

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Pemanasan global atau *global warming* telah menjadi isu besar dunia. Secara singkat *global warming* adalah peningkatan suhu rata-rata. Peningkatan suhu rata-rata tersebut disebabkan oleh munculnya gas-gas rumah kaca yang dihasilkan oleh aktifitas manusia. Gas rumah kaca adalah kelompok gas yang menjaga suhu permukaan bumi ([www.pemanasanglobal.net](http://www.pemanasanglobal.net), 20 Desember 2010)

Pada dasarnya, bumi membutuhkan gas-gas rumah kaca tersebut karena tanpa gas rumah kaca bumi akan dingin untuk ditinggali. Namun ada beberapa gas rumah kaca yang menimbulkan efek pemanasan global, yang tentu itu itu akibat ulah manusia. Gas rumah kaca yang paling banyak menyumbangkan efek pemanasan global adalah Karbon Dioksida ( $CO_2$ ), metana ( $CH_4$ ) yang dihasilkan agrikultur dan peternakan (terutama dari sistem pencernaan hewan-hewan ternak), Nitrogen Oksida ( $NO$ ) dari pupuk, dan gas-gas yang digunakan untuk kulka dan pendingin ( $CFC$ ), gas-gas tersebut kemudian meningkat. Hal ini mengakibatkan radiasi infra merah atau panas yang dipantulkan oelh permukaan bumi ke angkasa lebih banyak yang tertahan dan diradiasi kembali ke permukaan bumi sehingga temperatur bumi semakin meningkat, inilah yang disebut dengan proses pemanasan global ([www.pemanasanglobal.net](http://www.pemanasanglobal.net), 20 Desember 2010 ).

Dampak dari *global warming* sudah dirasakan oleh semua penduduk dunia. Mulai dari mencairnya es di kutub utara, meningkatnya level permukaan air, sampai

dengan perubahan iklim atau cuaca ekstrim. Indonesia sendiri pun sudah mengalami dampak dari *global warming*, memasuki pertengahan tahun 2009 Indonesia mengalami cuaca ekstrim dan pola curah hujan yang berubah-ubah. Hal tersebut kemudian menyebabkan banjir, longsor, bahkan topan di beberapa kota di Indonesia.

*Global warming* kemudian menjadi tema liputan yang mendapatkan tempat khusus dalam pemberitaan di media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Pemberitaan yang berhubungan dengan lingkungan menjadi semacam *trend* dalam berbagai pemberitaan di media. Media menjadi salah satu alat persuasi yang kuat di dalam masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Soerono, tesis UI (2005), dengan judul “Peranan Media Massa Dalam Memasyarakatkan Aspek Lingkungan (Studi Kasus di Tiga Media Cetak Ibukota)”, Ia menggunakan metode efek media terbatas yang dipadukan dengan analisis isi pemberitaan media cetak Kompas, Media Indonesia, dan Republika. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui peran serta media massa, khususnya media cetak terhadap masalah-masalah lingkungan hidup dan manfaat tulisan-tulisan di media massa tersebut terhadap masyarakat serta mengenai kesadaran masyarakat terhadap masalah lingkungan. (Soerono, 2005:110).

Dari penelitiannya Soerono menyimpulkan bahwa peran media massa, khususnya media cetak dalam penyebaran berita-berita atau tulisan-tulisan mengenai masalah lingkungan ternyata sangat kecil. Ini terlihat dari kecilnya persentase pemuatan tulisan mengenai masalah-masalah tersebut (tidak sampai 1%). Selain itu, pemberitaan media massa belum memberi manfaat yang besar terhadap pelestarian lingkungan hidup. Hal ini terlihat persentase responden yang membaca masalah

lingkungan hidup hanya 13%. Sikap masyarakat belum banyak terpengaruh oleh pemberitaan media massa mengenai lingkungan hidup. Hal itu terlihat dari responden yang menjawab dengan berbagai alasan untuk tidak menerapkan pengetahuan mengenai lingkungan hidup yang diperolehnya dari media massa dalam kehidupan sehari-hari. (Soerono, 2005:110)

Penelitian lainnya adalah yang dilakukan Andika Gesta Aji, skripsi Atma Jaya (2005), dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Pencalonan Indonesia Menjadi Tuan Rumah Piala Dunia 2022 di Tabloid Bola Terhadap Sikap Pembaca”. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh terpaan berita pencalonan Indonesia sebagai tuan rumah Piala dunia 2022 terhadap sikap pembaca. Namun pengaruh yang terjadi begitu lemah, karena sikap pembaca lebih banyak dipengaruhi variabel lain di luar terpaan berita tabloid Bola. Pembaca sendiri bersikap setuju terhadap pencalonan Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia 2022, tapi tidak yakin dengan kemampuan Indonesia menggelar Piala Dunia tersebut. Sementara kebijakan redaksional tabloid Bola yang mendukung pencalonan Indonesia ini sesuai dengan sikap pembacanya.

Media massa merupakan sarana pemberi informasi yang memegang peranan penting dalam kehidupan manusia yang senantiasa membutuhkan pengetahuan yang tiada habisnya dalam berbagai segi kehidupan. Media massa merupakan sarana paling efektif dalam mengakomodasikan seluruh informasi yang diperuntukkan bagi masyarakat dunia. Majalah sebagai salah satu bentuk media massa cetak, memberikan konsep – konsep tersendiri lewat tampilan dan esensi berita yang membedakannya dari surat kabar.

Majalah yang turut ambil bagian dalam pemberitaan tentang *global warming* salah satunya adalah Majalah *Cita Cinta*. Majalah *Cita Cinta* adalah majalah wanita yang sangat intens membahas tentang *global warming*, majalah ini memiliki rubrik khusus yang mengupas tentang pemanasan global, yang diberi nama *GreenT*. Rubrik ini membahas segala hal yang berhubungan dengan pemanasan global, mulai dari pemberitaan tentang dampak-dampak akibat pemanasan global yang terjadi di seluruh dunia, tips ramah lingkungan sampai tokoh-tokoh yang peduli dengan lingkungan. Misalnya pada edisi “Cerdas Kelola Emosi Bekal Raih Promosi” No.20, Majalah *Cita Cinta* ingin mengajak pembacanya untuk mengenal seorang tokoh yang cinta lingkungan melalui berita berikut :

*Pemeran Hermione ini belakangan doyan traveling ke Bangladesh untuk melihat sendiri tempat produksi baju butiknya, Love from Emma, dibuat. Peralnya baju-baju tersebut ramah lingkungan dan Emma bener-bener ingin membuktikannya. Dia bahkan nggak segan-segan untuk mencoba menjahit dan turun ke sungai dengan bertelanjang kaki untuk mencelup kain dan benang. Koleksi spring/summer-nya sih, cukup sukses dan Emma pun mempromosikannya lewat acara-acara lingkungan, seperti pesta kebun dengan tema Make A Difference-nya Pangeran Charles, hingga situs peopletree.co.uk. (Majalah Cita Cinta, 2010:18).*

Lewat penelitian ini, penulis ingin mengetahui, sejauh mana Majalah *Cita Cinta* dengan rubriknya yang bernama *GreenT* memberi pengaruh terhadap pembacanya untuk peduli dengan lingkungan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimanakah pengaruh terpaan rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta terhadap sikap pembaca?

### **C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **Tujuan Penelitian :**

Untuk mengetahui pengaruh terpaan rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta terhadap sikap pembaca.

#### **Manfaat Penelitian :**

##### **1. Manfaat Akademis**

Peneliti ingin Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu Komunikasi. Serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya saat melakukan penelitian dengan topik serupa.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti bahwa adanya relevansi antar topik dengan fenomena komunikasi yang diteliti.

### **D. KERANGKA TEORI**

Beberapa teori telah dikembangkan oleh para pakar ilmu komunikasi dalam beragam penelitian media akan digunakan sebagai pijakan penelitian ini.

Sebagai pondasi awal penelitian, peneliti akan memaparkan tentang efek media terbatas, untuk melihat bagaimana pengaruh media terhadap khalayak. Kemudian penggunaan media dibahas dalam teori terpaan media. Pada subbagian

berikutnya, peneliti akan menjelaskan pemahaman tentang sikap. Yang terakhir, peneliti juga akan memaparkan tentang pengertian khalayak.

### **Efek Media Terbatas**

Penelitian yang paling terkenal dengan menggunakan pendekatan ini adalah yang dilakukan Joseph Klapper. Dalam meneliti tulisan-tulisan tentang komunikasi massa, Klapper mengembangkan tesis bahwa komunikasi massa tidak langsung menyebabkan pengaruh pada audiens, tetapi termediasi oleh variabel-variabel lain (Littlejohn, 2005 : 423). Dalam hal ini media hanya sebagai salah satu alasan pendukung. Anggota masyarakat bersifat selektif dalam menerima terpaan informasi dari media massa.

Penelitian Klapper tentang pengaruh terbatas tersebut menghasilkan dua jenis tanggapan secara umum yaitu :

- a. Suatu penolakan terhadap pengaruh terbatas dalam hal pengaruh-pengaruh yang kuat. Maksudnya ialah komunikasi tidaklah menjadi penyebab terpengaruhnya audiens, melainkan hanya sebagai perantara. Jadi, dalam hal ini media hanya sebagai pemberi kontribusi saja.
- b. Suatu usaha untuk menjelaskan pengaruh terbatas dalam hal kekuasaan para anggota khalayak secara individual bukan karena media. Maksudnya bahwa anggota masyarakat juga selektif dalam menerima terpaan informasi dari media massa. Keterbatasan dari tradisi efek adalah karena masih berpola linear, padahal komunikasi sendiri tidak linear (Winarso, 2005 : 108).

Penelitian lainnya adalah yang dilakukan seorang psikolog bernama Carl Hovland. Hovland meneliti efek film dokumenter berorientasi perang, *Why We Fight*,

yang diproduksi oleh sutradara Hollywood Frank Capra, terhadap perubahan sikap penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film tersebut sukses meningkatkan pengetahuan mengenai hal yang ada di film, namun tidak terlalu efektif dalam mempengaruhi motivasi dan sikap (Baran&Davis, 2010:180).

Dalam buku *Teori Komunikasi Massa : Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*, mengungkapkan kesimpulan penting yang muncul dari penelitian efek terbatas yang dilakukan antara tahun 1945 sampai 1960 (Baran&Davis,2010:177) :

- a. *Media jarang mempengaruhi individu secara langsung. Temuan penelitian secara konsisten menemukan bahwa sebagian besar orang terlindung dari manipulasi langsung media oleh keluarga, teman-teman, rekan kerja, dan kelompok sosial. Orang-orang cenderung menghiraukan isi media berupa politik dan perilaku mereka tidak mudah diubah oleh apa yang mereka baca, lihat, atau dengar.*
- b. *Ada dua langkah aliran dari pengaruh media. Kesimpulan ini menyatakan bahwa media hanya akan berpengaruh jika opinion leader sebagai seseorang yang mengarahkan pengikutnya dipengaruhi terlebih dahulu. Oleh karena para opinion leader adalah pengguna media yang canggih dan kritis, tidak mudah dimanipulasi oleh konten media. Mereka bertindak secara efektif sebagai gatekeepers dan membuat halangan terhadap pengaruh media. Para opinion followers beralih kepada opinion leaders untuk meminta arahan dan kepastian.*
- c. *Ketika efek media terjadi, biasanya sangat lemah dan terlalu spesifik. Penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa perubahan perilaku atau kebiasaan karena media sangat jarang terjadi. Ketika hal itu terjadi, biasanya dapat dijelaskan dengan keadaan yang tidak biasa. Individu yang terpengaruh biasanya terasing dari pengaruh normal orang lain atau komitmen kelompok yang ada melemah oleh krisis.*

Efek adalah semua jenis perubahan yang terjadi dalam diri penerima, setelah menerima pesan dari suatu sumber. Perubahan tersebut meliputi perubahan pengetahuan (efek kognitif), perubahan sikap (efek afektif), dan perubahan perilaku (efek behavioral). Efek kognitif kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, dan nilai. Efek behavioral merujuk pada

perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. (Rakhmat, 1995:219)

Komunikasi dinyatakan efektif apabila dapat menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai diharapkan oleh sumber seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku, atau ketiganya. Perubahan-perubahan di pihak penerima tersebut dapat diketahui dari tanggapan-tanggapan yang diberikan sebagai umpan balik (Fajar, 2009:224). Umpan balik adalah pengaruh yang langsung diterima oleh sumber dari penerima, bisa berupa data, pendapat, komentar, ataupun saran.

## **E. KERANGKA KONSEP**

### **1. Terpaan Media (*Media Exposure*)**

Dalam studi media, dikenal istilah terpaan media (*media exposure*). Terpaan media ini menyangkut seberapa banyak media berhasil menjangkau publik, berapa banyak jumlah orang yang membaca koran, mendengarkan radio atau menonton televisi.

Ada beberapa definisi yang digunakan untuk menjelaskan apa itu terpaan media, menurut Ardianto & Erdinaya, terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data-data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media



cetak, kombinasi media audio, dan media audiovisual, media audio dan media cetak, media audio visual dan media cetak (Ardianto&Erdinaya, 2005:2).

Audiens yang sungguh-sungguh tentunya memberikan perhatian yang lebih besar. Audiens juga melibatkan pemikiran dan perasaan dengan kata lain memiliki ketertarikan terhadap isi pesan sehingga memungkinkan pengaruh exposure lebih mendalam. Sedangkan orang-orang yang menonton dengan frekuensi lebih tinggi tetapi tidak memiliki ketertarikan sehingga ingin mengetahui berita tersebut lebih mendalam, tentu saja akan memberikan pengaruh yang berbeda (Ardianto&Erdinaya,2005:2)

Frekuensi penggunaan media dalam satu bulan diukur dalam beberapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun. Untuk mengukur durasi penggunaan media adalah dengan menghitung berapa lama seseorang menggunakan media dan mengikuti suatu program dalam sehari, sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi *attention* atau perhatian. Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi khalayak (Ardianto&Erdinaya, 2005:2).

Dari pernyataan-pernyataan tentang terpaan media ini, peneliti mengukur terpaan media berdasarkan pada frekuensi, durasi atau intensitas, dan atensi atau ketertarikan anggota Milis Cita Cinta membaca rubric *GreenT* di Majalah Cita Cinta.

## **2. Sikap**

### **a. Pengertian Sikap**

Sikap berasal dari kata Latin "*apatus*" yang berarti dalam keadaan sehat dan siap melakukan aksi/tindakan. Lepas dari makna harfiah semula, pada tahun 1935,

seorang psikolog sosial bernama G.W. Allport dalam buku *Handbook of Social Psychology* membuat batasan sikap sebagai berikut Sarwono dan Eko, 2009:81) :

*.....a mental and neural state of readiness, organized through experience, exerting a directive or dynamic influence upon the individual's response to all objects and situations with which it is related*

Menurut Allport, sikap merupakan kesiapan mental, yaitu suatu proses yang berlangsung dalam diri seseorang, bersama dengan pengalaman individual masing-masing, mengarahkan dan menentukan respons terhadap berbagai objek dan situasi.

Sikap memiliki peran penting sekali dalam proses komunikasi, khususnya komunikasi persuasi karena sikap dapat mempengaruhi tindakan atau perilaku. Secara singkat, sikap adalah suatu proses penilaian yang dilakukan seseorang terhadap suatu objek. Sikap merupakan konsep yang dibentuk oleh tiga komponen. (Sarwono dan Eko, 2009: 83)

#### **a. Kognitif**

Komponen kognitif berisi semua pemikiran serta ide-ide yang berkenaan dengan objek sikap. Isi pemikiran seseorang meliputi hal-hal yang diketahuinya sekitar objek sikap, dapat berupa tanggapan atau keyakinan, kesan, atribusi, dan penilaian tentang objek sikap tadi. (Sarwono dan Eko, 2009:83)

Komponen kognitif ini berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap (Sarwono dan Eko, 2009: 83). Pengetahuan dan persepsi dalam komponen kognitif diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi yang berkaitan dengan berbagai sumber. Pengetahuan dan persepsi yang ditimbulkannya pada umumnya berbentuk kepercayaan, yaitu kepercayaan bahwa objek sikap mempunyai berbagai sifat dan bahwa perilaku tertentu akan menimbulkan hasil-hasil tertentu.

### **b. Afektif**

Komponen afektif dari sikap meliputi perasaan atau emosi seseorang terhadap objek sikap. Adanya komponen afeksi dari sikap, dapat diketahui melalui perasaan suka atau tidak suka, senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Isi perasaan atau emosi pada penilaian seseorang terhadap objek sikap inilah yang mewarnai sikap menjadi suatu dorongan atau kekuatan. (Sarwono dan Eko, 2009:83)

### **c. Konatif**

Komponen konatif dapat diketahui melalui respons subjek yang berkenaan dengan objek sikap. Respons yang dimaksud dapat berupa tindakan atau perbuatan yang dapat diamati dan dapat berupa intensi atau niat melakukan perbuatan tertentu sehubungan dengan objek sikap. Jika seseorang bersikap positif terhadap suatu objek tertentu, maka ia akan cenderung memuji, membantu, menghukum, ataupun merusak objek tersebut. (Sarwono dan Eko, 2009:84)

Karena penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta terhadap pembaca, komponen penyusun struktur sikap hanya akan sampai pada tahap kognitif saja yaitu pengetahuan dan persepsi yang diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi yang berkaitan dengan berbagai sumber.

## **3. Audiens**

Secara sederhana audiens merupakan sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya. Audiens media massa atau yang disebut sebagai audiens massa, berjumlah besar, heterogen, dan anonim. Audiens massa ialah sejumlah atau sekelompok manusia yang menerima

suatu pesan dalam waktu sama kendati berada pada tempat berbeda dan tidak saling mengenal serta tidak dapat melakukan interaksi langsung (McQuail,1987:201).

Secara umum khalayak memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Fajar,2009:156) :

1. Jumlah anggota relatif besar atau luas. Suatu khalayak yang kepadanya dikomunikasikan sesuatu, di dalam periode waktu yang pendek dan di mana komunikator tidak dapat berinteraksi dengan anggota-anggota khalayak tersebut secara tatap muka.
2. Bersifat heterogen : anggotanya beranekaragam pekerjaannya atau kedudukannya di dalam masyarakat berbeda-beda tingkatan umurnya, bermacam-macam jenis kelamin, tingkat pendidikan, daerah tempat tinggal, dan lain sebagainya.
3. Anonim: bahwa individu-individu dari anggota khalayak itu umumnya tidak dikenal secara pribadi oleh komunikator.

Terdapat formasi audiens atau sebuah tipologi audiens yang dipaparkan McQuail yaitu audiens akan termasuk pada subkategori, yang dikarakteristikan lebih lanjut sebagai kelompok atau publik, kelompok kepuasan, kelompok penggemar atau budaya cita rasa, serta audiens medium. Kelompok penggemar terbentuk atas dasar minat pada jenis isi, daya tarik, kepribadian, cita rasa budaya, ataupun intelektual tertentu. Kelompok penggemar ini tidak memiliki suatu definisi atau kategori sosial yang jelas, karena komposisinya berubah sepanjang waktu, tergantung isinya. Bila isi berubah, audiens kemudian bubar dan memperbarui diri. Sementara audiens medium berasal dari dan dipertahankan oleh kebiasaan atau loyalitas pada sumber media tertentu, misalnya surat kabar, tabloid, majalah, saluran radio, atau televisi. Loyalitas terhadap media tersebut didorong oleh alasan

komersial, baik yang terbentuk secara spontan maupun manipulasi. Audiensnya lebih mirip kumpulan atau pasar, dan hubungan antara audiens dengan sumber lebih bersifat kalkulatif serta non moral. Karakteristik audiensnya lebih bersifat sosial ekonomi dan stratifikasi sosial, seperti pengelompokan status ekonomi yang didasarkan pada pendapatan atau pengeluaran setiap bulan (McQuail, 1987, 205-208).

Berdasarkan tipe dan tipologinya audiens pembaca majalah Cita Cinta termasuk audiens pasif. Hubungan antara audiens dengan sumber lebih dipengaruhi pada alasan minat dan loyalitas, sehingga tidak terjalin interaksi secara langsung.

## **F. HIPOTESIS**

Secara etimologis hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Jadi dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji terlebih dahulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal. (Kriyantono, 2000:28)

Hipotesis juga bisa berarti jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2006:64).

Sehingga hipotesis dapat kita pandang sebagai pernyataan hubungan antara variabel-variabel yang bersifat sementara, yang kebenarannya perlu diadakan pembuktian.

Berdasarkan uraian dalam kerangka dasar teori yang telah dikemukakan maka hipotesis yang akan dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis Nol ( $H_0$ ), yaitu hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan (Kriyantono, 2006 : 34).  $H_0$  dalam penelitian ini adalah :

“Tidak terdapat pengaruh membaca rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta terhadap sikap pembaca”

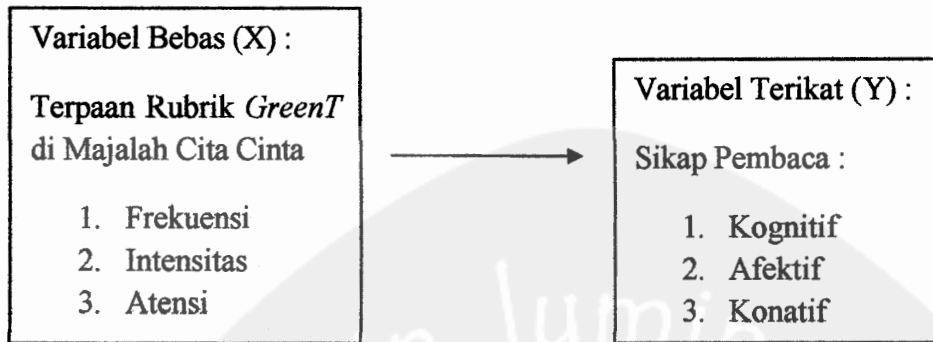
2. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) adalah alternatif dari hipotesis nol (Kriyantono, 2006:34).  $H_a$  dalam penelitian ini adalah :

“Terdapat pengaruh membaca rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta terhadap sikap pembaca”

## **G. VARIABEL PENELITIAN**

Variabel merupakan karakter yang akan diobservasi dari unit amatan. Dalam penelitian ini, variabel merupakan suatu atribut yang memiliki variasi antara suatu objek dengan objek yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel penelitian merupakan konsep yang memiliki variasi nilai. Konsep adalah abstraksi mengenai sesuatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu (Effendi dan Singarimbun, 1999:34).

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini yaitu



Gambar 1.1 Hubungan Antar Variabel

**Keterangan :**

1. Variabel bebas atau variabel independen yaitu variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya (Kriyantono, 2006:21).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah terpaan rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta. Bentuk turunan dari terpaan pemberitaan ini meliputi frekuensi membaca berita di surat kabar, intensitas membaca berita di surat kabar, dan atensi dalam merespon berita di surat kabar.

2. Variabel terikat atau variabel dependen yaitu variabel yang diduga akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel pendahulunya (Kriyantono, 2006:21).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu sikap anggota *Mailing List* Cita Cinta di Yogyakarta terhadap lingkungan. Bentuk turunan dari sikap ini terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan konatif.

## H. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel (Effendi dan Singarimbun, 1989:46). Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Independen yaitu terpaan rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta.

Rubrik *GreenT* merupakan rubrik yang berisi tentang hal-hal yang berhubungan dengan pemanasan global, yang dimuat di Majalah Cita Cinta. Definisi operasionalnya berupa frekuensi, intensitas, dan atensi dari khalayak (warga) dalam merespon suatu berita.

#### a. Frekuensi (tingkat keseringan) khalayak membaca Majalah Cita Cinta.

Berupa tingkat keseringan membaca majalah. Pengukuran dilakukan dengan data nominal.

#### b. Intensitas (durasi/kedalaman) khalayak membaca rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta.

Berupa durasi atau kedalaman berita yang dibaca. Pengukuran dilakukan dengan data nominal.

#### c. Atensi (perhatian/ketertarikan) khalayak dalam membaca rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta.

Berupa ketertarikan khalayak dalam membaca rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta. Pengukuran dilakukan dengan skala nominal.



2. Variabel Dependen yaitu sikap anggota *Mailing List* Cita Cinta terhadap lingkungan.

Terdiri dari tiga komponen sikap yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif. Ketiga komponen tersebut yang kemudian akan memperlihatkan sikap cinta lingkungan karena rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta. Ketiga komponen tersebut yaitu sebagai berikut :

a. Komponen Kognitif :

- Pengetahuan pembaca tentang butik baju ramah lingkungan milik Emma Watson.
- Pengetahuan pembaca tentang rata-rata sampah yang dihasilkan orang-orang di Indonesia.
- Pengetahuan pembaca tentang proses penguraian sampah plastik.
- Pengetahuan pembaca tentang produk pertanian yang ramah lingkungan.
- Pengetahuan pembaca tentang Leonardo Dicaprio sebagai duta produk ramah lingkungan.
- Pengetahuan pembaca tentang aksi protes WWF.
- Pengetahuan pembaca mengenai penambangan timah di Bangka dan Belitung.
- Pengetahuan pembaca tentang bagaimana mencegah pemanasan global.

b. Komponen afektif

- Ketertarikan pembaca dengan artikel yang disajikan di rubrik *GreenT*.
- Ketertarikan pembaca untuk mencari info terbaru tentang pemanasan global.
- Ketertarikan pembaca dengan tokoh yang peduli dengan lingkungan, Leonardo Dicaprio.
- Keprihatinan pembaca terhadap situasi lingkungan saat ini yang semakin rusak.

- Ketertarikan pembaca untuk menggunakan barang-barang yang ramah lingkungan yang direkomendasikan di rubrik *GreenT*.
  - Kekecewaan pembaca dengan pembalakan hutan secara liar di Indonesia.
  - Perasaan tidak suka pembaca terhadap orang-orang yang tidak peduli dengan lingkungan.
- c. Komponen konatif
- Mendukung kampanye untuk mencegah pemanasan global.
  - Mengajak teman untuk mencintai lingkungan.
  - Mengurangi sampah plastik, beralih menggunakan barang-barang yang lebih ramah lingkungan.
  - Membuang sampah pada tempatnya.
  - Bergabung dalam organisasi *Greenpeace*.
  - Menanam pohon untuk penghijauan.
  - Melakukan 3R, yaitu *Reduce, Reuse, and Recycle*.

Komponen-komponen tersebut diukur dengan skala Guttman. Skala ini disusun secara kontinum (diurutkan secara hierarki), sedemikian rupa sehingga seseorang yang setuju/menerima sebuah item pertanyaan akan setuju/menerima item pernyataan selanjutnya. Skala ini biasanya digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas (tegas) dan konsisten.

## **I. METODOLOGI PENELITIAN**

### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sesuai yang diungkapkan Rachmat Kriyantono, penelitian kuantitatif yaitu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Di sini periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2006:57). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah dengan metode survei, yaitu peneliti mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1987:25).

Terkait dengan penelitian ini, variabel-variabel yang ingin diuji pembuktian hipotesisnya adalah besar kecilnya pengaruh terpaan rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta terhadap sikap pembaca. Maka dari itu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau penelitian inferensial (pengujian hipotesis) dan menyandarkan pada suatu probabilitas penolakan atau penerimaan hipotesis yang telah disusun sebelumnya. Penelitian ini menekankan analisa dari data-data numerikal atau angka-angka yang diperoleh dari pengisian angket dan kuesioner.

### **a. Objek Penelitian**

Majalah Cita Cinta merupakan majalah wanita beberapa rubrik yang berhubungan dengan dunia wanita, seperti kecantikan, *fashion*, selebritis, dan juga tentang lingkungan yang diberi nama *GreenT*. Rubrik ini berisi tentang hal-hal yang berhubungan dengan *global warming*, seperti tentang kerusakan alam di beberapa

negara atau tokoh-tokoh yang peduli dengan lingkungan. Peneliti memilih Majalah Cita Cinta sebagai obyek penelitian karena majalah ini salah satu majalah yang intens mengupas tentang isu *global warming* dengan bahasa yang cukup ringan dan pemilihan topik yang sangat menarik.

#### **b. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan jumlah dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Effendi dan Singarimbun,1995:152). Populasi dalam penelitian ini adalah para pembaca Majalah Cita Cinta di Yogyakarta yang tergabung dalam *Mailing list* Cita Cinta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Sampling Jenuh* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007:85). Alasan peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel ini karena jumlah populasi relatif kecil, yaitu sebanyak 50 orang.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan dapat memberikan gambaran dari sifat populasi yang bersangkutan (Sugiyono, 2007:84). Sampel dari penelitian ini adalah anggota *mailing list* Majalah Cita Cinta, karena peneliti mencari pembaca yang benar-benar tahu tentang rubrik *GreenT*. Sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 50 orang.

#### **c. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, dapat disebut juga angket. Kuesioner bisa dikirim melalui pos atau peneliti mendatangi langsung responden. Bisa diisi saat

periset datang sehingga pengisiannya didampingi periset, bahkan peneliti bisa bertindak sebagai pembaca pertanyaan dan responden tinggal menjawab berdasarkan jawaban yang disediakan. Kuesiner bisa diisi sendiri oleh responden tanpa bantuan atau kehadiran periset. Kemudian hasilnya bisa dikirim atau diambil sendiri oleh periset. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2006:93).

Angket dalam penelitian ini berupa daftar pertanyaan yang dibagikan secara langsung kepada anggota milis Majalah Cita Cinta yang telah memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai responden penelitian. Angket dibagikan secara langsung kepada anggota milis Majalah Cita Cinta dengan maksud agar peneliti sekaligus dapat memberikan penjelasan mengenai maksud dan tujuan pengisian angket tersebut. Dalam angket yang telah disusun sudah tersedia beberapa pertanyaan dengan alternatif jawaban yang dapat dipilih responden.

#### **d. Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mengolah, mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan suatu uraian dasar. Pengolahan dilakukan pada data-data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat ditemukan tema dan makna sesuai yang disarankan oleh data (Kriyantono, 2006:163). Pada penelitian ini analisis dilakukan setelah seluruh data terkumpulkan. Data yang terkumpul merupakan data kuantitatif. Dari data tersebut kemudian dibuat deskripsi variabel melalui distribusi frekuensi, untuk mengetahui distribusi jawaban responden di setiap

variabel. Deskripsi tersebut dilakukan dengan cara menghitung rata-rata pernyataan dari setiap variabel.

Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel rubrik *GreenT* di Majalah Cita Cinta (X) terhadap sikap pembaca (Y). Bentuk persamaan regresinya ialah  $Y = a+bX$  (Kriyantono, 2006:180).

#### a. Uji Validitas

Validitas yaitu ukuran ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur memiliki validitas yang tinggi apabila mampu memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Sugiyono, 2007:122). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah validitas konstruk (Sugiyono,2007:128). Rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - ((\Sigma X)(\Sigma Y))}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi dengan nilai total item dengan item yang lain

X : Nilai item

Y : Nilai total item

n : Banyaknya item

Uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS for Windows version 15.00. Rumus yang berlaku dengan menggunakan syarat jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel dengan taraf signifikansi 95%, maka instrument tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel dengan taraf signifikansi 95%, maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2006:213).

#### b. Uji Reliabilitas

Setelah suatu alat pengukuran dinyatakan valid, maka untuk tahap berikutnya yaitu menguji reliabilitas alat tersebut. Reliabilitas adalah ukuran keterpercayaan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran diperoleh hasil yang relatif sama (Effendi dan Singarimbun, 1984:88).

Pada penelitian ini, uji reliabilitas terhadap kuesioner dilakukan dengan melihat jawaban dari responden. Kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban-jawaban responden pada kuesioner termasuk konsisten atau stabil. Pada program SPSS, pengujian ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, di mana suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

#### e. Pengujian Hipotesis

Analisis data merupakan proses mengolah, mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan suatu uraian dasar. Pengolahan dilakukan pada data-data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat ditemukan tema dan makna sesuai yang disarankan oleh data (Kriyantono, 2006:163). Pada proses ini seringkali menggunakan statistik.

Salah satu fungsi statistik yaitu menyederhanakan data penelitian yang besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana dan lebih mudah untuk dipahami. Di samping itu statistik juga membandingkan hasil yang diperoleh dengan hasil yang terjadi secara kebetulan sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji apakah hubungan yang diamati memang betul terjadi karena adanya hubungan sistematis antara variabel-variabel yang diteliti atau hanya terjadi secara kebetulan (Effendy dan Singarimbun, 1997:263). Pada penelitian ini, analisis dilakukan setelah seluruh data terkumpulkan.

Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu:

a. Uji Korelasi

Perhitungan korelasi digunakan untuk mengetahui berapa jumlah koefisien korelasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variasi variabel bebas, serta untuk mengetahui tingkat hubungan yang ada antara variabel X dan variabel Y, dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2006:213):

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2}][\sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}]}$$

Harga r berada dalam jarak 0 sampai dengan 1 yang tertera pada tabel berikut:



Tabel 1.1

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006:216)

Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan r hitung dengan r tabel:

Ho ditolak jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$

Ho diterima jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$

b. Regresi Linier Sederhana

Teknik pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk mengetahui atau mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumusnya yaitu sebagai berikut (Sunnyoto, 2007:9):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel dependent (sikap khalayak)

a : Harga konstan

b : Koefisien regresi

X : Variabel independent (terpaan rubrik *GreenT*)

$$\frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Untuk mencari nilai a dan nilai b digunakan rumus sebagai berikut:

---

$$a = Y - bX$$

Untuk memudahkan dalam pengolahan data, peneliti akan melakukan dengan bantuan program SPSS *for Windows version 15.00*.