

Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kasus Mario Dandy Di Media Massa Terhadap Citra Direktorat Jenderal Pajak

Devi Ayu Kusmiati¹, Catur Suratnoaji²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur

Penulis Korespondensi: deviayu853@gmail.com

Abstract: Media exposure tries to find audience data about media, both in terms of media type, frequency and duration of use. Information in the mass media makes people unable to separate themselves from the information presented. The news about the abuse carried out by Mario Dandy, which had an impact on his father's corruption case, created a negative stigma towards Directorate General of Taxes. The aim of this research is to measure the influence of exposure to news about the Mario Dandy case on the perception of the people of Surabaya regarding the image of the Directorate General of Taxes. The research approach used in this research is a quantitative approach. Data collection in this quantitative research uses research instruments and statistical correlation data analysis with the aim of testing whether the hypothesis formulated is correct or not. The results of the research explain that H1 which states that there is an influence of exposure to reporting on the Mario Dandy case in the mass media on the Surabaya public's perception of the image of the Directorate General of Taxes is accepted. Meanwhile, H0 which states that there is no influence of exposure to Mario Dandy reporting in the mass media on the Surabaya public's perception of the image of the Directorate General of Taxes is rejected. The higher the exposure to news about Mario Dandy's abuse case in the mass media, the more influence it will have on the perception of the image of the Directorate General of Taxes, which is the aftermath of the Rafael Alun corruption case.

Keywords: Media Exposure; Mass media; Company Image; Mario Dandy; Corruption.

Abstrak: Terpaan media berusaha mencari data khalayak mengenai media, baik dari segi jenis media, frekuensi, hingga durasi penggunaan. Informasi dalam media massa, membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan. Pemberitaan mengenai penganiayaan yang dilakukan Mario Dandy, yang berimbas pada kasus korupsi ayahnya membuat stigma negative terhadap Ditjen Pajak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh terpaan pemberitaan kasus Mario Dandy terhadap persepsi masyarakat Surabaya mengenai citra Ditjen Pajak. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik korelasi dengan tujuan untuk menguji apakah benar atau tidaknya hipotesis yang dirumuskan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa H1 yang menyatakan terdapat pengaruh terpaan pemberitaan kasus mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra ditjen pajak diterima. Sedangkan H0 yang menyatakan idak terdapat pengaruh terpaan pemberitaan mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra ditjen pajak ditolak. Semakin tinggi terpaan pemberitaan kasus penganiayaan Mario Dandy di media massa maka semakin berpengaruh pula terhadap persepsi citra dari Dikjen Pajak yang merupakan buntut dari kasus korupsi Rafael Alun.

Kata Kunci: Terpaan Media; Media Massa; Citra Perusahaan; Mario Dandy; Korupsi.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan seharinya, manusia tidak dapat terlepas dari kegiatan berkomunikasi. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya dengan bertatap muka, melainkan dapat juga menggunakan alat, seperti media massa. Effendy, (2003:62) menyampaikan bahwa media massa merupakan media komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat atau khalayak dalam jumlah yang besar, heterogen, terpencar, dan juga anonim. Hal ini menunjukkan bagaimana kegiatan komunikasi dapat digunakan untuk menyampaikan serta menyebarkan informasi secara lebih luas. Jenis media massa terdiri dari 3, yaitu media cetak, media elektronik, dan media digital.

Ada beberapa faktor yang nantinya akan memengaruhi reaksi masyarakat terhadap media massa. Menurut Rakhmat (2013), asumsi kategori sosial merupakan manusia dengan usia dan jenis kelamin yang sama, sehingga cenderung sama pula dalam merespon pesan yang disampaikan oleh media massa (Mustika, 2019). Terpaan media berusaha mencari data khalayak mengenai media, baik dari segi jenis media, frekuensi, hingga durasi penggunaan. Menurut DeFleur dan Ball Rokeach (2013) tidak semua orang mempunyai respon yang sama mengenai terpaan pemberitaan pada media massa, karena terdapat perspektif perbedaan individual, perspektif kategori sosial, dan perspektif hubungan sosial (Mustika, 2019),

Media massa menyajikan bagaimana realita kehidupan dalam bentuk informasi ke masyarakat. Menurut Sobur (2004:162), mengenai arti dan nilai dari informasi dalam media massa, membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan. Informasi yang disampaikan media massa menjelaskan mengenai suatu kejadian maupun peristiwa, yang disebut dengan berita. Berita merupakan suatu penuturan secara benar, tidak memihak fakta yang memiliki arti penting, yang nantinya dapat menarik perhatian khalayak. Berita adalah usaha rekonstruksi dari kerangka kejadian dan peristiwa yang terjadi.

Penelitian milik Tias Mustika dengan Rosita Anggaraini pada tahun 2019, menunjukkan bahwa citra sebuah lembaga pemerintah akan berpengaruh setelah adanya kasus yang mencoreng nama baik lembaga tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa akibat adanya pemberitaan yang dilakukan Kementerian Agama mengenai korupsi jual beli jabatan dapat berpengaruh terhadap citra maupun reputasi yang dimiliki lembaga tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan yang ada pada media massa dapat membentuk efek pada khalayak berupa pandangan, kesan, sikap, dan perasaan yang timbul akan suatu kenyataan dan pemahaman yang membuat terpengaruhnya citra dan reputasi Kementerian Agama.

Pemberitaan saat ini yang sedang trending di media massa dan sering dibicarakan oleh khalayak di luar sana, adalah mengenai kasus yang menimpa salah satu anak dari pejabat Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Rafael Alun Trisambodo, yaitu Mario Dandy. Mario Dandy menjadi sorotan masyarakat setelah aksinya viral di media sosial, saat melakukan penanganian pada David yang masih berusia 17 tahun, dan merupakan anak dari petinggi pengurus GP Ansor, Jonathan Latumahina. Peristiwa penganiayaan tersebut terjadi pada hari Senin, tanggal 20 Februari 2020 di malam hari, bertempat di daerah Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Peristiwa tersebut melibatkan 3 pelaku dan 1 korban, yaitu Mario Dandy, Shane Lukas, dan Agnes Gracia sebagai pelaku, dan David Ozara sebagai korban penganiayaan.

Akibat dari peristiwa itu, Mario yang ditetapkan menjadi tersangka, sang ayah Rafael Alun juga dicopot dari tugas dan jabatannya sebagai Kepala Bagian Umum Kanwil DJP Kemenkeu Jakarta Selatan II, oleh Sri Mulyani Indrawati selaku Menteri Keuangan Indonesia.

Selain itu, setelah pencopotan jabatannya, KPK juga mencurigai harta kekayaan Rafael, karena untuk seukuran pejabat kantor pajak kekayaan yang dimilikinya dinilai sangatlah fantastis. Sehingga pada tanggal 30 Maret 2023, Rafael Alun ditetapkan sebagai tersangka dan terjerat kasus tindak pidana korupsi.

Dari rangkaian peristiwa yang saling berkaitan dan terjadi secara beruntutan, bermula dari kasus penganiayaan yang dilakukan oleh Mario Dandy yang membuat sang ayah Rafael Alun secara langsung harus menanggung akibatnya. hingga ditetapkannya sang ayah sebagai tersangka dugaan korupsi. Kasus-kasus tersebut menggerus tingkat kepercayaan integritas institusi dan memberikan stigma negative terhadap Ditjen Pajak. Citra baik yang dibangun selama bertahun-tahun dengan mengkampanyekan anti korupsi, ternyata harus tergores kembali dengan kasus ini.

Pemberitaan mengenai penganiayaan yang dilakukan Mario Dandy, yang berimbas pada kasus korupsi ayahnya membuat citra Ditjen Pajak menjadi buruk. Tingkat kepercayaan masyarakat pada integritas perusahaan menjadi menurun dan stigma negative terus saja berdatangan. Meskipun tidak semua pegawai pajak melakukan korupsi dan melanggar integritas perusahaan, tetapi dengan adanya kasus ini dengan notabe tersangka sebagai petinggi Ditjen Pajak menimbulkan citra buruk di masyarakat.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh pemberitaan kasus Mario Dandy di media massa terhadap citra Ditjen pajak. Melihat dimana nama Mario disebutkan dalam media massa, nama sang ayah Rafael Alun sebagai mantan pejabat Ditjet Pajak akan terus diseret, baik dari segi kasus penganiayaan yang dilakukan oleh anaknya ataupun kasus korupsi yang menyimpannya.

Berdasarkan dengan latar belakang yang diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut, H_0 Tidak terdapat pengaruh terpaan pemberitaan mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra ditjen, dan H_1 Terdapat pengaruh terpaan pemberitaan mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra ditjen pajak.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2016) pendekatan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2016).

Akan dilakukan analisis secara kuantitatif pada data yang telah terkumpul dengan menggunakan statistik korelasi sehingga nantinya dapat disimpulkan apakah benar atau tidaknya hipotesis yang dirumuskan.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah yang telah ditetapkan oleh peneliti, di dalamnya terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas maupun karakteristik tertentu, kemudian dipelajari untuk nantinya dapat ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2016). Objek tersebut nantinya akan dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga Surabaya yang berada dalam fase dewasa awal. Pemilihan populasi ini dengan alasan karena yang dinilai pada penelitian ini adalah citra ditjen pajak, yang dimana warga Surabaya juga merupakan masyarakat Indonesia yang dapat menilai citra dari ditjen pajak saat ini setelah adanya pemberitaan mengenai kasus penganiayaan Mario Dandy yang berujung pada dugaan korupsi ayahnya.

Menurut Hurlock (2001) masa dewasa awal terjadi pada usia 18 tahun hingga 40 tahun (Pratiwi & Rumhapsari, 2019). Selain itu masyarakat yang memiliki usia tersebut memasuki masa produktif dan biasanya mempunyai tingkat produktivitas lebih tinggi serta cara berpikir yang dianggap lebih kritis terhadap persoalan maupun permasalahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tertentu. Apa yang tengah dipelajari dari suatu sampel penelitian, maka kesimpulan penelitian tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi, sehingga sampel yang diambil untuk dari populasi penelitian haruslah dapat representative atau mewakili semua populasi (Sugiyono, 2016). Sampel yang akan diambil pada penelitian ini harus dapat mewakili atau merepresentasikan dari populasi yang ada.

Teknik sampling atau penarikan sampel yang akan dilakukan peneliti, yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu penentuan sampel dengan mempertimbangkan beberapa hal tertentu. Hal ini dikarenakan peneliti telah menetapkan kriteria anggota sampel yang memenuhi kriteria tersebut.

Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan deskripsi mengenai suatu hal yang akan diamati dan apa yang akan diukur, sehingga peneliti dapat dengan tepat menentukan cara yang digunakan untuk mengukur penelitiannya. Dengan adanya definisi operasional akan memberikan batasan atau ciri dari suatu variable dengan merincikan hal yang harus dilakukan oleh peneliti untuk mengukur variable tersebut.

Variabel bebas (Variable x) yang digunakan adalah pengaruh terpaan kasus Mario Dandy di media massa dengan indikator frekuensi, durasi, dan atensi milik Rosengren (1974). Variabel terikat (Variabel Y) yang digunakan adalah persepsi masyarakat Surabaya pada citra ditjen pajak dengan indikator *credibility*, *trustworthy*, *reliability*, *responsibility* milik Harrison (1995).

Tabel 1. *Defini Operasional*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel (X) Pengaruh Terpaan Kasus Mario Dandy Di Media Massa	Frekuensi	Seberapa sering khalayak menggunakan media massa	Likert
	Durasi	Seberapa lama khalayak menggunakan media massa	
	Atensi	Seberapa perhatian khalayak terhadap kasus Mario Dandy	
Variabel (Y) Persepsi Masyarakat Surabaya Pada Citra Direktorat Jenderal Pajak	Credibility	Persepsi khalayak mengenai kualitas ditjen pajak	
	Trustworthy	Persepsi khalayak mengenai kepercayaan terhadap kerja ditjen pajak	
	Reliability	Persepsi khalayak mengenai keandalan ditjen pajak dalam mengerjakan tugas	
	Responsibility	Persepsi khalayak mengenai tanggung jawab ditjen pajak	

Teknik Pengumpulan Data

Perlu diketahui jika data dapat diperoleh dari berbagai sumber, yaitu sumber data primer dan juga sumber data sekunder. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Data primer berupa informasi diperoleh dari responden secara langsung melalui kuesioner atau angket. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung untuk mendukung hasil penelitian yang diambil dari sumber-sumber informasi yang sudah ada sebelumnya, misalnya buku, dokumentasi, dan lain sebagainya.

Sumber data primer yang didapat oleh peneliti akan dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan bantuan angket yang akan disebarakan kepada responden yang memenuhi syarat karakteristik responden. Sedangkan untuk sumber data sekunder didapatkan dari buku-buku, jurnal penelitian, dan sumber internet yang terpercaya sebagai pelengkap data primer.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji Korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan alat bantu SPSS 26. Instrumen penelitian akan dikata valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan pada tabel distribusi r, dengan $N = 100$ dan signifikansi 0,05% maka r_{tabel} yang digunakan adalah sebesar 0,195.

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel X dan Y

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Frekuensi (X₁)	X1	0,195	1,000	Valid
Durasi (X₂)	X2	0,195	1,000	Valid
Atensi (X₃)	X3.1	0,195	0,908	Valid
	X3.2	0,195	0,879	Valid
	X3.3	0,195	0,798	Valid
	X3.4	0,195	0,803	Valid
Persepsi Citra Perusahaan (Y)	Y1	0,195	0,815	Valid
	Y2	0,195	0,820	Valid
	Y3	0,195	0,817	Valid
	Y4	0,195	0,726	Valid
	Y5	0,195	0,885	Valid
	Y6	0,195	0,817	Valid
	Y7	0,195	0,876	Valid
	Y8	0,195	0,875	Valid
	Y9	0,195	0,892	Valid
	Y10	0,195	0,797	Valid
	Y11	0,195	0,882	Valid
	Y12	0,195	0,922	Valid
	Y13	0,195	0,918	Valid
	Y14	0,195	0,933	Valid
	Y15	0,195	0,893	Valid
	Y16	0,195	0,909	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item pernyataan dalam kuesioner yang digunakan oleh peneliti terdiri dari variabel bebas, yaitu frekuensi (X₁), durasi (X₂), dan atensi (X₃), serta

variabel terikat yaitu persepsi citra perusahaan (Y) memiliki nilai yang valid karena mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel}

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji Koefisien *Cronbach's Alpha*, yang dimana suatu variabel dapat dikatakan cukup reliabel apabila mendapat nilai Cronbach's Alpha $>0,60$. Apabila nilai alpha $>0,90$ maka memiliki nilai reliabilitas sempurna, nilai alpha $0,60 - 0,90$ maka memiliki nilai reliabilitas tinggi, nilai alpha $< 0,60$ maka reliabilitas rendah (Basuki & Prawoto, 2017).

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas variabel X dan Y

Variabel	Hasil Cronbach's Alpha	Keterangan
Frekuensi (X ₁)	1,000	Reliabilitas Sempurna
Durasi (X ₂)	1,000	Reliabilitas Sempurna
Atensi (X ₃)	0,826	Reliabilitas Tinggi
Persepsi Citra Perusahaan (Y)	0,774	Reliabilitas Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan dengan hasil table di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh insttumen penelitian yang digunakan oleh peneliti memiliki hasi yang reliabel, dikarenakan menurut hasil SPSS 26 mempunyai nilai alpha $>0,60$, sehingga termasuk dalam kategori reliabilitas sempurna dan tinggi.

Pengujian Hipotesis

Uji t (t-Test)

Uji t pada penelitian ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh hubungan secara parsial satu variabel independent secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melakukan perbandingan hasil t_{hitung} dan t_{tabel} , dengan signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.210	2.140		10.379	.000
	frekuensi	.564	.269	.149	2.099	.038
	durasi	3.430	.670	.516	5.124	.000
	atensi	.332	.126	.268	2.624	.010

a. Dependent Variable: citra

Gambar 1. Hasil Pengujian Hipotesis Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan pada data di atas dengan menggunakan alat bantu SPSS, maka diperoleh nilai signifikansi untuk variable X1 atau frekuensi sebesar 0,038,

variabel X2 atau durasi sebesar 0,000, dan variabel X3 atau atensi sebesar 0,010. Ketiga nilai signifikansi pada ketiga variabel tersebut lebih kecil dari 0,050, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan antara variabel frekuensi, durasi, dan atensi terhadap variabel persepsi citra perusahaan.

Uji F

Uji F pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $F_{hitung} \geq$ nilai F_{tabel} , berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	850.148	3	283.383	36.657	.000 ^b
	Residual	742.151	96	7.731		
	Total	1592.298	99			

a. Dependent Variable: citra
b. Predictors: (Constant), atensi, frekuensi, durasi

Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis Uji F

Berdasarkan dari hasil uji F pada penelitian ini, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel frekuensi (X1), durasi (X2), dan atensi (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel persepsi citra perusahaan (Y).

PEMBAHASAN

Terpaan media merupakan suatu keadaan ketika khalayak diterpa oleh informasi ataupun pemberitaan yang ada dalam media dan dapat mempengaruhi perubahan sikap khalayak tersebut. Ketika masyarakat secara terus menerus terkena terpaan media, yang akan terjadi adalah adanya peningkatan kesadaran, bertambahnya pengetahuan, dan memungkinkan terjadinya perubahan persepsi dan sikap, yang dimaknai dengan frekuensi, durasi, dan perhatian responden terhadap pemberitaan tersebut. Dalam penelitian ini, terpaan media terutama berita digunakan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap persepsi citra suatu perusahaan lembaga pemerintahan, yaitu Direktorat Jenderal Pajak.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif untuk membantu menganalisis pengaruh terpaan pemberitaan kasus penganiayaan mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra Direktorat Jenderal Pajak. Data yang disebarkan berupa kuesioner dan dikumpulkan melalui Google Form, data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan alat bantu berupa IBM SPSS 26. Terpaan media terdiri dari tiga indikator, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan persepsi citra suatu perusahaan sendiri terdiri dari empat indikator, yaitu *credibility*, *trustworthy*, *reliability*, dan *responsibility*.

Hasil uji hipotesis yang dilakukan setelah menganalisis jawaban dari 100 responden menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang signifikan antara frekuensi (X1), durasi (X2), dan atensi (X3) dengan sebuah citra perusahaan (Y) dalam konteks pemberitaan kasus penganiayaan yang dilakukan oleh Mario Dandy yang menyeret ayahnya sebagai tersangka kasus korupsi.

Berdasarkan dari hasil uji t yang dilakukan, menunjukkan bahwa frekuensi dan lamanya responden dalam melihat, mendengarkan, ataupun membaca pemberitaan mengenai kasus penganiayaan Mario Dandy di media massa dan perhatian responden dalam mengikuti pemberitaan kasus tersebut memiliki hubungan secara parsial terhadap citra Dikjen Pajak. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Rhenald Kasali (2016), yang mengatakan bahwa citra perusahaan timbul akibat adanya pemahaman akan suatu kenyataan, dimana pemahaman tersebut hadir karena terdapat informasi didalamnya. Pemahaman-pemahaman yang terbentuk dari berbagai informasi didapatkan dari media massa yang digunakan oleh responden setiap harinya (Putri, 2016). Selain itu melalui terpaan media massa maka responden dapat memperoleh informasi yang dipahaminya dan perhatian responden mengenai kasus tersebut juga berkaitan dengan pemaknaan, pemahaman pesan, kesan, perasaan, dan gambaran diri yang disampaikan melalui pemberitaan yang ada sehingga mempengaruhi citra perusahaan tersebut. Namun, lamanya waktu responden melihat, mendengarkan, ataupun membaca pemberitaan kasus tersebut memiliki hubungan secara parsial yang lebih tinggi sebesar 5,124 dibandingkan dengan frekuensi dan atensi yang memiliki nilai 2,099 dan 2,624.

Sedangkan berdasarkan dari hasil uji F, yang dimana frekuensi, lamanya, dan perhatian responden dalam melihat, mendengarkan, ataupun membaca pemberitaan mengenai kasus penganiayaan Mario Dandy di media massa secara bersama-sama mempengaruhi citra Dikjen Pajak. Selain itu juga, berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui bahwa sebagian besar responden melihat, mendengarkan, dan membaca pemberitaan kasus tersebut cukup sering di media massa dengan lama waktunya mengikuti pemberitaan tersebut hingga selesai, dan perhatian responden dalam memahami dan selalu mengikuti perkembangan kasus penganiayaan tersebut sehingga mempunyai terpaan media massa yang tinggi. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar dari responden mempunyai frekuensi yang sering dalam menggunakan media massa dan responden melihat, mendengarkan, dan membaca pemberitaan yang ada pada media massa terutama kasus penganiayaan Mario Dandy dan korupsi sang ayah hingga akhir atau hingga selesai, responden juga memperhatikan dan memahami secara intensif pemberitaan penganiayaan tersebut. Oleh karena itu tingkat terpaan media massa terkait pemberitaan kasus penganiayaan Mario Dandy di media massa adalah tinggi, artinya pemberitaan kasus tersebut diikuti perkembangannya hingga akhir dan diperhatikan secara intensif yang membuat responden mendapatkan pemahaman atas informasi dan pesan yang disampaikan dari pemberitaan tersebut.

Berkaitan dengan Teori S-O-R yang dimana memiliki asumsi dasar bahwa media massa dapat menimbulkan efek yang terarah, segera, dan juga langsung terhadap khalayak. Pada penelitian ini yang menjadi stimulus adalah pemberitaan kasus penganiayaan Mario Dandy dan korupsi Rafael Alun di media massa, sedangkan yang menjadi respon adalah persepsi citra dari Dikjen Pajak. Dalam konteks frekuensi, durasi, dan atensi dapat dianggap sebagai faktor stimulus yang mempengaruhi respons tiap individu. Khalayak merespon stimulus tersebut berupa efek dan adanya perubahan sikap secara langsung dan segera terhadap citra Dikjen

Pajak, dengan mempertimbangan pengalaman, pemahaman dan perhatian khalayak terkait kasus penganiayaan tersebut. Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini mendukung konsep dari Teori S-O-R dengan menunjukkan bahwa faktor stimulus seperti frekuensi, durasi, dan atensi dapat mempengaruhi respons individu terhadap citra Dikjen Pajak.

Hasil dari penelitian ini telah menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, yaitu adakah pengaruh terpaan pemberitaan kasus Mario Dandy terhadap persepsi masyarakat Surabaya mengenai citra Ditjen Pajak, yang hasilnya terdapat pengaruh, dimana pengaruh terpaan pemberitaan kasus penganiayaan tersebut terhadap citra Dikjen Pajak adalah sedang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh terpaan pemberitaan kasus Mario Dandy terhadap persepsi masyarakat Surabaya mengenai citra Ditjen Pajak, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah H_1 yang menyatakan terdapat pengaruh terpaan pemberitaan kasus mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra ditjen pajak diterima. Sedangkan H_0 yang menyatakan idak terdapat pengaruh terpaan pemberitaan mario dandy di media massa terhadap persepsi masyarakat surabaya tentang citra ditjen pajak ditolak. Semakin tinggi terpaan pemberitaan kasus penganiayaan Mario Dandy di media massa maka semakin berpengaruh pula terhadap persepsi citra dari Dikjen Pajak yang merupakan buntut dari kasus korupsi Rafael Alun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). Analisis regresi dalam penelitian ekonomi & bisnis Dilengkapi aplikasi SPSS & Eviews. In *PT Rajagrafindo Persada*.
- Hikmat, & Purnama. (2009). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung.
- Mustika, T. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Reputasi Lembaga Pemerintah. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 66–79. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.350>
- Paramita, N. (2018). *Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik Its (Gesits) Diproduksi Massal” Di Media Massa (Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Produk Anak Bangsa “Motor Listrik ITS (GESITS) Diproduks*. UPN Veteran Jawa Timur, Ilmu Komunikasi. Surabaya: UPNVJATIM Repository. Retrieved from <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/12347>
- Pratiwi, M. N., & Rumhapsari, I. (2019). Self Monitoring Pada Masa Dewasa Awal. *Prosiding Seminar Nasional 2019 Pengembangan Karakter Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*.

- Putri, L. S. (2016). *Pengaruh Terpaan Media Televisi Dalam Pembentukan Citra Kepolisian (Survei Pada Penonton Program Acara Televisi 86 Net Tv Di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/24747>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Bandung: Alfabeta*.
- Widayanti, P. I. (2017). *Sikap Masyarakat Surabaya Pasca Pemberitaan Bahaya Vapor Di Media Massa” (Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Masyarakat Perokok Aktif Dan Pengguna Vapor Di Surabaya Pasca Pemberitaan Bahaya Vapor Di Media Massa)*. UPN Veteran Jawa Timur, Ilmu Komunikasi. Surabaya: UPNVJATIM Repository. Retrieved from <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/7475>