

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Tahun 2010 sampai dengan akhir tahun 2012 ini industri musik di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan maraknya acara-acara musik di televisi serta banyaknya pendatang baru di blantika musik. Namun, geliat pertumbuhan industri musik ini ternyata kurang didukung oleh pemerintah. Beberapa waktu lalu tepatnya hari Selasa, tanggal 18 Oktober 2011 pukul 00.01 WIB Badan Regulasi Teknologi dan Informasi (BRTI) “berencana” menghentikan sementara layanan SMS premium, termasuk ring back tone (RBT) mulai 18 Oktober 2011 (Febriani, 2011)

Aturan baru mengenai RBT yang akan diterapkan dengan lebih ketat yang dinilai bisa menghancurkan industri musik di Indonesia. Padahal, sejauh ini pengukuran keberhasilan penyanyi atau pemusik ketika mencapai *download* RBT dengan angka yang terbanyak. (Anonymous, 2012).

Isu penghentian RBT ini dimunculkan pemerintah karena banyaknya keluhan kasus pencurian dan pemotongan pulsa tanpa sepengetahuan pemilik ponsel. Isu penghentian ini menuai banyak kontroversi baik dari musisi maupun dari masyarakat. Sebagian besar musisi tentunya tidak setuju dengan kebijakan ini karena penghasilan mereka praktis akan menurun drastis. Berita adanya isu penutupan RBT ini diduga dapat menimbulkan kecemasan bagi sebagian besar musisi. Kecemasan ini timbul karena RBT bagi musisi adalah ladang penghasilan atau sebagai sumber penghasilan. Pasha Ungu mengaku musisi seperti dirinyalah

yang paling dirugikan. Pasha menyatakan bahwa "RBT salah satu sarana karya kita didengar," saat ditemui di Hard Rock Cafe, EX Plaza, Jakarta Pusat. Seharusnya, Pasha melanjutkan aspirasi kita sebagai masyarakat haruslah didengar. Jika hal itu benar-benar dilakukan, ayah empat anak itu merasa lagu yang ditulis olehnya menjadi lebih sempit ruangnya (Bahar, 2011).

Anang Hermansyah menilai bahwa RBT sangat penting untuk industri musik di Indonesia. Namun, jika layanan itu akan ditutup, pemerintah harus punya solusi baru (Bahar, 2011). Musisi atau siapa pun jika mengetahui bahwa sumber penghasilannya akan terganggu misalnya dengan adanya pemberitaan tentang penghentian RBT akan memberikan respon. Respon yang timbul pertama adalah sikap pada pemberitaan tersebut, tentunya sebagian besar musisi akan menolak atau tidak menyukai pemberitaan tersebut. Setelah terbentuk sikap proses selanjutnya dapat menimbulkan respon lain, misalnya kecemasan berkurangnya pendapatan.

Efek pemberitaan terhadap sikap sebenarnya telah banyak diteliti. Shakikya (2004: 91-109), meneliti tentang pengaruh program tayangan informasi kriminal di televisi terhadap tingkat ketakutan khalayak terhadap kejahatan. Penelitian Shakikya (2004: 91-109) menemukan bahwa ternyata tingkat ketakutan terhadap kejahatan memang dipengaruhi oleh intensitas menonton tayangan informasi kriminal. Dampak pemberitaan di berbagai media massa baik elektronik maupun cetak mampu menimbulkan respon juga pernah diteliti oleh Aprilia (2004: 110-120). Aprilia meneliti tentang hubungan antara tayangan berita kriminal di televisi

dengan ketakutan khalayak terhadap kejahatan. Temuan penelitiannya yakni ada hubungan antara intensitas menonton tayangan kriminal dengan timbulnya rasa takut terhadap kejahatan.

Penelitian Himawanto, (2004:120-159) berjudul Pola Hubungan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dampak Tayangan Iklan Antirokok Terhadap Kognisi dan Intensi Remaja, menunjukkan bahwa secara umum terpaan iklan antirokok tidak mempengaruhi sikap remaja terhadap iklan, namun iklan antirokok terbukti mempengaruhi salah satu komponen kognitif (pengetahuan) yakni *severity*.

Penelitian-penelitian di atas menunjukkan bahwa media massa ternyata memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kognisi maupun sikap. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yakni respon dalam penelitian ini adalah sikap sementara penelitian Shakiya dan Aprilia adalah ketakutan dan penelitian Himawanto adalah kognisi dan intensi. Perbedaan yang lain yakni penggunaan objek penelitian yakni komunitas musisi di Yogyakarta.

Jika dicermati secara lebih mendalam sebenarnya pada kasus penghentian ini sebenarnya tidak ada. Yang ada adalah pengaturan kembali atau regulasi, akan tetapi meskipun demikian ternyata dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh kaum musisi.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh berita penghentian RBT terhadap sikap musisi terhadap berita tersebut. Topik penelitian ini menurut penulis menarik karena penutupan RBT ini sebenarnya masih isu, karena menurut Menkominfo Tifatul Sembiring pada tanggal 18 Oktober 2011 menyatakan bahwa tidak ada penghapusan layanan RBT,

adalah untuk menghentikan praktek ilegal pencurian pulsa (Hidayat, 2011), namun pemberitaan tentang isu ini telah menimbulkan respon di kalangan musisi.

B. Perumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh pemberitaan isu penghentian RBT terhadap sikap pada komunitas musisi di Yogyakarta?”.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui adakah pengaruh pemberitaan isu penghentian RBT terhadap sikap pada komunitas musisi di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Jika hipotesis dalam penelitian ini terbukti, peneliti mengharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu Komunikasi. Serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya saat melakukan penelitian dengan topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemerintah selaku pemangku kepentingan masyarakat termasuk para musisi terutama pada kebijakan-kebijakan yang dikeluarkannya.

E. Kerangka Teori

1. Efek Komunikasi Massa

Efek adalah unsur penting dalam keseluruhan proses komunikasi. Efek bukan hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikasi) terhadap pesan yang dilontarkan oleh komunikator. Efek dalam komunikasi merupakan paduan sejumlah “kekuatan” yang bekerja dalam masyarakat, di mana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan-pesan yang dilontarkan (Fajar, 2009 : 169). Bentuk konkret efek dalam komunikasi adalah terjadinya perubahan pendapat atau sikap atau perilaku khalayak, akibat pesan yang menyentuhnya.

Donald K. Roberts (dalam Schramm dan Roberts, 1977:359) beranggapan bahwa efek hanyalah “perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Menurut Steven M.Chaffe (Rakhmat, 2005:218), ini adalah pendekatan pertama dalam melihat efek media massa. Pendekatan kedua adalah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa-penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku; atau dengan istilah lain, perubahan *afektif*, *kognitif* dan *behaviorial*. Pendekatan ketiga meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa-individu, kelompok, organisasi, masyarakat, atau bangsa.

2. Teori Efek Terbatas

Teori efek terbatas atau *limited effect* diperkenalkan oleh Joseph Klapper. Klapper menyimpulkan bahwa ketika media menawarkan isi yang diberitakan

ternyata hanya sedikit yang bisa mengubah pandangan dan perilaku audiens. (Nurudin, 2007 : 220). Menurut Klapper, faktor psikologis dan sosial ikut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa.

Lazarfeld (dalam Morisan, 2010:225) telah mengkritik teori yang menyatakan bahwa media massa sangat berkuasa dalam memengaruhi masyarakat sebagaimana teori masyarakat massa. Selanjutnya Lazarfeld menjelaskan tentang teori masyarakat massa sebagai spekulasi dan sangat tidak memadai untuk menjelaskan interaksi yang kompleks yang terjadi dalam komunikasi massa.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan dengan semakin banyaknya pilihan media massa ternyata teori komunikasi linear dipandang sudah tidak cocok lagi untuk menggambarkan fenomena komunikasi massa pada era kebebasan informasi (Morisan, 2010:226).

Akhirnya teori masyarakat massa atau yang lebih sering dikenal dengan teori efek tidak terbatas atau *powerfull effect theory* digantikan oleh apa yang sekarang kita kenal dengan teori efek terbatas.

Komunikasi massa bukanlah penyebab yang cukup kuat untuk menimbulkan efek bagi audien, pengaruh komunikasi massa terjadi melalui berbagai faktor dan pengaruh perantara (Klapper, dalam Morisan, 2010:236).

Klapper (dalam Nurudin, 2007:220), menyimpulkan bahwa media massa mempunyai efek terbatas berdasarkan penelitiannya pada kasus kampanye publik, kampanye politik, dan percobaan pada desain yang bersifat persuasif. Dalam pandangan Klapper, hasil semua penelitian ini bisa dikemukakan dalam satu

kesimpulan sebagai berikut : “Ketika media menawarkan isi yang diberitakan ternyata hanya sedikit yang bisa mengubah pandangan dan perilaku *audience*.”

Klapper dalam penelitiannya menemukan sebuah temuan yang menarik yakni bahwa faktor psikologis dan sosial ikut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa. Faktor-faktor tersebut antara lain proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok, dan keberadaan pemimpin opini (Nurudin, 2007:222).

Mengapa efek terbatas bisa terjadi? Efek terbatas bisa terjadi karena adanya dua alasan yakni rendahnya terpaan media massa dan adanya perlawanan (Nurudin, 2007:222-223), namun teori yang relevan dengan penelitian ini hanya rendahnya terpaan media massa.

1) Rendahnya terpaan media massa

Pengelola televisi sering merasa yakin bahwa berita yang disiarkannya memengaruhi *audience*. Pendapat ini muncul karena pihak televisi menganggap bahwa banyak orang menontonnya. Asumsinya, dengan menonton, efek yang ditimbulkan televisi begitu jelas dan nyata. Akan tetapi Robinson (dalam Nurudin, 2007) mengatakan bahwa hanya sekitar 23 persen orang Amerika melihat jaringan berita televisi di setiap akhir minggunya. Bahkan sekitar 53 persen tidak pernah melihat televisi (walaupun hanya satu program) dalam jangka waktu dua minggu. Neuman (dalam Nurudin, 2007) juga pernah berpendapat bahwa banyak penonton televisi yang tidak begitu serius memperhatikan siaran televisi. Bahkan hanya sekitar 6 persen dari berita yang dicakupnya. Banyak pemirsa televisi lebih menyukai acara hiburan seperti komedi daripada pembicaraan politik atau hal yang lebih serius lainnya. Maka, dalam urusan publik, presentase yang diraih oleh banyak peran itu hanya sedikit. Bahkan mereka relatif kurang memperhatikan. Ini berarti perubahan secara besar-besaran jelas tidak mungkin terjadi.

Penjelasan teori efek terbatas di atas membantu dalam penelitian ini.

Peneliti ingin melihat lebih jauh bagaimana terpaan pemberitaan isu penghentian RBT yang disampaikan oleh media massa memberikan pengaruh terhadap sikap

subyek penelitian atau bahkan hanya efek minim yang diberikan oleh media massa, seperti yang diungkapkan dalam teori efek terbatas tersebut.

3. SIKAP

a. Definisi Sikap

Berkaitan dengan efek media massa, pemberitaan media akan mempengaruhi sikap seseorang. Jadi apabila seseorang terus menerus diterpa oleh informasi media yang dipercayainya, hal pertama yang terjadi adalah bertambahnya pengetahuan, dan selanjutnya ada kemungkinan perubahan sikap yang terjadi kemudian. Penelitian ini menganalisis khalayak yakni ingin melihat sikap komunitas musisi terhadap pemberitaan penghentian RBT. Sesuai dengan fungsinya, media massa hadir untuk memberikan dan memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Adapun media massa atau penerbitan pers dibuat secara sengaja untuk melayani kebutuhan khalayak atau publik akan informasi.

Menurut Junaedi (2007:80), sebagian kalangan memiliki perspektif bahwa khalayak sebagai massa yang tidak dapat dibedakan, dan beberapa yang lain melihatnya sebagai satu kesatuan kelompok kecil atau komunitas yang tidak seragam. Pada kacamata perspektif ini khalayak dipahami sebagai populasi dalam jumlah yang besar yang kemudian bisa dipersatukan keberadaannya melalui media massa. Khalayak menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan sebuah surat kabar. Khalayak sendiri sangat beragam jenisnya misalnya dapat dilihat dari latar belakang pendidikan maupun golongan ekonominya. Keberagaman khalayak ini menjadi tantangan bagi setiap surat kabar untuk dapat

memproduksi berita sekaligus memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, dan tentunya mereka berasal dari berbagai macam latar belakang dan golongan.

Sikap merupakan organisasi pendapat, keyakinan seseorang mengenai objek atau situasi yang relatif *ajeg*, yang disertai adanya perasaan tertentu dan member dasar kepada orang tersebut untuk membuat respon atau berperilaku dalam cara tertentu yang dipilihnya. Sikap yang ada pada seseorang akan memberikan warna atau corak pada perilaku atau perbuatan orang yang bersangkutan. Dengan mengetahui sikap seseorang dapat menduga bagaimana respon atau masalah atau keadaan yang dihadapkan kepadanya. Jadi dengan mengetahui sikap seseorang, orang akan mendapat gambaran kemungkinan perilaku yang timbul dari orang yang bersangkutan (Rakhmat, 1998: 39).

Sikap adalah konsep yang paling penting dalam psikologi sosial dan yang paling banyak didefinisikan. Ada yang menganggap sikap hanyalah sejenis motif sosiogenis yang diperoleh melalui proses belajar (Rakhmat, 1998: 39).

Sastropetro (1987:41) mengutip pendapat Cutlip dan Center, menyebutkan bahwa suatu sikap atau *attitude* adalah kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu masalah atau situasi tertentu.

Sikap memerlukan objek, baik berupa benda, kehidupan, situasi, kondisi atau lingkungannya. Sedangkan sikap yang diberikan ada tiga macam yaitu sikap positif, sikap netral dan sikap negatif.

Newcomb, Turner dan Converse (dalam Mar'at, 1984:25) mengemukakan bahwa sikap positif mencenderungkan orang yang bersangkutan kepada pendekatan terhadap objek. Sedangkan sikap-sikap negatif mencenderungkan

kepada penghindaran dan sikap-sikap netral mendekati seseorang untuk tidak mengemukakan sikap. Newcomb et al. (dalam Mar'at, 1984:25) berpendapat bahwa sikap merupakan suatu kesatuan kognisi yang mempunyai valensi dan akhirnya berintegrasi ke dalam pola yang lebih luas.

Pengertian-pengertian mengenai sikap yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan beberapa hal yang bisa dikatakan sebagai ciri dari sikap. Hal-hal tersebut, adalah sebagai berikut (Rahmat,1998: 39-40) :

- 1) Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi, atau kelompok.
- 2) Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan, mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari
- 3) Sikap relatif lebih menetap. Berbagai studi menunjukkan bahwa sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami perubahan.
- 4) Sikap mengandung aspek evaluatif : artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sehingga memberikan definisi sederhana : *"Attitudes are likes and dislikes"*.
- 5) Sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar. Karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.

b. Komponen Sikap

Para ahli psikologi sosial menganggap bahwa sikap terdiri dari tiga komponen. Komponen pertama adalah komponen kognitif, yaitu pengetahuan dan keyakinan seseorang mengenai sesuatu yang menjadi objek sikap. Komponen kedua adalah komponen afektif, yang berisikan perasaan terhadap suatu objek . sedangkan komponen ketiga adalah komponen konatif, yaitu kecenderungan melakukan sesuatu terhadap objek sikap.

Paul dan Olson, 1999 (dalam Simamora, 2004:54) menyatakan bahwa sikap adalah evaluasi konsep secara menyeluruh oleh seseorang. Evaluasi dapat diciptakan oleh sistem afektif maupun kognitif. Evaluasi mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu atribut. Sistem pengaruh secara otomatis memproduksi tanggapan afektif, termasuk emosi, perasaan, suasana hati dan evaluasi terhadap sikap yang merupakan tanggapan segera dan langsung pada rangsangan tertentu. Tanggapan afektif yang menyenangkan atau tidak menyenangkan tersebut muncul tanpa pemrosesan kognitif yang disadari terhadap informasi produk tertentu. Kemudian *proses classical conditioning* (proses pembentukan sikap), evaluasi tersebut dapat dikaitkan dengan produk atau merek tertentu sehingga menciptakan suatu sikap.

c. Pembentukan sikap

Menurut Azwar (1988:24), perubahan sikap dapat disebabkan oleh:

1) Pengalaman pribadi

Apa yang terjadi dan sedang dialami akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan seseorang terhadap stimulus sosial. Tanggapan akan menjadi salah satu dasar terbentuknya sikap. Untuk dapat mempunyai tanggapan dan penghayatan, seseorang harus mempunyai pengalaman yang berkaitan dengan objek psikologis.

2) Orang lain yang dianggap penting

Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap yang kecenderungan atau searah dengan sikap orang yang dianggap penting. Kecenderungan ini dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang biasanya dianggap penting bagi individu.

3) Media Massa

Sebagai sarana komunikasi, media massa mempunyai pengaruh yang besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Tugas pokoknya dalam menyampaikan informasi telah mengkondisikan media massa menyajikan pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh

informasi tersebut, apabila cukup kuat akan memberikan dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terciptalah sikap tertentu.

4) Institusi yang dianggap penting

Institusi yang dianggap penting yaitu lembaga pendidikan dan lembaga agama. Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai suatu system yang mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Pengalaman akan baik dan buruk, garis pemisah antara sesuatu yang boleh dan tidak boleh dilakukan, diperoleh dari pendidikan dan dari pusat keagamaan serta ajaran-ajarannya. Karena konsep moral dan ajaran agama sangat menentukan sikap kepercayaan, maka tidaklah mengherankan jika pada gilirannya kemudian konsep tersebut ikut berperan dalam menentukan sikap individu terhadap sesuatu hal.

5) Kebudayaan

Kebudayaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap perubahan sikap seseorang. Tanpa disadari kebudayaan telah mewarnai sikap masyarakat karena kebudayaan juga yang telah member corak pengalaman individu-individu dalam kelompok masyarakat, sehingga menanamkan garis pengarah sikap seseorang terhadap berbagai masalah.

6) Faktor emosional dalam diri individu

Terkadang suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap demikian merupakan sikap sementara dan segera berlalu begitu frustrasi telah hilang, akan tetapi dapat pula memberikan sikap yang lebih persisten dan bertahan lama.

Syaodah (1983:34), menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sikap dalam diri berupa selektifitas, sedangkan faktor dari luar individu berupa :

- 1) Sikap objek yang dijadikan sasaran objek
- 2) Sikap dari orang yang mendukung sikap tersebut
- 3) Kewibawaan orang yang mengemukakan sikap
- 4) Situasi pada saat sikap tersebut dibentuk.

F. Kerangka Konsep

Sikap khalayak merupakan kecenderungan berperilaku, bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa sejumlah manusia yang menerima suatu pesan

dalam waktu sama dari media, kendati berada pada tempat berbeda dan tidak saling mengenal serta tidak dapat melakukan interaksi secara langsung (Rahmat,1998: 37). Sikap khalayak tersebut ditunjukkan dengan cara-cara tertentu yang sifatnya positif atau negatif terhadap objeknya.

Sikap khalayak tersebut terdiri dari tiga komponen, yaitu kognitif, konatif, dan afektif. Komponen kognitif khalayak berkaitan dengan kepercayaan, pikiran atau pengetahuannya atas dasar informasi, yang berhubungan terhadap objek. Komponen afektif khalayak berkaitan dengan aspek emosionalnya terhadap objek, yang dirasakan sebagai hal yang menyenangkan dan disukai atau tidak disukai. Komponen konatif khalayak berkaitan dengan kecenderungannya untuk berperilaku positif atau negatif terhadap suatu objek tertentu, jika positif akan cenderung memuji, membantu atau mendukung, sedangkan jika negatif akan cenderung mengganggu, menghukum, menolak, ataupun merusak.

Terpaan berita penghentian RBT di media berpotensi memunculkan efek terhadap perilaku khalayak, para musisi. Perilaku individu mengandung tiga ranah utama: kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (tindakan). Penelitian ini mengkaji perubahan perilaku pada ketiga ranah tersebut. Oleh karena itu, efek berita penghentian RBT di media meliputi efek kognitif, efek afektif dan efek konatif.

Sesuai dengan teori efek terbatas, maka pengaruh pemberitaan terhadap sikap terkadang tidak bersifat langsung atau ada variabel-variabel lain sebagai variabel pengganggu atau variabel kontrol. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol. Variabel yang dianggap

konstan (kontrol) dalam penelitian ini menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap yang terdiri dari enam variabel yakni pengalaman pribadi, orang lain yang dianggap penting, media massa, institusi yang dianggap penting, kebudayaan dan faktor emosional dalam diri individu. Namun dari enam variabel, tidak semuanya digunakan hanya tiga variabel saja yang digunakan yakni variabel pengalaman pribadi, orang lain yang dianggap penting dan media massa. Sedangkan tiga variabel lain tidak digunakan sebagai variabel kontrol karena dinilai kurang relevan dalam penelitian ini sehingga tidak digunakan.

G. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

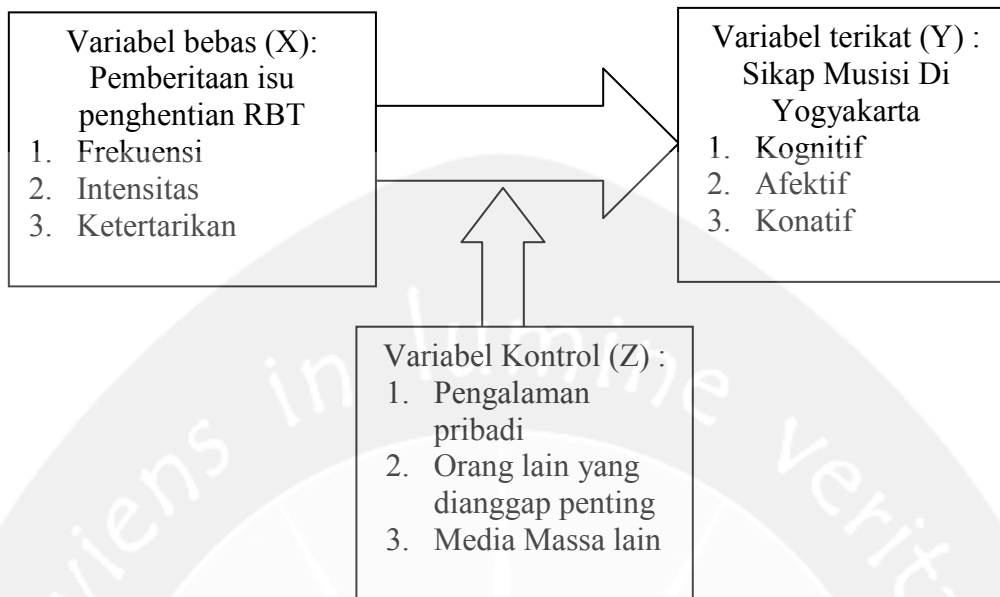
H_0 = Tidak Ada pengaruh pemberitaan isu penghentian RBT terhadap sikap musisi di Yogyakarta.

H_a = Ada pengaruh pemberitaan isu penghentian RBT terhadap sikap musisi di Yogyakarta.

H. Variabel Penelitian

Variabel merupakan karakter yang akan diobservasi dari unit amatan. Dalam penelitian ini variabel merupakan suatu atribut yang memiliki variasi antara objek dengan objek yang lain dalam kelompok tersebut (Singarimbun dan Effendi (1995 : 42).

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Hubungan antar variabel

I. Definisi Operasional

Singarimbun dan Effendi (1989:46) menjelaskan bahwa 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. Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (variabel X)

Kriyantono (2006:21), mendefinisikan variabel bebas atau variabel pengaruh (*independence variabel*) ialah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah pemberitaan isu penghentian RBT di detik.com. Adapun indikatornya berupa terpaan membaca berita tentang isu penghentian RBT di detik.com yang

diukur melalui frekuensi, intensitas, dan ketertarikan dari pembaca dalam merespon berita RBT di detik.com.

1). Terpaan membaca pemberitaan isu penghentian RBT di detik.com

a. Frekuensi (tingkat keseringan) pembaca

Tingkat keseringan membaca berita di detik.com. Pengukuran dilakukan dengan data ordinal.

b. Intensitas atau kedalaman

1) Lama membaca berita di detik.com. Pengukuran dilakukan dengan data ordinal.

2) Lama membaca berita tentang isu penghentian RBT di detik.com. Pengukuran dilakukan dengan data ordinal.

c. Ketertarikan pembaca untuk membaca berita tentang penghentian RBT di detik.com

Ketertarikan untuk menyimak berita tentang penghentian RBT di detik.com. Pengukuran dilakukan dengan skala nominal.

2) Sikap Musisi di Yogyakarta (Variabel Y)

Variabel terikat atau variabel tergantung (*dependence variabel*) ialah variabel yang diduga akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel pendahulunya (Kriyantono, 2006:21). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah sikap musisi di Yogyakarta dalam penelitian ini diukur berdasarkan dimensi-dimensi sikap:

a. Kognitif

Responden diberi pertanyaan mengenai pengetahuan tentang isi berita penghentian RBT yang mereka baca di media.

b. Afektif

Responden diberi pertanyaan yang berkaitan dengan perasaan khalayak sesudah membaca berita penghentian RBT, yaitu meliputi rasa marah, geram, jengkel, takut, curiga dan lain sebagainya.

c. Konatif

Responden diberi pertanyaan mengenai tindakan yang dilakukan setelah membaca berita penghentian RBT.

2) Variabel Kontrol (Variabel Z)

Sugiyono (2008: 61) menjelaskan bahwa variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Perubahan sikap yang disebabkan oleh terpaan media sesuai dengan teori efek terbatas menjelaskan bahwa terpaan media belum tentu dapat berpengaruh secara langsung. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi sikap yang terdiri dari enam variabel yakni pengalaman pribadi, orang lain yang dianggap penting, media massa, institusi yang dianggap penting, kebudayaan dan faktor emosional dalam diri individu. Namun dari enam variabel, tidak semuanya digunakan hanya tiga variabel saja yang digunakan yakni variabel pengalaman pribadi, orang lain yang dianggap penting dan media massa. Sedangkan tiga variabel lain tidak digunakan sebagai

variabel kontrol karena dinilai kurang relevan dalam penelitian ini sehingga tidak digunakan.

a. Pengalaman pribadi

Pengalaman yang pernah dirasakan sendiri berkaitan dengan RBT.

b. Orang lain yang dianggap penting

Nara sumber lain yakni orang lain yang dianggap berkompetensi atau berkaitan dengan RBT, misalnya artis.

c. Media massa yang lain

Media massa yang diukur dalam penelitian ini adalah media massa selain media massa online, misalnya koran, televisi dan lain sebagainya.

J. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian survai. Kriyantono (2006:60), menjelaskan bahwa penelitian survai melalui proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menurut jenis atau tipenya merupakan penelitian *explanatory* atau penelitian penjelasan. Menurut Singarimbun dan Effendi (1997:3) mengatakan bahwa penelitian *explanatory* menyoroti hubungan

antara variabel-variabel penelitian walaupun masing-masing mengandung deskripsi tetapi fokusnya terletak pada penjelasan hubungan-hubungan antar variabel.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang akan digunakan bersumber dari:

Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun dan Efendi, 1997:152). Dari pendapat tersebut maka sebagai populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas musisi di Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 10 Oktober 2012, bertempat di di flow studio Wawancara dengan Ronald Wijaya, selaku pemilik flow musik dan Ketua *Flowkids Community*, menjelaskan bahwa di Yogyakarta ada kurang lebih 10 komunitas musisi yang cukup besar, di antaranya adalah (1) komunitas flow studio yang sering disebut flowkids, (2) komunitas F1 studio yang sering disebut sterokids, (3) komunitas musik hip hop yang bernama hell house dan jogja hip hop foundation, (4) komunitas musisi jazz yang bernama warta jazz, (5) komunitas *indie jogja* yang bernama IMMC atau kepanjangan dari Indie Mixed

Music Community, (6) komunitas musik country yang bernama YCMC atau Yogyakarta Country Musik Community, (7) Komunitas musisi akustik yang bernama Jogjakustik, (8) Komunitas musik unisi radio yang bernama Birama, (9) komunitas studio gong yang bernama Cah Gong dan yang terakhir adalah (10) komunitas musik khusus penggemar band tertentu bernama JMF atau Jogja Musik Forum.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi komunitas musisi yang cukup besar yaitu Flowkids dan IMMC. Alasannya Flowkids sendiri merupakan komunitas musisi yang anggotanya cukup banyak dan juga sering mengadakan acara-acara musik seperti acara “Wednesday on tribute to” yang biasa diselenggarakan di Dapmam café condong catur, lalu ada acara diskusi musik yang sudah beberapa kali diadakan di flow studio. Bahkan flow studio dan komunitasnya sudah beberapa kali masuk media *online*, diantaranya yaitu www.jogjastock.com. Komunitas Flowkids beranggotakan 28 band yang tergabung dalam komunitasnya dan memiliki latar belakang musik yang berbeda-beda. Lalu yang kedua mengambil komunitas IMMC atau Indie Mixed Musik Community. Alasan memilih komunitas tersebut adalah karena komunitas ini beranggotakan 42 band yang memiliki latar belakang musik dengan aliran yang berbeda-beda pula. IMMC mempunyai acara khusus yaitu, “Weekend Indie IMMC” yang diselenggarakan tiap hari Sabtu mulai pukul 19.30, bertempat di Tomora Café, Nologaten, Yogyakarta. *Event* yang juga

dijadikan ajang berkumpulnya musisi Jogja baik anggota IMMC maupun di luar IMMC (Wawancara tanggal 16 Oktober 2012, di kedai kopi Jalan Kaliurang dengan Gunawan selaku wakil ketua IMMC). Jadi total jumlah sampel dari keseluruhan musisi adalah 70 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sekelompok orang yang ada di dalam populasi. Sampel haruslah sesuai dengan populasi yang ada. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi dengan cara menyeleksi orang-orang berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006:154). Orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih harus memenuhi beberapa ketentuan, yaitu anggota komunitas musisi flowkids dan IMMC dan sudah pernah membaca pemberitaan tentang isu penghentian RBT di detik.com. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan pada saat *event* di dapmam café (Condong Catur Depok Sleman) pada acara pro mild show dan diperoleh 46 orang responden.

5. Teknik pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner. Kuesioner akan disebarakan secara langsung

kepada anggota komunitas musisi di Yogyakarta. Bentuk kuisisioner tersebut adalah kuisisioner tertutup. Kuisisioner dilengkapi dengan alternatif jawaban.

6. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2005:45).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Product Moment, yang rumusnya sebagai berikut:

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

Dasar pengambilan keputusan untuk validitas adalah:

Jika r hasil positif (+), serta r hasil $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid. Namun jika r hasil negatif (-), dan r hasil $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid (Santoso, 2000:277).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika alat ukur telah dinyatakan valid, berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya (Umar:2002:108).

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach. Teknik Cronbach mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 0 – 1, tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0 – 10 atau 0 – 100, atau bentuk skala 1 – 3, 1 – 5 atau 1 – 7 dan seterusnya dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α) dari Cronbach. Rumus ini dapat ditulis:

$$\alpha_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sum \sigma^2} \right)$$

dimana:

- α_{11} = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- σ_b^2 = varian total
- σ^2 = jumlah varian butir

Jumlah varian butir dicari dulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, rumus yang digunakan untuk mencari varian butir adalah:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

dimana:

- n = jumlah responden

X = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor – nomor butir pertanyaan)

Pada uji reliabilitas ini, akan dilihat apakah suatu kuesioner sudah tepat atau *consistence* atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *alpha* (α) dari *Cronbach*. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *alpha* (α) lebih besar dari 0,6.

1. Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

- a. Analisis korelasi adalah analisis untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Rumus untuk analisis korelasi ini adalah :

$$r = \frac{N(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{N(\sum X_i^2) - (\sum X_i)^2\} * \{N(\sum Y_i^2) - (\sum Y_i)^2\}}}$$

- b. Analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Rumus untuk analisis regresi linier sederhana ini adalah :

$$Y = a + bX + e.$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

Untuk memudahkan analisis maka data yang diperoleh, dianalisis dengan program SPSS. Setelah itu dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis ini digunakan rumus uji t-test dan F (F – test). Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis regresi linear sederhana. Sedangkan uji hipotesis dengan uji F digunakan dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda. Signifikansi diperoleh jika variabel independen berpengaruh secara nyata dan begitupun sebaliknya (Hadi, 1991:59). Pengambilan keputusan uji F dilihat dari perbandingan probabilitas (sig) dengan taraf nyatanya (0,05), yaitu jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas < 0,05 maka H_1 diterima.