KMO Dimensi Behavioral.....	170
Tabel 4. 102 Tabel Rotated Component Matrix.....	171



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	38
Gambar 4. 1 Grafik Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel X Terpaan Media.....	152
Gambar 4. 2 Grafik Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Y Sikap.....	154
Gambar 4. 3 Grafik <i>Scree Plot</i>	159



