

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Media massa memiliki peranan yang sangat penting bagi masyarakat. Semakin berkembangnya media massa, masyarakat dapat semakin mudah untuk menjangkau informasi dalam memenuhi kebutuhan mereka. Media merupakan sumber informasi dan menjadi sumber hiburan bagi khalayak. Berbagai cara dilakukan media massa untuk memberikan kepuasan bagi khalayak baik media cetak dan penyiaran. Perkembangan media massa tidak terlepas dengan kemajuan suatu teknologi. Teknologi dapat membuat suatu perubahan dan perkembangan bagi media massa.

Televisi sebagai salah satu media penyiaran memang banyak menawarkan dan menyajikan acara-acara yang menarik dan variatif. Selain sebagai salah satu cara dari pengelola media untuk menarik minat dan perhatian konsumen, televisi, sebagai salah satu media komunikasi massa, memiliki tugas untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat. Ciptono Setyobudi (2006:4) berpendapat bahwa “Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan”. Dalam hal ini televisi dapat menjadi sumber informasi dan hiburan bagi pemirsanya melalui program-program yang teratur dan berkesinambungan sesuai jadwal siaran yang telah disusun oleh stasiun televisi.

Program siaran televisi dibagi menjadi dua, yaitu program berita dan program non berita. Program berita sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitas, lebih menekankan pada nilai-nilai jurnalistik. Sedangkan program non berita lebih menekankan pada perencanaan isi, sehingga pendekatan produksinya lebih ke arah artistik.

Media televisi sebagai alat atau sarana yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, diharapkan khalayak tersebut dapat menangkap sasaran atau tujuan yang ingin dicapai oleh komunikator dari pesan tersebut. Sebagai salah satu bentuk media massa elektronik, televisi dengan kelebihanannya dapat menampilkan peristiwa tertentu yang terjadi di daerah tertentu dengan jelas tanpa harus berada di tempat kejadian serta dapat memperoleh berbagai macam informasi, karena didukung oleh unsur kata-kata, musik dan *sound effect*. Melalui informasi manusia dapat memperluas pengetahuan sekaligus memahami kedudukan serta perannya dalam masyarakat, karena informasi disini sudah menjadi kebutuhan yang sangat esensial untuk mencapai tujuan.

Stasiun televisi mulai berlomba-lomba membuat tayangan semenarik mungkin dan beraneka ragam serta mengemasnya semenarik mungkin agar masyarakat menjadi tertarik untuk menonton program acara tersebut. Layaknya sebuah barang, semua stasiun televisi melakukan strategi dalam merebut perhatian para *audience*. Dengan demikian, stasiun televisi harus mencari cara untuk mendapatkan perhatian *audience*, dengan memperhatikan tayangan program dan cara penyajian dari program-program tersebut.

Kemunculan berbagai media pada akhirnya akan menciptakan suatu persaingan antar media. Industri media saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara mendapatkan jumlah khalayak. Media berusaha mendapatkan jumlah khalayak yang besar dengan cara memberikan apa yang diinginkan atau diharapkan oleh masyarakat melalui berita, informasi dan tayangan program menarik yang ada, sehingga menimbulkan kepuasan bagi khalayak.

Program acara televisi sekarang ini didominasi oleh acara hiburan. Stasiun televisi berlomba-lomba menayangkan tayangan bersifat hiburan, seperti kartun, sinetron, komedi, reality show, talk show, ajang pencarian bakat atau *talent show* dan masih banyak lagi. Maraknya program televisi untuk anak-anak yang justru tidak layak ditonton, mengundang keprihatinan. Komisi Penyiaran Indonesia dan sejumlah penelitian menunjukkan, tak sedikit acara televisi khusus anak-anak yang mengandung unsur kekerasan dan seksual sehingga tak pantas dikonsumsi anak. Yayasan pengembangan media anak (YPMA) telah membuat daftar acara yang masuk dalam kategori aman, hati-hati dan bahaya (<http://sholihin.staff.uns.ac.id/2009/04/27/awas-acara-tv/>, diakses 8 Agustus 2012).

- a. Kategori "aman" yaitu tayangan televisi yang aman bagi anak. Aman bukan hanya tayangan yang menghibur, melainkan juga memberikan manfaat lebih seperti pendidikan, memberikan motivasi, mengembangkan sikap percaya diri anak dan penanaman nilai-nilai positif dalam kehidupan. *Namun sekalipun aman, orangtua diimbau untuk mendampingi anak-anak menonton TV.* Beberapa tayangan acara tersebut antara lain: Bocah Petualang, Laptop Si Unyil, Jalan Sesama, *Cita-citaku*, Si Bolang ke Kota, Buku Harian si Unyil di Trans 7.
- b. Kategori "hati-hati" yaitu tayangan anak yang dinilai relatif seimbang antara muatan positif dan negatifnya. Seringkali, tayangan yang masuk kategori ini memberikan nilai hiburan serta pendidikan dan nilai positif, namun juga dinilai mengandung muatan negatif seperti kekerasan, mistis, seks dan bahasa kasar yang tidak mencolok. Beberapa

tayangan acara tersebut antara lain: Idola Cilik Selebriti, Rapor Idola Cilik Selebriti, Doraemon, Pentas Idola Cilik, Rapor Pentas Idola Cilik (RCTI), Casper, Harveytoon.

c. Kategori "Bahaya" yaitu tayangan yang mengandung lebih banyak muatan negatif, seperti kekerasan, mistis, seks, dan bahasa kasar. Kekerasan dan mistis dalam tayangan yang masuk dalam kategori ini dinilai cukup intens sehingga bukan lagi menjadi bentuk pengembangan cerita, tapi sudah menjadi inti cerita. Tayangan dalam kategori ini disarankan untuk tidak disaksikan anak. Beberapa tayangan acara tersebut antara lain Tom & Jerry, Crayon Sinchan, Si Entong.

Banyak program acara yang mendapat peringatan dari Komisi Penyiaran Indonesia karena masuk dalam kategori aman, hati-hati dan bahaya. Salah satu program acara anak yang banyak ditonton oleh anak-anak dan masuk dalam kategori aman adalah acara "Si Bolang". Si Bolang atau bocah petualang adalah salah satu program petualangan anak-anak di TRANS7. Program ini mencoba mendekatkan kembali anak-anak di seluruh Nusantara dengan alam dan budayanya. Bagaimana anak berinteraksi dengan alam, budaya, dan bermain dengan beraneka ragam permainan tradisional. Selain itu, sisi-sisi human interest sang tokoh ketika menghadapi suatu masalah juga ditampilkan di film semi dokumenter ini. Si Bolang adalah sebutan untuk seorang anak setempat yang memimpin teman-temannya berpetualang di sekitar tempat tinggalnya. Hampir di setiap episodenya, bocah-bocah dan tokoh Si Bolang akan menampilkan petualangan-petualangan seru (<http://www.trans7.co.id/frontend/home/view/173>, diakses 2 Juni 2012).

Program acara Si Bolang Bocah Petualang diminati pemirsa di Trans 7. Hal ini dapat dilihat dari *rating* tertinggi program anak-anak di trans 7, dan berbagai penghargaan program anak-anak terbaik dari tahun 2007 hingga tahun 2011, diantaranya: *XY-KIDS! Award 2007 Kategori Acara TV Favorit Pembaca XY-KIDS!*, Anugerah Kebudayaan 2007 Departemen Kebudayaan & Pariwisata

Nasional Kategori Anak untuk Media Elektronik, *Panasonic Award* 2007 Kategori Program Acara Anak-Anak Terfavorit, Penghargaan dari Yayasan *Sains Estetika dan Teknologi (SET)*, Yayasan Tifa, Ikatan Journalistik Televisi Indonesia (IJTI) serta Departemen Komunikasi dan Informatika 2008 Kategori program anak-anak terbaik, *Panasonic Award* 2009 Kategori Program *Edutainment* Anak Terfavorit, Penghargaan dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI 2010 Sebagai acara yang mendidik dan menghibur bagi anak Indonesia, Program Anak Terbaik 2011 *KPI Award* Program, Program Anak Terbaik 2011 Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Program (<http://www.trans7.co.id/frontend/aboutus/view/company/365>, diakses 8 Agustus 2012).

Melalui program *Si Bolang* di *Trans 7*, diberikan informasi mengenai masa anak-anak adalah masa yang luar biasa, penuh tawa dan khayalan. Kebanyakan orang di belahan bumi, memiliki kenangan indah di masa itu. Alam dan budaya tempat tinggal menjadi faktor penting dalam pembentukan karakternya, terutama bagi anak yang kerap bermain di sekitar lingkungan tempat tinggalnya. Saat ini, alam dan budaya tradisional cenderung tidak dilirik dan nyaris ditinggalkan oleh sebagian anak negeri. Pada jaman *modern* sekarang ini, banyak permainan elektronik yang muncul dan mulai menggantikan permainan tradisional.

Tujuan Program ini adalah mencoba mendekatkan kembali anak-anak di seluruh Nusantara dengan alam dan budayanya. Bagaimana si anak berinteraksi dengan alam, budaya, dan bermain dengan beraneka ragam permainan tradisional.

Selain itu, sisi-sisi *human interest* sang tokoh ketika menghadapi suatu masalah juga ditampilkan di film semi dokumenter ini.

Program acara "Si Bolang" di Trans 7 termasuk program acara yang aman dilihat karena selain mengandung unsur pendidikan selain itu materi yang disajikan dalam acara "Si Bolang" menarik, keilmuan dan dapat menginspirasi anak-anak untuk mendekatkan kembali anak-anak di seluruh Nusantara dengan alam dan budayanya. Peneliti memilih program acara "Si Bolang" di Trans 7 sebagai obyek penelitian karena acara ini berbeda dengan program acara anak-anak yang lain, mempunyai unsur pendidikan serta bertujuan untuk mengetahui dan mengenali budaya nusantara, dan mencoba mendekatkan kembali anak-anak diseluruh nusantara dengan alam dan budaya serta bermain beraneka ragam permainan tradisional, sehingga anak-anak mengetahui akan kebudayaan negara Indonesia.

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa pada dasarnya setiap individu memiliki kebutuhan dalam hidupnya. Kebutuhan antara individu satu dengan individu yang lain berbeda sehingga motif atau aktivitas penggunaan media dan tujuan akhir yang diperoleh pun tidak ada yang sama. Individu bebas dalam memilih dan menggunakan media beserta isinya atau sumber-sumber rujukan lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Beragam acara di televisi yang menyajikan berbagai informasi baik yang dikemas dalam bentuk formal maupun dikemas menghibur menjadi alternatif pilihan bagi para pemirsa khususnya anak-anak. Berlandaskan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan anak sekolah dasar terhadap tayangan Si Bolang di Trans 7.

Konsep kepuasan merupakan hal yang penting bagi sebuah media. Semakin tinggi kepuasan khalayak terhadap tayangan pada suatu media, menunjukkan tingginya kepercayaan dari khalayak terhadap isi program pada media tersebut. Adanya kepuasan dari khalayak terhadap sebuah media menunjukkan keberhasilan media tersebut dalam persaingan.

Penelitian ini mengambil tema besar tentang kepuasan. Pada penelitian mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Dimas Priyandana Utama dengan judul “Kepuasan Remaja terhadap Berita Rubrik Gelanggang Muda SKH Kompas Jogja” menunjukkan tidak adanya kepuasan tersebut meliputi motif pembaca yang meliputi motif informasi, identitas personal, interaksi sosial dan hiburan. Ketidakpuasan dapat disebabkan Rubrik Gelanggang Muda yang ditulis oleh remaja SMA sehingga kualitas berita akan berbeda dengan hasil tulisan wartawan profesional. Selain itu, jadwal terbit rubrik ini yang hanya dua minggu sekali dengan *space* berita yang terbatas (Utama, 2010:105).

Penelitian mengenai kepuasan khalayak terhadap sebuah program pernah dilakukan oleh Aprina Wahyuningtyas dengan judul “Motif dan Kepuasan Khalayak terhadap Program Berita “Pawartos Ngayogyakarta” di JogjaTV (Studi Deskriptif-Kuantitatif tentang motif dan kepuasan Khalayak di Kecamatan Berbah, Sleman, Yogyakarta terhadap Program Berita “Pawartos Ngayogyakarta” di JogjaTV)” menunjukkan adanya kepuasan yang meliputi penonton dalam kategori kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, serta kepuasan hiburan, dengan tingkatan puas tertinggi adalah kepuasan hiburan. Tetapi melalui hipotesis yang diterima, hanya terdapat satu

kategori yang belum dapat memuaskan khalayak yaitu kategori informasi (Wahyuningtyas, 2011:138-139).

Penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian survei, sebagai alat untuk dapat mengetahui kepuasan siswa sekolah dasar terhadap program acara Si Bolang Trans 7. Peneliti berusaha mencari tahu tingkat kepuasan khalayak dari kesesuaian motif atau harapan khalayak dalam menggunakan media dengan kepuasan yang diperolehnya. Sebelumnya peneliti pernah melakukan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) di Trans 7, selama proses KKL tersebut peneliti mendapatkan informasi mengenai tujuan dari berbagai program di Trans 7.

Subyek penelitian ini adalah anak-anak sekolah dasar yang duduk di bangku kelas 5 dan 6. Dipilihnya anak-anak sebagai responden karena target *audience* program acara “Si Bolang” Trans 7 berusia 9-13 tahun. Yogyakarta dikenal dengan slogannya sebagai kota pelajar. Banyak orang dari luar pulau ke Yogyakarta hanya untuk mencari ilmu. Maka dari itu, penelitian ini ingin melihat kepuasan anak-anak sekolah dasar di Yogyakarta. Karena banyaknya sekolah dasar yang berada di Yogyakarta, maka peneliti melakukan observasi terhadap lima sekolah yang ada di Yogyakarta secara sampling kluster. Sampling kluster (*cluster sampling*) adalah menyeleksi atau mengelompokkan populasi atau sampel ke dalam beberapa kelompok atau kategori. Untuk meminimalisir waktu dan biaya, peneliti melakukan secara *random* atau acak.

Peneliti mengelompokkan sekolah berdasarkan kabupaten yang ada di Yogyakarta, yaitu Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Kulon Progo dan Kota Yogyakarta. Peneliti kemudian

melakukan pengundian berdasarkan Kabupaten, sehingga keluar dua nama Kabupaten yaitu Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul. Peneliti mengacak lagi sekolah dasar yang berada di kedua Kabupaten tersebut berdasarkan nama sekolah. Terdapat 345 SD yang berada di Kabupaten Bantul dan 487 SD yang berada di Kabupaten Sleman.

Melihat banyaknya sekolah yang terdapat pada kedua Kabupaten tersebut, kemudian peneliti melakukan pengambilan sekolah dasar kembali secara acak atau pengundian kembali. Peneliti mengambil dua sekolah dasar pada Kabupaten Bantul dan tiga pada Kabupaten Sleman. Sekolah dasar yang telah dilakukan pengundian tersebut yaitu:

- a. Kabupaten Bantul : SD N Sabdodadi Keyongan dan SD N Patalan Baru.
- b. Kabupaten Sleman : SD N Puren, SD N Nodopuro, dan SD N Babarsari.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap lima sekolah dasar dengan melihat angka persentase apakah anak-anak sekolah dasar tersebut menonton tayangan Si Bolang, frekuensi menonton selama satu minggu dan berapa durasi menonton tayangan tersebut, maka peneliti mendapatkan dua sekolah dasar yaitu SD Negeri Nogopuro Depok Sleman dan SD Negeri Patalan Baru Bantul. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Uses and Gratification*.

Sesuai dengan pendekatan *Uses and Gratification* bahwa model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul *Uses and Gratification*, Pengenaan dan Pemenuhan Kebutuhan (Rakhmat,

2001:65). Pemirsa anak di Kota Yogyakarta di sini merupakan khalayak sasaran (target audiens). Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui kepuasan anak-anak menonton program acara Si Bolang di Trans 7.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang ingin diteliti adalah:

Bagaimana kepuasan siswa antara Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program acara “Si Bolang” di Trans7?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui kepuasan siswa antara Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program acara “Si Bolang” di Trans7.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat praktis :**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan tema maupun metode yang sama, sekaligus dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

## 2. Manfaat akademis :

- Merupakan aplikasi teori media dan proses uji ulang teori dalam studi khalayak, khususnya penonton televisi pada program acara anak-anak.
- Menjadi perbandingan hasil penelitian dengan tema sejenis sehingga memberikan sumbangan pemikiran terhadap studi kecenderungan perilaku dalam pengguna media.

### **E. Kerangka Teori**

Beberapa teori yang telah dikembangkan oleh para pakar komunikasi dalam beragam penelitian media akan digunakan sebagai acuan penelitian ini. Peneliti akan menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk meneliti tentang kepuasan khalayak bermedia. Kemudian, untuk mengatasi kurangnya unsur kelekatan yang ada di dalam teori *Uses and Gratification* diciptakan *Expectancy Value Theory*, untuk lebih jelas dalam alur teori berikut:

#### **E.1 *Uses and Gratification Theory***

Teori media massa yang mendasari dan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification*. Penelitian ini berawal dari pandangan bahwa komunikasi terutama media massa tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti dari teori ini adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan pada motif-motif tertentu. Dalam hal ini, media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Apabila motif tersebut dapat dipenuhi maka kebutuhan khalayak akan dipenuhi. Berdasarkan pada teori *the original idea* pendekatan *Uses and Gratification* fokus pada konsumen dan

anggota audiens daripada pesan. Pendekatan ini pada awalnya menyatakan bahwa individu sebagai selektor yang aktif dari komunikasi media (Littlejohn, 1992:364).

Jay Blumer dan Elihu Katz dalam Littlejohn (1992:365) mencoba mengenal sebuah teori tentang kegunaan dan kepuasan terhadap penggunaan media. Teori ini mengungkapkan bahwa media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media atau khalayak dianggap mampu untuk menentukan atau bersikap aktif dalam memilih media yang akan mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media, artinya manusia memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Interaksi manusia dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*), gratifikasi yang sifatnya umum di antara lain pelarian dari rasa khawatir, rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi dan kontak sosial.

Para pendiri teori ini yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumer, Michael Gurevith (1970) menyebutkan bahwa teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yaitu menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), selain itu, menimbulkan pemenuhan kebutuhan

dan akibat-akibat lain, barangkali juga termasuk termasuk yang tidak kita inginkan. Unsur-unsur yang terdapat dalam teori ini antara lain (Rakhmat 2001:205) :

1. Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif gratifikasi kebutuhan dan pilihan media yang terletak pada khalayak
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari tentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan itu terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan
4. Banyaknya tujuan dari pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap sanggup dan cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Pendekatan *Uses and Gratification* sebagai komunikasi dilihat dari sisi pengalaman khalayak media, bahkan pendekatan ini menempatkan khalayak sebagai pengguna isi media yang aktif. Dari pendekatan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kebutuhan sosial dan psikologis khalayak akan mendorong timbulnya pencarian kepuasan terhadap media untuk memenuhi kebutuhan. Disini kemudian timbul suatu pola konsumsi media yang mengakibatkan terciptanya suatu kepuasan tertentu pada diri khalayak.

Model *Uses and Gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukan pada sejauh mana media tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku kita, tetapi pada sejauh mana media tersebut dapat mempertemukan kebutuhan sosial dengan kebutuhan pribadi. Jika tekanannya adalah pada khalayak yang dianggap aktif, yang dengan sengaja menggunakan media massa untuk mencapai tujuan tertentu (Liliweri, 1991:133).

Untuk mengukur tingkat kepuasan antara motif penggunaan media dengan efek yang diterima, terdapat konsep yang disebut dengan *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*. *Gratification Sought (GS)* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, koran) (Kriyantono, 2006:208). Misalnya motif-motif siswa sekolah dasar ketika akan menonton program tayangan anak-anak Si Bolang.

*Gratification Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen dalam Kriyantono, 2006:209). Misalnya kepuasan siswa sekolah dasar setelah menonton tayangan program anak-anak Si Bolang. Dalam teori ini, *audience* dalam menentukan media sesuai dengan kebutuhannya. Artinya pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007:194).

## **E.2 Expectancy Value Theory**

Konsep-konsep dalam teori *uses and gratification* memunculkan sebuah teori yang disebut dengan teori nilai pengharapan (*expectancy values theory*). Dalam teori ini mempunyai asumsi bahwa orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia (media) tersebut (Kriyantono, 2006:206). Artinya, khalayak menyeleksi media mana yang dapat memenuhi kebutuhan (motif-motif) mereka sehingga timbulah kepuasan ketika mereka menggunakan suatu media massa.

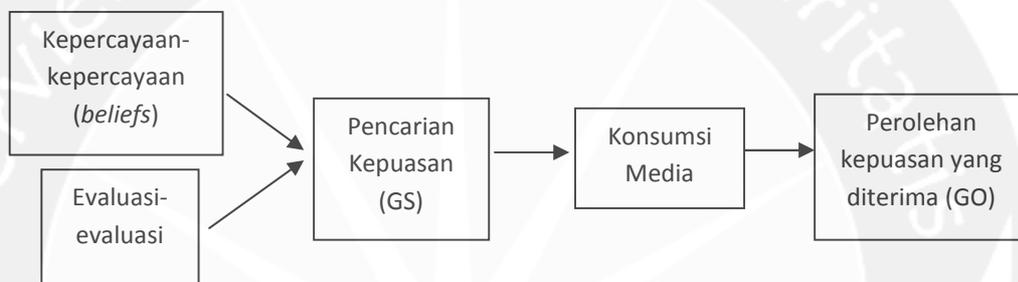
Kebanyakan riset *uses dan gratification* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Dalam teori ini, Palmgreen juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media karena didorong oleh motif-motif tertentu. Namun, ia mengembangkan konsep tersebut dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak yang ada dapat dipenuhi oleh media (Kriyantono, 2006:206). Dengan kata lain, Palmgreen mencoba mencari tahu apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)* (Kriyantono, 2006:206).

*Gratification Sought (GS)* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media massa tertentu (radio, televisi, atau koran). *Gratification Sought (GS)* merupakan motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. Hal ini timbul berdasarkan kepercayaan seseorang mengenai apa yang disajikan oleh media dan penilaian orang tersebut terhadap isi dan pesan yang disampaikan dari media yang dilihat. Media dalam penelitian ini yaitu media televisi Trans 7. Dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media.

*Gratification Obtained (GO)* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen dalam Kriyantono, 2006:207). Dalam penelitian ini *Gratification Obtained (GO)* adalah sejumlah kebutuhan yang dapat dari khalayak (Siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul dan Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman) yang

dipenuhi setelah mereka menonton program acara Si Bolang di Trans 7. Kepuasan nyata yang diperoleh setelah mengkonsumsi suatu jenis media atau *Gratification Obtained* ini diukur berdasarkan terpenuhinya kebutuhan awal (*Gratification Sought*) yang mendasari individu dalam menonton program Si Bolang. Adapun model teori ini, sebagai berikut :

**Gambar 1.1**  
**Model Expectancy Values Theory**  
Sumber : (Kriyantono, 2006:208)



Bagan di atas menerangkan bahwa penggunaan media oleh individu yang menimbulkan kepuasan. Pencarian kepuasan (GS) dilatarbelakangi adanya kepercayaan dan penilaian seseorang terhadap sebuah media massa berdasarkan pengalamannya. Individu mempunyai penilaian dan kepercayaan terhadap salah satu media massa yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya. Adanya pencarian kepuasan (motif) yang didukung oleh penilaian dan kepercayaan terhadap sebuah media massa, mendorong seseorang mengkonsumsi media. Setelah media terjadi, akan terlihat kepuasan nyata yang diperoleh. Apakah dapat memenuhi motif awal dalam menggunakan media massa yang bersangkutan atau tidak. Berdasarkan teori ini, pengukuran kepuasan dalam sebuah penelitian harus dilakukan dengan menanyakan motif atau kepuasan yang dicari dan diinginkan seseorang (GS), kemudian menanyakan kembali apakah motif dan harapan

tersebut bisa dipenuhi oleh media yang bersangkutan. Artinya, kita bisa mengetahui kepuasan nyata yang diperoleh seseorang (GO).

Khalayak yang mencari kepuasan akan mendapatkan media. Media yang ditawarkan cukup banyak pilihannya, dan disaat khalayak memilih, khalayak akan mengevaluasi media mana yang dapat memuaskannya. Bila sesuai dengan tingkat kepuasan khalayak, maka media tersebut akan dipertahankan, dan sebaliknya bila tidak sesuai maka khalayak akan mencari media lainnya.

Dalam kerangka pemikiran teori ini, kepuasan yang khalayak cari dari media ditentukan oleh sikap khalayak terhadap media. Kepercayaan khalayak tentang apa yang suatu media dapat berikan kepada khalayak dan evaluasi khalayak terhadap bahan tersebut. sebagai contoh, jika khalayak percaya bahwa program Si Bolang di Trans 7 menyediakan berbagai informasi dan hiburan, dan khalayak senang akan pengetahuan baru akan informasi yang didapat dan khalayak senang dihibur, maka khalayak akan mencari kepuasan terhadap kebutuhan informasi dan hiburan dengan menonton program Si Bolang di Trans 7.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam teori *Uses and Gratifications* terdapat faktor yang mempengaruhi minat atau tingkat kepuasan dari khalayak (Siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru dan Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman, yang menonton tayangan Si Bolang di Trans 7) antara lain rasa percaya khalayak akan informasi yang disampaikan oleh media tersebut dan kebudayaan atau kebiasaan yang dilakukan oleh khalayak dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari serta interaksi sosial dengan masyarakat umum lainnya.

Faktor-faktor itulah yang akan menentukan tingkat kepuasan dari khalayak dalam mengkonsumsi media tersebut. Dengan demikian, model *Uses and Gratification* sangat berguna untuk meneliti alasan atau motif khalayak untuk mendapatkan kepuasan dalam menggunakan media dan mengukur apakah khalayak telah mendapatkan kepuasan.

## **F. Definisi Konsep**

Konsep adalah istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak seperti kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Singarimbun dan Effendi, 2006:33). Sedangkan menurut Bungin (2001:73) konsep sebagai generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Dalam penelitian ini, konsep yang akan digunakan sebagai variabel penelitian adalah :

### **F.1 Khalayak**

Khalayak merupakan sejumlah orang yang memiliki minat yang sama terhadap suatu legemaran atau persoalan tertentu. Massa dalam komunikasi massa menunjuk kepada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Massa dalam penelitian komunikasi sering juga disebut dengan konsumen, komunikan, khalayak, atau *audience*.

Berikut ini adalah ciri-ciri khalayak menurut McQuail (1987:33) :

1. Kelompok yang bukan merupakan satu kesatuan (tidak teratur)
2. Interaksi tidak langsung (melalui media)
3. Tidak saling mengenal (anonim) dan heterogen
4. Memiliki minat yang sama terhadap suatu masalah
5. Belum tentu memiliki pendapat yang sama
6. Berusaha untuk mengatasi masalah berdasarkan kepentingan yang mereka miliki
7. Cenderung berpikir secara rasional dikarenakan adanya diskusi sosial.

Penelitian ini menggunakan istilah *audience* karena obyek penelitian adalah tayangan media televisi. *Audience* menurut Endang S.Sari (1993:28) adalah masyarakat yang menggunakan media massa sebagai sumber pemenuhan kebutuhan bermedianya. Kata *audience* dalam bahasa Indonesia adalah penonton sehingga istilah tersebut yang lebih cocok jika di gabungkan dengan obyek tayangan televisi. Dalam berbagai penelitian mengenai khalayak dan media terdapat dua kecenderungan utama dalam menempatkan khalayak, yaitu khalayak aktif dan khalayak pasif. Khalayak aktif menurut Franc Biocca dalam Littlejohn (2002:312) memiliki ciri-ciri atau tipologi yaitu selektif terhadap media yang digunakan (selektifitas). Mereka tidak sembarangan dalam mengkonsumsi media, namun didasari alasan dan tujuan tertentu. Sebagai contoh, kalangan anak-anak lebih mengkonsumsi program Si Bolang karena program tersebut ingin memberitahu anak-anak akan kekayaan alam dan budaya nusantara.

Tipologi yang kedua adalah menggunakan media untuk tujuan atau kebutuhan khusus (*utilitarianism*). tipologi ketiga adalah terdapat unsur kesenangan atau memiliki keterlibatan aktif dalam mengikuti, memikirkan, dan menggunakan media (*intentionality*). Tipologi keempat adalah memiliki keterlibatan aktif dalam mengikuti, memikirkan, dan menggunakan media (*involvement*). Tipologi kelima adalah khalayak aktif juga dipercaya tahan terhadap pengaruh dan tidak dengan mudah dibujuk oleh media saja (*impervious to influence*) (Winarso, 2005:74).

Dari kelima tipologi tersebut dapat disimpulkan bahwa khalayak aktif memiliki tujuan, mereka juga bertanggungjawab dalam pemilihan media yang

akan mereka gunakan memenuhi kebutuhan dan setiap individu mengerti kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi kebutuhannya. Media dianggap hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka atau dapat juga tidak menggunakan media atau dengan cara lain untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Kebutuhan antara khalayak yang satu dengan yang lain pastilah berbeda ketika akan memutuskan untuk mengkonsumsi suatu media. Khalayak yang lebih terdidik (*educated people*) cenderung menjadi bagian dari khalayak aktif, karena mereka lebih bisa memilih media yang mereka konsumsi sesuai kebutuhan mereka dibandingkan khalayak yang tidak terdidik (Junaedi, 2007:82-83).

Sedangkan menurut James Lull (1998:107), khalayak pasif dianggap sebagai korban atas keberadaan media. Khalayak pasif tidak ikut terlibat aktif dan ambil bagian dalam diskusi publik terhadap isu-isu yang diberikan media. Khalayak pasif menerima apa yang mereka lihat dan mereka dengar dari media. Khalayak yang lebih terdidik (*educated people*) cenderung menjadi bagian dari khalayak aktif, karena mereka lebih dapat memilih media yang akan mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka dibandingkan khalayak yang tidak terdidik

Selain itu, menurut Endang S.Sari (1993:4) paling tidak ada empat karakter *audience*, yaitu :

1. **Heterogen** : massa *audience* merupakan suatu masyarakat sosial yang berasal dari berbagai lapisan sosial. Pendidikan serta aneka budaya dan agama.

2. **Anonim** : tidak kenal satu sama lain, baik antara komunikator dengan *audience* maupun diantara *audience* sendiri.
3. **Unbound each other** : tidak terikat satu sama lain, baik antar individu dalam *audience* maupun antara komunikator dengan *audience*, sehingga sulit digerakkan untuk suatu tujuan tertentu seperti pada *crowd* (kerumunan).
4. **Isolated from one another** : tertutup satu sama lain sehingga mereka seperti atom-atom yang terpisah namun tetap merupakan suatu kesatuan yaitu sama-sama pengguna media massa.

Tujuan khalayak yang ingin dituju oleh program Si Bolang adalah siswa sekolah dasar di seluruh Indonesia, sehingga mereka mengetahui akan alam, budaya nusantara Indonesia. sedangkan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification* yang memiliki kaitan erat dengan khalayak aktif. Konsep dari penelitian yang akan diteliti adalah kepuasan siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program Si Bolang di Trans 7, yang terbagi menjadi dua yaitu *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

## **F.2 Motif (*Gratification Sought*)**

Motif diartikan sebagai suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu atau melakukan tindakan/bersikap tertentu (Handoko, 1992:9). Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan pemakaian media massa oleh seseorang didorong oleh alasan yang menyebabkan dia berbuat sesuatu, yaitu menggunakan media massa.

Dalam suatu motif umumnya terdapat dua unsur pokok, yaitu unsur dorongan atau kebutuhan dan tujuan (Handoko, 1992:10). Motif merupakan dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan yang dirasakan sebagai kemauan, keinginan, yang kemudian terwujud dalam bentuk perilaku. Para psikologi memiliki klasifikasi motif kebutuhan yang bermacam-macam. Salah satunya adalah McQuail, yang mengemukakan kemungkinan penggunaan media dan jenis-jenis motif gratifikasi dengan membedakannya menjadi beberapa motif, antara lain:

#### 1. Motif Informasi

Motif informasi merupakan motif yang berhubungan dengan kebutuhan informasi tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitarnya, dorongan untuk mendapatkan pengetahuan, dorongan akan rasa ingin tahu, dorongan untuk memperkuat pendapat dan keputusan yang diambil, dorongan untuk belajar, dorongan untuk memperoleh perasaan aman melalui pengetahuan yang didapat dari media massa. Pada penelitian ini, motif seorang anak menonton program Si Bolang yaitu mencari informasi mengenai kekayaan alam Indonesia, mendapatkan pengetahuan akan peristiwa alam dan kerusakan alam yang terjadi, mendapatkan berbagai pengetahuan akan Budaya Nusantara, serta mengetahui kebiasaan anak-anak pada daerah-daerah sekitar dalam berbagai permainan tradisional.

#### 2. Motif Identitas Pribadi

Motif ini berhubungan dengan dorongan untuk memperkuat nilai-nilai pribadi, dorongan untuk memperkuat kredibilitas, stabilitas, dan status. Selain itu juga berkaitan dengan dorongan individu untuk mencari model perilaku melalui

media bagi perilakunya sehari-hari, dorongan untuk mencari identifikasi nilai-nilai dalam diri khalayak dengan nilai-nilai orang lain melalui media, dan dorongan untuk memperoleh wawasan berpikir (McQuail, 1983 :82). Pada penelitian ini, motif seorang anak menonton program Si Bolang yaitu mencari rasa senang karena menemukan ilmu pengetahuan yang beragam dan menarik, dapat meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri dalam bidang pendidikan, mendapatkan pengalaman dari kehidupan anak-anak sehari-hari dalam tayangan Si Bolang, memperoleh inspirasi dari kehidupan sehari-hari yang dialami anak-anak dalam tayangan Si Bolang, serta menemukan model perilaku dan panutan dari tokoh cerita Si Bolang.

### 3. Motif Integratif Personal

Motif ini berhubungan dengan dorongan untuk memberikan rasa percaya diri pada diri sendiri pada saat berinteraksi dengan orang lain, dan dorongan untuk menemukan sosok seorang yang dapat dijadikan teladan ataupun panutan dalam berperilaku sehari-harinya, serta dorongan untuk mengetahui pengaruh nilai-nilai sosial. Pada penelitian ini, motif seorang anak menonton program Si Bolang yaitu mendapatkan rasa percaya diri karena mengetahui akan keindahan alam dan budaya nusantara, mendapatkan teladan dan panutan dalam berperilaku, lebih memahami pentingnya menjaga kelestarian alam dan budaya nusantara, dan dapat menjadi diri sendiri dengan melihat nilai-nilai sosial yang ada pada tayangan Si Bolang.

### 4. Interaksi Sosial

Motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk berhubungan atau berinteraksi sosial dengan orang lain, dorongan akan empati sosial, dorongan untuk mempertahankan norma-norma sosial, mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki. Pada penelitian ini, motif seorang anak menonton program Si Bolang yaitu menjalankan peran sosial sebagai anak-anak dalam kehidupan bermasyarakat, memiliki bahan pembicaraan atau diskusi dengan teman atau keluarga, mengetahui dunia anak-anak di lingkungan sekitar pada tayangan Si Bolang, serta dapat membandingkan kehidupan penonton dengan kondisi kehidupan anak-anak seperti yang terdapat dalam program Si Bolang.

#### 5. Motif Hiburan

Motif ini berhubungan dengan dorongan individu untuk mencari hiburan, dorongan untuk melepaskan kejenuhan dan kebosanan, dorongan untuk mengisi waktu luang (McQuail, 1983:82). Pada penelitian ini, motif seorang anak menonton program Si Bolang yaitu para pelajar sekolah dasar dapat melupakan sejenak beban permasalahan, bersantai untuk menghabiskan waktu luang, mendapatkan kesenangan dan hiburan, serta dapat menengkan pikiran dari rutinitas kegiatan sehari-hari.

#### **F.3 Kepuasan (*Gratification Obtained*)**

Kepuasan yang diterima atau *gratification obtained* adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu menggunakan media (Kriyanto, 2006:215). Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan

menggunakannya. Kepuasan khalayak akan mempunyai dampak positif bagi media itu sendiri. *Gratifications Obtained* (kepuasan yang diperoleh) dalam penelitian ini adalah sejumlah kebutuhan yang dapat dipenuhi setelah menonton program Si Bolang di Trans 7.

Konsep kepuasan dalam penelitian ini diukur berdasarkan kesenjangan antara GS dan GO. Kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratification*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara GS dan GO. Konsep kepuasan penonton khususnya siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul dalam mengkonsumsi program tayangan Si Bolang di Trans 7 diukur berdasarkan kesenjangan antara *Gratification Sought (GS)* dengan *Gartification Obtained (GO)*. Kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratification*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara *Gratification Sought (GS)* dan *Gartification Obtained (GO)*. Kesenjangan ini diukur dengan melihat jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden mengenai GS dan GO. Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

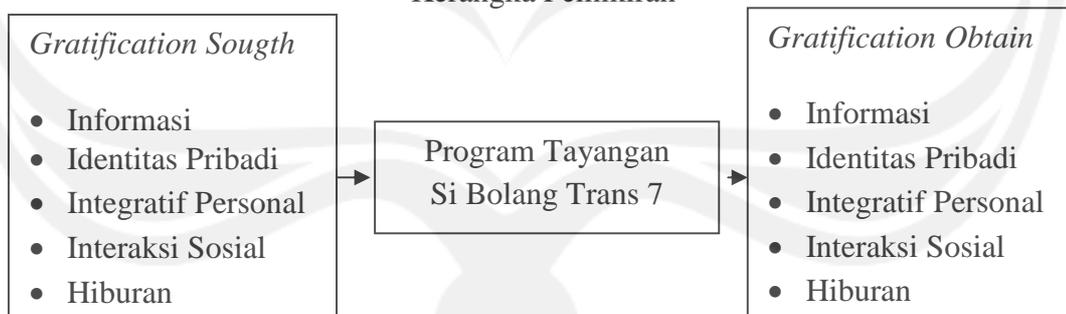
1. Jika skor *mean Gratification Sought* lebih besar dari *mean skor Gratification Obtained* (skor *mean GS* > skor *mean GO*), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut tidak memuaskan khalayaknya.
2. Jika skor *mean Gratification Sought* sama dengan skor *mean Gratifications Obtained* (*mean GS=mean GO*), maka tidak terjadi

kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi, artinya media memuaskan.

3. Jika skor *mean Gratification Sought* lebih kecil dari skor *mean Gratification Obtained* ( $mean GS < mean GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut memuaskan khalayaknya (Kriyantono, 2006:217).

Semakin besar kesenjangan skor *mean* yang terjadi, maka makin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Tetapi, sebaliknya makin kecil kesenjangan skor *mean* yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Berdasarkan pada konsep yang telah dijelaskan diatas, maka dapat digambarkan kerangka konsep pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.2  
Kerangka Pemikiran



Adaptasi dari model *expectancy value dalam teori Uses and Gratification*  
Sumber: Kriyantono (2006:208)

Berdasarkan gambar konsep kerangka pemikiran diatas menunjukkan bahwa perolehan *gratification obtained* atau kepuasan bermedia berdasarkan kepada *gratification sought* atau kebutuhan individu. Kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) diukur dengan membandingkan keduanya melalui beberapa indikator sebagai

berikut motif informasi, motif identitas pribadi, motif integratif personal, interaksi sosial dan motif hiburan. Kepuasan yang akan diukur adalah kepuasan terhadap tayangan anak-anak dalam program acara Si Bolang Trans7.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional dibuat untuk membatasi indikator yang ingin digunakan peneliti dalam penelitian, sehingga apa pun variabel penelitian, semuanya hanya akan muncul dari konsep tersebut (Bungin, 2005:59). Konsep kepuasan siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan Sekolah Dasar Patalan Baru Bantul terhadap Program Acara Si Bolang Trans 7 terbagi menjadi dua, yaitu motif atau *Gratification Sought (GS)* dan kepuasan yang diperoleh atau *Gratification Obtained (GO)*.

Kepuasan terhadap program Si Bolang Trans 7 berdasarkan kesenjangan antara *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*. Semakin kecil nilai kesenjangannya maka semakin memuaskan program acara Si Bolang tersebut bagi siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan Sekolah Dasar Patalan Negeri Baru Bantul. Sedangkan sebaliknya, semakin besar nilai kesenjangannya maka semakin tidak memuaskan bagi siswa yang menonton program Si Bolang tersebut.

*Gratification Sought (GS)* dalam penelitian ini adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan penonton atau siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul, ketika siswa tersebut menonton program acara Si Bolang Trans 7. Hal ini pasti dipengaruhi oleh sebab

tertentu yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi dari siswa tersebut. Kategori motif yang ingin diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

1. Motif informasi; khalayak dikatakan memiliki informasi apabila mereka:
  - a. Ingin mendapatkan informasi mengenai kekayaan alam dan bagaimana memanfaatkannya.
  - b. Ingin mendapatkan pengetahuan peristiwa alam dan kerusakan alam apa saja yang dapat terjadi akibat ulah manusia.
  - c. Ingin mendapatkan pengetahuan berita dan pendidikan mengenai Budaya Nusantara Indonesia.
  - d. Ingin mendapatkan informasi kebiasaan yang berlaku pada anak-anak di daerah-daerah sekitar, dalam berbagai permainan tradisional.
2. Motif identitas pribadi; khalayak dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka:
  - a. Ingin mendapatkan rasa senang karena menemukan ilmu pengetahuan yang beragam dan menarik.
  - b. Ingin dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri dalam bidang pendidikan.
  - c. Ingin dapat memperoleh inspirasi dari kehidupan sehari-hari yang dialami anak-anak dalam tayangan Si Bolang.

- d. Ingin mendapatkan pengalaman dari kehidupan anak-anak sehari-hari dalam tayangan Si Bolang.
3. Motif Intergratif Personal; khalayak dikatakan memiliki motif integratif personal apabila mereka:
- a. Ingin mendapatkan rasa percaya diri karena mengetahui berbagai keindahan alam dan budaya nusantara Indonesia.
  - b. Ingin mendapatkan atau menemukan teladan dan panutan dalam berperilaku sehari-hari.
  - c. Ingin dapat menjadi diri sendiri dengan melihat nilai-nilai sosial yang ada di tayangan Si Bolang
  - d. Ingin lebih memahami pentingnya menjaga kelestarian alam dan budaya nusantara.
4. Motif Interaksi Sosial; khalayak dikatakan memiliki interaksi sosial apabila mereka:
- a. Ingin menjalankan peran sosial sebagai anak-anak dalam kehidupan bermasyarakat.
  - b. Ingin dapat memiliki bahan pembicaraan atau diskusi dengan teman atau keluarga saat mengobrol.
  - c. Ingin mengetahui dunia anak-anak dilikungan sekitar yang di tayangin dalam program Si Bolang.
  - d. Ingin membandingkan kehidupan saya dengan kondisi kehidupan anak-anak Yogyakarta seperti yang saya lihat dalam tayangan Si Bolang.

5. Motif Hiburan; khalayak dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka:

- a. Ingin melupakan sejenak beban permasalahan yang sedang menimpa.
- b. Ingin bersantai untuk menghabiskan waktu luang.
- c. Ingin mendapatkan kesenangan dan hiburan.
- d. Ingin dapat menenangkan pikiran dari rutinitas kegiatan sehari-hari.

Cara mengukurnya, pemberian skor dilakukan menggunakan skala sikap Likert untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap dengan empat alternatif jawaban. Skala adalah ukuran gabungan yang didasarkan pada struktur intensitas pertanyaan-pertanyaan. Dengan demikian Skala Likert sebenarnya bukanlah sebuah skala melainkan sebuah cara yang lebih sistematis untuk memberi skor pada indeks (Singarimbun dan Sofyan Effendi, 2006:111). Skoring dilakukan dengan cara menentukan skor dari tiap-tiap kuesioner sehingga diperoleh skor total dari tiap kuesioner tersebut untuk masing-masing individu. Hasil yang diperoleh selanjutnya akan diinterpretasikan. Untuk skor masing-masing item adalah sebagai berikut:

- |                           |                   |
|---------------------------|-------------------|
| Sangat Setuju (SS)        | : mendapat skor 4 |
| Setuju (S)                | : mendapat skor 3 |
| Tidak Setuju (TS)         | : mendapat skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | : mendapat skor 1 |

Konsumsi media secara teoritis mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) *gratification sought* dan *gratification obtained*. Konsumsi media

ini menjelaskan tentang penggunaan atau konsumsi media, dalam hal ini siswa menonton program Si Bolang Trans 7.

Konsumsi media yang akan dianalisis meliputi bagaimana siswa berpartisipasi menonton program Si Bolang Trans 7, frekuensi menonton program Si Bolang Trans 7 dan durasi menonton program Si Bolang Trans 7. Skala pengukuran konsumsi media adalah sebagai berikut:

- a. Partisipasi menonton, terdiri dari 2 pilihan jawaban yaitu:
  - 1) Ya
  - 2) Tidak
- b. Frekuensi menonton dalam 2 minggu, terdiri dari 4 pilihan jawaban yaitu:
  - 1) Setiap hari
  - 2) 5-6 kali seminggu
  - 3) 3-4 kali seminggu
  - 4) 1-2 kali seminggu
- c. Durasi menonton dalam 1 kali nonton, terdiri dari 3 pilihan jawaban yaitu:
  - 1) Dari awal sampai akhir cerita
  - 2) Dari awal tetapi tidak sampai akhir cerita
  - 3) Pertengahan cerita sampai akhir cerita

Sedangkan *Gratification Obtained* adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media (Kriyantono, 2006:215). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *Gratification Obatined* (kepuasan yang diperoleh) adalah sejumlah kebutuhan yang dapat dipenuhi setelah menonton program Si Bolang Trans 7. Kepuasan ini diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal (*Gratification Sought*) yang mendasari penonton dalam menonton program Si Bolang tersebut. Kategori kepuasan yang diperoleh dikategorikan sebagai berikut:

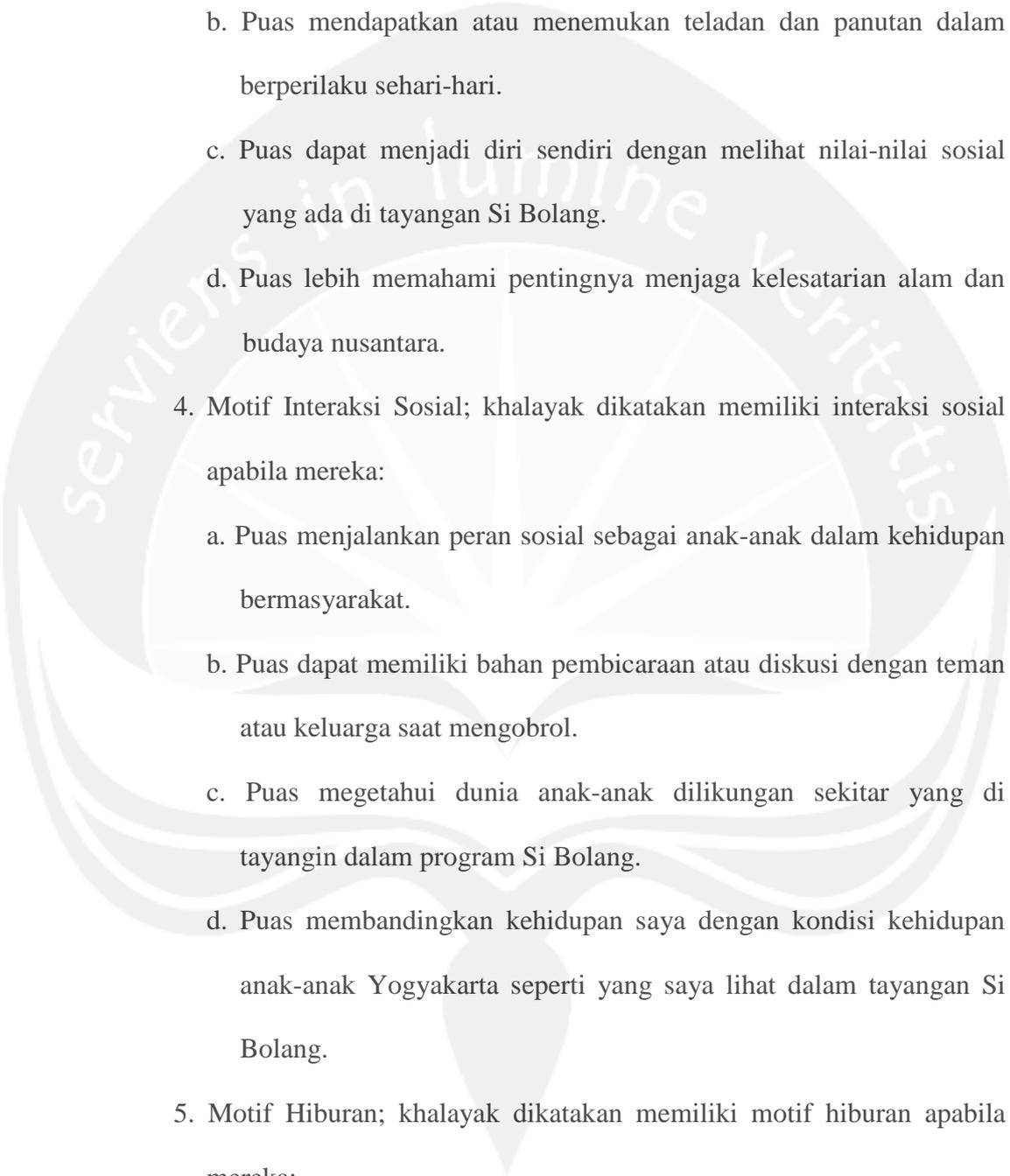
1. Motif informasi; khalayak dikatakan memiliki informasi apabila mereka:

- a. Puas mendapatkan informasi yang beragam mengenai kekayaan alam Indonesia dan mengetahui bagaimana memanfaatkannya.
- b. Puas mendapatkan pengetahuan peristiwa alam dan kerusakan alam apa saja yang dapat terjadi akibat ulah manusia.
- c. Puas mendapatkan pengetahuan berita dan pendidikan mengenai Budaya Nusantara.
- d. Puas mendapatkan informasi kebiasaan yang berlaku pada anak-anak di daerah-daerah sekitar, dalam berbagai permainan tradisional.

2. Motif identitas pribadi; khalayak dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka:

- a. Puas mendapatkan rasa senang karena menemukan Ilmu pengetahuan yang beragam dan menarik.
- b. Puas dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri dalam bidang pendidikan.
- c. Puas dapat memperoleh inspirasi dari kehidupan sehari-hari yang dialami anak-anak dalam tayangan Si Bolang.
- d. Ingin mendapatkan pengalaman dari kehidupan anak-anak sehari-hari dalam tayangan Si Bolang.

3. Motif Intergratif Personal; khalayak dikatakan memiliki motif integratif personal apabila mereka:

- 
- a. Puas mendapatkan rasa percaya diri karena mengetahui berbagai keindahan alam Indonesia dan Budaya Nusantara.
  - b. Puas mendapatkan atau menemukan teladan dan panutan dalam berperilaku sehari-hari.
  - c. Puas dapat menjadi diri sendiri dengan melihat nilai-nilai sosial yang ada di tayangan Si Bolang.
  - d. Puas lebih memahami pentingnya menjaga kelestarian alam dan budaya nusantara.
4. Motif Interaksi Sosial; khalayak dikatakan memiliki interaksi sosial apabila mereka:
- a. Puas menjalankan peran sosial sebagai anak-anak dalam kehidupan bermasyarakat.
  - b. Puas dapat memiliki bahan pembicaraan atau diskusi dengan teman atau keluarga saat mengobrol.
  - c. Puas mengetahui dunia anak-anak dilikungan sekitar yang di tayangin dalam program Si Bolang.
  - d. Puas membandingkan kehidupan saya dengan kondisi kehidupan anak-anak Yogyakarta seperti yang saya lihat dalam tayangan Si Bolang.
5. Motif Hiburan; khalayak dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka:
- a. Puas melupakan sejenak beban permasalahan yang sedang menimpa.

- b. Puas bersantai untuk menghabiskan waktu luang.
- c. Puas mendapatkan kesenangan dan hiburan.
- d. Puas dapat menenangkan pikiran dari rutinitas dan aktivitas kegiatan sehari-hari.

Cara mengukurnya sama dengan saat mengukur *Gratificaton Sought*, pemberian skor dilakukan menggunakan skala sikap Likert dengan empat alternatif jawaban. Skoring dilakukan dengan cara menentukan skor tiap item tiap-tiap kuesioner sehingga diperoleh skor total dari tiap kuesioner tersebut untuk masing-masing individu. Hasil yang diperoleh selanjutnya diinterpretasikan. Untuk skor masing-masing *item* adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: mendapat skor 4
Setuju (S)	: mendapat skor 3
Tidak Setuju (TS)	: mendapat skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: mendapat skor 1

## **H. Hipotesis**

Dari paparan definisi operasional diatas, maka hipotesa penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Terdapat kepuasan siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuo Depok Sleman dan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program tayangan Si Bolang Trans 7.
- 2) Tidak terdapat kepuasan siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuo Depok Sleman dan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program tayangan Si Bolang Trans 7.

- 3) Terdapat perbedaan kepuasan antara siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuo Depok Sleman dengan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program tayangan Si Bolang Trans 7.

## **I. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian merupakan pengkajian dari peraturan-peraturan yang terdapat dalam metode riset (Kriyantono, 2006:49). Metodologi penelitian ini menggunakan kuantitatif yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan dan hasil riset ini dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi. Metodologi penelitian menjadi sangat penting untuk menjaga peneliti tetap fokus pada penelitiannya atau menjadi acuan dalam melakukan penelitian.

### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif mengindikasikan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data numerik (statistik). Metode penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995:3). Informasi akan dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada sampel yang hasilnya akan mewakili seluruh populasi. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, yang bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban

yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2006:95). Metode ini dipilih karena penelitian survei bertujuan memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu, maka pengumpulan data dan analisisnya harus akurat.

## **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif. Jenis riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu (Kriyantono, 2006:67).

Menurut Bungin, penelitian kuantitatif-deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut. Peneliti ingin menjelaskan dan memaparkan untuk menggambarkan realitas mengenai kepuasan siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul terhadap program acara Si Bolang Trans 7.

Umumnya penelitian ini menggunakan statistik induktif untuk menganalisis data (Bungin, 2005:36). Dengan menggunakan statistik induktif akan mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang bagaimana kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut. Dalam hal ini,

apakah informasi-informasi ataupun topik-topik yang dipilih oleh redaksi Program Si Bolang memberikan kepuasan kepada siswa Sekolah Dasar Negeri Nogopuro Depok Sleman dan siswa Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul, akan informasi-informasi yang mereka butuhkan atau hanya sekedar menambah ilmu serta pengetahuan akan sesuatu hal.

### **3. Populasi dan Sampel**

Keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti disebut populasi (Kriyantono, 2006:149). Populasi dalam penelitian ini adalah siswa sekolah dasar yang menyaksikan program Si Bolang di Trans 7 yang duduk di kelas 5 dan 6 sekolah dasar. Pemilihan kelas 5 dan 6 karena melihat target audiens program acara Si Bolang adalah 9-13 tahun. Peneliti juga melakukan observasi terhadap lima sekolah yang ada di Yogyakarta secara sampling klaster. Sampling klaster (*cluster sampling*) adalah menyeleksi atau mengelompokkan populasi atau sampel ke dalam beberapa kelompok atau kategori. Untuk meminimalisir waktu dan biaya, peneliti melakukan secara *random* atau acak. Peneliti mengelompokkan sekolah berdasarkan kabupaten yang ada di Yogyakarta, yaitu Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Kulon Progo dan Kota Yogyakarta. Peneliti kemudian melakukan pengundian berdasarkan Kabupaten, sehingga keluar dua nama Kabupaten yaitu Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul.

Peneliti mengacak lagi sekolah dasar yang berada di kedua Kabupaten tersebut berdasarkan nama sekolah. Terdapat 345 SD yang

berada di Kabupaten Bantul dan 487 SD yang berada di Kabupaten Sleman. Melihat banyaknya sekolah yang terdapat pada kedua Kabupaten tersebut, kemudian peneliti melakukan pengambilan sekolah dasar kembali secara acak atau pengundian kembali. Peneliti mengambil dua sekolah dasar pada Kabupaten Bantul dan tiga pada Kabupaten Sleman. Peneliti mengambil tiga pada Kabupaten Sleman karena melihat jumlah sekolah dasar di Kabupaten Sleman lebih banyak dibandingkan dengan Kabupaten Bantul. Kelima sekolah dasar yang telah dilakukan *cluster sampling* tersebut, yaitu:

- a. Kabupaten Bantul : SD N Sabdodadi Keyongan dan SD N Patalan Baru
- b. Kabupaten Sleman: SD N Puren, SD N Nogopuro, dan SD N Babarsari.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap lima sekolah dasar dengan melihat angka persentase apakah anak-anak sekolah dasar tersebut menonton tayangan Si Bolang, frekuensi menonton selama satu minggu dan berapa durasi menonton tayangan tersebut, maka peneliti mendapatkan dua sekolah dasar yaitu SD Negeri Nogopuro Depok Sleman dan SD Negeri Patalan Baru Bantul. Adapun rincian jumlah siswa di kedua sekolah tersebut yaitu, Sekolah Dasar Negeri Nogopuro berjumlah 140 orang dengan masing-masing 75 orang kelas lima dan 65 orang kelas 6. Sedangkan Sekolah Dasar Negeri Patalan Baru Bantul berjumlah 107 orang dengan masing 64 orang kelas 5 dan 43 orang kelas 6. Jika dijumlahkan jumlah siswa dalam observasi ini 107 orang.

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya (Sugiarto, 2003:2). Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah anak-anak yang menyaksikan program tayangan Si Bolang Trans 7. Informasi tersebut telah didapatkan peneliti dari hasil observasi dengan melihat apakah anak-anak sekolah dasar tersebut menonton tayangan Si Bolang, frekuensi menonton Si Bolang, dan durasi menonton Si Bolang.

Untuk menentukan jumlah sampel, dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus ini untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Peneliti mengambil sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut:

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

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

E = Nilai presisi, kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Dalam penelitian ini yaitu 5 %, kemudian e ini dikuadratkan (Kriyantono, 2006:162).

Kemudian dari rumus tersebut akan didapatkan jumlah sampel dan populasi yang jumlahnya 140 orang sebagai berikut:

$$n = \frac{140}{1 + 140 (0,05)^2} = 103,703 = 104 \text{ orang}$$

Untuk mempermudah menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka hasil dari perhitungan di atas dibulatkan menjadi 104 orang. Jadi, 5% dari jumlah populasi SD Negeri Nogopuro Depok Sleman pada

penelitian tentang tingkat kepuasan terhadap program Si Bolang sebanyak 104 orang siswa.

Sedangkan 5% dari jumlah populasi siswa SD Negeri Patalan Baru Bantul pada penelitian ini, sebagai berikut:

$$n = \frac{107}{1 + 107 (0,05)^2} = 84,418 = 85 \text{ orang}$$

Untuk mempermudah menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka hasil dari perhitungan di atas dibulatkan menjadi 85 orang siswa. Dari hasil yang didapat, peneliti akan menyebarkan kuesioer berdasarkan jumlah masing-masing sekolah yakni 104 kuseoner SD Negeri Nogopuro Depok Sleman dan 85 kuesioner SD Negeri Patalan Baru Bantul. Peneliti juga akan membagi kuesioner setiap sekolah menjadi dua kelas yaitu kelas 5 dan 6, maka jumlah kuesioner pada nantinya kelas 5 dan 6 akan dibagi 52 kuesioner masing-masing kelas di SD Negeri Nogopuro Depok Sleman, sedangkan SD Negeri Patalan Baru Bantul akan dibagikan 43 kuesioner kelas 5 dan 43 kuesioner kelas 6.

#### **4. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di ruang kelas 5 dan 6 SD Negeri Nogopuo Depok Sleman dan SD Negeri Patalan Baru Bantul. Lokasi ruang kelas dipilih, agar anak-anak sekolah dasar yang menjadi subyek penelitian dapat didampingi oleh peneliti dalam pengisian kuesioner, sehingga responden dapat bertanya ketika terdapat kebingungan dalam pengisian kuesioner. Hal ini untuk menghindari kuesioner yang *error*.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dalam penelitian. Dalam penelitian ini akan digunakan teknik pengumpulan data dengan metode pertanyaan dan metode obyektif atau pengukuran. Metode pertanyaan yang digunakan berupa kuesioner atau angket dan untuk metode obyektif atau pengukuran digunakan tipe skala Likert. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan pada responden, terutama pada penelitian survei (Narbuko dan Achmadi, 2022:76).

Penggunaan kuesioner merupakan hal yang pokok untuk mengumpulkan data. Hasil kuesioner tersebut akan berbentuk angka-angka, tabel-tabel, analisis statistik, dan uraian serta kesimpulan hasil penelitian. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei. Jenis pertanyaan ada dua macam, yaitu pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Dalam penelitian ini digunakan pertanyaan terbuka, pertanyaan yang jawabannya diisi responden untuk mengetahui identitas responden berdasarkan nama, umur dan kelas. Sedangkan pertanyaan tertutup, pertanyaan yang jawabannya sudah disediakan sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan dengan memberi tanda.

## **6. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

a. Data Primer

Dalam penelitian ini, peneliti mengolah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau sumber-sumber data (Wahyu dan Masduki, 1987:59). Sumber data primer penelitian ini adalah anak-anak sekolah dasar kelas 5 dan 6 di Sekolah Dasar. Data primer diambil melalui kuesioner yang dibagikan kepada anak-anak Sekolah Dasar kelas 5 dan 6.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2009:42). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sekolah SD Nogopuran dan SD Patalan Baru yang meliputi data profil sekolah, data siswa yang terdapat dalam data Tata Usaha, serta dari media Trans 7 dan program Si Bolang.

## 7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga harus dilakukan pengujian atas instrumen pengumpulan data tersebut. Uji coba instrumen terdiri dari :

- a. Uji Validitas yaitu prosedur pengujian untuk melihat apakah alat atau pertanyaan yang dipakai dalam kuesioner dapat mengukur dengan cermat atau tidak (Arikunto, 2006:168). Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan melihat hasil *corrected item total correlation* dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan valid apabila nilai *corrected item total correlation* adalah lebih besar

bila dibandingkan dengan  $r_{\text{tabel}}$  (Santoso,2002:270). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah memakai rumus *korelasi product moment* ( $r$ ) yang akan diolah dengan menggunakan alat bantu software SPSS. Rumus *korelasi product moment* adalah sebagai berikut (Kriyantono, 2006:171).

$$r = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] \sqrt{[N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}}$$

Di mana:

$r$  = koefisien korelasi antara X dan Y

X = skor item

Y = skor total

N = jumlah sampel (responden penelitian)

- b. Uji Reliabilitas adalah kestabilan alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur obyek yang berbeda (Arikunto, 2006:178). Uji reabilitas akan dilakukan dengan uji statistik *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) adalah di atas  $r_{\text{tabel}}$  (Santoso, 2002:270).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dan diolah menggunakan alat bantu *software SPSS*. Rumus ini digunakan karena jawaban dalam instrumen kuesioner merupakan rentang antara beberapa nilai (Singarimbun dkk, 1989:140).

Rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_1^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = koefisien *alpha cronbach*

k = banyaknya soal pertanyaan

$\sum \alpha_b^2$  = jumlah varian butir pertanyaan

$\alpha_1^2$  = varian total

## 8. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpulkan selanjutnya dilakukan pengolahan data. Pengolahan data mencakup kegiatan mengedit data dan mengkode data. Mengedit data adalah kegiatan memeriksa data yang terkumpul, apakah semua tersusun sesuai dengan metode yang ada. Kemudian menghitung skor dari setiap indikator pertanyaan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dengan skala Likert.

Setelah semua dihitung kemudian dicari mean masing-masing *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. *MEAN* (nilai rata-rata) adalah nilai tengah dari total bilangan. *Mean* diperoleh dari rumus (Kriyantono, 2006:69):

$$M = \sum \frac{FX}{N}$$

Jumlah nilai dari masing-masing baik *mean Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* kemudian dibandingkan. Jika  $GS > GO$  maka artinya media tidak bisa memuaskan khalayaknya. Jika *mean*  $GS = GO$

maka artinya keduanya seimbang. Sedangkan bila  $mean\ GS < GO$  maka artinya media bisa memuaskan khalayaknya. Selanjutnya untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua sampel berpasangan digunakan *Paired Sampel T-Test*. Uji ini melibatkan pengukuran pada suatu variabel atas pengaruh atau perlakuan tertentu. Sebelum dan sesudah pemberian pengaruh atau perlakuan tertentu variabel tersebut diukur, apakah terjadi perubahan yang signifikan atau tidak. Setelah pengolahan data, berikutnya tinggal menganalisis dan menginterpretasikan.