

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Teori Kultivasi.....	9
1.6 Kerangka Pemikiran.....	12
1.7 Hipotesis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep yang Relevan.....	14
2.1.1 Informasi Politik.....	14
2.1.2 Media Sosial.....	15
2.1.3 Terpaan Media (<i>Media Exposure</i>).....	17
2.1.4 Persepsi.....	20

2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.2.1	Pengaruh Gerakan Sosial Digital #ReformasiDikorupsi di Sosial Media Twitter Terhadap Budaya Politik Gen Z di Jakarta Timur.....	25
2.2.2	Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme di Media Online Terhadap Persepsi Mahasiswa pada Pakaian Syar'i	26
2.2.3	Pengaruh Terpaan Berita Politik Seputar Indonesia di RCTI Terhadap Tingkat Persepsi Sosial (Studi Regresi Terhadap Warga RT 01-05/10 Kelurahan Tanah Tinggi Tangerang).....	28
2.2.4	Pengaruh Terpaan dan Nilai Berita Hoaks Politik Akun Instagram @tempo.cekfata Terhadap Sikap Followers Akun @tempo.cekfakta.....	29
2.2.5	Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik dan Demokrasi di Indonesia	31
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Variabel.....	34
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5	Definisi Konseptual.....	39
3.5.1	Terpaan Informasi Politik.....	39
3.5.2	Persepsi.....	40
3.6	Definisi Operasional.....	41
3.6.1	Terpaan Informasi Politik.....	41
3.6.2	Persepsi.....	44
3.7	Indikator	47

3.7.1	Terpaan Informasi Politik di Media Sosial.....	47
3.7.2	Persepsi Aksi Indonesia Gelap.....	48
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.9	Teknik Analisis Data.....	53
3.9.1	Uji Normalitas	53
3.9.2	Uji Linearitas.....	54
3.9.3	Analisis Pearson Correlation (<i>Product Moment</i>)	54
3.10	Pengujian Hipotesis.....	55
3.10.1	Uji t.....	55
3.10.2	Uji R Square (Koefisien Determinasi)	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1	Deskripsi Objek.....	58
4.1.1	Deskripsi “Indonesia Gelap”	58
4.2	Karakteristik Responden	61
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	63
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	64
4.3	Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel Penelitian	65
4.3.1	Deskripsi Variabel Terpaan Informasi Politik di Media Sosial (Variabel X).....	65
4.3.2	Hasil Analisis Variabel Terpaan Informasi Politik di Media Sosial (Variabel X).....	70
4.3.3	Deskripsi Variabel Persepsi Aksi “Indonesia Gelap” (Variabel Y)	72
4.3.4	Hasil Analisis Persepsi Aksi “Indonesia Gelap” (Variabel Y)	76

4.4	Hasil Analisis Data.....	78
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	78
4.4.2	Hasil Uji Linearitas	79
4.4.3	Hasil Analisis Pearson Correlation (<i>Product Moment</i>)	80
4.4.4	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	82
4.4.5	Hasil Uji t	83
4.4.6	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	85
4.5	Pembahasan.....	86
BAB V	PENUTUP	102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran.....	105
	DAFTAR PUSTAKA	108
	LAMPIRAN.....	114