

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi adalah salah satu media massa elektronik yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. (Ardianto & Erdinaya, 2005 : 125). Televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki audiens paling besar dan sifat televisi yang disajikan dalam bentuk audio visual membuatnya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, tak terkecuali anak-anak. Televisi merupakan salah satu media yang membawa pengaruh bagi anak-anak. Milton Chen (1996) seorang pakar di bidang televisi dan anak-anak mengatakan bahwa tak ada hal lain dalam kebudayaan ini yang mampu menandingi kemampuan TV dalam menyentuh anak-anak (Ardianto & Erdinaya , 2005 : 125)

Perkembangan seorang anak tidak pernah terlepas dari proses pendidikan dan pembelajaran yang didapatkan baik di sekolah maupun dari lingkungannya. Pembelajaran merupakan proses belajar dan pengajaran yang dilakukan secara bertahap untuk mengubah perilaku seseorang (Sumadi, 1994 : 253). Pembelajaran merupakan suatu sistem yang berarti pengajaran itu sendiri terdiri dari sejumlah komponen yang secara teratur saling berhubungan dan bergantung untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Keberhasilan belajar mengajar juga dipengaruhi oleh faktor siswa. Menurut Clark dalam Nana Sudjana (1995 : 39) bahwa 70 % hasil belajar siswa di sekolah dipengaruhi oleh kemampuan siswa dan 30 % dipengaruhi oleh

lingkungan. Keberhasilan dan perilaku belajar siswa bergantung dari lingkungan. Media pembelajaran, baik yang dua dimensi maupun yang tiga dimensi sangat berpengaruh bagi peningkatan prestasi belajar.

Media televisi merupakan media pembelajaran tiga dimensi yang sangat efektif untuk membantu peningkatan pengetahuan siswa. (Mulyono, 1980 : 10-12). Media televisi sangat membantu siswa dalam menampilkan gambar gerak dan benda-benda yang tidak dapat dilihat secara langsung.

Menurut Riana (1995) televisi berpengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan siswa di sekolah. Hal ini dapat dilihat dengan siswa yang mengetahui banyak hal di luar pelajaran yang diajarkan di sekolah. Kuswandi dalam Wini (1999 : 11) mengatakan bahwa terdapat beberapa efek dan dampak yang ditimbulkan oleh media massa khususnya tayangan televisi terhadap pemirsa, sebagai berikut :

1. Dampak kognitif, yaitu kemampuan seseorang untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi melahirkan pengetahuan bagi pemirsanya.
2. Dampak peniruan, yaitu pemirsa dihadapkan pada trend aktual yang ditayangkan televisi, contohnya model pakaian, model rambut, gaya hidup dan lain-lain.
3. Dampak perilaku, yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi, kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Nur Hamzah dalam penelitiannya (2012) mengenai "Tontonan Anak Di Media Televisi (Analisis Program Acara Laptop Si Unyil Dan Si Bolang di Trans 7)" memiliki kesimpulan bahwa materi yang disuguhkan untuk anak dalam program Laptop Si Unyil adalah tentang pengetahuan dan sains sederhana mengenai banyak hal yang biasa anak-anak alami di kehidupan mereka. Kesimpulan kedua yakni tentang nilai positif yang dapat diambil dari acara tersebut yaitu: pada aspek nilai pendidikan, acara ini menunjukkan pembelajaran dengan model konstruktivis, selanjutnya anak belajar dengan *joyfull* dan *meaningfull*, anak dapat mengembangkan daya imajinasi dan menumbuhkan kreativitasnya.

Di Indonesia, terdapat berbagai macam program acara yang disajikan oleh stasiun-stasiun televisi kepada seluruh masyarakat Indonesia, baik berupa program *news* maupun *non news*. Sebagai media massa, televisi memiliki keunggulan dalam fungsinya sebagai penyebaran informasi, pendidikan, dan pengetahuan. Hal ini dikarenakan televisi mampu menayangkan informasi dalam bentuk audio visual, dan juga tidak terlepas dari kebutuhan penonton akan informasi, edukasi dan hiburan. Maraknya program televisi untuk anak yang justru tak layak ditonton anak-anak tentunya mengundang keprihatinan. Komisi Penyiaran Indonesia dan sejumlah penelitian menunjukkan, tak sedikit acara televisi khusus 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 untuk anak. Kategori “Aman” yaitu tayangan televisi yang aman bagi anak-anak. Aman bukan hanya tayangan yang menghibur, melainkan juga memberi manfaat lebih seperti pendidikan, memberi motivasi, mengembangkan sikap percaya diri anak dan penanaman nilai-nilai positif dalam kehidupan. Namun sekalipun aman, orang tua dihimbau 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.

Sedangkan untuk program yang masuk dalam kategori “Hati-hati” adalah tayangan anak yang dinilai relatif seimbang antara muatan positif dan negatif. 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. Daftar program yang masuk dalam kategori hati-hati adalah sebagai berikut : Idola Cilik Seleb, Rapor Idola Cilik Seleb, Doraemon, Pentas Idola Cilik, Rapor Pentas Idola Cilik (RCTI), Casper, Harveytoon (MNC), Transformers (ANTV), Pokemon Series, Bakugan Battle Brawlers, Konser Eliminasi 6 AFI Junior (IVM), New Scooby Doo Movie, (TRANS7), SpongeBob Squarepants, Avatar: The Legend of Aang, Carita De Angel (TVG).

Selanjutnya KPI menegaskan program yang masuk dalam kategori tayangan “Bahaya” merupakan 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. BAHAYA: Tom & Jerry, Crayon Sinchan (RCTI), Si Entong, Tom & Jerry, Si Entong 2 (TPI), Popeye Original, Oggy & The Cockroaches (ANTV), Detective Conan, Dragon Ball, Naruto 4 (INDOSIAR), Tom & Jerry (TRANS7), One Piece, Naruto (TVG). (<http://sholihin.staff.uns.ac.id/2009/04/27/awas-acara-tv/>, diakses pada 22/07/2014).

Program Edukasi adalah sebuah program yang berusaha menyajikan informasi mendasar mengenai berbagai ilmu pengetahuan yang dikemas dan dirancang semenarik mungkin bagi anak-anak. Seperti program acara edukasi Laptop Si Unyil milik Trans 7 yang masuk dalam kategori aman dan layak untuk ditonton oleh anak-anak yang tayang setiap Senin–Jumat pukul 12.45 WIB. Acara yang dibuat oleh salah satu stasiun televisi swasta ini menyajikan informasi-informasi pengetahuan mendasar bagi anak-anak yang dikemas secara menarik lengkap dengan boneka yang sangat populer di tahun 80-an kala itu dan karakter-karakter unik dalam film kartun Indonesia Si Unyil (sumber : Trans 7). Dengan demikian anak-anak bukan hanya mendapat informasi dan ilmu pengetahuan melainkan juga mendapatkan hiburan berupa parodi yang dimainkan oleh karakter si Unyil dan kawan-kawan. Program Laptop Si Unyil yang masuk dalam kategori aman untuk ditonton oleh anak-anak menurut Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), adalah sebuah program yang mengandung unsur pendidikan, hal ini dapat dilihat dari materi tayangan yang bersifat edukatif dengan menayangkan

berbagai informasi mengenai pengetahuan, teknologi, dan wisata, serta juga memberikan unsur hiburan didalam program tersebut yang dikemas secara menarik.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat efek media program acara Laptop Si Unyil apabila ditinjau dari sisi edukasinya terutama pada siswa sekolah dasar yang merupakan target audiens dari program acara tersebut. Penulis tertarik melakukan penelitian ini karena penulis melihat maraknya berbagai jenis program acara dengan target audiens orang dewasa yang tidak layak ditonton oleh anak-anak, sehingga program anak-anak menjadi sangat minim. Selain itu program laptop Si Unyil berbeda dengan program anak-anak lain karena selain memiliki unsur pendidikan, anak-anak juga diajak kembali mengenali tokoh karakter kartun khas Indonesia yang sempat populer. Oleh karena itu penulis memilih program anak-anak Laptop Si Unyil untuk diteliti.

Penelitian ini terfokus pada efek media yang ditimbulkan dari program Laptop Si Unyil di Trans 7 pada siswa-siswi SD N Kledokan apabila ditinjau dari sisi edukasi program tersebut. Efek media yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah bagaimana program Laptop Si Unyil sebagai sumber informasi pengetahuan dapat memberikan efek pada siswa siswi SD N Kledokan dengan menggunakan tiga pendekatan yaitu efek kognitif, afektif dan behavioral. Peneliti memilih SD N Kledokan sebagai objek penelitian karena di SD N Kledokan belum ada penelitian sejenis terkait efek media program Laptop Si Unyil dan peneliti juga telah melakukan pre survei terhadap 20 orang siswa SD N Kledokan dari total populasi 60 siswa yang terdiri dari siswa kelas 5 berjumlah 26 anak dan

kelas 6 berjumlah 34 anak. Dari hasil pre survei didapatkan hasil bahwa dari total 20 responden yang diambil secara acak, sebanyak 19 responden menjawab sangat mengetahui tentang program Laptop Si Unyil dan suka dengan program tersebut, karena bisa menambah wawasan belajar mereka serta menambah informasi dan wawasan pengetahuan baru bagi mereka.

Adapun intensitas menonton program tersebut yakni sebanyak 14 responden menonton sebanyak 2 hingga 4 kali dalam seminggu. Pre survei yang dilakukan oleh peneliti ini bertujuan untuk melakukan identifikasi mengenai program Laptop Si Unyil terhadap para siswa SD N Kledokan dan sekaligus menentukan narasumber mana yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian. Berdasarkan hasil dari pre survei tersebut, maka peneliti menetapkan SD N Kledokan sebagai subyek dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah efek media program acara Laptop Si Unyil di Trans 7 pada siswa SD N Kledokan apabila ditinjau dari sisi edukasi program tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui efek media dalam program acara Laptop Si Unyil di Trans 7 pada siswa SD N Kledokan apabila ditinjau dari sisi edukasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi yaitu mengenai efek media suatu program acara, khususnya program bagi anak-anak

2. Manfaat Praktis

Sebagai referensi bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan tema maupun metode yang sama sekaligus dapat menambah wawasan pengetahuan.

E. Kerangka Konsep

E.1 Komunikasi Massa

E.1.1 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Perkembangan teknologi elektronika telah membawa dampak kepada perkembangan di bidang komunikasi massa. Berkat perkembangan teknologi elektronika ini arus informasi dapat berjalan cepat dan simultan, sehingga mampu menembus ruang dan waktu antara dua tempat yang berbeda. Sebuah proses penyiaran pada prinsipnya sama dengan proses komunikasi. Terselenggaranya penyiaran ditentukan oleh tiga unsur, yaitu studio, *transmitter*, dan pesawat penerima. Ketiga unsur ini kemudian disebut sebagai trilogi penyiaran. Paduan

ketiganya ini kemudian akan menghasilkan siaran yang dapat diterima oleh pesawat penerima radio maupun televisi. (Morissan, 2010 : 8-9)

E.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Menunjukkan pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar maupun di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut *Handling of News*. (Morissan, 2010 : 8-9)

b. *Correlation* (Penghubung)

Meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksi kejadian-kejadian. Untuk sebagian fungsi ini diidentifikasi sebagai fungsi editorial atau propaganda. (Morissan, 2010 : 8-9)

c. *Transmission*

Menunjukkan pada fungsi mengkomunikasikan informasi nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain atau dari anggota-anggota suatu masyarakat kepada pendatang baru. Fungsi ini diidentifikasi sebagai fungsi pendidikan. (Morissan, 2010 : 8-9)

d. *Entertainment* (Hiburan)

Menunjukkan pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberi hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu. (Morissan, 2010 : 8-9).

e. *To Persuade* (Meyakinkan)

Fungsi meyakinkan atau persuasi ini dapat berbentuk : mengukuhkan atau memperkuat sikap, nilai dan kepercayaan seseorang, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu dan memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu. (Ardianto, 2007: 15)

Dari berbagai fungsi komunikasi massa di atas menunjukkan betapa besar peran media massa dalam menopang kehidupan masyarakat serta membangun dan menambah wawasan baru serta menjadikan media sebagai suatu media pembelajaran dan juga sebagai media untuk mendapatkan informasi yang tidak terbatas ruang dan waktu.

E.1.3 Edukasi

Edukasi atau pendidikan adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui teknik praktik belajar atau instruksi, dengan tujuan untuk mengingat fakta atau kondisi nyata, dengan cara memberi dorongan terhadap pengarah diri (*self direction*), aktif memberikan informasi-informasi atau ide baru (Craven dan Hirnle, 1996 dalam Suliha, 2002). Sedangkan pengertian edukasi atau pendidikan menurut Driyarkara adalah sebagai upaya memanusiakan manusia muda atau pengangkatan manusia muda ke taraf insani. (Driyarkara, 1950 : 74).

E.2 Televisi

1. Pengertian Televisi

Secara etimologis, televisi menurut David, kata televisi adalah perpaduan dari kata Yunani dan latin “*tele*” berarti pada suatu jarak dan ini juga dipakai untuk menyatakan bentuk komunikasi jarak jauh lainnya seperti telegram dan telepon. Visi berasal kata latin “*video*” yang artinya “saya lihat”. Televisi adalah pemancar dan penerimaan gambar dari objek yang sedang bergerak dengan bantuan gelombang radio (Wibowo, 2007).

Televisi sebagai suatu alat merupakan bagian dari suatu sistem yang besar, sehingga meskipun televisi merupakan kotak hitam ajaib, tetapi apabila gelombang elektromagnetik dari suatu pemancar televisi, berhubungan langsung dengan televisi tadi yang ditekan tombolnya, maka dengan serta merta akan merubah kearah fungsi sebenarnya, dimana kita akan dapat menikmati acara yang ditayangkan dari stasiun penyiaran yang bersangkutan. Televisi sebagai suatu alat dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan informasi, dengan menggunakan bayangan gambar dan suara demikian halnya dengan video dan film. (Subroto, 1994 : 1-2).

2. Fungsi Televisi

a. Fungsi Penerangan

Televisi adalah media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yaitu faktor *immediacy* dan faktor

realism. Faktor *immediacy* (kebiasaan) mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa saat peristiwa itu berlangsung. *Realism* mengandung pengertian bahwa televisi menyiarkan informasi apa adanya sesuai dengan kenyataan. (Kuswandi, 1996 : 17-20).

b. Fungsi Pendidikan atau Edukasi

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan, sesuai dengan makna pendidikan yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Salah satunya dengan menyiarkan berbagai acara yang secara implisit mengandung pendidikan, misalnya acara sandiwara, kuis, film dan lain-lain. (Kuswandi, 1996 : 17-20).

c. Fungsi Hiburan

Televisi merupakan salah satu media yang dapat memberikan suatu hiburan bagi khalayaknya. Hal ini disebabkan oleh karena layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya (audio visual) dan dapat dinikmati oleh semua orang, bahkan tuna aksara. Dalam penelitian ini teori televisi digunakan karena menurut fungsinya televisi merupakan salah satu media untuk menyampaikan informasi, memberikan pendidikan dengan meningkatkan pengetahuan, membujuk dan memberikan hiburan bagi penonton. (Kuswandi, 1996 : 17-20).

F. Kerangka Teori

F.1 Teori Stimulus Organisme Response (SOR)

Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Response Theory atau S-R theory. (Effendy, 2003 : 252)

Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic Needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori ini pun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Menurut Prof. Onong Uchjana Effendy teori SOR ini berasal dari psikologi. Prinsip dari teori SOR yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Sebagai Stimulus, tayangan televisi ditujukan untuk memuaskan kebutuhan psikologis orang atau khalayak yang menontonnya. Di dalam teori ini disebutkan bahwa, respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimulus dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan – pesan media massa dan reaksi komunikan.

Teori SOR ini penulis gunakan dalam penelitian ini karena berdasarkan asumsi pada teori SOR bahwa media massa memberikan efek yang efektif yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

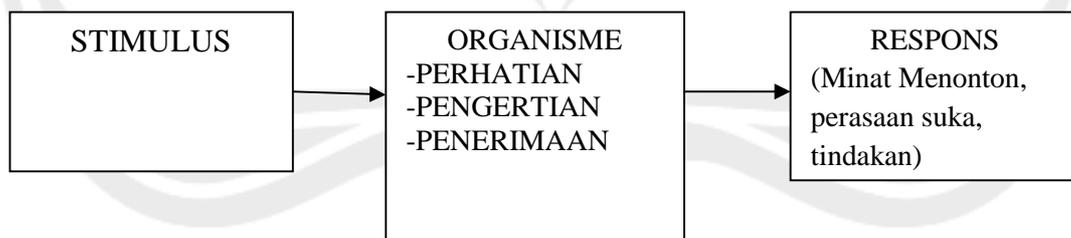
Teori SOR menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus.

Dalam teori ini terdapat tiga elemen penting (Effendi, 2003 : 254), yaitu :

- a. Pesan (Stimuli, S) adalah pesan yang disampaikan.
- b. Penerima (Organisme, O), adalah komunikan yang diterpa pesan .
- c. Efek (Respons, R), adalah efek dari pesan tersebut.

Dalam penelitian ini pesan (stimuli, S) yang dimaksud adalah isi tayangan program Laptop Si Unyil di Trans 7 berupa informasi dan pengetahuan, kemudian penerima (organisme , O) adalah audiens yakni siswa siswi SD N Kledokan sebagai komunikan yang diterpa oleh pesan. Kemudian efek (Respon, R) adalah sebagai bentuk dari reaksi atas pesan yang telah diterima oleh komunikan.

Menurut Secord dan Beckam (dalam Seffudin Azwar, 2003 : 21), “Sikap adalah reaksi perasaan dimana sikap merupakan keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afektif), pemikiran (kognitif), dan tindakan (behavioral) seseorang terhadap suatu aspek tertentu di lingkungannya. Efek komunikasi massa yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu diperhatikan, dipahami, dan diterima. Seperti yang digambarkan pada bagan dibawah ini :



Gambar 1. Bagan teori SOR (Effendy, 1993 : 255)

Pada gambar diatas menunjukkan perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Seperti yang terlihat pada bagan tersebut, terdapat tiga unsur yaitu stimulus (S) yang merupakan pesan, organisme (O) adalah pihak penerima pesan, dan respon (R) adalah akibat atau pengaruh yang terjadi

dinyatakan dari perasaan menyukai atau tindakan terhadap pesan setelah melalui proses perhatian, pemahaman, dan penerimaan yang dilakukan oleh *receiver*.

Selain itu, diperkuat lagi dengan efek komunikasi massa yaitu: Kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran belajar dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Efek behavioral berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. (Effendy,1993:318).

Teori S-O-R menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya, dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap.

F.2 Efek Pesan Media Massa

Media massa merupakan media yang memiliki sifat persuasif paling tinggi (Davison, 1976, p 172). Pemikiran terpenting dari teori ini yaitu bahwa audience menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi mereka. Efek komunikasi merupakan perubahan yang terjadi dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan perasaan, dan perubahan perilaku nyata. Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber, seperti pengetahuan, sikap dan perilaku atau ketiganya. Perubahan-perubahan di pihak penerima ini diketahui dari tanggapan-tanggapan sebagai umpan balik.

Umpan balik merupakan unsur yang sangat penting, karena tanpa umpan balik, kita tidak mengetahui komunikasi, tidak mengetahui apakah komunikasi efektif atau tidak. Seorang komunikator dapat berbuat apa saja untuk meramalkan dan mengharapkan timbulnya efek-efek tertentu atas komunikannya. Namun keputusan akhir ada pada komunikasi. (Ardianto, 2007 : 12)

Menurut Steven M Chaffe efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pendekatan pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau sering dikenal dengan istilah kognitif, afektif, behavior. Pendekatan ketiga yaitu observasi khalayak yang dikenai efek komunikasi massa. (Rahmat, 2007 : 219-131).

Terdapat tiga efek media massa, meliputi :

➤ Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Menurut Mc Luhan, media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Pengaruh media massa terasa lebih kuat lagi pada masyarakat modern karena mereka memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa (Ardianto & Erdinaya, 2004 : 52-53).

➤ Efek Afektif

Tujuan komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, benci, kesal, kecewa, cemas, sinis, dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional oleh pesan media antara lain : suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, dan identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa. Dengan kata lain, komponen afektif ini berkaitan dengan perasaan dari mendengar radio, membaca surat kabar, menonton acara televisi atau bioskop, timbul perasaan tertentu pada individu atau masyarakat.

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Para peneliti telah berhasil menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa. Faktor-faktor tersebut antara lain : suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, presdiposisi individual dan identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa (Ardianto & Erdinaya, 2004 : 54).

➤ Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul dalam diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau sebuah film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Siaran kesejahteraan

keluarga yang banyak disiarkan dalam televisi menyebabkan para ibu rumah tangga memiliki keterampilan baru. (Ardianto & Erdinaya, 2004 : 56).

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pesan media massa memberikan efek kognitif, afektif dan behavioral kepada khalayak. Misalnya dari efek yang disampaikan bisa membentuk perasaan, menambah wawasan atau pengetahuan serta sampai pada pengaruh pembentukan sikap mereka sehingga kekuatan media massa sangat kuat dalam mempengaruhi pemirsa. Oleh karena itu para praktisi media dalam membuat sebuah program sangat penting memperhatikan program-program yang mempunyai efek-efek positif pada pemirsanya.

G. Metodologi Penelitian

Berdasarkan pengertian tiap katanya, metode merupakan cara, sedangkan penelitian merupakan kegiatan mengamati dan meneliti. Jadi metode penelitian adalah cara atau teknik yang digunakan dalam melakukan kegiatan meneliti atau mengamai. Dalam melakukan penelitian, metode memiliki peranan penting guna membantu peneliti agar fokus penelitiannya lebih jelas dan terarah. Berikut adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini agar lebih jelas dan terarah.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif, yaitu peneliti mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat atau mengkonstruksi wawancara terhadap subyek penelitian (Kriyantono, 2006 : 385).

Sementara sifat penelitian kualitatif menekankan pada persoalan kedalaman kualitas data bukan pada banyaknya kuantitas data. Maka hasil penelitian kualitatif tidak bermaksud untuk membuat generalisasi dan juga lebih bersifat fleksibel (Kriyantono, 2006 : 86).

Penelitian kualitatif lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan atau pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi (Pawito, 2007 : 35). Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya. Selain itu metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki karakteristik adanya konstruksi sosial realitas dan pemaknaan budaya.

Secara umum, menurut Kriyantono (2009 : 57), riset yang menggunakan metodologi kualitatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Intensif, partisipasi peneliti dalam waktu lama pada setting lapangan, dimana peneliti adalah instrumen pokok riset.
- b. Perekaman yang sangat hati-hati terhadap apa yang terjadi dengan catatan-catatan di lapangan dan tipe-tipe lain dari bukti dokumenter.
- c. Analisis data lapangan
- d. Melaporkan hasil termasuk deskripsi detail dan komentar-komentar
- e. Tidak ada realitas yang tunggal, setiap peneliti mengkreasi realitas sebagai bagian dari proses risetnya. Realitas dipandang sebagai dinamis dan produk konstruksi sosial.

f. Subjek dan berada hanya dalam referensi periset. Periset sebagai saranan penggalan interpretasi data.

g. Realitas adalah holistik dan tidak dapat dipilah-pilah.

2. Subjek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah siswa kelas 5 dan 6 SD Negeri Kledokan. Subjek penelitian ini dipilih karena terget audiens program acara Laptop Si Unyil Trans 7 adalah anak-anak berusia 9-13 tahun. (sumber : Trans 7). Proses pengumpulan data akan dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam pada narasumber. Narasumber telah ditentukan berdasarkan hasil data kuisisioner pada pre survei yang telah dilakukan sebelumnya.

b. Narasumber

Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa kelas 5 dan 6 SD Negeri Kledokan, dengan jumlah responden sebanyak 5 orang siswa yang terdiri dari 2 orang siswa kelas 5 dan 3 orang siswa kelas 6 yang ditentukan berdasarkan hasil pre survei dengan pembagian kuisisioner.

3. Defenisi Operasional

Mengacu pada teori efek media yang digunakan dalam penelitian ini maka defenisi operasional penelitiannya dengan menggunakan beberapa poin pendekatan dimulai dari melihat efek kognitif dari program Laptop Si Unyil

terhadap subjek penelitian yakni siswa kelas 5 dan 6 SD N Kledokan. Pada tahapan ini responden diharapkan akan memahami pesan informasi, dan mempelajari objek tayangan Laptop Si Unyil melalui rangkaian pertanyaan peneliti. Selanjutnya pada efek afektif untuk mengukur bagaimana subjek akan merespon informasi yang telah diterima, biasanya efek afektif lebih kepada rasa ingin tahu dan rasa emosional si penerima pesan. Dalam hal ini informasi yang diterima adalah terpaan pesan dan informasi pada program Laptop Si Unyil di Trans 7. Ranah afektif mencakup watak perilaku seperti perasaan, minat, sikap, emosi, dan nilai.

Pada tahapan terakhir peneliti akan melihat efek behavioral program Laptop si Unyil. Efek behavioral yang dimaksud adalah efek yang timbul sebagai akibat dari menonton sebuah tayangan dari dalam diri khalayak berupa tindakan ataupun kegiatan tertentu. Apabila melihat dari karakteristik tayangan program Laptop Si Unyil, tayangan tersebut memiliki informasi beragam yakni berupa informasi teknologi, pengetahuan umum, keterampilan atau kerajinan tangan dan lain-lain.

Berikut adalah tabel tayangan program Laptop Si Unyil dari beberapa episode :

Hari/Tanggal	Tayangan
Selasa, 07 Januari 2014	Proses pembuatan setir mobil (sumber : <i>youtube</i>)
Kamis, 09 Januari 2014	Pembuatan bumbu kaldu penyedap rasa ayam (sumber : <i>youtube</i>)

Kamis, 06 Feburari 2014	Pabrik sarung pekalongan (sumber : <i>youtube</i>)
Senin, 31 Maret 2014	Proses pembuatan bola voli (sumber : <i>youtube</i>)
Selasa, 01 April 2014	Cara membuat sandal jepit (sumber : <i>youtube</i>)
Rabu, 02 April 2014	Pembuatan televisi LED (sumber : <i>youtube</i>)
Senin, 07 April 2014	Pabrik minyak goreng filma (sumber : <i>youtube</i>)
Rabu, 14 April 2014	Kue lapis dari lidah buaya “ <i>aloe vera</i> ” (sumber : <i>youtube</i>)
Senin, 22 April 2014	Kerajinan boneka lukis 3D bokumi dari limbah kayu (sumber : <i>youtube</i>)
Senin, 13 Mei 2014	Pembuatan alat elektronik dari bambu (sumber : <i>youtube</i>)
Kamis, 15 Mei 2014	Inovasi teknologi listrik (sumber : <i>youtube</i>)
Kamis, 22 Mei 2014	Proses pembuatan camilan kesukaan anak (sumber : <i>youtube</i>)
Senin, 21 Juli 2014	Proses pembuatan bis angkutan (sumber : <i>youtube</i>)

Tabel 1. Karakteristik program acara (Sumber : www.youtube.com)

Dari beberapa episode tayangan laptop si Unyil yang diambil secara acak, menunjukkan bahwa karakteristik tayangan Laptop Si Unyil adalah berupa informasi pengetahuan, teknologi, elektronik, keterampilan dan kerajinan tangan pengolahan bahan makanan dan lain-lain. Penulis ingin melihat bagaimana tayangan-tayangan Laptop Si Unyil tersebut bisa memberikan efek behavioral baik berupa tindakan, kegiatan ataupun duplikasi pembuatan suatu benda setelah narasumber menonton program tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data dan Jenis Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa teknik, diantaranya :

a. Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. (Mulyana, 2005 : 180). Penelitian ini menggunakan jenis wawancara terbuka atau wawancara tidak terstruktur yaitu yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan sehingga responden tidak hanya menjawab “Ya” atau “Tidak”, tetapi dapat memberikan jawaban dan penjelasan yang lebih lengkap. Selain itu, teknik wawancara tak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas peneliti tidak menggunakan wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, sehingga dalam melakukan wawancara penulis tidak terpaku pada daftar pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya namun bisa berkembang sesuai dengan alur wawancara.

Wawancara tak terstruktur bersifat tidak luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, termasuk karakteristik sosial budaya (agama, suku, gender, usia, tingkat, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya). Wawancara tak terstruktur mirip dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden (Mulyana, 2002 : 181)

b. Observasi

Merupakan metode di mana periset hanya bertindak sebagai pengobservasi tanpa ikut terjun langsung dalam aktivitas yang dilakukan oleh narasumber yang diteliti, baik kehadirannya diketahui atau tidak. Data ini dipakai untuk memperhatikan bagaimana respon ataupun reaksi para narasumber (siswa SD Negeri Kledokan) ketika sedang menonton program acara Laptop Si Unyil di Trans 7 kaitannya dengan efek media program tersebut, baik kognitif, afektif maupun behavioral. Penulis mengambil lokasi observasi di ruangan kelas enam SD Negeri Kledokan pada pukul 13.00 WIB. Penulis melakukan observasi dilakukan di ruangan kelas karena terkendala oleh waktu Sementara itu, data yang terkumpul nanti, menurut jenisnya dapat dibedakan menjadi dua kategori :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus grup discussion – FGD*) dan penyebaran kuesioner. Namun dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data dengan teknik wawancara mendalam atau *in depth interview*. (Sugiyono, 2010 : 137).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan narasumber sesuai dengan topik dalam penelitian ini. Penelitian

ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan lima orang narasumber, yakni siswa-siswi SD N Kledokan yang terdiri dari dua orang siswa kelas lima dan tiga siswa kelas enam. Penulis menentukan lima orang responden berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner yang penulis lakukan pada saat pre survei, pertanyaan kuisioner diantaranya meliputi frekuensi dan intensitas menonton serta kedekatan narasumber dengan program Laptop Si Unyil. Penyebaran kuisioner ini dilakukan agar penulis mudah menentukan siswa mana yang memenuhi kriteria untuk dijadikan narasumber sesuai dengan kebutuhan penulis pada saat penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. (Sugiyono, 2010 : 137). Data sekunder dalam penelitian ini berupa referensi yang terdiri dari literatur berupa data profil televisi Trans 7, dan struktur organisasi dan juga dokumen resmi dari SD N Kledokan. Selain itu data sekunder juga akan didapatkan melalui teknik observasi yaitu peneliti akan mengamati para narasumber, apa yang diucapkan oleh narasumber ketika sedang menonton program laptop Si Unyil, serta melihat apa saja reaksi atau respon yang dilakukan oleh narasumber. Data ini digunakan untuk mendukung data primer dalam penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data akan dilakukan apabila semua data telah terkumpul dan telah tersusun secara sistematis. Analisis data akan dilakukan dengan menginterpretasikan hasil temuan data kemudian dihubungkan dengan teori-teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian. Tahapan-tahapan yang dilakukan untuk menganalisis data disebut dengan teknik komparatif konstan. (Kriyantono, 2006 : 194). Peneliti akan merinci kedalaman data non-statistik, hal ini merupakan ciri dari penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Siswa kelas 5 dan 6 SDN Kledokan dan akan diteliti dalam keadaan yang sebenarnya sesuai dengan realitas yang ada.

Penelitian ini menggunakan analisis data secara kualitatif, artinya data yang diperoleh dalam penelitian akan dilaporkan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran secara detail hal apa saja yang ditemui peneliti selama proses pengumpulan data.

6. Proses analisis data

a. Batasan Penelitian

Batasan penelitian bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian, sehingga akan tercapai suatu penelitian yang terarah. Batasan penelitian meliputi :

1. Subjek penelitian adalah siswa siswi kelas 5 dan 6 SD N Kledokan yang menyaksikan program acara Laptop Si Unyil Di Trans 7. Dalam

penelitian ini intensitas dan frekuensi menonton program acara tersebut oleh siswa siswi SD N Kledokan menjadi faktor penting.

2. Penelitian ini akan berfokus pada efek media dari program acara Laptop Si Unyil pada siswa siswi SD N Kledokan.

7. Teknik Pengujian Wawancara

Teknik yang dipakai adalah teknik komparatif konstan dimana analisis yang dilakukan berdasarkan data yang ditemukan peneliti, kemudian melakukan pengkategorian, dan interpretasi dengan memadukan konsep konsep atau teori-teori yang sudah dijelaskan. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam teknik komparatif konstan (Kriyantono, 2006 : 194) sebagai berikut :

- a. Koding

Data hasil wawancara yang sudah dikumpulkan dilakukan pengkodingan (pencatatan), membaca ulang seluruh hasil wawancara tersebut, menulis kembali data yang belum lengkap.

- b. Transkripsi

Kegiatan transkripsi dilakukan dengan memindahkan hasil wawancara dari bentuk rekaman ke bentuk tulisan. Hasil rekaman wawancara dengan informan diputar kembali dan kemudian disajikan dalam bentuk verbatim (hasil wawancara). Apabila tidak menggunakan alat perekam, maka hasil wawancara sudah dikoding dalam bentuk tulisan diketik kembali agar lebih rapi.

c. Analisis

Data hasil wawancara yang sudah dibuat dalam bentuk transkripsi atau tulisan, dianalisis oleh peneliti untuk mengetahui pendapat atau pandangan-pandangan secara umum dari semua informan yang diwawancarai.

d. Interpretasi

Hasil analisis terhadap hasil wawancara dengan responden , kemudian diinterpretasikan peneliti sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian. Berdasarkan hasil interpretasi tersebut, kemudian ditarik suatu kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian. Dari keempat unsur-unsur di atas adalah teknik pengujian data untuk pengumpulan data dengan wawancara. Mulai dari pengkodean, transkripsi, analisis hasil wawancara, dan diinterpretasikan.

1. Teknik Pengujian Data Observasi

Peneliti juga menggunakan teknik observasi dalam penelitian ini. Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apa saja respon dan reaksi yang timbul pada saat narasumber menonton program laptop Si Unyil. Penulis akan bertindak sebagai pengobservasi dan kemudian melihat serta memperhatikan apa saja reaksi atau respon yang dilakukan oleh narasumber selama menonton dan kemudian akan dilaporkan dan dideskripsikan pada pembahasan.

8. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Lingkungan SD N Kledokan.