

PENGARUH TERPAAN TAYANGAN PROGRAM ACARA WARNA TRANS7 TERHADAP SIKAP PENONTON

**(Studi Eksplanatif Kuantitatif mengenai Pengaruh Terpaan Tayangan Program Acara
Warna TRANS7 Episode Seputar *Fashion* dan Kesehatan Periode April-Juni 2013
terhadap Sikap Mahasiswi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta Angkatan 2008-2012)**

Martya Dewati Kristianingrum / Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43, Sleman, Yogyakarta

ABSTRAK

Sampai saat ini pembahasan dan isu-isu mengenai informasi seputar perkembangan *fashion* dan kesehatan menjadi salah satu informasi yang hangat untuk diinformasikan dan bermanfaat bagi masyarakat khususnya perempuan. Dalam setiap tayangan yang ditayangkan oleh Warna TRANS7, informasi yang disampaikan mengenai tips dan solusi agar tetap sehat dalam mengikuti perkembangan *fashion* yang ada maupun yang sedang berkembang pada saat ini. Selain mengulas informasi menarik dan unik, Warna juga mengupas kasus yang ada di sekitar masyarakat dan dalam kehidupan sehari-hari. Isi berita pada tayangan Warna di TRANS7 meliputi informasi tentang keunikan *fashion* tidak hanya dalam berpakaian tetapi juga atribut yang melengkapinya seperti tas, belt, *accessories* dan lain-lain serta manfaat dan pengaruh buruk dari topik yang diangkat pada tema setiap episode-nya dan juga memberikan informasi seputar tips dan solusi mengantisipasi masalah-masalah yang ada terkait tema yang diangkat pada episode tersebut. Sehingga menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh program Warna dalam merubah sikap penonton.

Penelitian ini menggunakan metode survey dan menggunakan kuisisioner sebagai pedoman pengumpulan data. Pengambilan sampel menggunakan sampling berstrata (*stratified sampling*). Kuisisioner disebar ke 86 mahasiswi FISIP UAJY, yang merupakan responden dalam penelitian ini. Pemilihan populasi didasari atas data mahasiswa yang masih aktif di FISIP UAJY angkatan 2008-2012. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan korelasi sederhana dan korelasi parsial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh terpaan pemberitaan pada program acara Warna TRANS7 episode *fashion* dan kesehatan terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY. Namun pengaruh yang terjadi lemah, karena sikap mahasiswi FISIP UAJY lebih banyak dipengaruhi variable lain di luar terpaan pemberitaan pada program acara Warna TRANS7.

Kata Kunci : Terpaan pemberitaan Warna TRANS7, Sikap mahasiswi FISIP UAJY.

A. Latar Belakang

Media massa merupakan alat penyampaian informasi yang ditemui oleh masyarakat setiap harinya. Informasi-informasi yang disajikan di media massa mampu memberikan pengaruh yang baik juga buruk bagi masyarakat, tergantung bagaimana masyarakat menyikapi informasi tersebut. Berangkat dari teori Efek Media Terbatas, media tidak lagi ditakuti sebagai alat untuk manipulasi dan tekanan politik, tetapi lebih dilihat sebagai alat yang relatif baik dan berpotensi untuk kepentingan umum. Hal ini terjadi karena publik dilihat dapat menahan rayuan dan manipulasi. Selain itu berkembang pendapat bahwa sebagian besar orang dipengaruhi oleh orang lain daripada media (Baran dan Dennis, 2009: 165). Efek terbatas dari media massa terkait dengan sikap masyarakat yang selektif dalam menerima terpaan informasi dari media massa. Selain itu, kekuatan sosial dapat mempengaruhi media, bahkan individu pun bisa mempengaruhi media. Efek terbatas dari media massa dikarenakan adanya perbedaan audiens dalam menanggapi terpaan media tersebut.

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan.

Sikap merupakan salah satu komponen penting yang tidak bisa dihilangkan dalam diri setiap individu. Sikap dapat menunjukkan bagaimana seseorang berperilaku atau bertindak. Meskipun sikap merupakan salah satu komponen penting dalam setiap individu namun sikap tidak dibawa sejak lahir. Sikap berkembang seiring dengan proses pengetahuan individu akan sesuatu dan dapat berubah-ubah sekalipun suatu sikap memiliki kecenderungan untuk tetap. Menurut Albrecht (1987: 65) Sikap adalah suatu predisposisi perilaku dari komponen kognitif, afektif dan konatif terhadap suatu obyek sikap. Komponen kognitif terdiri dari keseluruhan aspek kognisi yang dimiliki seseorang terhadap obyek tertentu. Sedangkan komponen afektif terdiri

dari keseluruhan aspek perasaan dan emosi seseorang terhadap obyek. Sementara komponen konatif terdiri dari kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan berperilaku tertentu terhadap suatu obyek.

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan. keterkaitan antara media massa (dalam penelitian ini media televisi) dengan sikap penonton sangatlah erat. Pesan yang terdapat dalam sebuah media televisi merupakan suatu stimulus yang nantinya mendapatkan respon dari penontonya. Dimana efek-efek tersebut sangat beragam macamnya, salah satunya adalah mempengaruhi sikap penontonya.

Untuk mengetahui pengaruh terpaan media terhadap sikap, peneliti mengambil obyek penelitian di program acara Warna TRANS7. Peneliti memilih obyek penelitian ini dengan alasan sampai pada saat ini pembahasan dan isu-isu mengenai informasi seputar perkembangan *fashion* dan kesehatan menjadi salah satu informasi yang hangat untuk diinformasikan dan bermanfaat bagi masyarakat khususnya kaum perempuan. Melalui program acara Warna TRANS7 ini peneliti ingin melihat bagaimana informasi yang ditayangkan dari Senin-Jumat pukul 10.45 episode *Fashion* dan Kesehatan periode April-Juni 2013 ini mampu mempengaruhi sikap mahasiswi FISIP UAJY yang merupakan responden dalam penelitian ini juga menyikapi pemberitaan pada setiap episode dari program acara Warna itu sendiri.

B. Tujuan Penelitian

Mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan Warna TRANS7 episode *fashion* dan kesehatan periode April-Juni 2013 terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY

C. Hasil dan Analisis

Dalam hubungan variabelnya peneliti menggunakan variabel terpaan media/pemberitaan sebagai variabel independen yang mempengaruhi sikap mahasiswa FISIP UAJY dan faktor individu yang meliputi *selective attention*, *selective retention*, *selective retention* dan faktor sosial (lingkungan) dijadikan sebagai variabel kontrol. Terpaan media akan mempengaruhi perubahan sikap seseorang. Jadi, apabila seseorang terus-menerus diterpa oleh informasi media yang dipercayainya, hal pertama yang terjadi

adalah bertambahnya pengetahuan dan selanjutnya ada kemungkinan terjadi perubahan sikap (Effendy, 1990:10).

Frekuensi penggunaan media dalam satu bulan diukur dalam beberapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun. Untuk mengukur durasi penggunaan media adalah dengan menghitung berapa lama seseorang menggunakan media dan mengikuti suatu artikel dalam sebulan, sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi *attention* atau perhatian. Dengan demikian terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi khalayak pembaca (Ardiyanto dan Erdinaya, 2005: 164).

Variabel kontrol dipilih untuk menjadi variabel yang mengontrol pengaruh variabel terpaan pemberitaan Warna TRANS7 terhadap sikap mahasiswa FISIP UAJY. Dalam Nurudin (2007:220), Joseph Klapper seorang pencetus teori efek terbatas dalam mempengaruhi efek komunikasi massa. Berdasarkan kesimpulan tersebut bahwa tidak selamanya media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Jika ada pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa, pengaruh tersebut sangatlah kecil atau terbatas. Adapun beberapa faktor utama yang mempengaruhi efek komunikasi massa. Faktor-faktor itu turut membantu dalam menentukan besar atau tidaknya efek yang ditimbulkan oleh media massa. Faktor tersebut antara lain:

1. *Selective attention* merupakan sifat individu yang cenderung menerima pesan media massa yang sesuai dengan minat dan pendapatnya.
2. *Selective perception* merupakan keadaan dimana individu akan mencari media lain guna mencari media informasi yang sesuai dengan keyakinannya.
3. *Selective retention* merupakan kecenderungan individu untuk mengingat pesan yang sesuai dengan kebutuhannya. Tak hanya itu, motivasi dan pengetahuan juga ikut mempengaruhi dalam proses penerimaan pesan.

Faktor sosial merupakan faktor yang melihat bahwa di dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial yang terbentuk dimana kelompok sosial itu dapat mempengaruhi individu dalam menerima pesan di media massa. Faktor sosial dapat digolongkan dari aspek usia dan jenis kelamin, pendidikan serta lingkungan.

Metode yang dipilih oleh peneliti adalah metode survei dimana peneliti melakukan penyebaran kuisioner kepada mahasiswi FISIP UAJY sejumlah 86 responden, dimana jumlah tersebut merupakan hitungan sebagian dari total jumlah populasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2008-2012. Responden yang diambil hanya mahasiswi karena penelitian ini membahas mengenai kesehatan berpakaian bagi perempuan.

Untuk variabel terpaan pemberitaan Warna TRANS7 (X) dibagi atas 3 dimensi pengukuran, diantaranya Frekuensi, durasi dan atensi. Hasil dari frekuensi total jawaban responden adalah sedang dengan persentase 52,3%. Hal tersebut terbukti dengan melihat frekuensi menonton program acara Warna TRANS7 dengan jawaban sering dengan persentase sebesar 46,5%. Kemudian intensitas menonton program acara Warna TRANS7 dengan jawaban 16-30 menit dengan persentase sebesar 74,4%. Kemudian pada komponen ketertarikan jawaban menarik pada pertanyaan daya tarik menonton Warna TRANS7 terdapat persentase sebesar 54,7%, indikator konten atau isi berita Warna TRANS7 dengan jawaban sangat menarik dengan persentase sebesar 52,3% dan indikator Gaya bahasa dan penyampaian pada Warna TRANS7 yang menarik dengan persentase sebesar 62,8%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penonton program acara Warna TRANS7 antusias dengan pemberitaan pada episode *fashion* dan kesehatan periode April-Juni 2013.

Dalam variabel sikap mahasiswi FISIP UAJY (Y) dapat dilihat pada hasil hitung atas jawaban rata-rata responden mengenai aspek kognitif adalah sebesar 10,0814 jika dibulatkan menjadi 10,08. Kemudian komponen afektif dengan nilai rata-rata 20,0233, jika dibulatkan menjadi 20,02 dan komponen konatif dengan nilai rata-rata 40,8256 jika dibulatkan menjadi 41. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan, perasaan dan kecenderungan berperilaku responden adalah tinggi. Responden mampu menerima dan menyikapi pemberitaan melalui program acara Warna TRANS7 dengan baik.

Pada variabel Z yaitu faktor individu dan faktor sosial menunjukkan angka rata-rata, *selective attention* (tinggi) sebesar 13,8605 dibulatkan menjadi 14, *selective perception* (sedang) sebesar 12,9884 dibulatkan menjadi 13, *selective retention* (sedang)

sebesar 13,3023 dibulatkan menjadi 13,30 dan lingkungan (sedang) sebesar 9,1744 dibulatkan menjadi 9,17. Dapat disimpulkan bahwa variabel Z memiliki nilai frekuensi tinggi dengan persentase 70,9%, data tersebut mengindikasikan bahwa lebih dari setengah jumlah responden merasa terpengaruh oleh faktor-faktor di luar media massa dalam menentukan sikap.

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa proses komunikasi massa akan menimbulkan efek tertentu. Dalam bukunya yang berjudul dinamika komunikasi, Effendy menjelaskan ada tiga efek utama yang dapat ditimbulkan oleh proses komunikasi massa. Efek-efek tersebut antara lain efek kognitif, afektif dan behavioral (Effendy, 1986:8). Klasifikasi efek komunikasi massa yang dipaparkan oleh Effendy hampir sama dengan komponen sikap yang dipaparkan oleh Krech (1996: 7-9) dan hal inilah yang dijadikan dasar peneliti untuk mengukur sikap mahasiswi FISIP UAJY dengan indikator meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif.

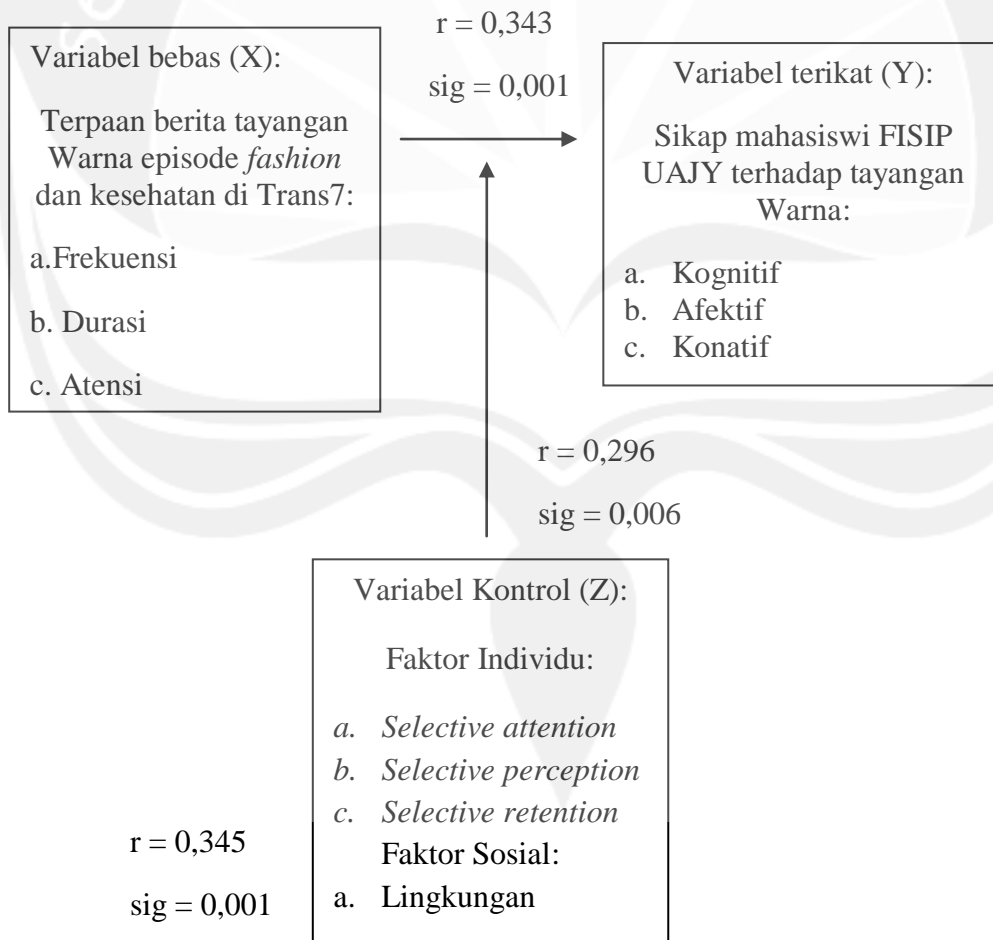
Bagian selanjutnya adalah mengenai uji korelasi atas variabel X dan Y. uji korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan diantara variabel-variabel yang ada. Uji korelasi pada penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson (*product moment*) untuk mengetahui kuat atau lemahnya pengaruh terpaan berita Warna TRANS7 terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY angkatan 2008 – 2012. Ada hubungan antara variabel terpaan berita Warna TRANS7 dengan variabel sikap sebesar 0,343 dan nilai Sig 0.001. Nilai Sig yang muncul lebih kecil daripada nilai alpha (0,05), maka H_0 ditolak dan dapat dikatakan bahwa secara statistik terdapat hubungan yang signifikan antara variabel terpaan berita Warna TRANS7 dengan variabel sikap.

Setelah diketahui bahwa variabel X memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel Y, selanjutnya peneliti akan menguji hubungan antara variabel terpaan berita Warna TRANS7 (X) dengan variabel sikap (Y) yang dikontrol oleh variabel faktor individu (Z). Pada tabel di atas terlihat bahwa ada hubungan antara variabel terpaan berita Warna TRANS7 dengan variabel sikap yang dikontrol oleh variabel faktor individu dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,296 dan nilai Sig 0.006. Nilai Sig yang muncul lebih kecil daripada nilai alpha (0,05), maka dapat dikatakan bahwa secara statistik

terdapat hubungan yang signifikan antara variabel terpaan berita Warna TRANS7 dengan variabel sikap yang dikontrol oleh variabel faktor individu.

Uji korelasi terakhir adalah hubungan variabel terpaan berita Warna TRANS7 dengan variabel sikap mahasiswa FISIP UAJY setelah dikontrol oleh pengaruh dari faktor sosial menjadi meningkat sebesar 0,345 dengan signifikansi 0,001. Kehadiran variabel faktor individu sebagai variabel kontrol tidak mengubah arah hubungan yang terjadi. Arah hubungan tetap positif, hanya nilainya secara nominal sedikit diperlemah oleh kehadiran variabel kontrol. Sedangkan kehadiran faktor sosial memperkuat hubungan antar variabel X dan Y tersebut.

Gambar 3.1 Bagan Korelasi antar Variabel Terpaan Berita Warna TRANS7 terhadap Sikap Mahasiswa FISIP UAJY yang dikontrol oleh Faktor Individu dan Sosial



Keterangan:

- : berkorelasi
Sig : Signifikansi
r : Koefisien korelasi

Hasil penghitungan yang diperoleh dalam penelitian ini sesuai dengan teori efek terbatas yang merupakan teori utama dalam penelitian ini. Pada dasarnya teori efek terbatas ingin mengatakan bahwa media massa tidak memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi khalayak. Teori efek terbatas, menurut Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis menjelaskan bahwa media memiliki efek yang sedikit atau terbatas karena efek tersebut dikurangi oleh beragam variabel antara (2009: 178). Teori ini menjelaskan ada faktor-faktor lain yang juga ikut menjadi penentu dalam mempengaruhi proses penerimaan pesan dalam media massa. Hasil penelitian ini pun demikian, media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sikap audiens, bahkan angka menunjukkan bahwa kekuatan media lemah atau rendah akan tetapi tetap memiliki pengaruh dan hipotesis yang diterima adalah hipotesis Ha.

Pada teori efek komunikasi massa dikatakan media memiliki kekuatan dan peranan penting dalam menyampaikan informasi, namun faktor individu dan faktor sosial dinyatakan oleh Klapper turut membantu dalam besar atau tidaknya efek yang ditimbulkan media massa. Setiap indikator dalam faktor individu dan faktor sosial dijadikan indikator-indikator yang mengontrol proses pembentukan sikap dan menghasilkan persentase dalam taraf sedang dalam mempengaruhi proses pembentukan sikap responden. Dapat disimpulkan bahwa terpaan berita Warna TRANS7 memiliki hubungan dengan sikap mahasiswi. Kehadiran variabel faktor individu memperlemah hubungan yang terjadi antara terpaan berita Warna dengan sikap mahasiswi FISIP UAJY, sedangkan faktor sosial memperkuat hubungan tersebut namun tidak mengubah arah hubungannya.

D. Kesimpulan

1. Pengaruh variabel X terhadap Y

Terpaan pemberitaan Warna TRANS7 episode fashion dan kesehatan (X) memiliki pengaruh terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY (Y).

2. Pengaruh variabel X terhadap Y bila dikontrol oleh variabel Z

Terpaan pemberitaan Warna TRANS7 episode fashion dan kesehatan (X) tetap memiliki pengaruh terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY (Y) bila dikontrol oleh faktor individu dan sosial (Z) akan tetapi nilai korelasinya lebih rendah.

3. Besarnya pengaruh terpaan berita pada program acara Warna TRANS7 episode *fashion* dan kesehatan pada periode April - Juni 2013 terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY sebesar 34,3% dan pengaruh terpaan berita pada program acara Warna TRANS7 episode *fashion* dan kesehatan pada periode April - Juni 2013 terhadap sikap mahasiswi FISIP UAJY bila dikontrol oleh faktor individu sebesar 29,65 dan faktor sosial sebesar 34,5%, kemudian sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kelemahan Penelitian

Dalam penentuan variabel X peneliti mengacu pada teori menurut Ardiyanto dan Erdinaya dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (2005: 164) yang membahas mengenai terpaan media yang didalamnya terdapat dimensi-dimensi pengukuran, salah satunya ialah durasi sebagai pengukur lamanya responden mengakses media. Berbeda dengan penelitian lain yang diteliti oleh Hilaria Dwi Desuari yang menggunakan teori Berlo dalam bukunya *The Process of Communication* (1960:65) yang menggunakan dimensi intensitas khalayak dalam komponen-komponen yang terdapat dalam terpaan media. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengacu pada teori yang digunakan, peneliti kurang memahami secara pasti komponen yang ada dalam variabel terpaan media.

Saran

1. Dalam penentuan variabel X peneliti mengacu pada teori menurut Ardianto dan Erdinaya dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (2005: 164) yang membahas mengenai terpaan media yang di dalamnya terdapat dimensi-dimensi pengukuran, salah satunya ialah durasi sebagai pengukur lamanya responden mengakses media. Berbeda dengan penelitian lain yang diteliti oleh Hilaria Dwi Desuari yang menggunakan teori menurut Berlo dalam bukunya *The Process of Communication* (1960:65) yang menggunakan dimensi intensitas khalayak dalam komponen-komponen yang terdapat dalam terpaan media. Pengertian intensitas dan durasi berbeda, oleh karena itu penelitian untuk mengetahui pengaruh terpaan media terhadap sikap lebih tepat bila mengacu pada referensi yang lebih lengkap.
2. Pada definisi operasional peneliti mengukur aspek atensi pada variabel terpaan dengan menggunakan minat/ketertarikan responden. Untuk penelitian selanjutnya lebih tepat apabila mengukur atensi dengan mengukur perhatian responden terhadap berita yang ditayangkan sepenuhnya atau terbagi dengan aktivitas lain (contoh: menonton sembari berbincang, menonton sembari mengerjakan tugas, atau menonton berita yang ditayangkan dari awal hingga akhir) bukan dengan minat.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2009. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Massa Depan*, Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Humanika
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.

Krech, David. 1996. *Social Attitudes: Sikap Sosial*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Stan L, Albrecht. 1987. *Social Psychology (Second Edition)*. New Jersey. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, inc.

