

PERSEPSI REMAJA AKHIR TERKAIT TAYANGAN *TIGA BACAPRES BICARA GAGASAN* DI MEDIA *NARASI*

Alya Fathinah^{1*}, Aceng Abdullah², Gema Nusantara Bakry³

^{1,2,3}Program Studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

¹alya20010@mail.unpad.ac.id, ²aceng.abdullah@unpad.ac.id, ³gemabakry@gmail.com

ABSTRAK

Tiga Bacapres Bicara Gagasan menjadi acara yang mempertemukan Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto sebagai bakal calon presiden (bacapres) dari tiga koalisi partai politik peserta Pemilihan Umum (Pemilu) 2024. Dalam acara tersebut, ketiga bacapres secara bergantian menyampaikan gagasan jika terpilih menjadi presiden, kemudian melakukan sesi tanya-jawab bersama Najwa Shihab dan audiens yang hadir secara langsung di Grha Sabha Pramana, Universitas Gadjah Mada (UGM). Acara tersebut diselenggarakan oleh media *Narasi* yang berkolaborasi dengan Universitas Gadjah Mada dan disiarkan secara langsung melalui Youtube UGM dan Najwa Shihab sehingga dapat ditonton oleh masyarakat. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis terkait persepsi remaja akhir berdasarkan indikator tanggapan, pendapat, dan penilaian terhadap pemaparan tiga bacapres berdasarkan tayangan *3 Bacapres Bicara Gagasan*. Penelitian ini menggunakan teori persepsi dan teori *Stimulus-Organism-Response* untuk memahami persepsi remaja akhir usia 18-24 tahun terkait stimulus dari tayangan *Tiga Bacapres Bicara Gagasan*. Metode penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial kepada 100 remaja akhir yang telah menonton tayangan *3 Bacapres Bicara Gagasan*. Hasil penelitian menunjukkan remaja akhir menerima stimulus sehingga mampu memberikan tanggapan, pendapat, dan penilaian terhadap pemaparan Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto maupun tayangan *Tiga Bacapres Bicara Gagasan* secara keseluruhan.

Kata Kunci: komunikasi politik, persepsi; tayangan

ABSTRACT

Tiga Bacapres Bicara Gagasan was an event that brought together Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, and Prabowo Subianto as presidential candidates from three coalitions for the 2024 General Election. In the event, the three presidential candidates alternately conveyed their ideas if elected president, then conducted a question and answer session with Najwa Shihab and the audience who attended live at Grha Sabha Pramana, Gadjah Mada University (UGM). The event was organized by *Narasi* media in collaboration with Gadjah Mada University and broadcasted live via Youtube UGM and Najwa Shihab so that it can be watched by the public. Therefore, this study aims to provide an analysis related to the perceptions of late adolescents based on indicators of responses, opinions, and assessments of the exposure of the three vice presidential candidates based on the broadcast of *3 Bacapres Bicara Gagasan*. This research uses perception theory and Stimulus-Organism-Response theory to understand the perceptions of late adolescents aged 18-24 years related to the stimulus of the show *Tiga Bacapres Bicara Gagasan*. This

research method is descriptive quantitative using a questionnaire distributed through social media to 100 late adolescents who have watched the show 3 Bacapres Bicara Gagasan. The results showed that late adolescents received stimulus so that they were able to provide responses, opinions, and assessments of the exposure of Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto and the 3 Bacapres Bicara Gagasan show as a whole.

Keywords: *political communication, perception; show*

A. Pendahuluan

Pemilihan Umum 2024 memiliki sistem yang sama seperti Pemilu 2019, rakyat memilih anggota legislatif serta Presiden dan Wakil Presiden pada hari yang sama, yakni tanggal 14 Februari 2024. Tanggal tersebut dipilih berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2022. Untuk mempersiapkan Pemilu 2024, KPU telah menentukan rangkaian tahapan serta persyaratan bagi peserta pemilu berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Hasilnya, peserta pemilu 2024 diikuti oleh 18 partai politik nasional dan enam partai politik lokal Aceh. Sementara itu, pemilihan Pemilu 2024 diatur dalam Pasal 4 Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2022 Tentang Penyusunan Daftar Pemilih dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum

dan Sistem Informasi Data Pemilih serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Berdasarkan dua aturan tersebut yang termasuk pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berusia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pernah kawin.

Kemudian, KPU menetapkan Daftar Pemilih Tetap (DPT) pemilu 2024 sebanyak 204.807.222 pemilih (Humas KPU, 2023). Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 12 juta pemilih dibandingkan DPT pemilu 2019 yang berjumlah 192.770.611 pemilih (Wahyu, 2023). DPT pemilu 2024 berasal dari pemilih di dalam dan luar negeri yang tersebar di 514 kabupaten/kota, 38 provinsi, dan 128 negara perwakilan. Berdasarkan data KPU, provinsi dengan jumlah DPT terbanyak adalah Provinsi Jawa Barat dengan 35.714.901 pemilih, sedangkan

DPT paling sedikit adalah Papua Selatan terdiri dari 367.269 pemilih. Berikut rincian DPT masing-masing provinsi dikutip dari katadata.co.id.

Narasi merupakan media yang digagas oleh Najwa Shihab. Dilansir dari situs resminya, *Narasi* hadir untuk memberikan ruang bertukar ide serta beradu gagasan, terutama bagi generasi muda. Selain menghasilkan produk jurnalisme, *Narasi* juga berperan aktif dalam mengelola komunitas dan berkolaborasi dalam menyelenggarakan sebuah acara. Pada tahun 2023, *Narasi* berkolaborasi dengan Universitas Gadjah Mada (UGM) menyelenggarakan acara dengan konsep *talkshow* berjudul *3 Bacapres Bicara Gagasan*. Acara tersebut berhasil menghadirkan Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto sebagai bacapres di Grha Sabha Pramana UGM pada 19 September 2023.



Gambar 1. Poster acara 3 Bacapres Bicara Gagasan di media sosial Instagram

Sumber: [instagram.com/matanajwa](https://www.instagram.com/matanajwa), [narasinewsroom](https://www.instagram.com/narasinewsroom), [narasi.tv](https://www.narasi.tv)

Najwa Shihab sebagai *host* acara mengundang bacapres naik panggung secara bergantian sesuai abjad nama mereka, sehingga Anies Baswedan tampil pertama, Ganjar Pranowo kedua, dan Prabowo Subianto tampil terakhir. Pada awal acara, Najwa Shihab memberikan waktu 10 menit untuk masing-masing bacapres menyampaikan gagasannya jika terpilih menjadi seorang presiden. Kemudian, dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab dari Najwa Shihab dan audiens terpilih yang hadir secara langsung.

Dalam acara ini para audiens yang hadir secara langsung maupun yang menonton *live streaming* melalui Youtube dapat berpartisipasi aktif dengan memilih poling untuk menentukan topik prioritas yang akan

dibicarakan bersama bacapres. Kemudian, Najwa Shihab menyampaikan pertanyaan berdasarkan topik prioritas yang terpilih. Acara dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab dari mahasiswa, dosen, masyarakat umum yang hadir di Graha Sabha kepada para bacapres. Terakhir, para bacapres diminta untuk refleksi diri di depan kaca berukuran besar.

Anies Baswedan sebagai bacapres yang pertama kali dideklarasikan memiliki gagasan utama untuk menciptakan perubahan agar berbagai fasilitas dasar bisa setara dan adil. Salah satu informasi yang disampaikan Anies selama tanya-jawab dengan Najwa Shihab adalah pengusaha besar yang memberikan dukungan kepadanya seringkali mengalami pemeriksaan. Topik terbesar hasil poling adalah korupsi dan penegakkan hukum, lapangan kerja, kebebasan berpendapat, dan lingkungan hidup.

Mantan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo, menyampaikan gagasannya untuk Indonesia dalam menyambut Indonesia Emas 2045 terutama di

bidang pangan, lingkungan, pendidikan, dan kesehatan. Saat tanya-jawab dengan Najwa Shihab, Ganjar memberikan klarifikasi bahwa kemunculan dirinya dalam video azan salah satu stasiun TV tidak bermaksud gunakan politik identitas. Topik terbesar hasil poling adalah korupsi dan penegakkan hukum, lapangan kerja, dan kebebasan berpendapat.

Terakhir, Prabowo Subianto menyampaikan gagasannya berupa 17 program prioritas jika terpilih menjadi presiden. Salah satu pertanyaan Najwa Shihab terkait pemberitaan Prabowo menampar dan mencekik wakil menteri pertanian yang kemudian dijawab oleh Prabowo itu hanya rumor dari orang tak bertanggung jawab. Topik terbesar hasil poling adalah korupsi dan penegakkan hukum serta kebebasan berpendapat.

Tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* ditonton oleh 7.3 juta penonton dan lebih dari 56 ribu komentar per Februari 2024. Bahkan, tayangan ini juga menjadi *trending topic* media sosial dan menjadi bahan tulisan oleh

berbagai media massa. Dengan demikian, tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* sebagai produk media massa elektronik yang memiliki peran serta pengaruh terhadap para penontonnya.

Media massa memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi persepsi (Dunaway & Graber, 2022). Persepsi merupakan proses internal individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan sehingga mempengaruhi perilaku (Mulyana, 2017). Penelitian ini membahas persepsi penonton tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* berdasarkan tiga indikator persepsi menurut (Ahmadi, 1982). Tiga indikator tersebut antara lain: (1) Tanggapan, gambaran sesuatu yang membekas di dalam ingatan setelah melakukan pengamatan; (2) Pendapat, proses menguraikan serta menentukan hubungan logis antara bagian-bagian dalam objek yang telah diamati; (3) Penilaian, proses menilai objek pengamatan.

Responden penelitian ini adalah remaja usia 18-24 tahun yang termasuk ke dalam kelompok remaja akhir (Sarwono, 2018).

Kelompok remaja menjadi periode peralihan dari anak-anak menuju dewasa sehingga terjadi berbagai perubahan, baik secara fisik, psikis, pemikiran maupun tanggung jawab sebagai individu (Hurlock, 2010). Namun, kelompok remaja akhir pada umumnya sudah memiliki kemampuan berpikir realistis serta lebih matang, dan kemampuan emosional yang lebih tenang (Mappiare, 1982).

Alasan lainnya, yaitu berdasarkan data internal *Narasi* jumlah penonton tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* terbanyak nomor dua ditempati remaja akhir 18-24 tahun (29.3%). Adapun, secara berurutan persentase penonton tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* berdasarkan usia, yaitu: (1) 25-34 tahun sebesar 42,06%; (2) 18-24 tahun sebesar 29,33%; (3) 35-44 tahun sebesar 15,12%; (4) 45-54 tahun sebesar 7,07%; (5) 55-64 tahun sebesar 3,71%; (6) 65 tahun ke atas sebesar 1,62%; dan (7) 13-17 tahun sebesar 1,09%. Data tersebut membuktikan tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* berhasil menggaet generasi muda sebagai

target audiens *Narasi*. Selain itu, banyaknya jumlah penonton usia 18-24 tahun memperlihatkan tingginya rasa ingin tahu remaja akhir terhadap isu-isu politik, mengingat sebagian besar kelompok usia ini tergolong pemilih pemula yang baru pertama kali menggunakan hak suaranya pada Pemilu 2024.



Gambar 2. Analisis perolehan penonton tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* berdasarkan usia
Sumber: Internal *Narasi*

Beberapa kajian penelitian terdahulu terkait tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* di antaranya: “Analisis Perbandingan Komunikasi Politik Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, Anies Baswedan Melalui Video 3 *Bacapres Bicara Gagasan* di Channel YouTube Najwa Shihab” oleh (Ramdan et al., 2023) membahas perbedaan komunikasi politik Anies, Ganjar, Prabowo serta dampak menonton tayangan

tersebut. Penelitian lainnya berjudul “Sikap Generasi Z Tentang Video 3 *Bacapres Bicara Gagasan* di Channel Youtube Najwa Shihab” dengan hasil penelitian Generasi Z memiliki sikap kognitif, afektif, dan konatif yang positif (Shambhala et al., 2023). Berdasarkan dua rujukan tersebut maka penelitian ini memiliki kebaruan, yaitu penelitian ini berfokus pada persepsi khalayak *Narasi* yang sebagian besarnya tergolong pemilih pemula. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif agar dapat menganalisis serta menyajikan fakta tanggapan, pendapat, dan penilaian remaja tingkat akhir secara sistematis. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan agar hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan secara general yang dibuktikan secara empiris melalui statistik (Sugiyono, 2019). Di

samping itu, pendekatan deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu fenomena atau gejala (Kusumastuti et al., 2020). Pada penelitian ini fenomena deskriptif yang diteliti adalah persepsi remaja akhir terkait tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode non eksperimen melalui kuesioner (angket). Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang harus diisi responden dengan tujuan mencari informasi yang lengkap terkait suatu masalah tanpa menimbulkan rasa khawatir apabila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan (Bungin & Ida, 2020). Kuesioner disebarakan kepada sampel penelitian, yaitu 100 orang remaja tingkat akhir usia 18-24 tahun yang telah menonton tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* dengan memanfaatkan Google Form dan media sosial.

Pada penelitian ini analisa data diawali dengan tabulasi data, yaitu peneliti memproses data hasil kuesioner yang kemudian

menganalisisnya sesuai dengan kebutuhan peneliti. Kemudian, peneliti mendeskripsikan data menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang terkumpulkan sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2019). Dalam tahapan ini data dikategorisasikan ke dalam kelompok rendah, sedang, dan tinggi.

C. Hasil dan Pembahasan

Teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR) pada mulanya dikembangkan oleh para psikolog Amerika, yaitu Hovland et al. (1953). Teori SOR menjelaskan aspek lingkungan sebagai stimulus (S), yang kemudian memengaruhi kondisi internal individu (O) dan menghasilkan respons (R) (Zhai et al., 2020).

Elemen stimulus adalah pengaruh eksternal yang dapat membangkitkan individu, elemen organism mencakup berbagai faktor internal individu yang

memediasi hubungan stimulus dan respons individu (Eroglu et al., 2001). Sementara itu, Unde & Seniwati (2019) menyatakan respons dapat dalam bentuk verbal, nonverbal maupun perilaku.

Pada perkembangannya, teori SOR diaplikasikan dalam berbagai bidang penelitian termasuk ilmu komunikasi dengan tujuan untuk memahami respons individu terhadap stimulus dalam konteks komunikasi massa (Shambhala et al., 2023). Pengaplikasian teori SOR pada bidang penelitian lainnya, seperti pendidikan (Zhai et al., 2020), perdagangan *online* (Ul Islam & Rahman, 2017), komunikasi pariwisata (Kim et al., 2020), lingkungan (Unde & Seniwati, 2019).

Dalam penelitian ini dimaksud dengan stimulus adalah tayangan acara *3 Bacapres Bicara Gagasan*. *Organism* terdiri atas proses internal yang dirasakan remaja akhir saat menonton tayangan *3 Bacapres Bicara Gagasan*. Kemudian, respons berupa persepsi remaja akhir ketika menerima stimulus berupa

tayangan *3 Bacapres Bicara Gagasan*.

Mulyana (2017) mendefinisikan persepsi sebagai inti komunikasi karena apabila persepsi tidak akurat maka tidak bisa berkomunikasi dengan efektif. Persepsi adalah proses individu menginterpretasikan, mengorganisasikan, dan memberikan makna terhadap stimulus dari lingkungan individu yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman (Asrori, 2009). Dengan demikian, setiap orang memiliki persepsi yang berbeda, meskipun objeknya sama.

Persepsi dipengaruhi oleh faktor fungsional dan struktural (Rakhmat, 2013). Faktor fungsional berasal dari pengalaman masa lalu, kebutuhan, dan lainnya yang disebut juga faktor personal. Artinya, karakteristik orang yang memberikan respons menentukan proses dan bagaimana pesan dipersepsi. Adapun, faktor struktural berasal dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Dalam hal ini, apabila kita memersepsi sesuatu maka kita

memersepsinya sebagai suatu keseluruhan sehingga kita tidak dapat melihat fakta-fakta secara terpisah.

Ahmadi (1982) menyatakan bahwa persepsi memiliki indikator-indikator yang saling berkaitan satu sama lain. Indikator-indikator tersebut, antara lain: Tanggapan, yakni gambaran sesuatu yang membekas di dalam ingatan setelah melakukan pengamatan. Tanggapan umumnya berada dalam ruang bawah sadar yang disebut *talent* (tersembunyi) maupun berada dalam ruang kesadaran disebut *actueel* (sungguh-sungguh). Kemudian, pendapat yang disebut juga dugaan, anggapan, sangkaan, perkiraan. Pendapat bisa terbentuk setelah menyadari adanya tanggapan kemudian menguraikan serta menentukan hubungan logis antara bagian-bagiannya. Terakhir penilaian, yaitu proses menilai stimulus.

Tabel 1. Persepsi remaja akhir terkait tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan

No.	Indikator	N	Mean
1.	Tanggapan	12	3,84
2.	Pendapat	7	4,13
3.	Penilaian	9	3,60

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 2 memperlihatkan indikator pendapat menempati nilai rata-rata urutan pertama sebesar 4,13 dalam perolehan nilai *mean* persepsi secara keseluruhan. Kemudian, indikator tanggapan menjadi urutan kedua dengan nilai rata-rata 3,84. Terakhir, urutan terakhir ditempati oleh indikator penilaian dengan nilai rata-rata sebesar 3,60.

Salah satu alasan utama indikator pendapat paling unggul karena responden dapat mengekspresikan pendapatnya terkait isi tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*. Hal tersebut membuktikan bahwa anak muda mengonsumsi video Youtube untuk mendapatkan informasi baru yang pada akhirnya membentuk opini atau pendapat (Schmidt et al., 2017).

Nilai rata-rata tertinggi kedua adalah indikator tanggapan dengan nilai 3,79. Data tersebut menunjukkan para responden memberikan reaksi terhadap tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*. Reaksi tersebut meliputi reaksi fisik yang telah

dikontekstualisasikan, emosional, dan kognitif.

Terakhir, indikator penilaian mendapat nilai rata-rata terendah dibandingkan dua indikator lainnya dengan skor 3,60. Dalam indikator penilaian, responden memberikan penilaiannya terhadap penampilan masing-masing bacapres sehingga penilaian bersifat subjektif dan memungkinkan adanya bias tertentu kepada salah satu bacapres.

Tabel 2. Rata-Rata nilai item kuesioner

No	Pernyataan	N	Mean
	Indikator Tanggapan		
1.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya memiliki keinginan untuk memberikan <i>like</i> pada tayangan tersebut	100	3,91
2.	Setelah menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya memberikan <i>like</i> pada tayangan Youtube tersebut	100	4,05
3.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya ingin memberikan komentar pada tayangan Youtube tersebut	100	4,01
4.	Setelah menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya	100	3,90

	memberikan komentar pada tayangan Youtube tersebut		
5.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya ingin membagikan tayangan tersebut kepada orang sekitar saya melalui media sosial	100	3,73
6.	Setelah menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya membagikan serta merekomendasikan tayangan tersebut kepada orang sekitar saya melalui media sosial	100	3,13
7.	Setelah menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya mendiskusikan isi tayangan tersebut bersama orang-orang di sekitar saya	100	3,85
8.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya merasa terlibat secara emosi	100	3,93
9.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya merasa antusias ketika para bacapres menyampaikan gagasannya	100	3,94
10.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya bisa menganalisis gagasan-gagasan para bacapres	100	4,08
11.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara	100	3,71

	Gagasan, saya memahami dengan jelas gagasan-gagasan yang disampaikan para bacapres						saya terkait kelebihan dan kekurangan gagasan dari masing-masing bacapres		
12.	Saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya mampu mengevaluasi gagasan-gagasan yang disampaikan para bacapres	100	3,80				18. Tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan" memberikan saya informasi yang cukup untuk membantu saya menentukan pilihan pada Pilpres 2024	100	3,80
	Indikator Pendapat						19. Acara seperti 3 Bacapres Bicara Gagasan perlu diadakan kembali pada pemilu selanjutnya	100	4,00
13.	Tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan" memberikan saya wawasan terkait visi, misi, dan gagasan dari masing-masing bacapres	100	4,32				Indikator Penilaian		
14.	Tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan" membantu saya memahami perbedaan pandangan dan pendapat antara ketiga bacapres	100	4,38				20. Dalam tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan", Anies Baswedan mempresentasikan gagasannya dengan percaya diri dan menarik	100	4,14
15.	Tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan" memperlihatkan kepada saya integritas dan kualitas masing-masing bacapres	100	4,27				21. Dalam tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan", Ganjar Pranowo mempresentasikan gagasannya dengan percaya diri dan menarik	100	3,77
16.	Tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan" efektif dalam menggambarkan pandangan politik masing-masing bacapres	100	4,00				22. Dalam tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan", Prabowo Subianto mempresentasikan gagasannya dengan percaya diri dan menarik	100	3,14
17.	Tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan" memberikan analisis secara obyektif kepada	100	4,16				23. Dalam tayangan "3 Bacapres Bicara Gagasan", Anies Baswedan menyampaikan gagasan-gagasan yang relevan untuk mengatasi isu-isu penting dalam masyarakat	100	4,00

24.	Dalam tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan”, Ganjar Pranowo menyampaikan gagasan-gagasan yang relevan untuk mengatasi isu-isu penting dalam masyarakat	100	3,66	bisa menganalisis gagasan-gagasan para bacapres” dengan nilai 4,08. Ardianto et al. (2007) menjelaskan berbagai alasan orang-orang menggunakan media massa, salah satunya kepuasan kognitif berupa ingin memuaskan rasa ingin tahu dan memahami apa yang terjadi di dunia. Dalam hal ini tayangan 3 <i>Bacapres Bicara Gagasan</i> sebagai salah satu produk dari media massa berhasil memenuhi kebutuhan kognitif para penontonnya sehingga mereka bisa menganalisis gagasan-gagasan bacapres.
25.	Dalam tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan”, Prabowo Subianto menyampaikan gagasan-gagasan yang relevan untuk mengatasi isu-isu penting dalam masyarakat	100	2,95	
26.	Dalam tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan”, Anies Baswedan menjawab pertanyaan audiens dengan jelas, sesuai, disertai oleh fakta dan data	100	3,89	
27.	Dalam tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan”, Ganjar Pranowo menjawab pertanyaan audiens dengan jelas, sesuai, disertai oleh fakta dan data	100	3,71	Kemudian, pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi kedua adalah “setelah menonton tayangan 3 <i>Bacapres Bicara Gagasan</i> , saya memberikan <i>like</i> pada tayangan Youtube tersebut” dengan nilai 4,05. Selanjutnya, pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi ketiga adalah “saat menonton tayangan 3 <i>Bacapres Bicara Gagasan</i> , saya ingin memberikan komentar pada tayangan Youtube tersebut” dengan nilai 4,01. Kedua pernyataan tersebut berhubungan dengan partisipasi individu dengan konten
28.	Dalam tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan”, Prabowo Subianto menjawab pertanyaan audiens dengan jelas, sesuai, disertai oleh fakta dan data	100	3,14	

Sumber: Hasil Analisis Data

Pada indikator tanggapan, pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling besar adalah “saat menonton tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan, saya

Youtube. Shao (2009) menyatakan terdapat interaksi antara individu yang berpartisipasi dalam konten Youtube melalui mengeklik tombol suka maupun tidak suka, memberikan komentar ataupun membagikan konten. Seseorang menyukai dan mengomentari konten Youtube dikarenakan konten Youtube telah memberikan informasi yang dicari, memberikan kesempatan untuk berinteraksi sosial sekaligus menjadi wadah menampilkan status diri (Khan, 2017).

Pada indikator tanggapan, pernyataan yang mendapat nilai rata-rata paling tinggi adalah “tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* membantu saya memahami perbedaan pandangan dan pendapat antara ketiga *bacapres*” dengan skor 4,34. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa terdapat perbedaan pandangan di antara Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dalam tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*.

Berdasarkan pengamatan peneliti, hasil *voting* audiens terkait topik prioritas yang dibahas Najwa

Shihab bersama masing-masing *bacapres*, di antaranya: (1) korupsi dan penegakan hukum, (2) lapangan kerja, dan (3) kebebasan berpendapat. Anies, Ganjar, Prabowo setuju terhadap penguatan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Dalam penegakkan hukum yang membahas reformasi institusi kepolisian terdapat sedikit perbedaan pendapat.

Anies Baswedan menyampaikan perlu memperbaiki mekanisme akuntabilitas, pengembangan profesionalisme, institusi polisi harus menjadi contoh dalam pelaksanaan penegakkan hukum, dan adanya pelibatan publik di dalam pengawasan kepolisian sehingga tercipta kepolisian yang akuntabel, transparan, bersih. Ganjar berpendapat perlu memperbaiki sistem dan memilih aktor yang sesuai. Sementara itu, Prabowo menyetujui reformasi kepolisian apabila telah dikaji terlebih dahulu.

Untuk topik lapangan pekerjaan, Anies berpendapat melakukan reformasi di dalam perizinan untuk usaha mikro serta penyediaan lapangan pekerjaan di

kota menengah hingga kecil. Sedangkan, Ganjar ingin menyesuaikan kebutuhan tenaga kerja industri maupun perusahaan dengan dunia pendidikan serta memberikan ruang untuk kewirausahaan agar masyarakat Indonesia bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Terakhir, topik kebebasan berpendapat. Bagi Anies, selama masyarakat Indonesia menulis tentang Indonesia masih harus menggunakan Wakanda maka skor kebebasan berpendapatnya masih rendah, sekitar 5 atau 6. Kemudian, Ganjar memberikan nilai 7 dalam hal kebebasan berpendapat karena dirinya tidak pernah melaporkan orang yang *membully* di media sosialnya. Adapun, Prabowo memberikan nilai 8 karena menurutnya yang perlu diawasi adalah *hate speech*.

Kemudian, nilai rata-rata indikator pendapat terbesar kedua adalah pernyataan “Tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan* memberikan saya wawasan terkait visi, misi, dan gagasan dari masing-masing bacapres” dengan nilai rata-rata 4,26. Dalam tayangan “3

Bacapres Bicara Gagasan” terlihat bahwa masing-masing bacapres memiliki visi, misi yang berbeda sehingga penonton mengetahui hal tersebut.

Anies, Ganjar, dan Prabowo memiliki program unggulannya masing-masing jika nantinya terpilih menjadi presiden. Anies mengusung perubahan untuk menghadirkan keadilan dan kesetaraan bagi masyarakat Indonesia. Ganjar dan Prabowo menyampaikan memiliki target untuk mencapai Indonesia Emas pada tahun 2045, tetapi keduanya memiliki strategi yang berbeda. Ganjar merumuskan enam pilar strategis yang menurutnya perlu ditransformasi, sedangkan Prabowo merencanakan 17 program prioritas.

Sementara itu berdasarkan indikator penilaian, Anies Baswedan memperoleh nilai paling tinggi dibandingkan dua bacapres lainnya, kemudian disusul oleh Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Penilaian tersebut mencakup kepercayaan diri bacapres ketika menyampaikan gagasannya, relevansi gagasan

bacapres untuk mengatasi isu-isu penting dalam masyarakat, dan respons bacapres dalam menjawab pertanyaan dari audiens yang disertai fakta dan data. Hasilnya, nilai rata-rata

Pernyataan “Dalam tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*, Anies Baswedan mempresentasikan gagasannya dengan percaya diri dan menarik” mendapat nilai rata-rata paling tinggi dengan nilai 4,14. Pernyataan “Dalam tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*, Anies Baswedan menyampaikan gagasan-gagasan yang relevan untuk mengatasi isu-isu penting dalam masyarakat” menjadi pernyataan kedua tertinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,00. Terakhir, pernyataan “Dalam tayangan 3 *Bacapres Bicara Gagasan*, Anies Baswedan menjawab pertanyaan audiens dengan jelas, sesuai, disertai oleh fakta dan data” memperoleh nilai rata-rata tertinggi urutan ketiga dengan nilai 3,89.

Keunggulan Anies pada tayangan *Bacapres Bicara Gagasan* sesuai dengan hasil temuan Drone

Emprit. Anies Baswedan menjadi bacapres yang paling banyak diperbincangkan di media sosial Twitter dengan 55,3 ribu *mention*, sedangkan penyebutan Ganjar Pranowo di Twitter sebanyak 42,3 ribu *mention* dan penyebutan Prabowo Subianto 13 ribu *mention* (Fahmi, 2023). Selain itu, hasil penelitian terdahulu dari Shambhala et al. (2023) memperlihatkan bahwa Anies Baswedan menjadi bacapres favorit pilihan Gen Z di Jawa Timur. Adapun, gagasan Anies yang paling banyak didukung untuk direalisasikan, yaitu gagasan yang berkaitan dengan akses pendidikan.

Selain memberikan pertanyaan terkait tanggapan, pendapat, dan penilaian, penelitian ini menanyakan bacapres yang dipilih oleh para responden pada hari pencoblosan Pemilu 2024. Hasilnya, 49 responden (49%) menggunakan hak suaranya untuk memilih pasangan Anies Baswedan–Muhaimin Iskandar. Sementara itu, 27 responden (27%) mencoblos Ganjar Pranowo–

Mahfud MD dan 24 responden (24%) memilih Prabowo Subianto–Gibran Rakabuming Raka.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan remaja akhir mengenai tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan tergolong sedang. Remaja akhir menyadari adanya reaksi secara fisik, emosional, dan kognitif sehingga dapat mengolah informasi dalam tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan. Indikator tanggapan memperoleh urutan kedua dibandingkan dua indikator lainnya, yaitu dengan nilai rata-rata 3,84.

Kemudian, remaja akhir berpendapat bahwa tayangan 3 Bacapres Bicara Gagasan membantu mereka mengetahui visi, misi, gagasan serta perbedaaan pandangan Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto jika terpilih menjadi presiden. Indikator pendapat menjadi indikator dengan nilai rata-rata paling besar, yakni dengan skor 4,13.

Selain itu, remaja akhir menilai Anies Baswedan sebagai sosok yang paling unggul berdasarkan berdasarkan kepercayaan diri ketika presentasi, relevansi gagasan dalam mengatasi isu-isu penting di masyarakat, dan kesesuaian jawaban ketika sesi tanya-jawab. Kemudian, urutan selanjutnya disusul oleh Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Indikator penilaian menjadi indikator dengan nilai paling rendah dalam penghitungan nilai rata-rata, yaitu sebesar 3,60.

REFERENSI

- Ahmadi, A. (1982). *Psikologi Umum*. Rineka Cipta.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Refika Offset.
- Asrori, M. (2009). *Psikologi Pembelajaran*. Wacana Prima.
- Bungin, B., & Ida, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (8th ed.). Prenamedia Group.
- Dunaway, J., & Graber, D. A. (2022). *Mass Media&American Politics*. SAGE Publications.

- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric qualities of online retailing. *Journal of Business Resesarch*, 54(2), 177–184. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00087-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00087-9)
- Fahmi, I. (2023, September). *Anies, Ganjar, dan Prabowo Saat dan Pasca Acara Mata Najwa*. <Http://Pers.Droneemprit.Id>.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelly, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.
- Hurlock, Elizabeth. B. (2010). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga.
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Kim, M. J., Lee, C.-K., & Jung, T. (2020). Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Travel Research*, 59(1), 69–89. <https://doi.org/10.1177/0047287518818915>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Usaha Nasional.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ramdan, A. S., Fadzilah, A. F., & Misbah, A. H. El. (2023). Analisis Perbandingan Komunikasi Politik Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, Anies Baswedan Melalui Video “3 Bacapres Bicara Gagasan” di Channel YouTube Najwa Shihab. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNISS)*, 780–791.
- Sarwono, S. W. (2018). *Psikologi Remaja (Edisi Revisi)*. Rajawali Pers.
- Schmidt, J.-H., Hölig, S., Merten, L., & Hasebrink, U. (2017). Nachrichtennutzung und Meinungsbildung in Zeiten sozialer Medien. *Informatik-Spektrum*, 40(4), 358–361. <https://doi.org/10.1007/s00287-017-1057-y>
- Shambhala, R. H., Witarsa, I. P. P. L. P., Prayogo, D. B., &

- Tanuwijaya, D. (2023). Sikap Generasi Z Tentang Video “3 Bacapres Bicara Gagasan” di Channel Youtube Najwa Shihab. *Scriptura*, 13(2), 184–194.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.13.2.184-194>
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7–25.
<https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- UI Islam, J., & Rahman, Z. (2017). The impact of online brand community characteristics on customer engagement: An application of Stimulus-Organism-Response paradigm. *Telematics and Informatics*, 34(4), 96–109.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.01.004>
- Unde, A. A., & Seniwati. (2019). S-O-R Theory and the issues of environment: the role of online social media in affecting public opinion. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1), 012102.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012102>
- Wahyu, Y. (2023, July 10). *Mendata Pemilih, Meningkatkan Partisipasi di Pemilu 2024*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/07/10/mendata-pemilih-meningkatkan-partisipasi-di-pemilu-2024>.
- Zhai, X., Wang, M., & Ghani, U. (2020). The SOR (stimulus-organism-response) paradigm in online learning: an empirical study of students’ knowledge hiding perceptions. *Interactive Learning Environments*, 28(5), 586–601.
<https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1696841>