

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun belakangan ini banyak terjadi aksi pengeboman yang dilakukan oleh teroris di Negara kita. Berawal dari aksi pemboman di Kedubes Filipina pada 1 Agustus 2000 yang menewaskan 2 orang dan 21 orang lainnya luka-luka, kemudian dilanjutkan serangkaian bom yang terjadi sejak tahun 2000 hingga 2005 ([www.wikipedia.org/terorisme di Indonesia](http://www.wikipedia.org/terorisme%20di%20Indonesia), update tgl 07.09.09).

Pada tahun 2002, terjadi aksi pemboman di Bali, yaitu pemboman di Legian Bali pada bulan Oktober yang menewaskan ratusan orang, lalu Bom Bali II dan beberapa pemboman yang terjadi di beberapa wilayah di tanah air kita, sehingga membuat Indonesia semakin lekat dengan terorisme.

Setelah hampir empat tahun berlalu sejak peristiwa Bom Bali II pada Oktober 2005, peristiwa pemboman kembali mengusik ketenangan masyarakat ketika pesta demokrasi selesai dilaksanakan 8 Juli 2009. Peristiwa tersebut tidak hanya terjadi di satu tempat saja, namun berada di dua tempat secara hampir bersamaan, yaitu pemboman di Hotel J.W Marriott dan Hotel Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 yang terjadi sekitar pukul 07.00 WIB.

Peristiwa tersebut membuat sebagian besar masyarakat Indonesia kaget, karena selama satu tahun belakangan masyarakat sedang disibukkan dengan persiapan pesta demokrasi yang berlangsung di Indonesia. Peristiwa pemboman itu menewaskan 9 orang dan 62 lainnya luka - luka. Korban - korban tersebut berasal

dari beberapa negara dan termasuk warga Indonesia sendiri (<http://nasional.vivanews.com/news/read/76185>, beredar foto kepala pengebom, akses tgl 30 September 2009, pkl 22.00 WIB).

Peristiwa ini menyedot perhatian masyarakat luas dan tidak terkecuali media massa, salah satunya televisi. Melalui televisi masyarakat bisa langsung mendapatkan informasi tersebut dengan cepat.

Televisi sebagai media informasi, bisa dengan segera menyiarkan peristiwa tersebut kepada khalayak dengan kelebihan yang cepat dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia (Sutisno, 1993: 3).

Pengaruh televisi saat ini masih terbilang kuat dibandingkan dengan radio dan surat kabar. Hal ini terjadi karena kekuatan audio visual televisi yang menyentuh segi-segi kehidupan pemirsa. Bersamaan dengan proses berlangsungnya isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda pula menurut versi pemirsa, serta dampak yang ditimbulkan juga beranekaragam. Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi (Sutisno, 1993: 4).

Terorisme merupakan salah satu sumber berita yang dapat menjadi bahan menarik yang digunakan media untuk mendapatkan perhatian pemirsa karena memiliki nilai berita (*news value*).

Nilai berita diartikan sebagai nilai penting atau menarik atau keduanya bagi khalayak luas, dan masih baru (hangat serta aktual) (Wahyudi, 1992: 129).

Berkaitan dengan peristiwa terorisme yang terjadi di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 tersebut berdampak dalam berbagai bidang kehidupan. Ratusan korban menderita akibat peristiwa itu, tidak hanya itu, secara sosial teror bom memberikan pengaruh negatif yang besar. Ketakutan merebak di mana-mana, rasa tidak percaya menjangkiti masyarakat Indonesia satu sama lainnya (Andalas, 2010: 7), sehingga banyak kecemasan muncul dari berbagai pihak.

Tidak sedikit masyarakat yang mengutuk aksi tersebut karena banyak yang mengaitkan terorisme dengan jihad. Salah satu tokoh agama Din Syamsuddin dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah menyayangkan tindakan teror yang diatasnamakan jihad. Sebab, ajaran Islam tidak membenarkan membunuh orang yang tidak berdosa. “Tindakan teror bom itu sangat tidak berperikemanusiaan,”
(www.arsip.net/id/link.php?ih:AlgFVIFUWVAA, akses tgl 22-11-09)

Ketua PB NU KH Hasyim Muzadi mengingatkan semua umat beragama bahwa jihad itu bukan teror dan teror itu bukan jihad. Keduanya memiliki pengertian yang berbeda. “Ke depan, begitu ada bom, tolong beri tahu dulu, ini bukan dari agama. *Teror is criminal, must be judge by the justice.*”
(www.arsip.net/id/link.php?ih:AlgFVIFUWVAA, akses tgl 22-11-09)

Alasan peneliti mengambil judul ini adalah karena keprihatinan peneliti terhadap peristiwa pemboman yang seringkali terjadi di Negara kita dapat membuat citra Negara kita menjadi buruk di mata dunia sehingga tidak jarang

Indonesia dianggap sebagai sarang teroris karena banyaknya aksi pemboman yang terjadi belakangan ini. Keprihatinan lain muncul karena adanya anggapan bahwa terorisme dan aksi pengeboman itu sangat erat kaitanya dengan aksi jihad serta berbagai pandangan yang berbeda – beda mengenai jihad. Sependapat dengan kedua tokoh di atas, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh media terhadap pemahaman jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta.

Alasan penulis mengambil obyek penelitian dari siswa SMAN 3 Yogyakarta adalah karena sekolah ini merupakan salah satu sekolah favorit dan mempunyai prestasi yang membanggakan baik di dalam maupun luar negeri. Selain itu sekolah ini juga mulai mensosialisasikan pendidikan anti teroris yang rencananya akan dimulai pada tahun 2010/2011 oleh DPRD Yogyakarta. Akhir Januari 2010 kemarin, SMAN 3 Yogyakarta juga menjadi tempat berlangsungnya dan penyelenggara diskusi antar agama yang membahas mengenai kurikulum anti teroris tersebut.

Menurut Kepala Sekolah periode 2007-2009, Drs.Basyori Muhammad, meski DPRD baru mau meluncurkan program pendidikan anti teroris pada tahun ajaran 2010/2011 mendatang, namun pihaknya telah menerapkan melalui pendidikan agama Islam. Diharapkan dengan rencana DPRD ini para guru perlu ditingkatkan kemampuannya selama wacana perihal pendidikan anti teroris tidak masuk didalam kurikulum ([www. pro3RRI.com/indeks.php](http://www.pro3RRI.com/indeks.php), akses tgl 29-10-09).

Wakil Kepala Kesiswaan sekaligus guru pendidikan agama Islam SMAN 3 Yogyakarta, Drs Hamid Supriyatno M.Ag mengatakan, sampai saat ini pihaknya belum mendapatkan edaran resmi terkait rencana dimasukkannya pendidikan anti

terorisme dalam kurikulum. Kendati demikian, SMAN 3 Yogyakarta secara tidak langsung sudah mulai menerapkan. Biasanya pendidikan itu disisipkan dalam pelajaran agama, kepribadian atau akhlak dan budi pekerti ([www.kr.co.id/pendidikan anti terorisme: Sebaiknya Tak Berdiri Sendiri](http://www.kr.co.id/pendidikan%20anti%20terorisme%3A%20Sebaiknya%20Tak%20Berdiri%20Sendiri), akses tgl 29-10-09, pukul17.00WIB).

“Munculnya terorisme biasanya disebabkan adanya pemahaman agama yang sempit. Untuk itu kami selalu mengimbau pada peserta didik agar memahami agama secara luas (tidak eksklusif). Tentunya semua itu harus dimulai dari guru, karena mereka yang mempunyai andil cukup besar dalam proses pembelajaran,” kata Hamid, seraya menambahkan supaya tidak membebani siswa, sebaiknya pendidikan anti terorisme tidak berdiri sendiri ([www.kr.co.id/pendidikan anti terorisme: Sebaiknya Tak Berdiri Sendiri](http://www.kr.co.id/pendidikan%20anti%20terorisme%3A%20Sebaiknya%20Tak%20Berdiri%20Sendiri), akses tgl 29-10-09, pukul17.00WIB).

Diharapkan dengan adanya penelitian ini siswa SMAN 3 Yogyakarta bisa mengetahui dan memahami seberapa besar pengaruh media terhadap pemahaman mereka tentang jihad yang saat ini sering dikaitkan dengan aksi bom bunuh diri. Dengan pemahaman tersebut mereka bisa menyaring pemberitaan terorisme di televisi dan menjadi paham mengenai pendidikan anti teroris sehingga tidak terjerumus dengan hal – hal yang akan merusak dan menghancurkan masa depan.

Studi mengenai pengaruh komunikasi massa banyak kita temui dalam penelitian-penelitian terdahulu. Salah satu contoh adalah penelitian yang pernah dilakukan oleh Nur Rini, Mahasiswi Ilmu Komunikasi Univeritas Atma Jaya tentang pengaruh terpaan berita di harian Kompas tentang calon presiden pemilu

2009 terhadap perilaku pemilih pemula. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa pengaruh terpaan media yaitu frekuensi, intensitas dan ketertarikan tidak secara langsung berpengaruh terhadap perilaku pemilih pemula namun melalui variabel Z yang menjadi variabel antara pada penelitian tersebut (Rini: 2009).

Terkait dengan penelitian ini, peneliti akan menggunakan variabel X yang sama, yaitu mengenai terpaan berita atau *media exposure* yang menjadi variabel bebas, sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah pemahaman yang termasuk dalam efek pesan komunikasi massa yaitu efek kognitif.

Terkait dengan penelitian ini, peneliti akan menggunakan variabel X yang sama, yaitu mengenai terpaan berita atau *media exposure* yang menjadi variabel bebas, sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah pemahaman yang termasuk dalam efek pesan komunikasi massa yaitu efek kognitif.

Dari latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti mengenai **“Pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J. W Marriott dan Ritz Carlton 17 Juli 2009 terhadap pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

“Apakah ada pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 terhadap pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J. W Marriott dan Ritz Carlton 17 Juli 2009 terhadap pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, khususnya tentang pengaruh komunikasi massa di televisi.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini berguna bagi media televisi untuk terus memperbaiki siarannya terutama program berita yang merupakan pusat informasi masyarakat mengenai kejadian di masyarakat agar tetap menjaga fungsinya sebagai media pendidikan dan penyampai informasi.
- b. Bagi responden, penelitian ini berguna sebagai pedoman serta dapat menambah pemahaman mengenai efek komunikasi massa yaitu televisi dan mereka dapat menyaring siaran – siaran televisi dengan lebih bijaksana sehingga tidak terjerumus dalam hal – hal yang merusak masa depan mereka selain itu mereka juga semakin paham mengenai arti jihad dengan benar.

E. Kerangka Teori

1) Komunikasi Massa

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” (Ardianto, 2004: 3). *”Mass communication is messages communicated through a massa medium to a large number of people”.*

Komunikasi massa adalah (ringkasan dari) komunikasi melalui media massa (*communicating with media*), atau komunikasi kepada banyak orang (massa) dengan menggunakan sarana media. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk dalam komunikasi massa adalah media cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi serta media film (film bioskop).

Menurut J. B Wahyudi (1992: 4), komunikasi massa memiliki dua makna, yaitu komunikasi dengan massa dan komunikasi dengan menggunakan media massa. Proses komunikasi dengan massa dilakukan secara langsung seperti dalam pidato (retorik), dapat juga dengan sarana media massa. Media massa ada yang periodik seperti surat kabar atau majalah (tercetak), radio, film, televisi (elektronik), dan yang nonperiodik seperti buku, leaflet, selebaran, spanduk dan sebagainya.

Pada umumnya, kita lebih tertarik kepada apa yang dilakukan oleh media kepada kita daripada apa yang kita lakukan pada media massa. Sebagai contoh, kita ingin mengetahui untuk apa kita membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi, tetapi kita tidak mau tahu bagaimana mereka (media) dapat menambah pengetahuan, mengubah sikap atau menggerakkan perilaku kita.

Donald K. Robert mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa "efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa". Oleh karena fokusnya pesan, media efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa (Ardianto, 2004: 48).

Dalam proses komunikasi, media massa dapat menerpa seseorang baik langsung maupun tidak langsung. Menurut Steven M. Chaffee efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pendekatan pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif dan behavioral. Pendekatan ketiga yaitu observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenai komunikasi massa. (Ardianto, 2004: 49).

Ada tiga efek dalam komunikasi massa sejak tahun 1930-an, yakni efek tak terbatas (*unlimited effect*), diikuti efek terbatas (*limited effect*), kemudian efek moderat (gabungan antara keduanya/*not so limited effect*) (McQuail: 1987).

Teori Efek Moderat (1970 – 1980-an)

Meskipun diakui bahwa munculnya kedua efek itu Karen tuntutan jamannya. Ketika jaman terus berubah dan peran komunikasi massa sedemikian berkembang pesat dibarengi oleh peningkatan pendidikan masyarakat, efek komunikasi massa pun ikut berubah pula.

Ada beberapa hal yang ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan pada seseorang, misalnya *selective exposure*. *Selective exposure* sebenarnya adalah gejala kunci yang sering dikaitkan dengan model efek terbatas, tetapi bukti yang ada di lapangan justru sering bertolak belakang.

Model efek moderat ini sebenarnya mempunyai implikasi positif bagi pengembangan studi media massa. Bagi para praktisi komunikasi, akan menggugah kesadaran baru bahwa sebelum sebuah pesan disiarkan perlu direncanakan dan diformat secara matang dan lebih baik. Sebab bagaimanapun, pesan tetap mempunyai dampak. Akan tetapi, pesan juga tidak serta – merta diterima audience secara membabi buta. Artinya, ada banyak variabel yang ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan. Ini artinya efek dimiliki media massa, tetapi penerimaan efek itu juga dipengaruhi faktor lain (tingkat pendidikan, lingkungan social, kebutuhan, dan system nilai yang dianutnya). Jadi, semakin tinggi tingkat pendidikan individu, semakin selektif untuk menerima pesan-pesan yang berasal dari media massa. Dalam efek moderat, terjadi pengaruh, tetapi tidak terlalu besar. (McQuail: 1987)

Teori Efek Tidak Terbatas (1930-1950)

Efek tidak terbatas ini didasarkan pada teori atau model peluru (*bullet*) atau jarum hipodermik (*hypodermic needle*). Jadi, media massa diibaratkan peluru. Jika peluru itu ditembakkan ke sasaran, sasaran tidak akan bias menghindar. Analogi ini menunjukkan bahwa peluru mempunyai kekuatan yang luar biasa di dalam usaha “mempengaruhi” sasaran. Menurut asumsi efek ini, media massa mempunyai kekuatan yang luar biasa (*all powerful*). Hal inilah yang mendasari bahwa media massa mempunyai efek tidak terbatas. Efek ini didasarkan pada asumsi-asumsi sebagai berikut :

Ada hubungan yang langsung antara isi pesan dengan efek yang ditimbulkan. Penerima pesan tidak mempunyai sumber sosial dan psikologis untuk menolak upaya persuasif yang dilakukan media massa. Asumsi mengapa efek tidak terbatas ini muncul bias dikaji dari perspektif psikologi dan sosiologi. Ilmu psikologi memandang bahwa individu merupakan makhluk yang tidak rasional dan dalam perilakunya secara luas dikontrol oleh instingnya. Sementara itu, menurut Ilmu sosiologi, masyarakat pasca-industri atau yang sering disebut “masyarakat massa” (*mass society*) dianggap tidak melakukan hubungan antar persona. Dalam masyarakat itu, satu sama lain saling meninggalkan atau saling mengisolasi diri. Akibatnya, individu tersebut mudah terpengaruh oleh efek media massa.

Meskipun banyak yang mengkritik, efek tidak terbatas ini masih diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam “membentuk” benak *audience*. Paling tidak, ada beberapa hal berikut yang bisa dijadikan sebagai alasan, yaitu sebagai berikut :

a. Pengulangan (*redundancy*)

Ada kalanya sebuah pesan yang disiarkan tidak menimbulkan efek seperti yang diharapkan oleh komunikator. Hal ini disebabkan proses penerimaan pesan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor.

Agar pesan yang disiarkan bisa mengubah perilaku komunikan, perlu diadakan pengulangan (*redundancy*). Pengulangan dilakukan agar terjadi efek yang nyata pada diri komunikan. Hal itu pulalah mengapa media massa mempunyai efek kuat pada diri komunikannya, sebab media massa melakukan pengulangan-pengulangan pada program acara atau iklan yang disiarkan. Pengulangan di satu sisi menjadi bukti nyata bahwa komunikan tidak memiliki kekuatan untuk menolak pesan media massa, sementara di sisi lain media massa memiliki kekuatan yang luar biasa. Jadi, jika dipertanyakan mengapa efek tidak terbatas bisa terjadi, jawabannya adalah karena terjadi pengulangan dalam pesan-
Pesan yang disembarkannya.

b. Mengidentifikasi dan memfokuskan pada audience tertentu yang ditargetkan.

Cara lain yang bisa dijadikan alasan munculnya efek tidak terbatas adalah jika suatu media ditujukan pada sasaran tertentu. Pihak yang dijadikan sasaran akan merasa bahwa program yang disiarkan itu mewakili dirinya sehingga perlu ditiru. Program atau pesan yang ditujukan pada sasaran tertentu akan mempunyai efek yang lebih besar jika dibandingkan dengan yang tidak ditujukan pada sasaran

tertentu atau bersifat umum. Target khusus tersebut akan mempunyai pengaruh yang sangat kuat. (McQuail: 1987)

Pendekatan yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pertama yang berkaitan dengan efek pesan komunikasi yang terjadi pada diri khalayak. Efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri, yaitu televisi.

Efek pesan komunikasi massa

Ada tiga dimensi efek pesan komunikasi massa, yaitu: kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan *attitude* (sikap). Sedangkan efek behavioral berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu (Ardianto, 2004: 49).

1) Efek Kognitif

Masih dalam Ardianto (2004: 52), efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Menurut Mc. Luhan, media massa adalah perpanjangan alat indera kita (*sense extention theory*, teori perpanjangan alat indera) (Rakhmat, 2005: 220). Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi. Kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa. Televisi sering menyajikan adegan kekerasan, penonton televisi cenderung memandang dunia ini lebih keras, lebih tidak aman dan lebih mengerikan (Ardianto, 2004: 52).

Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang bias dan timpang. Oleh karena itu, muncullah apa yang disebut stereotip, yaitu gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi atau masyarakat yang tidak berubah-ubah, bersifat klise dan seringkali timpang dan tidak benar. (Rakhmat, 2005: 221).

Sebagai contoh, dalam film India, wanita sering ditampilkan sebagai makhluk yang cengeng, senang kemewahan dan seringkali cerewet (Rakhmat, 2005: 226). Penampilan seperti itu, bila dilakukan terus menerus, akan menciptakan stereotip pada diri khalayak komunikasi massa tentang orang, objek atau lembaga. Di sini sudah mulai terasa bahayanya media massa. Pengaruh media massa lebih kuat lagi, karena pada masyarakat modern orang memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa (Ardianto, 2004: 52).

2) **Efek Afektif**

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya (Karlinah, 1999: 8).

Sebagai contoh, setelah kita mendengar atau membaca informasi artis kawakan Roy Marten dipenjara karena kasus penyalahgunaan narkoba, maka dalam diri kita akan muncul perasaan jengkel, iba, kasihan, atau bisa jadi, senang. Perasaan sebel, jengkel atau marah dapat diartikan sebagai perasaan kesal terhadap perbuatan Roy Marten. Sedangkan perasaan senang adalah perasaan lega dari para pembenci artis dan kehidupan hura-hura yang senang atas tertangkapnya para *public figure* yang cenderung hidup hura-hura. Adapun rasa iba atau kasihan dapat juga diartikan sebagai keheranan khalayak mengapa dia melakukan perbuatan tersebut (Ardianto, 2004: 50).

3) Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Program acara memasak bersama Rudi Khaeruddin, misalnya, akan menyebabkan para ibu rumah tangga mengikuti resep-resep baru. Bahkan, kita pernah mendengar kabar seorang anak sekolah dasar yang mencontoh adegan gulat dari acara *Smack Down* yang mengakibatkan satu orang tewas akibat adegan gulat tersebut. Namun, dari semua informasi dari berbagai media tersebut tidak mempunyai efek yang sama (Ardianto, 2004: 50).

Berkaitan dengan penelitian ini, efek pesan komunikasi massa, baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi pemahaman siswa SMAN 3

Yogyakarta mengenai isi pesan itu, yaitu pesan dari berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009.

Dalam penelitian ini yang akan dikaji hanya efek kognitif, yaitu akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya yang mungkin akan berpengaruh pada pemahaman siswa SMAN 3 Yogyakarta tentang jihad.

2. Televisi

Seperti yang telah peneliti singgung sebelumnya, televisi termasuk ke dalam komunikasi massa, dan bersamaan dengan radio dan film merupakan media massa elektronik. Media elektronik ialah media massa yang dalam menyampaikan pesan-pesannya sangat tergantung dengan adanya listrik. Tanpa listrik media massa itu tidak dapat berfungsi.

Ibaratnya sebuah jendela, meskipun kecil banyak manfaatnya. Melalui sebuah jendela dapat diperoleh angin segar dari luar atau sebaliknya. Dari sebuah jendela pula dapat diperoleh pemandangan yang lain dari pada sekedar pemandangan yang terbatas empat penyekat sebuah kamar. Televisi, meskipun kecil namun dari yang kecil ini dunia luar dapat dilongok terutama melalui siaran berita meskipun hanya sekilas. (Wahyudi 1997:5)

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi memiliki ciri-ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk itulah dalam menyampaikan pesan-pesannya juga mempunyai kekhususan.

Televisi termasuk media massa periodik dimana televisi dengan kekurangan dan kelebihan dapat mempengaruhi pemahaman seseorang dalam menerima isi pesan yang disampaikan didalamnya. Seperti efek pesan yang

ditimbulkan dari terpaan media yang seringkali tanpa kita sadari telah membentuk pemahaman atau pengetahuan baru dan tingkah laku kita sehari – hari akibat isi pesan yang terkandung di dalam sebuah pemberitaan.

3. Berita

Berita adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Peristiwa yang melibatkan banyak data dan fakta yang ada di alam semesta ini, yang terjadinya pun aktual dalam arti “baru saja” atau sedang hangat dibicarakan oleh banyak orang (Suhandang, 2004: 103).

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori : berita berat (*hardnews*) dan berita ringan (*softnews*). *Hardnews* adalah berita berat yang berita penting yang terikat waktu dan harus segera di sampaikan kepada masyarakat luas. Sedangkan berita ringan (*softnews*) adalah berita yang penyajiannya tidak terlalu terikat oleh waktu, biasanya dengan penulisan feature atau gaya bercerita.

Definisi berita menurut Michlle V. Charnley adalah :

Uraian atau laporan tentang peristiwa atau pendapat hangat yang penting, menarik, aktual, dan harus secepatnya disajikan kepada khalayak luas. Satu – satunya sarana untuk menyampaikan berita secepatnya kepada khalayak luas adalah media massa periodik (surat kabar, majalah, radio, dan televisi) (Wahyudi, 1992: 124).

Program berita merupakan satu dari banyak program siaran yang ditayangkan di semua stasiun televisi. Program ini mempunyai porsi yang lebih besar di beberapa televisi di Indonesia karena mereka memandang bahwa berita sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Televisi merupakan media yang

menyajikan program berita yang menarik dengan kelebihan audio visualnya yang dengan mudah diterima oleh audiensnya.

Pemberitaan Terorisme

Program berita terdiri dari berbagai topik pembahasan. Dalam berita karakteristik intrinstik dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna, atau yang biasa diterapkan untuk menentukan layak berita (*newsworthy*). Peristiwa – peristiwa yang memiliki nilai berita ini misalnya mengandung konflik, bencana dan kemajuan, dampak, kemasyuran, segar dan kedekatan, keganjilan, *human interest*, seks dan sebagainya (Iswara, 2005: 53). Salah satu topik yang mempunyai nilai berita adalah mengenai berita terorisme yang penting untuk disiarkan kepada khalayak terkait keselamatan bagi banyak orang dan ancaman keamanan.

Pemberitaan terorisme mulai muncul ketika terjadi pemboman di Amerika Serikat yang memporak-porandakan gedung kembar, World Trade Center (WTC) di New York, Amerika Serikat pada tanggal 11 September 2001, dikenal sebagai “September Kelabu”, yang memakan 3000 korban (S.Yunanto, 2003: 7).

Di Indonesia, pemberitaan tentang terorisme mulai aktual sejak terjadinya Tragedi Bali, tanggal 12 Oktober 2002 yang merupakan tindakan teror dan menimbulkan korban sipil yang menewaskan 184 orang dan melukai lebih dari 300 orang hingga pemberitaan terorisme yang terjadi di Hotel J.W Marriot dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 (Andalas, 2009: 21).

Dari peristiwa tersebut, hampir semua media di dunia menyoroti masalah terorisme yang saat itu menjadi ancaman di seluruh dunia, sehingga hampir semua

negara mengecam aksi terorisme tersebut. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengkaji bagaimana peranan media massa dalam memberikan stimulus (pengaruh) kepada khalayak terhadap pemahaman tentang jihad terutama pada siswa SMAN 3 Yogyakarta yang akan menerima pendidikan antiterorisme, yang direncanakan akan dilaksanakan mulai tahun ini oleh DPRD Yogyakarta.

4. Terpaan media (*Media Exposure*)

Cara orang memberikan pengertian tentang *media exposure* dapat saja berbeda, ada yang melihat dari isi media. Mereka yang menggunakan pendekatan ini sering mendefinisikan *media exposure* selalu diukur dengan frekuensi dan intensitas terpaan media. Pendekatan tersebut tidak salah, hanya saja ada beberapa hal penting dapat terabaikan. Misalnya tidak dapat mengetahui tingkat kesungguhan audiens dalam mengekspose media walaupun diketahui bahwa frekuensi dan intensitas *exposure*nya sangat tinggi.

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

Hal tersebut menunjukkan bahwa *media exposure* yang hanya diukur dengan frekuensi dan intensitas masih memiliki kelemahan dalam menjelaskan

konsep *media exposure*, sehingga ketertarikan seseorang dapat dijadikan tambahan sebagai tolak ukur untuk menjelaskan konsep terpaan media (*media exposure*).

Pengertian *media exposure* menurut pendapat Larry Shore dalam *Mass Media for Development and Examination of Access, Exposure and Impact* yaitu (Larry Shore, 1980: 26):

“Media Exposure is more complicated than access because it’s deal not only with whether a person is actually range of the particular mass media, but also whether a person is actually expose to the message. Expose is hearing, seeing, reading or more generally experiencing with least a minimal amount of interest the media message”

Pendapat di atas menegaskan bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mengekspos media apabila ia hanya terlibat dalam lingkungan fisik media. *Media Exposure* akan ada apabila audiens secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media. Bentuk nyata dari *media exposure* adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaurkan diri (*experiencing*) dengan isi media. Apabila melihat, mendengar, membaca pesan dikatakan sebagai wujud nyata dari keberadaan *media exposure* seseorang, maka jelaslah bahwa *media exposure* merupakan perilaku audiens dalam menggunakan media. Dengan kata lain Shore (1984), masih dalam bukunya tersebut memandang *media exposure* sebagai perilaku komunikasi.

Pendapat lain mengenai *media exposure* menurut Barelson dan Stainer adalah (Barelson and Stainer, 1946: 582) : *“Media exposure is the generic term of reading, learning, listening, viewing. The act of receiving communications, passively or actively from the source.”*

Pendapat di atas memandang *media exposure* sebagai perilaku menerima pesan dari media dengan cara membaca, mempelajari, mendengar dan menonton. Kemudian dengan adanya *media exposure*, isi pesan suatu media mampu untuk menjerap audiens dimana hasil dari terpapar isi media tersebut menghasilkan tindakan yang bervariasi.

Untuk penelitian ini isi pesan media yang terkandung dalam berita terorisme (pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009) di televisi, akan memberikan pemahaman tentang makna jihad. Apabila isi pesan media tersebut mampu untuk membuat audiens (siswa) untuk memberikan tanggapan yang pada akhirnya dapat membentuk pemahaman tentang jihad maka media dianggap dapat mempengaruhi audiens yang telah terpapar oleh isi pesan media.

5. Terorisme

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata teroris didefinisikan sebagai orang yang menggunakan kekerasan untuk menimbulkan rasa takut, biasanya untuk tujuan politik. Sedangkan kata terorisme didefinisikan sebagai penggunaan kekerasan untuk menimbulkan ketakutan dalam usaha mencapai tujuan (terutama tujuan politik), praktek-praktek tindakan teror. (Hoetomo, 2005 : 535). Pengertian yang tercantum dalam pasal 14 ayat 1 *The Prevention of Terrorism (Temporary Provisions) act, 1984*, adalah “*Terrorism means the use of violence for political ends and includes any use of violence for the purpose putting the public or any section of the public in fear*” (Loqman, 1990: 98).

Kegiatan terorisme mempunyai tujuan untuk membuat orang lain merasa ketakutan sehingga dengan demikian dapat menarik perhatian orang, kelompok atau suatu bangsa. Biasanya perbuatan teror digunakan apabila tidak ada jalan lain yang dapat ditempuh untuk melaksanakan kehendaknya.

Terorisme digunakan sebagai senjata psikologis untuk menciptakan suasana panik, tidak menentu serta menciptakan ketidakpercayaan masyarakat terhadap kemampuan pemerintah dan memaksa masyarakat atau kelompok tertentu untuk mentaati kehendak pelaku teror (Loqman, 1990: 98).

6. Jihad

Terorisme seringkali dikaitkan dengan aksi jihad, yaitu jihad dengan melakukan perbuatan bom bunuh diri. Terdapat beberapa makna jihad menurut mazhab-mazhab. Namun, peneliti membatasi makna jihad lebih kepada makna bahasa dan istilahnya, sehingga peneliti tidak akan membahas secara mendetail mengenai makna jihad karena topik pembahasan tidak membahas makna jihad secara khusus.

Makna jihad secara bahasa adalah mempelajari secara sungguh-sungguh syariat-syariat agama Islam. Makna jihad menurut bahasa (*lughawi*) ini dapat diartikan sebagai kemampuan yang dicurahkan semaksimal mungkin, kadang-kadang berupa aktivitas fisik, baik menggunakan alat atau tidak, kadang-kadang dengan menggunakan kata-kata, kadang-kadang berupa dorongan sekuat tenaga untuk meraih target tertentu dan sejenisnya. Makna jihad secara bahasa ini bersifat umum, yaitu kerja keras (al-Nawiy, 2005: 156).

Makna secara istilah dapat diartikan sebagai usaha optimal untuk mengendalikan hawa nafsu dalam rangka mentaati Allah atau lebih dikenal dengan (*mujahadatun nafsi*). Seperti menanamkan *aqidah*, mendirikan shalat, menunaikan zakat, sabar dan istiqamah menghadapi segala bentuk penindasan dari kaum kafir serta yakin dengan janji Allah dan Rasul-Nya (al-Nawiy, 2005: 156).

Komarudin Hidayat dalam buku S.Yunanto (2003: 70) melihat makna jihad dalam arti luas. Menurutnya, makna jihad yang sesungguhnya mencakup pengertian yang sangat luas dari memerangi hawa nafsu, pembinaan spiritualitas (*self education*), pendidikan untuk membersihkan diri (*tazkiyatunnafs*), hingga bekerja keras untuk mencari nafkah. Makna jihad yang diartikan oleh Kommarudin Hidayat ini termasuk dalam jihad dalam arti secara istilah, yaitu memerangi hawa nafsu.

Abu Bakar Ba'asyir (S.Yunanto, 2003: 71), pimpinan pondok pesantren Al Mukmin di Ngruki, Solo melihat jihad dan dakwah sebagai sarana untuk menegakkan Syari'at Islam. Menurutnya, jihad yang paling banyak dilakukan oleh umat Islam adalah *jihad difa'i* (mempertahankan diri). Pengertian jihad ini mencakup upaya mempertahankan diri apabila diserang dengan argumen dan fisik. Dalam pandangannya, orang kafirlah selalu mulai menyerang. Pengertian jihad sebagai "mengangkat senjata", "perang" bisa ditelusuri melalui tulisan al-Maududi yang kelak menjadi roh gerakan – gerakan militan di Timur Tengah.

Dari kedua pengertian tersebut, nampak perbedaan pengertian antara kedua tokoh tersebut, Kommarudin Hidayat sebagai tokoh akademisi memandang

arti jihad dalam arti yang lebih luas, namun tokoh Islam yaitu Abubakar Ba'asyir yang merupakan pimpinan pondok pesantren Al Mukmin di Ngruki, jihad yang paling banyak dilakukan oleh umat Islam adalah *jihad difa'i* (mempertahankan diri) yang mencakup upaya mempertahankan diri apabila diserang dengan argumen dan fisik. Dalam penelitian ini, pemahaman jihad siswa akan dilihat dari pengertian jihad menurut Kommarudin Hidayat sebagai tokoh akademisi yang memandang makna jihad secara lebih luas.

F. Kerangka Konsep

Konsep adalah unsur penelitian yang terpenting dan merupakan definisi yang dipakai oleh para peneliti untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial ataupun fenomena alami. Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Singarimbun, 1989: 33).

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh pemberitaan terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009, peneliti akan membatasi waktunya sampai dengan terbunuhnya Noordin M.Top pada 16 September 2009 untuk memudahkan responden dalam memahami masalah penelitian dan kerangka pemikiran mereka.

1. Konsep Variabel

Karakter yang akan diobservasi dari unit amatan disebut variabel. Variabel dalam penelitian ini merupakan suatu atribut yang memiliki variasi antara suatu obyek dengan obyek yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel penelitian

merupakan konsep yang memiliki variasi nilai. Konsep adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, kelompok, atau individu yang menjadi pusat penelitian. (Singarimbun, 1987: 33).

Berita merupakan salah satu program televisi dimana berita adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Peristiwa yang melibatkan banyak data dan fakta yang ada di alam semesta ini, yang terjadinya pun aktual dalam arti “baru saja” atau sedang hangat dibicarakan oleh banyak orang. (Suhandang, 2004: 103)

Salah satu topik berita yang menarik adalah tentang pemberitaan terorisme karena berita tersebut terkait keselamatan bagi banyak orang dan ancaman bagi keamanan dan keselamatan bagi banyak orang. Konsep berita terorisme yang akan diteliti adalah berita pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 yang terkait dengan aksi terorisme yang dilakukan oleh jaringan Noordin M. Top.

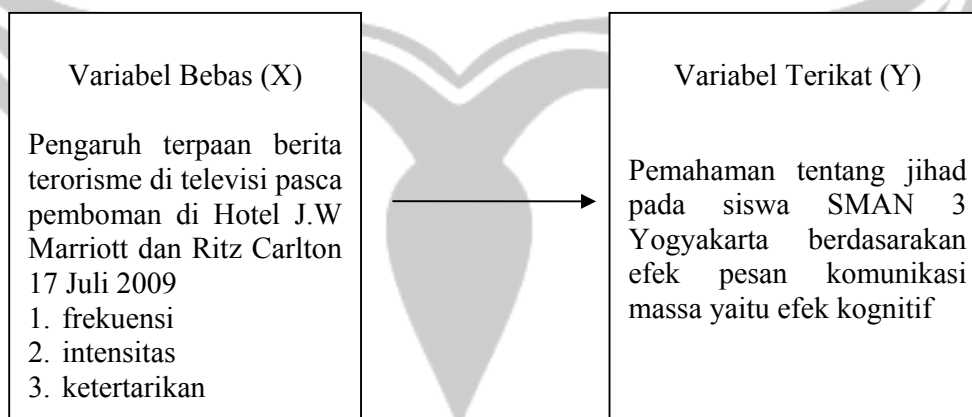
Dalam proses komunikasi, media massa dapat menerpa seseorang baik langsung maupun tidak langsung. Menurut Steven M. Chaffee efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan yaitu perubahan kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. (Ardianto, 2004: 49).

Konsep terpaan media terdiri dari frekuensi menonton berita terorisme di televisi, intensitas (kedalaman) mengikuti berita tersebut dan ketertarikan siswa SMAN 3 Yogyakarta terhadap pemberitaan terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*independence variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Berikut penjelasan hubungan antara variabel tersebut :

1. Variabel bebas (*independence variable*) adalah sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor di dalamnya yang adanya menentukan atau mempengaruhi adanya variabel yang lain. Tanpa variabel ini, maka variabel yang lain tidak akan ada (Nawawi, 1992: 41). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J. W Marriott dan Ritz Carlton 17 Juli 2009.
2. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor di dalamnya yang adanya ditentukan atau dipengaruhi adanya variabel bebas (Nawawi, 1992: 42). Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah pemahaman tentang jihad pada siswa SMA Negeri 3 Yogyakarta.

Berikut bagan hubungan antara dua variabel :



GAMBAR 1.1 Hubungan antara variabel penelitian

2. Definisi Operasional

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

a. Pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 (variabel X)

Operasional pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 yaitu efek (akibat) yang ditimbulkan dari frekuensi, intensitas, dan ketertarikan dalam merespon suatu berita. Pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton ini dapat diukur melalui pertanyaan-pertanyaan kepada responden meliputi :

1. Frekuensi

Berapa kali dalam seminggu siswa menonton berita terorisme pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009. Apakah tinggi, sedang atautakah rendah. Dengan skala antara 1-3 hari, 4-5 hari atau 6-7 hari frekuensi menonton beritanya. Operasional frekuensi akan diukur dengan pengukuran skala interval.

2. Intensitas

Apakah dalam menonton berita pemboman, responden juga melakukan kegiatan lain, apakah menonton berita pemboman secara keseluruhan dari awal

sampai akhir, apakah hanya menonton di awal berita dan beralih ke acara lainnya. Untuk pertanyaan ini akan diukur dengan skala Guttman dengan jenis jawaban ya-tidak. Untuk jawaban ya diberikan nilai 1 sedangkan tidak diberikan nilai 0.

3. Ketertarikan

Ketertarikan dengan topik berita pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009, ketertarikan dengan keaktualan berita, dan peristiwa detik-detik pemboman. Untuk pertanyaan ini juga akan diukur dengan skala Guttman dengan jenis jawaban ya-tidak.

b. Pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta (Variabel Y)

Operasional pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta, yaitu mengenai pemahaman siswa SMAN 3 Yogyakarta dalam mendapatkan pemahaman mengenai jihad, dapat juga diukur melalui pertanyaan-pertanyaan mengenai pemahaman mereka tentang jihad dalam tingkatan kognitif (berpikir) siswa.

Nantinya pemahaman ini akan menghasilkan peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan bagi siswa khususnya mengenai arti dan bentuk jihad yang luas yang dapat mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Makna jihad yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pengertian jihad yang dikemukakan oleh Kommarudin Hidayat sebagai seorang akademisi yang mempunyai pengertian jihad yang lebih luas. Pertanyaan – pertanyaan ini akan diukur dengan skala Guttman dengan jawaban benar-salah. Untuk jawaban benar memperoleh nilai 1 dan salah dengan nilai 0. Pertanyaan-pertanyaan mengenai pemahaman tentang jihad dapat ditanyakan sebagai berikut :

1. Apakah makna jihad
2. Makna jihad secara bahasa
3. Makna jihad secara istilah
4. Kegiatan siswa di sekolah
5. Evaluasi terhadap perilaku siswa
6. Apakah aksi bunuh diri merupakan bentuk jihad

G. Hipotesis

Kemudian dari uraian mengenai hubungan antar variabel di atas, dapat disimpulkan suatu hipotesis. Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat dugaan mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan suatu hipotesis adalah untuk memberi arah kepada penelitian dan membatasi variabel-variabel yang dapat digunakan (Koentjaraningrat, 1985: 28). Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Hipotesis Nol (H_0), yaitu hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antar variabel (Arikunto, 1993: 60). H_0 dalam penelitian ini adalah :
 - Tidak ada pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J. W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 terhadap pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta.
2. Hipotesis alternatif (H_1), yaitu hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antar variabel dalam suatu penelitian (Arikunto, 1993: 60). H_1 dalam penelitian ini adalah :

- Ada pengaruh terpaan berita terorisme di televisi pasca pemboman di Hotel J.W Marriott dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 terhadap pemahaman tentang jihad pada siswa SMAN 3 Yogyakarta.

H. Metodologi penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei eksplanatif atau korelasi yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal dengan pengujian hipotesis. Jenis survei ini tidak hanya digunakan untuk menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. (Kriyantono, 2007: 61).

Suatu penelitian yang menggunakan metode survai, tidak selalu perlu meneliti semua individu dalam populasi karena di samping memakan biaya yang sangat banyak juga membutuhkan waktu yang lama. Hanya dengan meneliti sebagian dari populasi, diharapkan hasil yang diperoleh dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan.

Metode penelitian survai merupakan penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1989: 3). Yang merupakan unit analisis dalam penelitian survai adalah individu.

2. Populasi

Populasi-*universe* : jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri- cirinya akan diduga (Singarimbun, 1989 :192). Populasi dalam penelitian ini adalah pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta. Dalam penelitian ini dapat dikatakan populasi sampling adalah pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta yang berjumlah 695 anak. Hasil ini peneliti peroleh dari data jumlah siswa SMAN 3 Yogyakarta melalui wawancara dengan humas sekolah ini. Populasi sasaran adalah siswa kelas X dan XI SMAN 3 Yogyakarta, karena pada tahun ajaran 2010 ini mereka akan menerima pendidikan anti teroris di sekolah dan masih berada di SMAN 3 Yogyakarta dalam jangka waktu 1 tahun ke depan. Jumlah pelajar kelas X dan XI SMA Negeri 3 Yogyakarta adalah 485 anak, sehingga populasi dalam penelitian ini adalah 485 orang.

3. Sampel

Sampel adalah wujud konkret yang terjadi pada suatu populasi individu yang merupakan sebagian dari keseluruhan yang menjadi bagian dari suatu penelitian. Sebuah sampel harus dipilih sedemikian rupa sehingga setiap satuan elementer mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih dan besarnya peluang tersebut tidak boleh sama dengan nol. Suatu metode pengambilan sampel yang ideal harus mempunyai sifat-sifat seperti (Teken dalam Singarimbun, 1989: 149-150) :

- 1) Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti.

- 2) Dapat menentukan presisi (tingkat ketepatan yang ditentukan oleh perbedaan hasil yang diperoleh dari sampel dibandingkan dengan hasil yang diperoleh dari catatan lengkap) dari hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan baku dari taksiran yang diperoleh.
- 3) Sederhana, sehingga mudah dilaksanakan. Dalam penelitian ini cara menyebarkan kuesioner dan memperoleh data lainnya hanya di satu tempat yaitu SMA Negeri 3 Yogyakarta.
- 4) Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya yang serendah-rendahnya, dalam penelitian ini untuk pengumpulan data cukup dengan biaya yang murah yaitu hanya memperbanyak lembar kuesioner dan hanya datang di satu tempat saja yaitu SMA Negeri 3 Yogyakarta, dan peneliti dapat memperoleh keterangan yang lengkap.

Dalam penelitian ini syarat responden sebagai sampel penelitian adalah :

- 1) Berstatus sebagai pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta dan beragama Islam
- 2) Pernah menonton berita terorisme di televisi

Syarat tersebut peneliti gunakan sebagai data empirik bagi peneliti, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli di lapangan yang dilakukan berdasarkan investigasi langsung peneliti kepada informan (Idrus, 2007: 111).

4. Teknik Pengambilan sampel

Untuk menentukan sampel dari sebuah populasi harus dilakukan perhitungan secara pasti jumlah besaran sampel. Hal ini sebenarnya jalan pintas untuk menghindari berbagai kesulitan karena populasi memiliki karakter yang

sukar digambarkan. Jumlah populasi sasaran dalam penelitian ini adalah 485 orang, yang merupakan siswa kelas X dan XI SMAN 3 Yogyakarta, kemudian akan ditarik sampel dari populasi tersebut dengan rumus sebagai berikut (Bungin, 2008: 105) :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi sasaran

d : Nilai presisi (ditentukan sebesar 90% atau $a=0,1$)

Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{485}{485(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{485}{5,05}$$

$n = 82,9$ dibulatkan menjadi 83 siswa

Jadi jumlah sampel dari populasi (siswa kelas 3 SMA N 3 Yogyakarta) adalah 83 orang. Kemudian langkah selanjutnya adalah menentukan sampel yang ditarik dari populasi 485 orang tersebut.

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Sampel acak sederhana ialah sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai

sampel. Jelasnya, sampel acak sederhana itu merupakan sampel kesempatan (*probability sampling*), sehingga hasilnya dapat dievaluasi secara obyektif. Terpilihnya satuan elementer ke dalam sampel itu harus benar-benar berdasarkan faktor kebetulan (*chance*), bebas dari subyektivitas si peneliti atau subyektivitas orang lain (Singarimbun, 1989: 156).

5. Teknik pengumpulan data :

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2006 : 91).

a. Data primer

Kuesioner atau angket yaitu pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden secara tertulis. Kuesioner ini digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian serta memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin. (Kriyantono, 2006:93). Kuesioner penelitian ini disebarkan kepada siswa kelas X dan kelas XI SMA Negeri 3 Yogyakarta. Sedangkan untuk wawancara dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2010 dengan mewawancarai Zuly Qodir, staf pengajar Ketahanan Nasional UGM dan FISIPOL UMY untuk memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai jihad.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui catatan – catatan, arsip atau dokumentasi yang dapat mendukung penelitian ini. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari

profile SMA Negeri 3 Yogyakarta mengenai sejarah, logo, visi misi maupun prestasi yang dimiliki oleh SMA ini. Selain itu, data sekunder lain diperoleh dari buku pustaka yang peneliti gunakan untuk memperkuat kerangka teori dalam penelitian ini.

I. Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya (Singarimbun, 1989:124). Uji validitas ini dilakukan kepada 30 responden.

Suatu instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel dengan menggunakan signifikansi 5% dan derajat kebebasan (db) adalah $n-2 = 30-2 = 28$ sehingga diketahui r -tabel yaitu 0,361 (Saiffudin Anwar, 1997:75-81). Perhitungan validitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 15.00*

J. Reliabilitas

Setelah semua instrumen dinyatakan valid, kemudian dilakukan uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran terhadap hal yang sama untuk dua kali atau lebih dengan alat pengukur yang sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek tidak mengalami perubahan.

Teknik pengujian reliabilitas (keandalan) yang digunakan adalah teknik *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* dengan jumlah sampel uji coba kuesioner

sebanyak 30 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai r hitung $>$ nilai r -tabel dengan menggunakan signifikansi 5% dan derajat kebebasan(db) adalah $n-2 : 30-2 = 28$ sehingga diketahui r -tabel yaitu 0,361. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 15.00* (Saiffudin Anwar, 1997:75-81).

K. Metode Analisis Data

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk mengetahui distribusi jawaban responden untuk setiap variabel penelitian. Dilakukan dengan cara menghitung rata-rata pernyataan dari setiap variabel.

2. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan di antara dua atau lebih dari dua variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien asosiasi (korelasi). Nilai koefisien korelasi ini adalah (Kriyantono, 2007:169) :

- Kurang dari 0,20 : Hubungan rendah sekali, lemah sekali
- 0,20-0,39 : Hubungan rendah tetapi pasti
- 0,40-0,70 : Hubungan cukup berarti
- 0,71-0,90 : Hubungan tinggi, kuat
- Lebih dari 0,90 : Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan.

3. Analisis Regresi

Korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang erat. Setiap regresi dipastikan terdapat korelasinya. Tetapi, belum tentu korelasi dilanjutkan dengan regresi. Analisis regresi dilanjutkan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab – akibat) atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni, regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep – konsep tentang dua variabel tersebut (Kriyantono, 2007:179).

Regresi Linear Sederhana

Jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai – nilai Y lainnya dapat dihitung dan diprediksi berdasarkan nilai suatu nilai X tertentu.

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + \beta x$$

Dimana :

Y : variabel tidak bebas (subyek dalam variabel tak bebas/ dependen yang diprediksi)

X : variabel bebas (subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

α : nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

β : koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila β (+) maka naik, bila (-) maka terjadi penurunan.

Nilai α dihitung dengan rumus :

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

Nilai b dihitung dengan rumus :

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

4. Pengujian Hipotesis

Uji t (t – test)

Uji t berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi (β), yaitu apakah variabel independen berpengaruh secara nyata atau tidak (Bessie, 2007:46).

Keputusan :

Kriteria pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan probabilitas (sig) dengan taraf nyatanya (0,05) dimana :

- probabilitas > 0,05 maka H0 diterima
- probabilitas < 0,05 maka H1 diterima