

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi juga dibarengi dengan berkembangnya media massa di Indonesia. Hampir semua provinsi di Indonesia mempunyai media massa, baik cetak, penyiaran, maupun elektronik. Saat ini Indonesia memiliki 11 stasiun Televisi Nasional yaitu TVRI, RCTI, SCTV, ANTV, TRANS TV, TRANS7, MNC TV, METRO TV, tvONE, GLOBAL TV serta INDOSIAR. Tentu diantara banyaknya media televisi yang ada, mempunyai visi dan misi yang berbeda satu dengan yang lainnya. Mereka juga memiliki keunikan atau ciri khas sendiri-sendiri dalam menyajikan informasi.

Dalam perkembangannya, media televisi terus berusaha menyajikan kreatifitas-kreatifitas dalam mengemas suatu program acara televisi. Mereka saling berlomba-lomba memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia yang haus akan informasi. Kebutuhan berita informasi dan hiburan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu, dari mulai berita politik, sosial, hiburan hingga ekonomi dan olahraga.

Menjadi menarik ketika berbicara tentang berita olahraga, karena saat ini banyak media di Indonesia yang memiliki rubrik atau program acara yang mengulas

tentang berita olahraga. Bahkan sepak bola yang merupakan olahraga nomor satu di dunia mempunyai rubrik atau program acara sendiri. Media yang mengulas tentang olahraga sepak bola menyajikan informasi-informasi *update* seputar sepak bola. Mulai dari hasil pertandingan liga-liga di dunia hingga rumor transfer pemain.

Banyak liga-liga sepak bola yang ada di dunia, mulai dari liga-liga junior yang diikuti oleh anak-anak kecil hingga liga profesional seperti Liga Inggris, Liga Spanyol, Bundes Liga, Liga Italia, dan masih banyak lagi. Tidak hanya ajang sepak bola piala dunia setiap empat tahun sekali saja yang seru untuk diikuti, tetapi piala dunia antar club-club sepak bola Eropa juga sangat menarik untuk diikuti.

Belakangan ini sepak bola memang sedang marak diperbincangkan oleh masyarakat dunia. Hal ini dikarenakan event akbar sepak bola terbesar dunia yaitu piala dunia yang akan segera digelar di Brazil pada bulan Juni 2014. Babak kualifikasinya sudah selesai dilaksanakan dan menyisakan 21 tim yang lolos ke putaran final piala dunia 2014. Dari ajang bergengsi ini, tim dari Negara Jerman meraih gelar juara, setelah menumbangkan lawan-lawannya di babak penyisihan dan menaklukkan argentina di babak final.

Di Indonesia sendiri animo masyarakat tentang sepak bola sangat besar. Hal ini terlihat dari sikap fanatisme yang ditunjukkan para supporter sepak bola tanah air. Demi membela tim kesayangannya supporter sepak bola di Indonesia rela melakukan apa saja demi tim kebanggaannya. Haus akan gelar juara yang sudah lama dinanti

oleh masyarakat Indonesia akhirnya sedikit terobati dengan penampilan apik timnas U-19 yang sekaligus sanggup mengangkat piala AFF pada September 2013 lalu. Kemenangan timnas U-19 di piala AFF membuat animo dan semangat masyarakat Indonesia semakin kuat dan optimis masa depan sepak bola Indonesia akan lebih baik.

Sepak bola menjadi olahraga yang sangat digandrungi banyak orang di dunia. Hal ini membuat orang-orang ingin mengetahui informasi terbaru seputar sepak bola dunia. Media-media mulai merespon kebutuhan masyarakat akan informasi olahraga khususnya sepak bola. Di Indonesia banyak program acara berita yang menyajikan informasi seputar dunia sepak bola salah satunya adalah *One Stop Football* yang tayang setiap hari minggu di Trans 7.

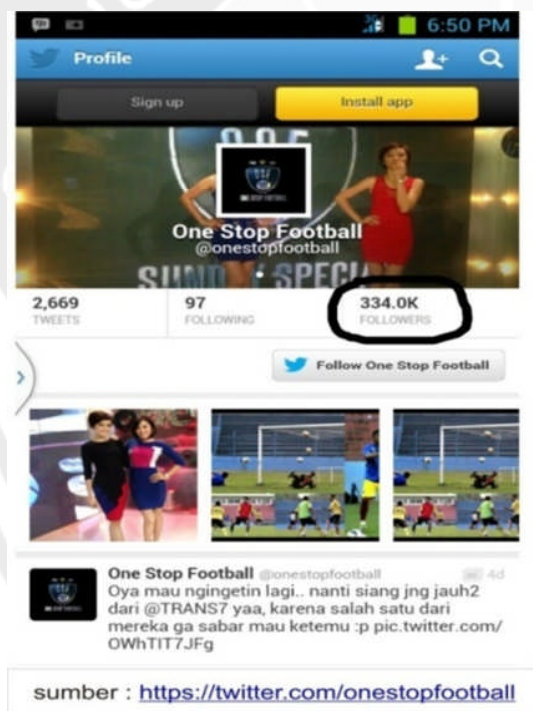
One Stop Football merupakan program acara berita olahraga khususnya olahraga sepak bola. *One Stop Football* menyajikan beragam informasi menarik dari dunia sepak bola internasional yang dikemas secara aktual. *One Stop Football* menghadirkan berbagai liputan menarik, mulai dari *highlight* dan prediksi pertandingan, *profile* bintang hingga rangkuman peristiwa unik dan menarik dari dunia lapangan hijau (http://tvguide.co.id/program_acara_rutin/one-stop-football-trans7, 23 Januari 2014).

One stop football juga merupakan salah satu program acara olahraga yang mempunyai banyak penggemar. Terbukti program yang lahir pada tahun 2003 dan

eksis hingga tahun 2014 ini, mendapatkan *likepage facebookone stop football* sebanyak 1.2 juta. *Twitter official One Stop Football* juga mempunyai *followers* sebanyak 334.000. Berdasarkan temuan diatas penulis berasumsi bahwa program acara *one stop football* ditonton oleh banyak orang.

Gambar 1.1

Twitter One Stop Football



Diakses 13 Juni 2014

Gambar 2.1

Facebook One Stop Football



Diakses 13 Juni 2014

Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti melihat beberapa penelitian sebelumnya mengenai pengaruh terpaan media. Kristianingrum (2013) dengan judul, Pengaruh Terpaan Tayangan Program Acara Warna Trans7 Terhadap Sikap Penonton, menunjukkan bahwa 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 variabel lain diluar terpaan program acara Warna TRANS7.

Penelitian Ramdiyastuti (2013) dengan judul, Pengaruh Intensitas Membaca Surat Kabar Harian Tribun Jogja Terhadap Kepuasan Masyarakat Yogyakarta, menunjukkan bahwa intensitas membaca surat kabar harian Tribun Jogja mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pembaca di kota Yogyakarta. Pengaruh yang ditunjukkan dengan kategori rendah tetapi pasti, karena kepuasan masyarakat Jogja lebih banyak dipengaruhi oleh variabel lain

Penelitian Poety (2010) dengan judul, Penggunaan Media dan Kepuasan Membaca Surat Kabar Suara Merdeka (Studi Korelasi antara Membaca Surat Sabar Suara Merdeka dengan Kepuasan Membaca Berita-berita Lokal di Surat Kabar SUARA MERDEKA di kalangan Pejabat Pemerintah Kabupaten Grobogan), menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara motivasi membaca surat kabar Suara Merdeka dengan waktu khusus yang disediakan untuk motivasi membaca Suara Merdeka; Ada hubungan yang signifikan antara jumlah edisi yang dibaca dalam satu minggu, lamanya waktu membaca, waktu khusus yang disediakan untuk membaca Suara Merdeka dan tingkat pemahaman terhadap isi berita Suara Merdeka dengan kepuasan membaca surat kabar Suara Merdeka; Ada hubungan yang

signifikan antara motivasi membaca Suara Serdeka dengan kepuasan membaca surat kabar Suara Merdeka.

Berdasarkan beberapa studi khalayak tersebut, penulis dapat menjadikan penelitian-penelitian tersebut sebagai tinjauan literatur dalam menyusun penelitian serta mencoba mengembangkan dan menguji teori yang sudah ada sebelumnya. Di samping itu, pentingnya konsep kepuasan bagi media massa, membuat penulis tertarik untuk meneliti korelasi penggunaan media dengan kepuasan menonton program acara *One Stop Football* pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta. Menjadi menarik untuk meneliti topik ini karena responden penelitian ini adalah orang-orang yang terjun langsung di bidang sepak bola serta para penggemar olahraga sepak bola.

Peneliti memilih program acara *One Stop Football* karena acara tersebut memiliki satu segmen yang menarik yaitu tips dan trik. Segmen yang mengulas tentang tips-tips dan trik-trik bermain sepak bola yang baik dan benar ini tidak dimiliki oleh program acara olahraga lainnya khususnya sepak bola. Segmen ini sangat menarik untuk memberi informasi dan pengetahuan kepada khalayak yang suka dengan olahraga sepak bola. Peneliti memilih sekolah sepak bola sebagai objek penelitian karena siswa sekolah sepak bola terjun langsung di bidang sepak bola. Sekolah sepak bola yang dipilih menjadi objek penelitian adalah sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta. Sekolah sepak bola ini banyak melahirkan pemain-pemain

yang terjun dan berkarir di club sepak bola professional. Sekolah sepak bola Gelora Muda juga memiliki banyak prestasi dari tingkat junior hingga dewasa.

Perbedaan penelitian ini dengan dua tinjauan literatur di atas yaitu pada objek penelitiannya. Objek penelitian ini adalah siswa sepak bola yang sesuai dengan ulasan informasi program acara *One Stop Football* Trans7. Selain itu penelitian ini difokuskan untuk meneliti korelasi penggunaan media dengan kepuasan menonton program acara *One Stop Football* pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta. Penggunaan media sebagai variabel independen, dan kepuasan siswa sepak bola Gelora Muda Yogyakarta sebagai variabel dependen.

B. Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan penggunaan media dengan kepuasan menonton program acara *One Stop Football* pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan penggunaan media dengan kepuasan menonton program acara *One Stop Football* pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan mengembangkan pengetahuan yang lebih banyak terhadap studi kajian ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya saat melakukan penelitian dengan topik serupa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi penghubung antara fenomena-fenomena komunikasi dengan teori-teori yang sudah ada.

E. Kerangka Teori

Dalam kerangka teori akan membahas tentang teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah penjelasan dari teori yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Khalayak

Penelitian ini merupakan studi khalayak atau menganalisis *audience*, dimana peneliti ingin melihat kepuasan pemirsa terhadap program acara *one stop football* di Trans 7. Secara sederhana khalayak dapat diartikan sebagai siapa pun yang mengakses media baik pemirsa, pembaca ataupun pendengar. Khalayak merupakan

salah satu komponen penting dari suatu proses komunikasi massa tanpa khalayak maka proses tersebut tidak akan berjalan dengan baik.

Konsep khalayak tidak bisa terlepas dari konsep komunikasi massa. Komunikasi massa selalu ditunjukkan kepada khalayak yang banyak dan tersebar atau diistilahkan sejumlah populasi dari berbagai kelompok (Elvinaro & Lukiati, 2004:5). Sehingga komunikasi massa memiliki unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan. Pesan dapat sampai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. Dalam komunikasi massa khalayak merupakan massa atau sejumlah besar khalayak. (Ardianto & Erdinaya 2004:40).

Menurut Ardianto, Khalayak merupakan masyarakat yang menggunakan media massa sebagai sumber pemenuhan kebutuhan medianya (Ardianto & Erdinaya, 2005: 163). Hal ini berarti berhubungan dengan subjek yang mengkonsumsi media tertentu sesuai dengan kepentingannya.

2. Uses and Gratification

Konsep dasar teori ini pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi (Hidayat, 2007:192)

Teori *uses and gratification* memiliki tujuan untuk menjawab atau menjelaskan bagaimana pertemuan antara kebutuhan seseorang dengan media, atau

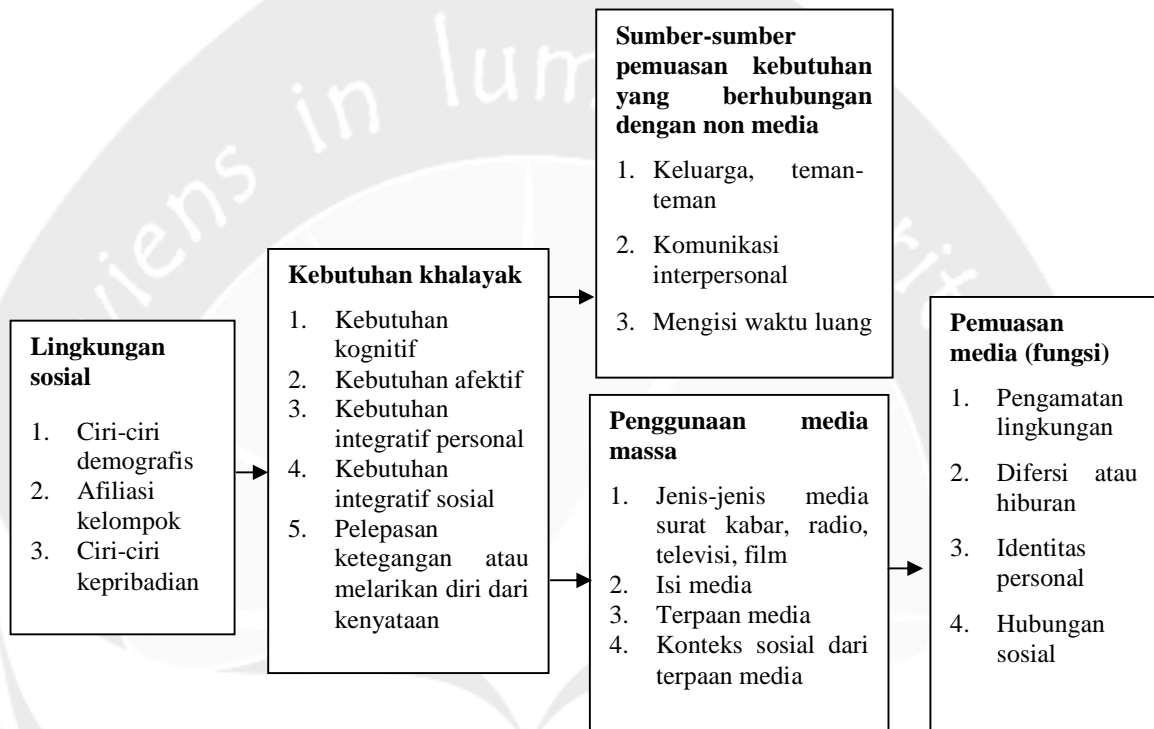
lebih khusus lagi informasi yang terdapat dalam media, terutama di dalam media massa (Yusup, 2008:208). Hal ini menjelaskan bahwa sebenarnya manusia hidup dalam lingkungan sosial tertentu, dimana media dalam setiap interaksi selalu membutuhkan komunikasi dalam bentuk apapun. Maka dari itu diperlukannya suatu proses komunikasi yang baik antara media dan khalayak.

Teori *uses and gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan (Hidayat, 2007:193).

Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial (Hidayat, 2007:193).

Berikut adalah model *uses and gratification* (Hidayat, 2007:194).

Model Teori *Uses and Gratification*



(Sumber : Hidayat, 2007:194)

Model ini dimulai dengan adanya lingkungan sosial yang menentukan semua kebutuhan kita. Lingkungan sosial meliputi ciri-ciri demografis, afiliasi kelompok, ciri-ciri kepribadian. Khalayak dalam model ini mempunyai kebutuhan misalnya kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial maupun kebutuhan untuk melepaskan ketegangan atau pelarian. Kebutuhan tersebut dapat diperluas melalui sumber lain maupun media massa. Sumber lain tersebut bisa melalui keluarga, teman-teman, maupun mengisi waktu luang dengan berbagai cara misalnya

melalui penyaluran hobi. Kebutuhan melalui media massa dapat dipenuhi melalui surat kabar, radio, televisi, film. Model ini kemudian ditutup dengan pemuasan khalayak melalui pemanfaatan atau fungsi media sebagai pengamatan lingkungan, diversifikasi dan hiburan, serta sebagai peneguhan identitas personal maupun penghubung sosial (Liliweri, 1991:136).

Untuk lebih jelasnya Katz, Guveritch dan Haas dalam buku Liliweri tahun 1991 yang berjudul Memahami Peran Komunikasi dalam Masyarakat, mengklasifikasikan kebutuhan manusia apabila dikaitkan dengan media massa (Liliweri, 1991:135-138) :

1. Kebutuhan Kognitif

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (*curiosity*) dan penjelajah (*exploratory*) pada diri kita.

2. Kebutuhan Afektif

Yaitu kebutuhan untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

3. Kebutuhan Integratif Personal

Yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan, dan status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.

4. Kebutuhan Integratif Sosial

Yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman, dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.

5. Kebutuhan pelepasan ketegangan

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan kita akan hiburan.

Dari pendekatan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kebutuhan sosial dan psikologis khalayak akan mendorong timbulnya pencarian kepuasan terhadap media untuk memenuhi kebutuhan. Di sini kemudian timbul suatu pola konsumsi media yang mengakibatkan terciptanya suatu kepuasan tertentu atas terpenuhinya kebutuhan pada diri khalayak. Berangkat dari kerangka teori di atas, maka peneliti ingin mengetahui apakah ada korelasi menggunakan media dengan menonton program

acara *One Stop Football* Trans 7, khususnya pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta.

F. Kerangka Konsep

1. Penggunaan media massa

Jalaluddin Rakhmat mengatakan, pola penggunaan merupakan waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan ini media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Indikatornya yaitu frekuensi penggunaan media, intensitas penggunaan media (Rakhmat, 1991:66).

Dalam penggunaan media massa, seseorang yang benar-benar membutuhkan suatu informasi dan ingin sekali memuaskan rasa ingin tahunya, akan selalu berusaha sedapat mungkin melakukan tindakan-tindakan yang dapat membantunya memperoleh kepuasan yang diinginkannya. Khususnya, dalam penggunaan media televisi, seperti frekuensi menonton dipertinggi, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pemahamannya terhadap informasi yang diinginkannya. Untuk individu yang berusia matang mempunyai motif-motif tertentu dalam memenuhi kebutuhan informasinya entah itu untuk menentukan sikap dalam berinteraksi dengan yang lainnya, atau berkaitan dengan mata pencahariannya, kebutuhan rasa aman, penghargaan maupun aktualisasi diri.

Penggunaan media salah satunya berkaitan dengan terpaan media. Terpaan media menurut Ardiyanto dan Erdinaya dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi. 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 mengikuti suatu artikel dalam sebulan, sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi *attention* atau perhatian (Ardiyanto dan Erdinaya, 2005 : 164). Berikut penjelasannya :

a. Frekuensi penggunaan media

Frekuensi penggunaan media berkaitan dengan mengumpulkan data khalayak tentang seringnya khalayak dalam menonton siaran televisi mendengarkan radio atau membaca sebuah berita di media cetak, apakah itu berita harian, mingguan, bulanan dan tahunan.

b. Durasi penggunaan

Pengukuran durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) waktu yang dihabiskan khalayak dalam membaca.

c. Atensi (perhatian)

Hubungan antara khalayak dengan isi media dapat meliputi perhatian (*attention*). Menurut Anderson (Rakhmat, 2005: 52) perhatian adalah proses

mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila seseorang mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain. Pengukuran atensi ini berkaitan dengan seberapa sering khalayak menonton televisi sambil melakukan kegiatan lain, misalnya seperti bermain *handphone*.

Terdapat faktor-faktor penarik perhatian (atensi), salah satunya adalah faktor internal. Faktor internal atau penaruh perhatian meliputi selektif *attention* yang salah satunya didasarkan pada faktor biologis. Faktor biologis berasal dari diri khalayak sendiri, berdasarkan kondisi biologis (Rakhmat, 2005:52). Misalnya kondisi mengantuk dapat mengurangi perhatian kita karena dalam menonton tayangan di televisi hanya dapat mendengar dan melihat secara sekilas. Rasa lapar juga ikut mempengaruhi perhatian karena ketika kita menonton televisi sambil makan maka indera pengelihatannya akan tertuju pada makanan kita dan tidak memperhatikan televisi. *One Stop Football* Trans7 tayang pukul 13.00 WIB, dimana jam tersebut adalah jam istirahat dan makan siang.

2. Kepuasan Penonton

Dalam penelitian *uses and gratification* khalayak dianggap sebagai makhluk yang paling rasional dan selektif dalam memilih media. Dimana khalayak mampu

dinyatakan aktif dalam pemilihan serta penggunaan media yang berujung pada pemenuhan kebutuhannya.

Kepuasan penonton, suatu keadaan dan perasaan kesenangan yang dialami oleh khalayak karena kebutuhan mereka telah terlampaui dengan menonton media tersebut. Keadaan tersebut bisa diketahui antara lain dengan terpenuhi atau tidaknya kebutuhan-kebutuhan khalayak akan berita atau informasi seputar olah raga sepak bola dunia dari program *One Stop Football*, apa yang menyebabkan khalayak menyukai media ini dan apakah mereka benar-benar senang dengan media ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *uses and gratification* untuk mengukur tingkat kepuasan khalayak dengan terpenuhi atau tidaknya kebutuhan khalayak. Pertama kebutuhan kognitif, yakni kebutuhan akan pengetahuan dan informasi. Kedua kebutuhan afektif, yakni mengenai kebutuhan untuk memperkuat pengalaman yang bersifat kesenangan dan emosional. Ketiga kebutuhan integratif personal, yakni penggunaan media untuk memperkuat jati diri seseorang atau keyakinan seseorang. Keempat kebutuhan integratif sosial, yakni kebutuhan untuk meningkatkan suatu hubungan dengan keluarga, teman dan lainnya. Terakhir kebutuhan pelepasan dari ketegangan, yakni berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan dan melepaskan ketegangan.

Dari uraian di atas, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

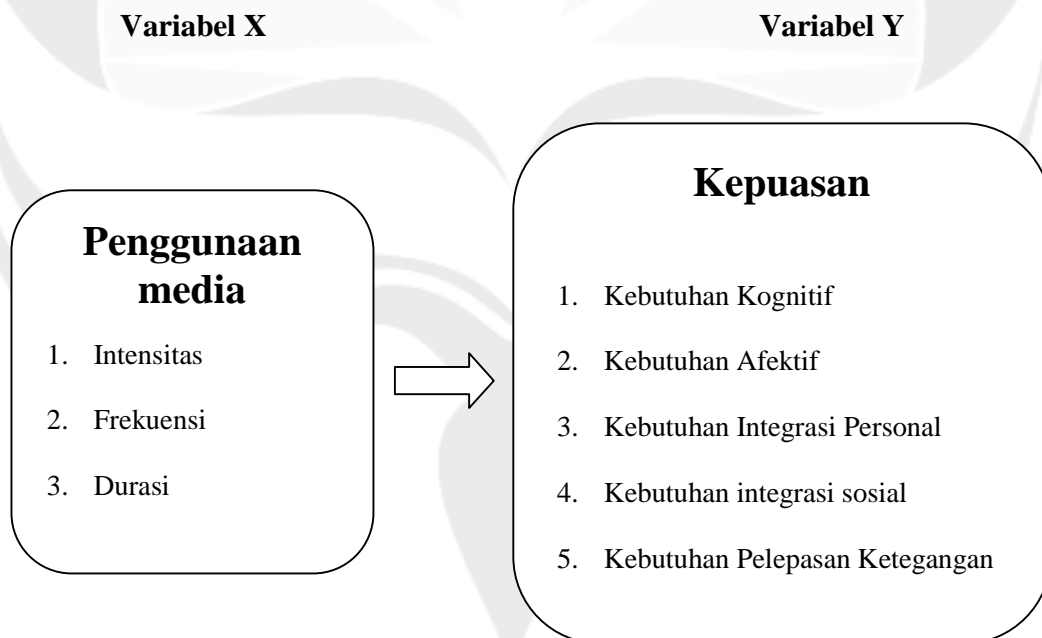
1. Variabel Pengaruh (X)

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terpengaruh (Kriyantono, 2009:21). Variabel pengaruh dalam penelitian ini adalah penggunaan media.

2. Variabel Terpengaruh (Y)

Merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Kriyantono, 2009:21). Variabel terpengaruh dalam penelitian ini adalah kepuasan penonton.

Tabel 2.1



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal (Kriyantono, 2009:28).

Hipotesis harus diuji melalui riset dengan mengumpulkan data empiris karena hipotesis menghubungkan teori dengan dunia empiris. Hipotesis yang muncul tanpa pengetahuan teoritis tidak lebih tinggi nilainya dari dugaan orang awam karena selain tidak mengembangkan ilmu juga tidak akan memberikan kepuasan ilmiah.

Berdasarkan uraian dari kerangka dasar teori yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang ditemukan adalah sebagai berikut :

Ha : Terdapat korelasi menggunakan media dengan kepuasan menonton program acara *one stop football* pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta.

Ho : Tidak terdapat korelasi menggunakan media dengan kepuasan menonton program acara *one stop football* pada siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional dibuat untuk membatasi indikator yang diinginkan peneliti dalam penelitian, sehingga apapun variabel penelitian, semuanya hanya muncul dari konsep tersebut (Bungin, 2005:59).

1. Penggunaan Media

Variabel X dalam penelitian ini yaitu penggunaan media. Seberapa sering seseorang konsumen mengkonsumsi media tersebut, dalam hal ini program acara *one stop football*. Variabel X diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Frekuensi (tingkat keseringan)

Frekuensi merupakan tingkat keseringan siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta dalam menonton program *One Stop Football* Trans 7 dalam sebulan. Pengukuran dilakukan dengan data interval. Penskoran dilakukan dengan memberikan empat alternatif pilihan jawaban. Jawaban yang paling mendukung gagasan diberi skor 4 dan yang paling tidak mendukung gagasan diberi skor 1. Penskorannya adalah sebagai berikut : pilihan a (selalu) diberi skor 4, b (sering) diberi skor 3, c (kadang-kadang) diberi skor 2, dan d (jarang) diberi skor 1.

b. Intensitas (durasi/kedalaman)

Aspek intensitas atau durasi juga menggunakan skala interval. Indikator yang digunakan sebagai dasar pengukuran adalah berapa lama penonton menonton program acara *One Stop Football* Trans 7. Penskoran seperti pada aspek intensitas, yaitu dilakukan dengan memberikan empat alternatif pilihan jawaban. Jawaban yang paling mendukung gagasan diberi skor 4 dan yang paling tidak mendukung gagasan diberi skor 1.

Penskorannya adalah sebagai berikut : pilihan a (30 menit) diberi skor 4, b (20 menit) diberi skor 3, c (10 menit) diberi skor 2, dan d (< 10 menit) diberi skor 1.

c. Atensi (perhatian)

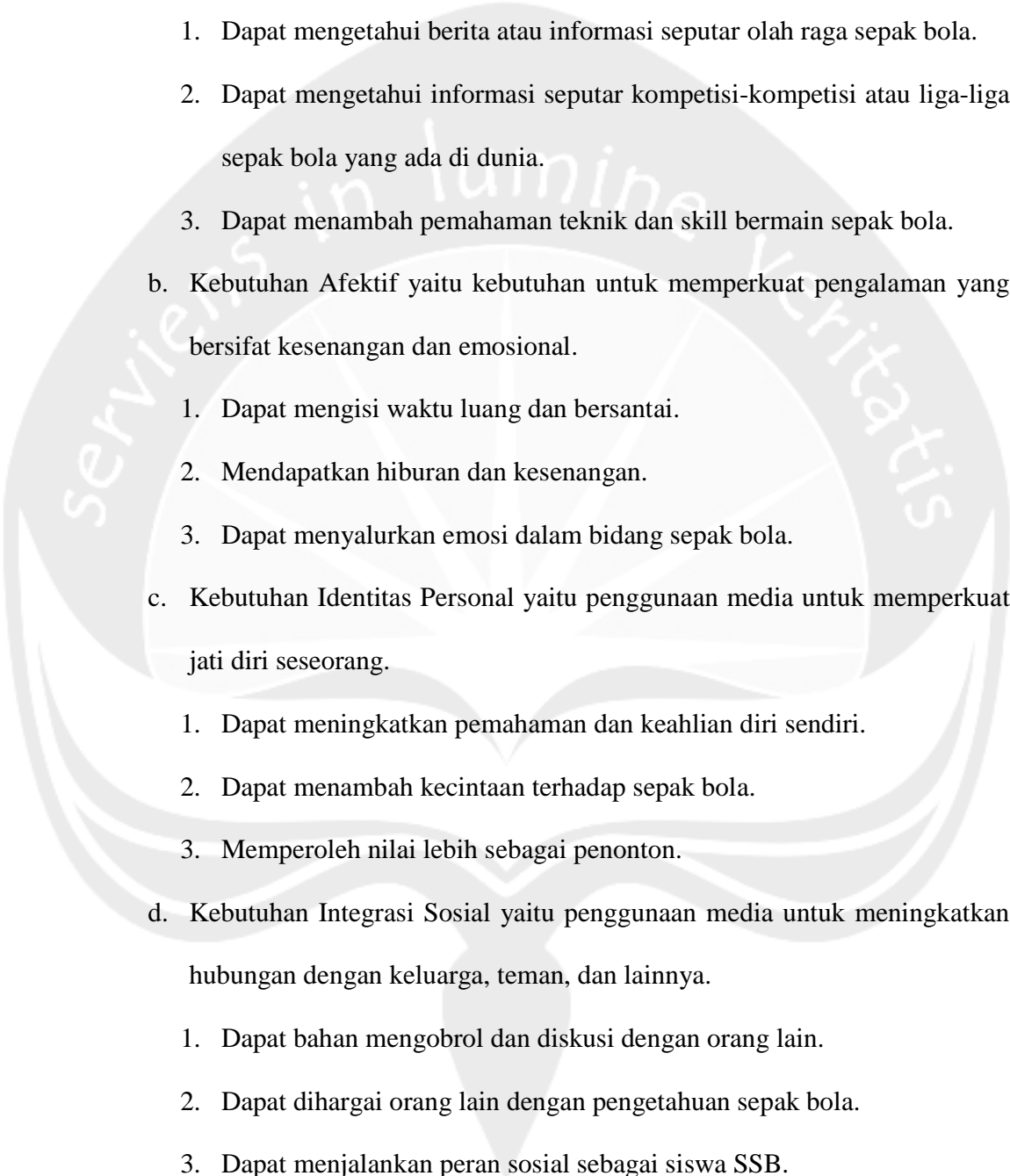
Atensi merupakan aspek seberapa besar perhatian siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta saat menonton program *One Stop Football*.

Seberapa sering mereka menonton *One Stop Football* sambil melakukan kegiatan lain seperti bermain *handphone*. Seberapa sering khalayak menonton *One Stop Football* sambil melakukan kegiatan lain. Pengukuran dilakukan dengan data interval. Jawaban yang paling mendukung gagasan diberi skor 4 dan yang paling tidak mendukung gagasan diberi skor 1.

Penskorannya adalah sebagai berikut : pilihan a (selalu) diberi skor 4, b (sering) diberi skor 3, c (kadang-kadang) diberi skor 2, dan d (tidak pernah) diberi skor 1.

2. Kepuasan Penonton

Variabel Y dalam penelitian ini yaitu kepuasan penonton. Kepuasan dalam hal ini berkaitan dengan terpenuhi atau tidaknya kebutuhan khalayak saat menonton program *One Stop Football* Trans7. Variabel Y dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- 
- a. Kebutuhan Kognitif yaitu kebutuhan akan pengetahuan dan informasi.
 - 1. Dapat mengetahui berita atau informasi seputar olah raga sepak bola.
 - 2. Dapat mengetahui informasi seputar kompetisi-kompetisi atau liga-liga sepak bola yang ada di dunia.
 - 3. Dapat menambah pemahaman teknik dan skill bermain sepak bola.
 - b. Kebutuhan Afektif yaitu kebutuhan untuk memperkuat pengalaman yang bersifat kesenangan dan emosional.
 - 1. Dapat mengisi waktu luang dan bersantai.
 - 2. Mendapatkan hiburan dan kesenangan.
 - 3. Dapat menyalurkan emosi dalam bidang sepak bola.
 - c. Kebutuhan Identitas Personal yaitu penggunaan media untuk memperkuat jati diri seseorang.
 - 1. Dapat meningkatkan pemahaman dan keahlian diri sendiri.
 - 2. Dapat menambah kecintaan terhadap sepak bola.
 - 3. Memperoleh nilai lebih sebagai penonton.
 - d. Kebutuhan Integrasi Sosial yaitu penggunaan media untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, dan lainnya.
 - 1. Dapat bahan mengobrol dan diskusi dengan orang lain.
 - 2. Dapat dihargai orang lain dengan pengetahuan sepak bola.
 - 3. Dapat menjalankan peran sosial sebagai siswa SSB.

e. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (Hiburan) yaitu penggunaan media untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan kita akan hiburan.

1. Dapat menghilangkan kebosanan dari aktivitas sehari-hari.
2. Dapat menghilangkan stress.
3. Dapat melupakan sejenak beban masalah.

Cara mengukurnya yaitu dengan pemberian skor yang dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi responden. Setiap pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS) atau sangat puas, cukup puas, puas, tidak puas, sangat tidak puas atau sangat baik, baik, sedang, buruk, sangat buruk, dan lainnya tergantung indikator penelitian (Kriyantono, 2009:136).

Skoring dilakukan dengan cara menentukan skor tiap item dari 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:

- a. Sangat Setuju (SS) : mendapat skor 4
- b. Setuju (S) : mendapat skor 3
- c. Tidak Setuju (TS) : mendapat skor 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) : mendapat skor 1

Dalam penelitian ini, peneliti meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu, karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, ragu-ragu. Disediakkannya jawaban di tengah-tengah juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih jawaban di tengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu responden memilih jawaban yang amannya. Terakhir, disediakan jawaban di tengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang. Jawaban ragu-ragu ini mencakup juga cukup sering, cukup puas, agak, sedang, dan lainnya (Kriyantono, 2009:137).

I. Metodologi

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei menjadi sebuah upaya pengumpulan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu bersama-sama. Penelitian survei adalah penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan

data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 2006 : 25). Oleh karena itu, informasi tentang data yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada sampel yang akan mewakili suatu populasi.

2. Jenis

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dengan demikian penelitian ini tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti lebih mementingkan aspek keeluasaan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2009: 55).

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di tempat latihan sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta, yang bertempat di lapangan sepak bola Gading jalan Kaliurang KM 10.9. Peneliti sudah meminta ijin kepada pelatih kepala di sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta untuk menyebarkan kuesioner kepada siswa sekolah sepak bola tersebut. Latihan siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta dimulai pukul 13.00 sampai pukul 17.00. Peneliti akan menyebarkan kuesioner pada saat latihan sudah selesai agar tidak mengganggu proses latihan.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (dalam Kriyantono, 2009:55) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh periset. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta. Sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta memiliki siswa berjumlah 250 siswa, yang terdiri dari usia 8 tahun hingga usia 25 tahun.

b. Sampel

Menurut Kriyantono (2009:151) sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling purposif. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2009:156). Kriteria tersebut adalah siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta yang pernah menonton program acara *One Stop Football*. Informasi tersebut nantinya akan dilakukan dengan menanyakan kepada responden melalui kuesioner yang dibagikan.

Cara menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, rumusnya sebagai berikut (Kriyantono, 2009:162) :

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi yang diketahui (jumlah siswa SSB Gelora Muda)

d = presisi yang ditetapkan

Besarnya jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{250}{250(0,1)^2 + 1} \quad n = \frac{250}{3,5} = 71,428 \text{ Dibulatkan menjadi } 72$$

Dengan demikian jumlah sampel yang diperoleh dari hasil perhitungan ialah sebanyak 72 orang.

5. Metode pengumpulan data

Dalam penelitian, metode pengumpulan data sangat diperlukan untuk menentukan baik tidaknya sebuah riset (Kriyantono, 2009:93). Untuk penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan kuesioner. Kuesioner ini akan berisi beberapa pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dengan tujuan 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,

2009:95). Dalam teknik survei pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian.

Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan secara langsung kepada 72 siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta. Siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta yang dibagikan kuesioner adalah siswa yang minimal berumur 14 tahun, karena usia tersebut sesuai dengan segmentasi program acara *One Stop Football* yaitu remaja dan bimbingan orang tua. Siswa yang paling tua di SSB Gelora Muda Yogyakarta adalah 25 tahun. Kuesioner dibagikan langsung kepada responden dengan maksud agar peneliti dapat melakukan sosialisasi sekaligus pengenalan terhadap siswa sekolah sepak bola Gelora Muda Yogyakarta mengenai maksud dan tujuan pengisian angket tersebut.

6. Teknik Analisis data

Menganalisis data adalah suatu proses dimana seorang peneliti mengorganisasikan, mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan suatu tema dan dapat dirumuskan melalui hipotesis kerja seperti yang dinyatakan melalui data tersebut (Kriyantono, 2009:165).

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur (Sugiyono, 2006). Suatu instrumen dianggap *valid* apabila mampu mengukur

apa yang diinginkan yaitu ketepatan dalam pengukuran. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson* yang dijalankan dengan program SPSS versi 20. Rumus dari korelasi *Pearson* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sqrt{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}}{[N \sum x^2 - (\sum x)^2 | N \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara skor butir (x) dengan skor variabel (y)

n : jumlah responden yang diuji coba

$\sum x$: jumlah skor butir (x)

$\sum y$: jumlah skor variabel (y)

$\sum x^2$: jumlah skor butir (x) kuadrat

Butir pertanyaan atau item pertanyaan dinyatakan valid apabila $r_{xy} > r$ tabel. r tabel dicari dengan cara melihat tabel atau r hitung $>$ r tabel, dalam penelitian ini mengujinya menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah merupakan derajat ketepatan, ketelitian atau akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan *alpha cronbach* yang dijalankan dengan

komputer dibantu program SPSS versi 20. Rumus dari *alpha cronbach* adalah:

$$rtt = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum ab^2}{t^2 \alpha} \right)$$

Keterangan:

rtt : reabilitas instrument

k : banyak butir pertanyaan

$t^2 \alpha$: varians total

$\sum ab^2$: jumlah varian butir

Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *alpha cronbach* positif dan lebih besar dari 0,6 ($\alpha \geq 0,60$)

c. Analisis Korelasi

Teknik ini bertujuan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan antara hubungan variabel X dengan variabel Y, serta membuktikan hipotesis hubungan antar variabel. Teknik statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval dengan interval lainnya (Kriyantono. 2009:173).

$$\frac{n \sum X_2 Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi Pearson's Product Moment

N : jumlah individu dalam sampel

X : angka mentah untuk variabel X

Y : angka mentah untuk variabel Y

d. Regresi Linear

Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni dalam Kriyantono (2009:181), regresi ditunjukkan 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.

Regresi linear terjadi bila kumpulan data dapat dinyatakan berada pada suatu garis lurus (linear). Dalam penelitian ini, analisis regresi menggunakan Regresi Linear Sederhana dengan rumus sebagai berikut (Kriyantono, 2009:182) :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel terpengaruh

X = variabel pengaruh

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

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel