

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Intensitas pembelian masyarakat kampung Warakas terhadap koran KOMPAS adalah cukup tinggi. Hal ini menunjukkan minat baca masyarakat terhadap koran adalah cukup tinggi, Intensitas masyarakat kampung Warakas dalam membaca koran adalah cukup tinggi, Intensitas masyarakat kampung Warakas dalam membaca koran terkait dengan pemberitaan Global Warming khususnya masalah penghematan bahan bakar adalah cukup tinggi, Intensitas masyarakat kampung Warakas dalam membaca koran terkait dengan pemberitaan Global Warming khususnya masalah pencemaran udara adalah rendah, Intensitas masyarakat kampung Warakas dalam membaca koran terkait dengan pemberitaan Global Warming khususnya masalah hemat energi adalah cukup tinggi, Intensitas masyarakat kampung Warakas dalam membaca koran terkait dengan pemberitaan Global Warming khususnya masalah penggunaan plastik adalah rendah.

Antusias masyarakat kampung Warakas dalam membaca pemberitaan Global Warming adalah cukup, Pemberitaan tentang pencemaran udara dan masalah penggunaan plastik mendapat skor rendah. Hal itu menunjukkan pemberitaan mengenai kedua hal tersebut masih kurang menyentuh pada

masyarakat kampung warakas, Penilaian responden terhadap terpaan pemberitaan per responden mayoritas jawaban berada pada kategori “Tinggi”, Penilaian responden tentang penilaian terhadap terpaan pemberitaan (x), Penilaian per responden tentang variabel pengetahuan mengenai peduli lingkungan, mayoritas jawaban berada pada kategori “Tinggi”

Besar hubungan antar variabel Terpaan Pemberitaan Global Warming dengan Tingkat Pengetahuan Peduli Lingkungan adalah 0.330 dengan nilai signifikansi sebesar 0.003 artinya ada hubungan positif antar variabel Terpaan Pemberitaan Global Warming dengan Tingkat Pengetahuan Peduli Lingkungan, Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika variabel Global Warming meningkat, maka terpaan pemberitaan akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel lain konstan atau dengan kata lain bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Global Warming dengan terpaan pemberitaan, Hasil tabulasi silang, bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menilai positif atau memiliki kualitas dalam mengakses pemberitaan *global warming* dari Media Kompas yang tergolong cukup juga memiliki tingkat pengetahuan yang cukup bahkan memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, Tingkat pengetahuan peduli lingkungan yang termasuk kategori tinggi berdasarkan jenis kelamin adalah dari golongan laki-laki, Mayoritas responden dari segi tingkat pendidikan adalah dari kelompok berpendidikan universitas, Tingkat pengetahuan peduli lingkungan yang termasuk kategori tinggi berdasarkan tingkat pendidikan adalah dari golongan berpendidikan tinggi, Tingkat pendidikan memiliki hubungan kuat dengan tingkat pengetahuan terhadap kepedulian lingkungan, Tingkat pengetahuan peduli lingkungan yang termasuk kategori tinggi berdasarkan usia adalah dari golongan usia 21-30 tahun.

Dari segi pekerjaan mayoritas responden adalah pegawai swasta, Tingkat pengetahuan peduli lingkungan yang termasuk kategori tinggi berdasarkan pekerjaan adalah dari golongan PNS dan pegawai swasta, Terdapat pengaruh yang positif antara variabel terpaan pemberitaan global warming melalui media Kompas terhadap variabel tingkat kepedulian lingkungan pada masyarakat Kampung Warakas. Pengaruh yang positif dan signifikan artinya, jika variabel Terpaan Pemberitaan *Global Warming* ditingkatkan maka variabel tingkat pengetahuan peduli lingkungan pun akan mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, jika variabel bebas tersebut mengalami penurunan, maka akan diikuti dengan penurunan pada variabel terikat.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa dari segi kualitas masih tergolong lemah, tetapi hal ini didukung oleh dengan teori Efek Media Terbatas sebagaimana yang dikemukakan oleh Joseph Klapper (dalam Littlejohn, 1996:344), bahwa komunikasi massa tidaklah menjadi penyebab terpengaruhnya (efek) audiens, melainkan hanya sebagai perantara.

B. SARAN

Dari teori menyatakan bahwa seseorang yang diterpa informasi media secara terus menerus akan terjadi perubahan pada diri mereka. Hal ini sesuai dengan teori model dampak media yang tidak terbatas atau kuat oleh sebab itu responden harus semakin banyak membaca artikel atau surat kabar agar pengetahuan mereka berkembang dan mengetahui sesuatu hal yang akan membahayakan diri mereka.

Media harus benar-benar memberitakan secara *up to date* tentang berita kriminal yang menyangkut sopir angkot, karena berita tersebut menjadi sangat penting bagi sopir angkot untuk keselamatan dirinya.

Adanya pihak untuk melakukan tindakan penyelamatan terhadap hutan misalnya, maka lima tahun yang akan datang hutan akan segera habis, akibat *illegal logging* yang membabi buta, tanpa memikirkan dampak negatifnya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya seperti pihak pemerintah atau pihak swasta lain seperti WWF sehingga penyelamatan hutan dan isinya dapat terlindungi.

Juga harus ada kesadaran bagi manusia dan penduduk Indonesia untuk hemat energi sebagai salah satu indikator kepedulian lingkungan sehingga memberikan implikasi bahwa pengetahuan responden terhadap masalah hemat energi masih harus ditingkatkan. Masalah hemat energi merupakan faktor penting, disebabkan terkait dengan cadangan energi, seperti bahan bakar dan listrik, yang dapat memberikan efek bagi lingkungan dan permasalahan Global Warming.

Adanya komunikasi yang efektif jika pesan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh komunikator akan ditangkap dan dipahami oleh komunikan. Dengan demikian, jika responnya adalah negatif maka makna pesan tidak dipahami secara utuh oleh komunikan seperti pemberitaan media yang harus jelas

sehingga pembaca juga dapat mengerti secara jelas apa maksud dan tujuan yang ada.

Kesadaran masyarakat harus tinggi menyangkut kepedulian lingkungan sehingga masyarakat akan lebih peduli tentang penyelamatan lingkungan hidup. Pengetahuan kepedulian lingkungan harus didukung oleh faktor-faktor lain selain pemberitaan di media massa. Media massa hanya sebagai mediasi dalam menyampaikan isu-isu global maupun nasional, namun ketertarikan audiens terhadap berita yang disajikan terkait dengan banyak faktor seperti adanya data yang kurang lengkap sehingga pemberitaan terkesan setengah-setengah.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, (1996). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Renika Cipta, Cetakan Kesepuluh Jakarta.
- Assegaf, Dja'far . *Jurnalistik Media Masa kini*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 1980
- Berlo, D.K. *The Process f Communication*. New York : Holt Rinehart and Winston Inc. 1960
- Best, Roger J. (2000). *Market-based management (3rd ed)*. New Jersey: Prentice Black., James A. & Dean J. Champion, 1992, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, terjemahan oleh E. Koeswara, dkk, Jakarta:PT Refika.
- Darwanto. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2007
- Effendy, Onong U. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung : Penerbit Alumni. 1990
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Kmunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosdakarya. 2005
- Engel. 1990. "Consumer Behavior". Dalam Tjiptono Fandy, *Strategy Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Univ Diponegoro. 2001
- Hadi, Sutrisno (1981), *Metodologi Research, Jilid 1*, Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- James F. Engel, dkk. 1999, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Drs. F.X. Budiyanto, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti. 1994
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas, Jilid I dan II, Alih Bahasa : Benyamin Molan; Editor : *Suatu Pengantar*, Jakarta : Penerbit Erlangga. 1991
- Little John., Stephen W., 1996, *Theories of Human Communication*, Ohio: Charles E. Merril Company

- Mulyana, Dedi. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya. 2002
- Peter dan Olson, 1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D. Sihombing (penerjemah). *Consumer Behavior*. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2000
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta. 2006
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1997). *Metode penelitian survei*. Jakarta:LP3ES)
- Singarimbun. (1989). *Metode Penelitian Riset dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta. 1999
- Tubbs, Stewart L dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication : Prinsip-prinsip dasar (terjemahan)*, Bandung : Remadja Rosda Karya
- W. Surachmad., 1974. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metode Teknik*, Tarsito, Bandung
- Winarso Puji, Heru. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta : Prestasi Pustaka. 2005

Skripsi :

- Analisis Framing Pemberitaan Melalui Setting Media di TPI Andriyanto, UI, FISIP 2005
- Soerono, tesis UI (2005), judul “Peranan Media Massa Dalam Memasyarakatkan Aspek Lingkungan (Studi Kasus di Tiga Media Cetak Ibukota). Tidak dipublikasikan.
- Retnaningtyas, tesis UI (2006) judul “Pengaruh berita kekerasan di media massa terhadap perilaku agresif masyarakat (studi kasus tawuran warga palmeriam matraman) tidak dipublikasikan.

Internet :

<http://researchexpert.wordpress.com/2007/11/08/focus-group-discussion/http://osinaga.wordpress.com>

<http://www.tempointeraktif.com> 12 September 2006

<http://akhmadsudrajat.wordpress.com>

(http://www.metrotvnews.com/acara_detail.asp?id=78072) diakses bulan januari 2010.

Engel dkk 1999

