

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Empat tahun berselang sejak tahun 2002 lalu, Merapi mengamuk lagi. Setelah meletus pada tahun 2006 silam, Merapi kembali memuntahkan berjuta-juta material dan meluluhlantakkan semua yang dilewatinya. Tak terkecuali desa Kinahrejo, Cangkringan, Sleman, tempat mbah Marijan juru kunci Merapi yang fenomenal itu tinggal. Bahkan sosok yang sangat lekat dengan Gunung Merapi inipun turut menjadi salah satu korban tewas akibat letusan dasyat Gunung Merapi pada 26 Oktober 2010 (Kompas.com, diakses tanggal 12 November 2010).

Meletusnya Gunung Merapi menorehkan duka yang dalam bagi para korbannya. Jumlah warga yang meninggal paska letusan Merapi terus bertambah. Hingga 14 November 2010 tercatat total korban meninggal sebanyak 178 jiwa sejak Oktober 2010, sedangkan 91 orang masih dirawat di Rumah Sakit dimana 21 orang mengalami luka bakar dan 70 orang lainnya tidak mengalami luka bakar. Selain jumlah warga yang luka saat ini masih terdapat warga yang belum diketahui nasibnya. Menurut laporan yang diterima Tim Disaster Victim Identification Polda DIY terdapat 257 warga yang belum diketahui keberadaannya, dimana sebagian besar berasal dari kecamatan Cangkringan. Hal tersebut disampaikan oleh Kepala Humas Rumah Sakit dr Sardjito, Trisno Heru Nugroho (Vivanews.com, diakses tanggal 14 November 2010).

Namun hampir dua bulan berselang sejak ditetapkannya status *Awat* pada 25 Oktober 2010 lalu, Merapi belum juga mereda. Hasil deteksi kegempaan vulkanik

oleh Balai Penyelidikan dan Pengembangan Teknologi Kegunungpian (BPPTK) menunjukkan aktivitas Gunung Merapi belum ada tanda-tanda mereda. Suplai magma dari kantongnya ke puncak masih terus berlangsung dan energi masih besar. Sehingga potensi letusan eksplosif dan luncuran awan panas masih berpotensi terjadi (SKH Kedaulatan Rakyat, diakses tanggal 9 November 2010).

Aktivitas dan letusan Merapi kali ini memang tercatat sebagai letusan terbesar dalam periode 100 tahun terakhir. Akibatnya beberapa desa luluh lantak rata dengan tanah, ratusan hewan mati, ratusan hektar persawahan turut rusak tersapu awan panas. Bahkan abu vulkanik Merapi tidak hanya dirasakan warga Yogya, Jawa Tengah dan sekitarnya, namun hingga wilayah Jawa Barat. Ribuan pengungsi tersebar di berbagai daerah, diliputi rasa takut dan sedih yang berlebihan. Kekawatiran tidak hanya dirasakan oleh para pengungsi, namun juga sebagian besar warga Yogya dan Jawa Tengah meskipun berada dalam zona aman sekalipun (Tempointeraktif.com, diakses tanggal 5 November 2010).

Di tengah rasa was-was terhadap ancaman Merapi, masyarakat dibuat panik dengan beredarnya *Short Message Service* (SMS) tak bertanggung jawab yang berisi tanggal kapan Merapi meletus dengan sangat dasyat. Bahkan, sebuah stasiun televisi swasta dalam salah satu tayangannya menyebut kemungkinan letusan dasyat Merapi akan membuat kota Yogya luluh lantak. Tayangan tersebut merujuk pada perkiraan para ahli vulkanologi dunia (namun tak disebutkan sumbernya) tentang kemungkinan letusan dasyat Merapi yang bisa meratakan Yogya (SKH Kedaulatan Rakyat, 9 November 2010).

Silet, sebuah acara infotainment yang tayang di Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) ini memberikan dampak cukup luas terkait pemberitaannya tentang meletusnya gunung teraktif di dunia ini, yakni kepanikan masyarakat. Pengulangan berita, stok gambar, running text, dan sebagainya, tidak menyertakan waktu seolah-olah semua berita tersebut terjadi pada kondisi terkini, hal ini yang membuat masyarakat cemas. Tidak hanya warga Yogya dan Jawa Tengah yang merasakan langsung dampak meletusnya Gunung Merapi, namun juga warga Indonesia yang memiliki sanak saudara di Yogyakarta. Program tayangan tersebut dianggap tidak hanya telah meneror masyarakat, tapi juga bermuatan provokatif dan tidak jelas misinya, sumber beritanya pun tidak didasarkan pada data yang valid (Detikpos.net, diakses tanggal 7 November 2010).

Media memiliki peran yang sangat penting di tengah adanya bencana yang melanda negeri ini. Informasi yang diberikan serta liputannya mampu menarik aksi simpati dunia. Sama halnya yang terjadi pada peristiwa meletusnya Gunung Merapi, banyak media lokal maupun nasional bahkan internasional yang meliput dan menyiarkan segala berita yang berhubungan dengan Merapi, dari awal penentuan status Gunung Merapi hingga pada meletusnya, berapa banyak wilayah yang luluh lantak dan korban yang berjatuhan akibat tersapu awan panas, bagaimana keadaan dan kondisi para pengungsi di barak pengungsian, bagaimana proses evakuasi korban dan masih banyak informasi lagi. Berita yang diberikan sekaligus menggambarkan betapa besar erupsi dan dampak yang diberikan oleh meletusnya Gunung Merapi.

Namun, di tengah kepanikan korban letusan Merapi, tayangan infotainment *Silet* di RCTI justru malah “mencoreng” nama media massa. Tayangan infotainment

Silet edisi 7 November 2010 yang mengulas tentang peristiwa meletusnya Gunung Merapi ini dinilai telah meresahkan warga Yogyakarta khususnya para pengunjung korban Gunung Merapi yang semakin resah dan panik. Hal ini bisa terjadi karena masyarakat secara psikis belum sepenuhnya sembuh akibat letusan yang menelan korban ratusan jiwa itu (Detikpos.net, diakses tanggal 8 November 2010).

Penayangan berita seputar bencana alampun sebenarnya telah diatur dalam sebuah Undang-Undang. Seperti yang ditulis dalam Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat bahwa:

Semua televisi maupun radio harus cermat dalam menayangkan berita seputar bencana Gunung Merapi. UU 32 tahun 2002 tentang Penyiaran maupun Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) juga mengatur, pemberitaan atau peliputan tidak boleh menambah penderitaan atau trauma korban, keluarga, dan masyarakat. Lembaga penyiaran swasta diharapkan dalam mengambil momen musibah Merapi agar berimbang, akurat dan tidak mencampur adukkan antara fakta dan opini pribadi (SKH Kedaulatan Rakyat, 11 November 2010).

Dalam tayangannya, *Silet* meramalkan akan terjadi letupan dasyat dan semburan awan panas dari Merapi dengan radius hingga 65 kilometer hingga akan membuat kota Yogyakarta sebagai kota yang bakal rata dengan tanah. Pemberitaan tersebut juga mengupas tuntas seputar hubungan kota Yogyakarta dengan bencana Gunung Merapi yang telah diprediksi dalam Ramalan Joyoboyo 500 tahun yang lalu. Prediksi tersebut didasari komentar ahli vulkanologi serta menampilkan prediksi dan ramalan paranormal dan politisi Permadi S.H (Kompasiana, diakses tanggal 8 November 2010).

Persoalan semakin besar ketika presenter *Silet*, Fenny Rose, menyebutkan Yogyakarta sebagai “kota malapetaka”. Salah satu potongan naskah yang dianggap mencemaskan publik adalah sebagai berikut :

"Puncak letusan Merapi kabarnya akan terjadi hari ini hingga esok hari pada bulan baru yang jatuh pada 8 November. Ahli LAPAN selalu mencatat hampir semua letusan dan guncangan gempa yang muncul pada bulan baru. Lantas apa yang terjadi pada Jogjakarta? Mungkinkah Jogjakarta, kota budaya yang elok akan tergolek lemah tak berdaya? Benarkah Jogja yang dalam banyak lagu digambarkan begitu indah akan berubah menjadi penuh malapetaka?"(Inilah.com, diakses tanggal 8 November 2010).

Tentu saja tayangan ini langsung mendapat respon dari berbagai pihak.

Pemberitaan yang tidak berimbang dan tidak faktual ini mau tidak mau mengundang banyak protes dari warga Yogyakarta yang dilayangkan lewat beberapa media, termasuk dari jejaring sosial dunia maya seperti *facebook* dan *twitter*. Setelah mendapat banyak desakan dari publik, akhirnya Minggu malam *Silet* meminta maaf pada masyarakat, khususnya warga Yogyakarta yang sudah dibuat heboh dan panik karena pemberitaan tersebut (Kompasiana, diakses tanggal 8 November 2010).

Namun apa yang dilakukan *Silet* sudah terlanjur menciptakan kepanikan warga. Seperti yang disampaikan oleh Dadang Rahmat Hidayat, selaku Ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, tayangan yang berdurasi satu jam di RCTI itu telah terbukti menimbulkan keresahan masyarakat yang berada di Yogyakarta. Sampai-sampai dalam hitungan satu hari sejak tayangan itu muncul, KPI telah menerima 1.128 pengaduan dari masyarakat. "Akibat sebuah tayangan di salah satu stasiun televisi, di Nanggulan (sebuah kecamatan di Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta), tim relawan dan SAR harus mengurus secara swadaya 550 orang pengungsi yang terganggu akibat tayangan *Silet*, bahkan tayangan tersebut sempat membuat warga eksodus", imbuh Dadang (Detiknews.com, diakses tanggal 8 November 2010).

Banyaknya laporan ratusan warga yang panik usai menyaksikan infotainment yang disiarkan setiap hari ini pada akhirnya membuat Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) harus turun tangan dengan menjatuhkan tiga sanksi berat untuk RCTI. Stasiun televisi swasta tersebut divonis telah melakukan kesalahan menayangkan siaran yang tidak mempertimbangkan proses pemulihan dan menambah penderitaan bagi korban bencana alam, sesuai pasal 34 Peraturan KPI nomor 2 tahun 2009. Seperti yang diungkapkan oleh anggota KPI Pusat, Dr. Iswandi Syahputra, tiga sanksi tersebut adalah penghentian tayangan *Silet* sampai batas waktu yang tidak ditentukan, permohonan maaf selama tujuh hari berturut-turut melalui siaran RCTI, dan permohonan maaf kepada masyarakat Yogyakarta melalui satu media nasional dan dua media lokal (SKH Kedaulatan Rakyat, 9 November 2010).

Bukan cuma sekali ini acara *Silet* menggulirkan ramalan-ramalan. Menjelang pergantian tahun atau ketika mengulas tentang pernikahan selebritis, sejumlah peramal ditampilkan untuk memberikan ramalan. Kerjaan non jurnalistik ini didasarkan filosofi sederhana yaitu "GOSIP" makin diGOsok makin SIP. Karena itu pekerja acara *Silet* dan beberapa lainnya dianggap tidak semestinya jika dimasukkan dalam jajaran pekerja jurnalistik (Kompasiana, diakses tanggal 12 November 2010).

Seperti yang diungkapkan oleh M. Kabul Budiono dalam tulisannya di Kompasiana pada tanggal 12 November 2010 lalu, infotainment adalah program berita atau faktual yang dikemas dan disajikan secara menghibur. Infotainment dalam arti yang sesungguhnya bukanlah acara mengenai gosip dan tetek bengek kehidupan para selebritis. Sedangkan tim *Silet* memasukkan ramalan tentang Gunung Merapi ke dalam acaranya kemungkinan karena memandangi bencana Merapi sedang menjadi

isu panas sehingga menarik untuk dijadikan materi acara. Celakanya, *Silet* justru dianggap tidak hanya “menyilet” perasaan korban bencana dan masyarakat Yogya, namun juga sudah “menyilet” aturan KPI (Kompasiana, diakses tanggal 12 November 2010).

Mengutip tulisan Bill Kovach dan Tom Resentiel dalam bukunya “The Elements Of Journalism”, Octo Lampito Ketua Dewan Kehormatan Dewan Daerah PWI Yogya mengatakan bahwa kewajiban pertama jurnalisisme adalah kebenaran. Loyalitas pertamanya untuk warga. Intisarinya pada disiplin dalam verifikasi.

Saat ini, dalam media elektronik segalanya dihitung oleh rezim rating, yakni sejauh mana program televisi mampu menyedot perhatian pemirsa. Andai semakin menarik, semakin banyak ditonton, semakin banyak pula mendongkrak iklan. Namun dalam peliputan bencana seperti sekarang, meski dalam persaingan yang ketat dan tinggi, Pers Indonesia harus terus mengingat aturan dalam Undang-Undang no. 40 tahun 1999 serta Kode Etik Jurnalistik bahwa wartawan harus selalu menguji informasi (pasal 3), tidak menulis berita bohong dan fitnah (Lampito, SKH Kedaulatan Rakyat, 11 November 2010).

Objektivitas dalam media lahir dari informasi yang akurat dengan mengindahkan etika dalam jurnalistik. Hal inilah yang menjadi alat ukur dalam pengambilan keputusan publik. Sumber berita dari *Short Message Service* (SMS) seperti yang terjadi pada kasus penayangan *Silet*, seharusnya tidak dijadikan sebagai dasar yang langsung tayang. Proses verifikasi, cek dan ricek adalah tugas media untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat.

Meletusnya Gunung Merapi merupakan suatu fenomena alam yang layak mendapat peliputan. Sejak bencana ini terjadi, pers selalu memberitakannya, baik mengenai besarnya tingkat kerusakan dan jumlah korban, bagaimana bencana tersebut selama ini ditangani dan seharusnya ditangani, bagaimana bencana ini bisa

terjadi, dan bagaimana pemberitaan ini mampu mengetuk nurani masyarakat agar mau peduli dan solider dengan penderitaan yang dialami masyarakat Yogyakarta serta Jawa Tengah, dan sebagainya.

Hal ini memperlihatkan bahwa media merupakan instrumen untuk berevolusi, kontrol sosial, pendidikan, alat menjangkau dan membangun opini publik, dan sebagai alat untuk mobilisasi massa. Melalui media masyarakat disuguhkan berbagai informasi dan opini mengenai bencana yang terjadi, dididik untuk mengetahui gejala-gejala alam bagaimana mencegah dan mengantisipasinya. Melalui media ini pula opini publik dibangun bahwa bencana ini sungguh dasyat sehingga massa secara otomatis dimobilisasi untuk mengulurkan bantuan baik materi maupun tenaga.

Sudah selayaknya bahwa media bisa lebih memperhatikan konten berita yang akan disajikan kepada masyarakat. Media diharapkan dapat memperhatikan akurasi berita dan bisa membantu menyelesaikan masalah. Media juga diharapkan dapat menjadi pilar keempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif, agar tidak hanya menyuguhkan berita yang *up to date*, namun juga mendidik sehingga masyarakat bisa bersikap kritis dan mampu mempertimbangkan sesuatu sebelum melangkah.

Televisi sebagai salah satu media massa elektronik memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi sikap dan cara pandang khalayaknya mengenai suatu hal. *Silet*, sebagai salah satu bentuk produk tayangan televisi mampu memberikan pengaruh terhadap keresahan dan kecemasan masyarakat Yogyakarta terkait dengan pemberitaannya mengenai meletusnya Gunung Merapi, termasuk mahasiswanya. Yogyakarta dengan sebutannya sebagai kota pelajar membuat sebagian mahasiswanya berasal dari luar kota Yogyakarta, untuk menuntut ilmu di kota ini.

Adanya pemberitaan tentang meletusnya Gunung Merapi membawa kekawatiran tersendiri, tidak hanya bagi mereka yang saat itu tinggal di Yogya, namun juga saudara dan keluarga mereka di luar kota Yogya yang terus mengikuti perkembangan meletusnya Gunung Merapi melalui media baik cetak maupun elektronik. Akibat pemberitaan Silet 7 November 2010 lalu, sebagian dari mereka dikabarkan mendapat himbauan dari keluarga mereka untuk pulang ke daerah asal mereka atau mengungsi (Kompas.com, diakses tanggal 25 November 2010), meskipun acara ini bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi kecemasan mereka.

Adanya pengaruh terpaan media juga didukung dengan adanya beberapa hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, seperti penelitian dengan judul “Terpaan Media dan Tingkat Kecemasan Masyarakat (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Terpaan Media Tentang Kasus “Flu H1N1” di Televisi Terhadap Tingkat Kecemasan Masyarakat di Desa Helvetia Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara)” oleh Robert Sianturi (2008:1) (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2008). Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,495. Terdapat pengaruh media terhadap tingkat kecemasan masyarakat di Desa Helvetia Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. Ini berarti terpaan media khususnya media televisi berpengaruh terhadap tingkat kecemasan masyarakat di Desa Helvetia Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara.

Hasil penelitian lainnya dilakukan oleh Erlina (2008:1), penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Kecelakaan pada Program Acara Lintas Pagi di Radio KDS 8 Malang Terhadap Kewaspadaan Berkendaraan (Studi pada Masyarakat

RW 05 di Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Kota Malang)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang, 2008). Penelitian dilakukan kepada masyarakat di kota Malang. Di sini ada pengaruh positif pemberitaan mengenai berita kecelakaan pada program acara Lintas Pagi di Radio KDS 8 Malang terhadap kewaspadaan berkendara, yang berarti semakin sering masyarakat mendengarkan berita kecelakaan di radio tersebut, maka tingkat kewaspadaan responden dalam berkendara semakin tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin mencari jawaban bagaimana pengaruh terpaan media, dalam hal ini pemberitaan isu-isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan *Silet* edisi 7 November 2010 terhadap masyarakat, dengan melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Terpaan Pemberitaan Isu-Isu Meletusnya Gunung Merapi Terhadap Kecemasan Mahasiswa*” (*Studi Kuantitatif Kasus Penayangan Silet Edisi 7 November 2010 Terkait Isu Meletusnya Gunung Merapi Terhadap Kecemasan Mahasiswa Komunikasi dan Mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta*).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dari permasalahan di atas adalah : Bagaimana pengaruh terpaan isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan *Silet* edisi 7 November 2010 terhadap kecemasan Mahasiswa Komunikasi dan Mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan *Silet* edisi 7 November 2010 terhadap kecemasan Mahasiswa Komunikasi dan Mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis :

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat memberi pengetahuan baru bagi ilmu komunikasi, khususnya dalam konsentrasi jurnalisme, sehingga dapat memberi kontribusi bagi kepentingan akademis yang diharapkan menambah wawasan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis :

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat memberi pengetahuan baru bagi masyarakat mengenai bagaimana media massa melalui pemberitaannya dapat mempengaruhi tingkat kecemasan mereka.

1.5 KERANGKA TEORI

1.5.1 Teori Efek Terbatas

Para peneliti *War of The World* yang dipimpin oleh Hadley Cantril merupakan bagian dari garda peneliti sosial yang pelan-pelan mengubah sudut pandang kita mengenai bagaimana media mempengaruhi masyarakat. Media tidak

lagi ditakuti sebagai alat untuk manipulasi dan tekanan politik, tetapi lebih dilihat sebagai alat yang relatif baik dan berpotensi untuk kepentingan umum. Hal ini terjadi karena publik dilihat dapat menahan rayuan dan manipulasi. Selain itu berkembang pendapat bahwa sebagian besar orang dipengaruhi oleh orang lain daripada media (Baran dan Dennis,2009:165-166)..

Penelitianpun dilakukan untuk mengukur pengaruh media terhadap perilaku dan pemikiran khalayak, seperti penelitian yang dipimpin oleh Paul Lazarsfeld dengan menggunakan metode survei. Survei-survei ini memberikan bukti bahwa media jarang memiliki pengaruh kuat yang langsung terhadap individu. Efek yang terjadi hanya terbatas di lingkungan tertentu, hanya mempengaruhi sedikit orang atau hanya berpengaruh pada pemikiran atau tindakan yang dangkal. Dan temuan ini yang membawa pada perspektif media yang kemudian disebut sebagai *Pespektif Media Terbatas* (Baran dan Dennis,2009:165-166).

Berawal dari kritikan terhadap teori jarum hipodermik atau *hypodermic needles theory* yang menekankan pada kekuatan media untuk mengubah perilaku khalayak yang akhirnya memunculkan teori efek terbatas atau *limited effect theory*. Penelitian-penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa sesungguhnya media massa memiliki efek yang kecil dalam mengubah perilaku. Hal ini dikemukakan Hovland dalam penelitiannya mengenai efek film dalam militer yaitu bahwa proses komunikasi massa hanyalah melakukan transfer informasi pada khalayak dan bukannya mengubah perilaku sehingga perubahan yang terjadi hanyalah sebatas pada kognisi saja. Terbatasnya efek komunikasi massa hanya pada taraf kognisi dan afeksi

ini menyebabkan teori aliran baru ini disebut sebagai *limited effect theory* atau teori efek terbatas (Littlejohn dan Foss,2005:332).

Konsep tentang teori efek terbatas ini dikukuhkan melalui karya Klapper yang berjudul *The Effects of Mass Communication* (1960). Klapper menyatakan bahwa proses komunikasi massa tidak langsung menuju pada ditimbulkannya efek tertentu, melainkan melalui beberapa faktor (disebut sebagai *mediating factor*). Faktor-faktor tersebut merujuk pada proses selektif berpikir manusia yang meliputi persepsi selektif, terpaan selektif, dan retensi (penyimpangan/memori) selektif. Ini berarti bahwa media massa memang punya pengaruh, tetapi bukanlah satu-satunya penyebab.

Klapper mengemukakan bahwa model efek terbatas mulai muncul pada tahun 1940-an. Beberapa penelitian mengenai model ini telah banyak dilakukan para ahli yang melakukan studi tentang pengaruh-pengaruh komunikasi massa, antara lain Hovland Army yang memperlihatkan bahwa orientasi film efektif dalam mentransmisikan pesan, namun tidak mampu mengubah sikap khalayak. Riset juga dilakukan oleh Cooper & Yahoda terhadap film kartun Mr. Bigott menunjukkan bahwa persepsi selektif akan mengurangi keefektifan pesan. Lazarsfeld juga melakukan studi tentang pemilihan umum yang menunjukkan bahwa hanya sedikit orang saja yang dipengaruhi program kampanye pemilihan (Suprpto, 2007; 23).

Model efek terbatas memiliki dukungan yang sangat kuat dari model arus komunikasi dua tahap yang menyatakan bahwa pesan-pesan media massa tidak seluruhnya akan mencapai khalayak massa secara langsung, bahkan sebagian besar berlangsung secara bertahap. Tahap pertama, pesan datang dari media massa kepada

opinion leaders dan tahap berikutnya dari pemuka masyarakat mengalir kepada khalayak massa. Model ini menunjukkan bahwa pesan komunikasi massa tidak serta merta dapat mencapai khalayak sasaran secara langsung, akan tetapi melalui perantara komunikasi antar pribadi, sinergi dari dua komunikasi ini akan melahirkan efektivitas dalam mengubah sikap, opini, maupun perilaku khalayak.

Joseph Klapper juga mengemukakan teori efek terbatas yang diartikan bahwa pengaruh komunikasi massa adalah terbatas, tidak *all-powerfull*. Hasil penelitian yang dilakukan Joseph Klapper mengenai *opinion leadership*, menunjukkan adanya peranan yang besar dari kontak-kontak antar pribadi. Tanpa hal ini komunikasi massa tidak dapat berbuat banyak. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa komunikasi massa umumnya tidak bertindak selaku sebab utama bagi timbulnya efek di pihak khalayak, melainkan lebih merupakan fungsi antara jalinan faktor-faktor mediasi dan pengaruh. Faktor-faktor mediasi tersebut mencakup proses-proses seleksi, proses-proses kelompok dan *opinion leadership* (Maulana, 2009; 25).

Efek terbatas dari media massa terkait dengan sikap masyarakat yang selektif dalam menerima terpaan informasi dari media massa. Selain itu, kekuatan sosial dapat mempengaruhi media, bahkan individupun bisa mempengaruhi media. Efek terbatas dari media massa dikarenakan adanya perbedaan audiens dalam menanggapi terpaan media tersebut. Menurut Littlejohn&Foss (2005:332) audiens dapat dibedakan atas dua macam yakni: massa secara beraneka ragam dalam jumlah besar dan kelompok-kelompok kecil atau komunitas kecil. Pengertian yang pertama (aneka ragam kelompok massa) melihat audiens sebagai populasi yang besar jumlahnya dan bisa dibentuk oleh media. Sedangkan yang terakhir (komunitas kecil kelompok),

audiens dipandang sebagai anggota kelompok-kelompok kecil yang berbeda-beda, yang sebagian besar bisa dipengaruhi oleh kelompoknya.

Audiens juga dapat dikelompokkan menjadi audiens pasif dan audiens aktif. Audiens pasif maksudnya adalah pengertian yang menganggap bahwa masyarakat lebih banyak dipengaruhi oleh media. Masyarakat secara pasif menerima apa yang disampaikan media, masyarakat menerima secara langsung apa-apa yang disampaikan oleh media. Sedangkan audiens aktif berlaku sebaliknya. Kelompok ini lebih selektif dalam menerima pesan-pesan media, mereka juga selektif dalam memilih dan menggunakan media (Littlejohn dan Foss,2005:333).

Sedangkan menurut Turner (2006:187) terdapat dua pendekatan pada orientasi terbatas dapat diidentifikasi untuk menjelaskan teori efek terbatas. *Pertama*, perspektif perbedaan individu melihat kekuatan media dibentuk oleh faktor-faktor personal seperti kecerdasan dan penghargaan diri. Contohnya, orang pintar, orang mapan adalah orang yang mampu untuk mempertahankan diri mereka terhadap dampak media yang tidak diinginkan. Pendekatan kedua, model kategori sosial (*social categories model*), yakni melihat kekuatan media terbatas oleh asosiasi anggota khalayak dan afiliasi kelompok. Contohnya, kelompok partai Republik cenderung menghabiskan waktu dengan orang Republik lainnya, yang membantu mereka menginterpretasikan pesan media secara konsisten sesuai dengan cara Republik. Hal ini dengan efektif membatasi pengaruh apapun yang dapat dimiliki oleh pesan media.

Beberapa kesimpulan penting yang muncul dari penelitian efek terbatas yang dilakukan antara tahun 1945 sampai 1960 adalah :

1. Media jarang memengaruhi individu secara langsung

Temuan penelitian secara konsisten menemukan bahwa sebagian orang terlindungi dari manipulasi langsung media oleh keluarga, teman-teman, rekan kerja, dan kelompok sosial. Ketika mereka menemukan ide atau informasi baru, maka mereka akan beralih ke orang lain untuk memberi saran dan kritik.

2. 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.

3. Ketika sebagian orang tumbuh dewasa, mereka memiliki komitmen yang kuat terhadap kelompok seperti partai politik dan afiliasi agama. Afiliasi ini memberikan halangan yang efektif melawan pengaruh media.

Misalnya, pemilih Partai Republik akan berlangganan majalah Republikan dan akan mendengarkan pidato politikus partai Republikan di radio.

4. 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 ini terjadi, biasanya dapat dijelaskan dengan keadaan yang tidak biasa (Baran dan Dennis, 2009:177-178).

1.6 KERANGKA KONSEP

1.6.1 Terpaan Media

Terpaan media dalam komunikasi massa tidak hanya menyangkut tentang apakah seseorang telah merasakan kehadiran media massa, tetapi juga apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media tersebut.

Menurut Ardianto dan Erdinaya, terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, 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 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 dan 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. Dengan demikian terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi khalayak televisi. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi penggunaan media

Frekuensi penggunaan media berkaitan dengan mengumpulkan data khalayak tentang keajegan khalayak dalam menonton, membaca sebuah berita, apakah itu berita harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.

2. Durasi penggunaan

Pengukuran durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari); atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu berita (*audience's share on program*).

3. Atensi

Hubungan antara khalayak dengan isi media dapat meliputi perhatian (*attention*). Atensi berarti berfokus kepada dan mempertimbangkan pesan yang telah diekspos kepada seseorang. Konsumen memperhatikan hanya sebagian kecil dari stimulus komunikasi pemasaran karena permintaan yang dibuat berdasarkan atensi jumlahnya besar; karena atensi menjadi sangat selektif (Rakhmat, 1995:66).

Bila ditinjau dari segi pesan yang disampaikan media massa, maka akan timbul beberapa efek yang meliputi :

1. Efek kognitif

Akibat yang timbul pada diri individu yang terkena terpaan media yang sifatnya informatif bagi dirinya.

2. Efek afektif

Yang mengacu pada aspek emosional atau perasaan

3. Efek behavior

Mengacu pada perilaku, tindakan atau kegiatan khalayak yang tampak pada kegiatan sehari-hari. Efek ini meliputi perilaku antisosial dan proposional (Winarni,2003:124).

1.6.2 Televisi

Televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, jenis media ini media audio-visual dan tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk bisa menikmatinya. Untuk masyarakat Indonesia, yang lebih kuat dengan budaya lisan, televisi dapat memberikan informasi tentang segala sesuatu yang terjadi hingga pelosok dunia dengan melihat gambar dan mendengarkan suaranya saja, berbeda dengan media cetak seperti majalah atau surat kabar yang hanya mengandalkan gambar dan tulisan saja.

Televisi merupakan salah satu dari beragam media massa yang kini sudah menjadi kebutuhan manusia. Televisi memiliki karakteristik yang tidak dimiliki media lain, tetapi memiliki karakteristik yang ada dalam media cetak, media radio, dan media film.

Karakteristik istimewanya yaitu paduan audio dari segi penyiarannya (*broadcast*) dan video dari segi gambar bergeraknya (*movie images*) (Effendy,1993:21). Sebagai media audio visual televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. Hal ini menyebabkan media televisi mampu mempengaruhi khalayaknya lebih dari media lainnya (Effendy,1993:124).

Media televisi memiliki penguasaan akan jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan teknologi elektromagnet, kabel, dan fiber, yang dipancarkan melalui transmisi. Televisi juga bersifat *accessible*, yakni dapat diakses oleh siapa saja tanpa memerlukan kemampuan literasi atau keahlian lain. Televisi juga bersifat *coherent*, karena mengirimkan pesan dengan dasar yang sama mengenai masyarakat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Sifat televisi yang audio-visual lebih dapat menyebarkan pengaruh lebih besar dan lebih efektif. Televisi bersifat *transitory* media yang artinya pesan yang disampaikan diterima hanya sekali pandang-dengar (sekilas) namun dapat diterima masyarakat dalam waktu yang bersamaan (Fahmi,1997:30-32).

Sebagai salah satu media elektronik, televisi tentunya memiliki keunggulan dan kelemahan. Keunggulan televisi dapat dilihat dari sisi *programatis* (aspek yang disajikan) dan aspek *teknologis* (kemampuan teknologi). Keunggulan dari sisi programatis yaitu: pertama, media televisi dapat membedakan isi dan bentuk pesan yang berupa fakta dan fiksi, realistik, tidak terbatas walau telah direkayasa. Kedua, media televisi memiliki khalayak yang tetap yang memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya, dan intim. Ketiga, media televisi memiliki tokoh berwatak, baik riil maupun direkayasa, sementara media lainnya (khususnya film), hanya memiliki bintang yang direkayasa. Dari aspek teknologis sendiri, televisi mampu menjangkau wilayah yang sangat luas dalam waktu yang bersamaan, sehingga dapat mengantarkan secara langsung suatu peristiwa di suatu tempat ke berbagai daerah yang berjarak jauh sekalipun. Televisi juga mampu menciptakan sebuah suasana

secara bersamaan dan mendorong khalayaknya untuk berinteraksi secara langsung (Fahmi,1997:30-32).

Sementara kelemahan-kelemahan televisi antara lain, *pertama*, televisi memiliki kecenderungan untuk menempatkan khalayaknya sebagai penonton pasif, yang hanya menerima pesan. *Kedua*, kemampuan televisi sebagai penyalur pengetahuan yang cepat tidak mempertimbangkan perbedaan tingkat perkembangan budaya dan peradaban di setiap daerah jangkauannya. *Ketiga*, televisi sangat terbuka sehingga sulit untuk mengontrol sisi negatifnya. Televisi mampu menyita waktu dan membuat penontonnya meninggalkan aktivitas lainnya untuk menonton televisi. *Keempat*, kecepatan perkembangan teknologi televisi mendahului perkembangan masyarakat dan budaya di beberapa daerah. Hal ini menyebabkan timbulnya pro-kontra tentang implikasi kultural televisi. Selain itu televisi juga bukan medium yang dapat menyajikan isi pesan secara rinci (Fahmi,1997:32-34).

Sebagai primadona media, televisi memberikan imbas media yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Bahkan kehadirannya yang masif, dengan bau kapitalistiknya yang kental, langsung tidak langsung berpengaruh pada perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia. Apalagi dalam deretan media informasi, media ini memiliki daya penetrasi jauh lebih besar daripada media lainnya (Wirodono,2005:viii).

Saat ini media televisi menjadi panutan bagi kehidupan manusia. Media televisi telah melahirkan istilah baru dalam pola peradaban manusia yang dikenal dengan "*mass culture*" (kebudayaan massa). Manusia cenderung menjadi konsumen budaya massa melalui media massa televisi. Televisi mampu mencampur adukkan

berbagai realitas pengalaman manusia, sehingga khalayak sulit mengidentifikasi pengalaman yang sebenarnya. Pengaruh televisi memang tidak langsung terlihat, namun terpaan yang terus menerus dan berulang-ulang pada akhirnya mampu mempengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan audiencenya (Mulyana dan Ibrahim,1997:3).

Infotainment sebagai salah satu produk tayangan televisi muncul sebagai reaksi kalangan pelaku industri media, khususnya televisi, atas perubahan perilaku pembaca dan pemirsa media yang memasukkan selebritas sebagai sumber informasi, hiburan, kriminal, bahkan paranormal, dalam standar jurnalistik (Sumiati,2006:29). Dengan pertimbangan bahwa selera pasar dalam masyarakat begitu besar menginginkan informasi tentang selebritis yang disajikan dalam program acara infotainment, kerap kali para jurnalis sekarang menanggalkan kaidah-kaidah jurnalisme. Selain itu karena adanya tekanan ekonomis dan munculnya pekerja media yang memiliki keterikatan namun minim pemahaman kode etik jurnalistik juga membuat munculnya infotainment

Para ahli komunikasi dan media menyebut infotainment sebagai soft journalism, jenis jurnalisme yang menawarkan berita-berita sensasional, lebih personal, dengan selebriti sebagai perhatian liputannya (Iswandi Syahputra 2006:108).

Sebagai kancan baru dunia pertelevisian, program infotainment sebenarnya dapat dikatakan sukses mencuri perhatian khalayak penonton sekaligus mampu menarik pasar iklan yang cukup signifikan, hal ini mengandung pro dan kontra (Syahputra 2006:161). Terutama soal etika peliputan yang dianggap terlalu dalam memasuki wilayah pribadi narasumber. Pertumbuhan infotainment di Indonesia diproduksi bersamaan dengan sinetron, kontes-kontes dan reality show sebagai bukti

nyata bahwa acara tersebut membutuhkan infotainment sebagai media informasi bagi selebritas yang bersangkutan

1.6.3 Kecemasan

Dalam buku "*Pengantar Psikologi Abnormal*", Freud mengemukakan bahwa kecemasan (*anxiety*), diartikan sebagai perasaan yang sifatnya umum, dimana seseorang merasa ketakutan atau kehilangan kepercayaan diri yang tidak jelas asal maupun wujudnya (Wiramihardja,2005:67).

Terdapat tiga jenis kecemasan yang dikemukakan oleh Freud, yaitu kecemasan nyata (*reality anxiety*), kecemasan neurotic (*nerotic anxiety*), dan kecemasan moral (*moral anxiety*). Freud menjelaskan cemas dengan suatu keadaan perasaan, dimana individu merasa lemah sehingga tidak berani dan mampu untuk bersikap dan bertindak secara rasional sesuai dengan yang seharusnya. Terdapat beberapa topik utama yang menyangkut gangguan ego ini, yaitu :

1. Pola respons cemas (*anxiety response pattern*)

Merupakan suatu pola respon yang bersifat defensif dan menolak atau menghindari adanya situasi yang dikehendaki dan menyebabkan kita tidak dapat membuat tindakan yang pasti. Dalam teori Freud, kecemasan dikemukakan dalam tiga jenis yaitu:

- Kecemasan yang sumbernya obyektif/kecemasan nyata, yang juga disebut takut (*fear*).
- Kecemasan yang disebut kecemasan neurotik, yaitu kecemasan yang tidak memperlihatkan sebab dan ciri-ciri khas yang obyektif.

- Kecemasan sebagai akibat dari adanya keinginan yang tertahan oleh hati nurani (*conscience*) (Wiramihardja,2005:67-69).

2. Gangguan kecemasan

Merupakan suatu gangguan yang memiliki ciri kecemasan atau ketakutan yang tidak realistis, juga irrasional, dan tidak secara intensif ditampilkan dengan cara-cara yang jelas. Beberapa jenis gangguan anxiety antara lain:

- Keadaan / kekacauan karena panik (*panic disorder*)

Sebuah tipe gangguan kecemasan yang ditandai oleh episode berulang dari serangan kecemasan atau panik yang intens.

- Ketakutan terhadap suatu situasi atau tempat tertentu (*agoraphobia*)

Yaitu suatu ketakutan berada dalam suatu tempat atau situasi dimana ia merasa bahwa ia tidak dapat atau sukar menjadi baik secara fisik maupun psikologis untuk melepaskan diri.

- Phobia lainna

Merupakan pernyataan perasaan cemas atau takut akan sesuatu yang tidak jelas, tidak rasional, atau tidak realistik (Wiramihardja,2005:69-73).

- Gangguan yang bersifat psikologi dalam bentuk gangguan fisik (*gangguan somatoform*)

Adalah gangguan yang bersifat psikologis, tetapi dalam bentuk gangguan fisik yang melibatkan pola neurotik yang didasari kecemasan. Atau kelompok gangguan yang ditandai dengan keluhan tentang masalah atau simtom fisik yang tidak dapat dijelaskan oleh penyebab kerusakan fisik.

Gangguan ini dasarnya adalah perhatian individu yang terlalu besar terhadap badannya (Wiramihardja,2005:81-82).

3. Kesimpulan gangguan kecemasan

Pengalaman anxiety dalam gangguan-gangguan neurotik tidak begitu jelas berbeda dengan ketakutan-ketakutan yang besar. Sesungguhnya, masalah-masalah ini mempunyai asal atau sumber dalam lingkungan yang secara emosional dirasa mengerikan atau menakutkan. Kebanyakan individu yang mempunyai pengalaman neurotic tidak mampu mengidentifikasi diri, tidak memiliki pemikiran-pemikiran yang rasional, serta tidak mempunyai sumber-sumber yang relistis untuk kecemasan itu (Wiramihardja,2005:92).

Umumnya, kecemasan ini didapat melalui proses pembiasaan atau cara belajar yang lain, meskipun sebagian orang secara konstitusional memiliki predisposisi untuk berespon demikian. Banyak orang neurotik ditangani dokter dengan obat-obatan yang dirancang untuk meredakan kecemasan; tetapi pengobatan dengan cara demikian adalah pengobatan paliatif, yaitu sekedar meringankan, menghilangkan gejala-gejalanya saja dan bersifat sementara, tidak menyembuhkan sumber penyakit. Sejumlah alternatif cara untuk mereduksi kecemasan dapat dibuat lebih efektif. Secara umum penggunaan pendekatan psikososial dengan maksud menyelesaikan permasalahan individu mencatat hasil yang memuaskan (Wiramihardja,2005:92).

1.7 HIPOTESA

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk

kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada 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).

Dalam buku Teknis Praktis Riset Komunikasi, Rachmat Kriyantono menjelaskan bahwa hipotesis berasal dari kata hypo yang berarti kurang dan thesis yang berarti pendapat. Dari dua kata tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal (Kriyantono,2006:28).

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

Berdasarkan uraian dari kerangka dasar teori yang telah dikemukakan maka hipotesa yang akan ditemukan adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak ada hubungan yang signifikan antara isu-isu meletusnya Gunung Merapi pada Silet 7 November 2010 terhadap kecemasan mahasiswa Komunikasi Fisip dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara isu-isu meletusnya Gunung Merapi pada Silet 7 November 2010 terhadap kecemasan mahasiswa Komunikasi Fisip dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta

1.8 DEFINISI KONSEP

Definisi konsep adalah definisi dalam konsepsi peneliti mengenai sebuah variabel. Definisi berada dalam pikiran peneliti (mental image) berdasarkan pemahaman terhadap teori (Purwanto,2007:91). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah terpaan isu meletusnya Gunung Merapi, dan variabel terikatnya adalah kecemasan mahasiswa. Berdasarkan kerangka teori di atas, maka beberapa konsep yang akan dijelaskan adalah :

1. Terpaan isu meletusnya Gunung Merapi

Dalam penelitian ini, hal yang ingin diungkap atau dikaji adalah mengenai pengaruh terpaan isu-isu meletusnya Gunung Merapi, maka dibutuhkan pula teori yang mendukung yakni terpaan media. Mengacu pada teori yang telah dikemukakan, peneliti mengasumsikan terpaan sebagai sebuah keadaan dimana seseorang merasakan keberadaan media dalam hidupnya, dengan terbuka dan menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Atas dasar hal tersebut, maka penelitian ini memfokuskan kepada frekuensi individu dalam mengkonsumsi pemberitaan meletusnya Gunung Merapi, khususnya dalam tayangan Silet edisi 7 November 2010, serta durasi dan atensi seseorang dalam menonton pemberitaannya.

2. Kecemasan mahasiswa

Kecemasan dalam konsep peneliti merupakan perasaan khawatir atau perasaan tidak senang yang disebabkan oleh dugaan akan bahaya yang mengancam dan mengusik rasa aman. Ketika seseorang merasakan keadaan seperti ini, mereka cenderung berpikir sesuatu yang tidak rasional dan tidak realistis.

1.9 DEFINISI OPERASIONAL

Dalam buku "Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan", Purwanto mengemukakan bahwa definisi operasional adalah definisi secara jelas mengenai variabel-variabel penelitian untuk memberikan hasil penelitian yang seragam pada semua pengamat (Purwanto,2007:93).

Variabel (X) dalam penelitian ini yaitu terpaan isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan Silet edisi 7 November 2010. Responden diberikan pertanyaan seputar terpaan media dalam kasus penayangan Silet edisi 7 November 2010 mengenai isu-isu meletusnya Gunung Merapi. Indikator beserta skala pengukuran yang akan digunakan adalah :

- a. *Frekuensi* (operasional frekuensi akan diukur dengan pengukuran skala interval, untuk mengukur tinggi, sedang atau rendahnya).

Program acara Silet di RCTI tayang setiap hari dalam seminggu, maka skala yang ditentukan yaitu 1-3, 4-5, 6-7. Oleh sebab itu pilihan jawaban mulai dari 1 untuk kemungkinan minimal responden menonton acara Silet dalam seminggu, hingga 7 kali atau lebih untuk kemungkinan maksimalnya. Sedangkan pemberitaan mengenai meletusnya Gunung Merapi hampir setiap hari seluruh televisi menayangkan pemberitaan tersebut sehingga skala yang ditentukan yaitu 1-3, 4-5, 7-10 dengan asumsi jawaban mulai dari 1 untuk kemungkinan minimal responden menonton pemberitaan meletusnya Gunung Merapi dalam seminggu, dan 10 kali untuk kemungkinan maksimalnya. Semakin sering responden menonton tayangan mengenai pemberitaan meletusnya Gunung Merapi, semakin mudah pula pengaruh

tayangan Silet 7 November 2010 masuk dan memberikan dampak pada kecemasan responden.

1. Banyaknya menonton pemberitaan media, khususnya media televisi, mengenai berita meletusnya Gunung Merapi
 - a. 1-3 kali seminggu
 - b. 4-6 kali seminggu
 - c. 7-10 kali seminggu

2. Banyaknya menonton tayangan infotainment Silet
 - a. 1-3 kali seminggu
 - b. 4-6 kali seminggu
 - c. 6-7 kali seminggu

- b. *Durasi* (operasional durasi akan diukur dengan pengukuran skala Guttman, jenis jawaban “YA” dengan nilai 1, atau “TIDAK” dengan nilai 0)

Dalam durasi, dapat dilihat bahwa responden hanya menonton sekilas saja atau menonton hingga pemberitaan selesai ditayangkan.

1. Menonton berita mengenai meletusnya Gunung Merapi secara keseluruhan dari awal hingga akhir
2. Menonton tayangan Silet edisi 7 November 2010 secara keseluruhan dari awal hingga akhir

- c. *Atensi* (operasional atensi akan diukur dengan pengukuran skala Guttman, jenis jawaban “BENAR” dengan nilai 1, atau “SALAH” dengan nilai 0)

Atensi dapat diukur dengan bagaimana responden menonton pemberitaan mengenai meletusnya Gunung Merapi di televisi, khususnya dalam tayangan Silet 7

November 2010. Apakah mereka memiliki ketertarikan menonton tayangan tersebut dengan mengerti dan memahami isi informasi dalam tayangan Silet 7 November 2010. Pemahaman mereka terhadap isi berita dilihat dari jawaban dari beberapa pernyataan yang diberikan berupa jawaban *Benar* dan *Salah*.

1. Infotainment Silet ditayangkan setiap Senin-Jumat pukul 12.00-13.00 WIB.
2. Salah satu presenter Silet yang terkenal bernama Fenny Rose.
3. Dalam tayangan Silet 7 November 2010 dijelaskan prediksi Ramalan Jayabaya bahwa Kraton Yogyakarta *tidak* akan terkena imbas letusan Gunung Merapi.
4. Dalam tayangan Silet 7 November 2010 dijelaskan bahwa letusan klimaks Merapi akan terjadi pada tanggal 7 dan 8 November 2010 (bertepatan dengan bulan baru/purnama)
5. Dalam tayangan Silet 7 November 2010 dijelaskan bahwa puncak letusan Merapi akan menghancurkan Yogyakarta dan sekitarnya hingga jarak 90 km.
6. Dalam tayangan Silet 7 November 2010 mendatangkan paranormal Permadi S.H dan budayawan Sujiwotejo sebagai narasumber berita
7. Dalam tayangan Silet 7 November 2010 dijelaskan bahwa saat Merapi meletus nanti, satu pinggang Merapi akan terlempar dan akan mengubur sebagian kota Yogyakarta.

Variabel (Y) dalam penelitian ini adalah kecemasan mahasiswa Komunikasi dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Responden

diberikan pertanyaan yang berkaitan dengan kecemasan yang mereka dapatkan mengenai pemberitaan isu-isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan Silet 7 November 2010. Kecemasan diukur melalui dua topik utama dalam kecemasan.

Indikator beserta skala pengukuran yang akan digunakan adalah :

- a. Pola respon cemas (operasional pola respon cemas akan diukur dengan pengukuran skala Likert, jenis jawaban “YA” dengan nilai 3, “RAGU-RAGU” dengan nilai 2, atau “TIDAK” dengan nilai 1)
 1. Adanya perasaan panik dan resah setelah menonton tayangan Silet 7 November 2010
 2. Adanya perasaan takut terhadap ancaman datangnya awan panas dari Gunung Merapi akibat tayangan Silet 7 November 2010
 3. Adanya keinginan untuk melakukan eksodus (mengungsi) ke tempat yang lebih aman akibat tayangan Silet 7 November 2010
 4. Adanya sikap skeptis (tidak percaya) terhadap tayangan Silet 7 November 2010
- b. Gangguan kecemasan, (operasional gangguan kecemasan akan diukur dengan pengukuran skala Likert, jenis jawaban “YA” dengan nilai 3, “RAGU-RAGU” dengan nilai 2, atau “TIDAK” dengan nilai 1)
 1. Adanya pemikiran-pemikiran yang tidak masuk akal setelah menonton tayangan Silet 7 November 2010.
 2. Adanya perasaan tidak aman dan terancam untuk berada di suatu tempat atau situasi tertentu setelah menonton tayangan Silet 7 November 2010.

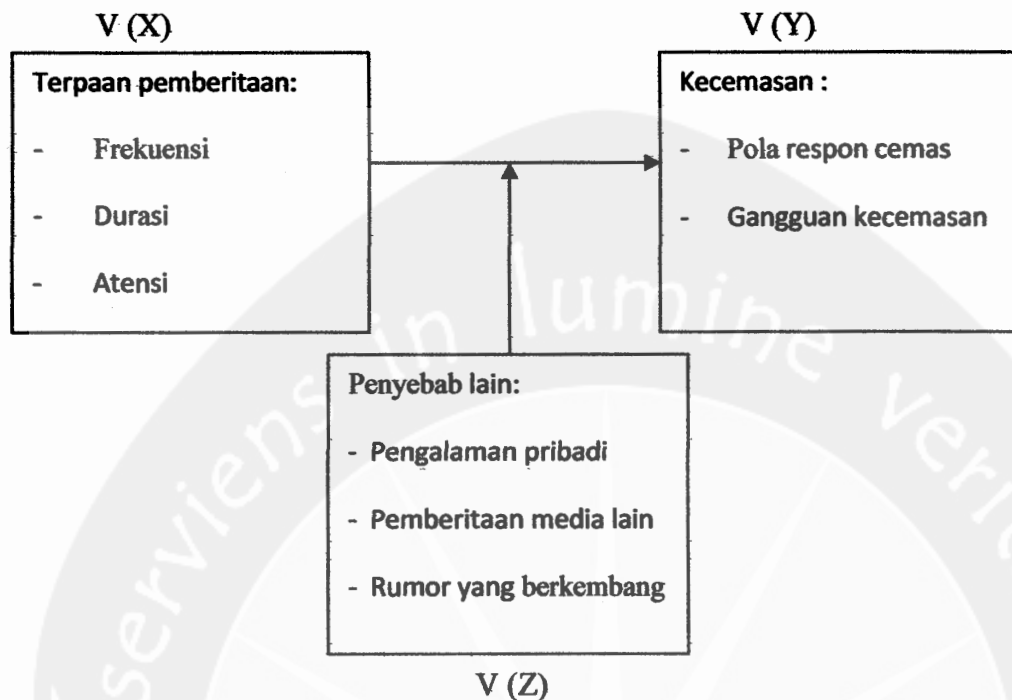
3. Adanya trauma yang muncul akibat menonton tayangan Silet 7 November 2010.
4. Anda memiliki kecemasan terhadap kesehatan akibat dampak yang ditimbulkan oleh meletusnya Gunung Merapi (misalnya, masalah pernafasan, iritasi, dll akibat terkena abu vulkanik)

Namun, selain variabel-variabel tersebut, ditemukan beberapa variabel lain yang mempengaruhi kecemasan masyarakat, khususnya mahasiswa Komunikasi Fisip dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Di sini peneliti hanya memasukkan tiga faktor sesuai dengan hasil penemuan di lapangan yang dinilai lebih dominan dan rasional. Indikator beserta skala pengukuran yang akan digunakan adalah :

- a. Pengalaman pribadi (operasional pengalaman pribadi akan diukur dengan pengukuran skala Likert, jenis jawaban “YA” dengan nilai 3, “RAGU-RAGU” dengan nilai 2, atau “TIDAK” dengan nilai 1)
 1. Melihat sendiri letusan Gunung Merapi, atau mendengar dentuman dan getaran akibat meletusnya Gunung Merapi.
 2. Merasakan dampak langsung letusan Gunung Merapi, baik abu vulkanik, maupun awan panas.
 3. Merasakan sendiri situasi mencekam yang timbul akibat meletusnya Gunung Merapi
- b. Pemberitaan media lain (operasional pengalaman pribadi akan diukur dengan pengukuran skala Likert, jenis jawaban “YA” dengan nilai 3, “RAGU-RAGU” dengan nilai 2, atau “TIDAK” dengan nilai 1)

1. Mengikuti perkembangan meletusnya Gunung Merapi dari berbagai media, baik media elektronik, cetak, maupun on line.
 2. Media massa memberikan banyak informasi dan pengetahuan terkait meletusnya Gunung Merapi.
 3. Media massa memberikan pengaruh besar terhadap kecemasan masyarakat
- c. Rumor yang berkembang di masyarakat (operasional rumor akan diukur dengan pengukuran skala Likert, jenis jawaban “YA” dengan nilai 3, “RAGU-RAGU” dengan nilai 2, atau “TIDAK” dengan nilai 1)
1. Beredar rumor atau isu-isu tentang Gunung Merapi dalam masyarakat.
 2. Rumor atau isu yang berkembang semakin membuat keadaan tidak kondusif dan memberikan pengaruh terhadap kecemasan masyarakat.
 3. Rumor atau isu-isu yang berkembang tentang meletusnya Gunung Merapi mengganggu masyarakat.

Diagram variabelnya adalah sebagai berikut (1.1):



Mengacu pada tujuan penelitian ini yakni mengetahui pengaruh terpaan isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan Silet edisi 7 November 2010 terhadap kecemasan mahasiswa Komunikasi dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dijelaskan bahwa terpaan isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan Silet 7 November 2010 dapat mempengaruhi kecemasan mahasiswa Komunikasi dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Semakin tinggi atau kuat terpaan pemberitaan isu-isu tersebut, maka semakin tinggi kecemasan mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah atau lemah terpaan pemberitaan isu-isu tersebut, maka semakin rendah pula kecemasan mahasiswa. Namun dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah pengaruh yang diberikan media akan sama besarnya pada kecemasan kedua kelompok mahasiswa tersebut. Hal ini berangkat dari asumsi bahwa mahasiswa Komunikasi sudah dibekali dasar-dasar

jurnalistik yang semestinya membuat mahasiswanya lebih memahami dan mampu mengkritisi tayangan di media dibandingkan mahasiswa Teknik Arsitektur. Di samping itu peneliti juga ingin melihat apakah pengaruh terpaan isu tersebut akan sama dampaknya terhadap kecemasan mahasiswa ketika variabel Z masuk sebagai variabel kontrol.

1.10 METODOLOGI PENELITIAN

1.10.1 Tipe 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 atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono,2006:57). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah dengan pendekatan survei, yaitu penelitian mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun,1999:25).

Terkait dengan penelitian ini, variabel-variabel yang ingin diuji pembuktian hipotesisnya adalah besar kecilnya pengaruh terpaan isu meletusnya Gunung Merapi dalam tayangan Silet edisi 7 November 2010 (X) terhadap kecemasan mahasiswa Komunikasi dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Y). 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. Hal lain yang bisa dijadikan alasan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah karena data yang diperoleh berupa numerik atau angka-angka yang diperoleh dari pengisian angket atau kuesioner.

1.10.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara Non Random Sampling. Non Random Sampling sendiri merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota untuk dipilih menjadi sampel karena populasi yang beragam (Sugiyono,2007:84).

Sampling ini digunakan karena penelitian ini melibatkan banyak elemen dalam populasi sehingga tidak memungkinkan peneliti melakukan pengumpulan dan pengujian setiap elemen populasi karena memakan banyak waktu, biaya, dan tenaga. Sementara sampel dari populasi ini adalah mahasiswa Komunikasi Fisip Atma Jaya Yogyakarta dengan pertimbangan memiliki pemahaman jurnalistik lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa lainnya karena mereka mendapatkan dasar-dasar jurnalistik selama perkuliahan, sehingga memungkinkan mereka lebih paham dan kritis terhadap tayangan televisi.

Sampel lain yang diambil adalah mahasiswa Teknik Arsitektur Atma Jaya Yogyakarta, pengambilan sampel dilakukan secara acak namun tetap disesuaikan dengan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa di luar komunikasi yang notabene belum pernah mendapat dasar-dasar jurnalistik. Jumlah mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta sangat banyak, maka peneliti mengelompokkan populasi menjadi perangkatan. Angkatan 2008 dipilih dengan pertimbangan karena mahasiswa masih aktif

mengikuti perkuliahan dan sudah mendapat materi dasar jurnalistik bagi mahasiswa komunikasinya. Di sini peneliti ingin melihat apakah pengaruh yang diberikan tayangan Silet edisi 7 November 2010 sama besarnya terhadap kedua kelompok mahasiswa tersebut.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2007:85). Alasan peneliti menggunakan Teknik Purposive Sampling karena teknik pengambilan sampel ini mempertimbangkan karakteristik relevan tertentu yang menggambarkan dimensi-dimensi populasi. Di sini peneliti mengambil sampel dengan menyeleksi responden atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria tersebut antara lain :

1. Mahasiswa aktif angkatan 2008 prodi Komunikasi Fisip dan prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Menonton tayangan Silet 7 November 2010

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan rumus Yamane sebagai berikut ;

$$n = \frac{N}{1+Nd^2}$$

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (Nilai presisi dalam penelitian ini ditentukan sebesar 90% atau α 0,1)

Berdasarkan data yang ada, jumlah populasi mahasiswa Komunikasi Fisip angkatan 2008 Universitas Atma Jaya Yogyakarta 235 orang. Maka dari jumlah populasi tersebut, dapat ditarik sampel sebanyak :

$$n = \frac{235}{1+235(0.1)^2} = 70,14 = 70$$

Dengan demikian jumlah sampel minimal yang harus diambil untuk mahasiswa Komunikasi Fisip sebanyak 70 orang.

Sedangkan jumlah populasi mahasiswa Teknik Arsitektur angkatan 2008 Universitas Atma Jaya Yogyakarta 116 orang. Maka dari jumlah populasi tersebut, dapat ditarik sampel sebanyak :

$$n = \frac{116}{1+116(0.1)^2} = 53,70 = 54$$

Dengan demikian jumlah sampel minimal yang harus diambil untuk mahasiswa Teknik Arsitektur sebanyak 54 orang.

1.10.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik *survey*, sedangkan alat ukurnya adalah kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, dapat disebut juga angket. 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 mahasiswa Komunikasi dan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai responden penelitian. Angket dibagikan secara langsung kepada responden

mahasiswa dengan maksud agar peneliti sekaligus dapat memberikan penjelasan mengenai maksud dan tujuan pengisian angket tersebut. Selain dibagikan secara langsung, peneliti juga menitipkan beberapa angket kepada salah satu mahasiswa baik mahasiswa Arsitektur maupun mahasiswa Komunikasi untuk membantu menyebarkan angket tersebut, hal ini dilakukan selain untuk memudahkan peneliti, juga untuk mempersingkat waktu agar lebih efisien melihat jumlah responden yang cukup banyak. Sedangkan jumlah total angket yang dibagikan adalah 125 angket, dengan rincian 55 angket untuk responden mahasiswa Arsitektur, dan 70 angket untuk mahasiswa Komunikasi. Namun, karena jumlah sampel responden mahasiswa Arsitektur sebanyak 54 orang, maka 1 angket digugurkan atau tidak digunakan. Dalam angket yang telah disusun sudah tersedia beberapa pertanyaan dengan alternatif jawaban yang dapat dipilih responden.

1.10.4 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah tayangan Silet edisi 7 November 2010. Tayangan yang berisi tentang pemberitaan meletusnya Gunung Merapi ini memang kontroversial dan sempat dihentikan penayangannya setelah mendapat teguran dari KPI Pusat karena isinya yang dianggap mencemaskan masyarakat.

Acara Silet sendiri merupakan salah satu acara infotainment terfavorit, hal ini ditunjukkan dari banyaknya penghargaan yang diraih Silet sebagai acara infotainment terfavorit, salah satunya versi Panasonic Award (Kapanlagi.com, diakses tanggal 30 Maret 2011). Hal tersebut membuktikan bahwa acara Silet

memiliki banyak pemirsa dan tentu saja memberikan pengaruh yang lebih luas terhadap masyarakat.

Objek penelitian lainnya adalah mahasiswa Komunikasi dan mahasiswa Teknik Arsitektur Atma Jaya Yogyakarta. Mengapa dipilih mahasiswa sebagai objek penelitian karena pertama, citra Yogyakarta sebagai salah satu kota pendidikan di Indonesia membuat banyak orang ingin menuntut ilmu di kota ini. Berdasarkan Raperda Yogya tercatat 115 Perguruan Tinggi di Yogya mampu menyerap 30.000 mahasiswa per tahun, di mana sebagian besar berasal dari luar daerah Yogyakarta (Diksia.com, diakses tanggal 12 Maret 2011).

Akibat peristiwa meletusnya Gunung Merapi waktu lalu, banyak mahasiswa asal luar kota yang pulang sementara ke kampung halaman. Hal itu dikarenakan banyak orangtua yang cemas akan nasib anak-anaknya dan meminta mereka pulang. Sebagian besar kampus juga meliburkan mahasiswanya karena kondisi itu. Hal ini terjadi karena gambaran pemberitaan media massa, orangtua menganggap seluruh Yogyakarta terancam bahaya Merapi. Padahal, sebagian besar kampus berada jauh dari bahaya Merapi (Kompas.com, diakses tanggal 25 November 2010). Alasan kedua adalah Tingkat penggunaan televisi di kalangan mahasiswa cukup tinggi, sehingga memungkinkan apabila pemahaman mereka tentang Gunung Merapi banyak dipengaruhi oleh pemberitaan di televisi, hal tersebut dikuatkan melihat jarak kampus Atma Jaya yang berada di daerah Babarsari jauh dengan letak posisi Gunung Merapi.

1.10.5 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran skala variabel menggunakan skala dalam bentuk Skala *Guttman*. Skala pengukuran dengan tipe ini akan didapat jawaban yang tegas, yaitu “Ya-Tidak”, “Benar-Salah”, “Pernah-Tidak Pernah”, “Positif-Negatif” dan lain-lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau rasio dikotomi (dua alternatif). Penelitian menggunakan skala *Guttman* dilakukan bila mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan (Sugiyono,2007:96). Dalam penelitian ini, skala *Guttman* digunakan untuk mengukur atensi responden dalam menonton tayangan *Silet* edisi 7 November 2010 melalui adanya beberapa pernyataan yang dijawab melalui dua pilihan jawaban yakni “BENAR” atau “SALAH”.

Sedangkan pengukuran skala variabel lainnya menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap (Kriyantono,2006:136). Adapun alasan penggunaan angket dalam bentuk *Likert* karena skala ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai suatu hal (Sugiyono,2007:93). Angket mengenai terpaan isu disusun dengan skala *Likert* yakni tiga pilihan jawaban yakni “Benar” dengan skor 3, “Ragu-Ragu” dengan skor 2, atau “Salah” dengan skor 1.

1.10.6 Uji Instrumen Penelitian

1.10.6.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya butir-butir pertanyaan yang disusun dalam angket atau kuesioner penelitian (Sugiyono,2005). Dalam 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 akan dilakukan dengan bantuan program SPSS for Windows version 17.00. Rumus yang berlaku dengan menggunakan syarat $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 95% maka instrument tersebut dinyatakan valid (Sugiyono,2005:213)

1.10.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui reliabel tidaknya alat ukur yang sudah disusun. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui reliable tidaknya instrument adalah dengan membandingkan nilai koefisien alpha. Suatu instrument dikatakan memiliki reliabilitas yang rendah apabila nilai koefisien alpha Cronbach lebih besar dari 0,60 (Sekaran,2003:203).

1.10.6.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah uji statistik korelasi dan uji regresi. Uji korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Adapun uji korelasi yang digunakan adalah uji korelasi *product momen* K Pearson. Sementara uji regresi yang digunakan adalah *simple* regresi atau regresi sederhana. Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas dengan variabel tergantung. Pengujian statistik baik uji korelasi maupun regresi dilakukan dengan bantuan komputer yaitu program SPSS (Software Statistical Package for Social Sciences) versi 17.0 (Santoso,2006:302).