

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini mendorong kemajuan dunia usaha, banyak perusahaan bersaing untuk memperluas pasarnya dalam rangka mencapai tujuan untuk mendapatkan laba. Demikian juga halnya dengan perusahaan yang bergerak di bidang media informasi dan hiburan, yang memberikan berbagai macam jasa informasi dan hiburan kepada masyarakat, salah satunya adalah televisi. Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa mempunyai fungsi yaitu memberi informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Tetapi menurut pengamatan, televisi lebih mengutamakan fungsi menghibur daripada fungsi yang lainnya.

Beragam media massa (surat kabar, majalah, radio, televisi), tidak dapat disangkal, televisi yang memiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga "datang langsung" ke rumah-rumah. Dengan segala kemudahan, masyarakat, dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar, dipandang, dan dibaca).

Televisi tidak mengenal pembatas. Bahkan, batasan negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi. Di beberapa wilayah yang terjangkau, kita dapat menyaksikan siaran-siaran dari negara lain. Apalagi jika

dilengkapi dengan teknologi yang lebih muktahir, semua siaran televisi dunia dapat disaksikan di rumah. Karena kemampuan daya sebar dan daya pikat itulah, pada era ini, khalayak (masyarakat) lebih besar perhatiannya terhadap televisi, ketimbang media massa lainnya. Bahkan dari sisi usia khalayak, televisi dapat menyerap perhatian semua segmen pasar. Mulai anak-anak, remaja, dewasa, sampai pada orang tua dapat menyaksikan semua acara televisi dengan tidak perlu memiliki kemampuan khusus, seperti halnya kehadiran media cetak yang memerlukan kemampuan membaca.

Stasiun televisi di Indonesia saat ini telah banyak memunculkan acara dengan format yang lebih bagus dan bervariasi. Hal itu guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan, pengetahuan dan informasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut sajian dikemas sebagaimana mestinya berdasarkan kepada siapa, untuk apa, dan bagaimana program tersebut dapat disajikan. Hal itu semata dilakukan untuk memenuhi keinginan pemirsa. Bahkan banyaknya program-program yang ditayangkan di televisi, tidak memungkinkan bahwa khalayak akan merasa jenuh dengan tayangan-tayangan yang ada.

Upaya untuk memenuhi keinginan pemirsa, Trans TV memposisikan diri sebagai TV gaya hidup atau *life style*. Tayangan-tayangan yang dihadirkan memang terkesan ringan, hal ini dijadikan sebagai alternatif bagi pemirsa yang sudah jenuh dengan *news* yang terlalu berat atau tayangan yang biasa-biasa saja. Dan hal ini ternyata justru cukup ampuh meraih perhatian pemirsa dan sambutan baik oleh pemirsa.

Salah satu acara yang mampu meraih perhatian pemirsa adalah “Wisata Kuliner” versi Bondan Winarno. Karena semua orang tentu suka dan perlu makan,

maka tak heran acara kuliner seperti ini bisa dengan cepat sukses di layar kaca. Pak Bondan bisa disebut sebagai ikon baru pada tayangan kuliner televisi, setelah dulu pernah ada Rudy Choirudin. Stasiun TV lain saat ini juga ikut-ikutan menggeber acara serupa (<http://www.putradaerah.blogspot.com/21/12/2007>).

“Wisata Kuliner” yang dipandu oleh Bondan Winarno yang ditayangkan di Trans TV mulai 3 Juli 2006 setiap hari Senin sampai Jumat pukul 14.00 WIB, merupakan rubrik pelayanan masyarakat yang sifatnya informativ, dimana di dalamnya mengandung info-info ringan yang dibutuhkan masyarakat khususnya para ibu-ibu rumah tangga yang suka dengan informasi tentang masakan yang juga haus terhadap informasi tentang wisata kuliner Tanah Air. Dalam tayangan televisi, jelas disebutkan nama restoran dan alamatnya, sehingga pemirsa yang penasaran bisa langsung pergi sendiri ke restoran bersangkutan untuk mencicipi hidangannya (<http://www.wikimu.com/09/01/2008>).

Tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV yang dipandu oleh Bondan Winarno ini merupakan suatu program yang mampu menggebrak, sehingga memunculkan tayangan-tayangan yang sejenis. Kelebihan lain dari tayangan “Wisata Kuliner” yang dipandu oleh Bondan Winarno ini adalah memiliki ciri khas tertentu pada kata-kata “Mak Nyus” yang artinya adalah enak sekali yang kemudian melekat pada benak masyarakat. Kata “Mak Nyus” sering diucapkan oleh Bondan Winarno ketika sedang mencicipi makanan tertentu, selain itu tayangan ini juga menayangkan segala jenis makanan, mulai dari yang mahal hingga yang murah, mulai dari makanan pinggir jalan hingga restoran mewah. Selain itu, pengetahuan dan pengalaman Bondan Winarno tentang wisata kuliner juga sudah dibuktikan dengan bukunya yang berjudul Jalan Sutera.

Adapun tanggapan beberapa ibu-ibu rumah tangga mengenai acara “Wisata Kuliner” tersebut, yakni ada yang berpendapat bahwa dengan menonton acara tersebut dapat menambah informasi tempat makan untuk kunjungan bersama keluarga, acara tersebut membuat orang yang menonton ingin segera mendatangi tempat yang sedang ditayangkan, dan acara memasak wisata tersebut memberi satu pengetahuan dan apresiasi cakrawala pandang mengenai keragaman masakan dan makanan di Indonesia. Bahkan tempat yang dikunjungi dalam wisata kuliner tersebut menyajikan beragam masakan dan makanan yang berbeda-beda. Dari mulai masakan tradisional kampung yang belum pernah dikenal sebelumnya, hingga menu masakan dan makanan kelas internasional yang dijual di tempat yang sudah dikenal. Tidak hanya makanan mewah khas hotel saja, tapi juga makanan kaki lima, yang tentu kadang tanpa diketahui dan berada didaerah kita tapi ternyata mempunyai kelebihan yang enak dibanding tempat lain (<http://www.PintuNet.com/12/01/2008>).

Dalam kaitanya di atas, penulis mengambil objek ibu-ibu rumah tangga melihat acara ini ditayangkan pada siang hari dan pada saat jam kerja, memang tayangan ini khusus disajikan untuk ibu-ibu rumah tangga dengan tujuan memberi informasi seputar beragam makanan, khususnya yang disajikan oleh warung-warung pinggir jalan dan berharga murah serta dipenuhi pelanggan. Istimewanya, tempat-tempat yang dikunjungi tersebar pojok kota, kabupaten, kota provinsi atau ibukota. Uniknya program ini, pemirsa diajak berkeliling tempat-tempat menarik di seluruh nusantara sambil mencicipi kelezatan makanannya. Selain itu dipilihnya objek ibu-ibu rumah tangga karena dilihat dari kecenderungan intensitas menontonnya, ibu-ibu rumah tangga memiliki waktu lebih banyak

dibandingkan dengan ibu-ibu yang bekerja dan mahasiswa yang lebih banyak menghabiskan waktunya di luar rumah.

Berdasarkan hal di atas maka, penulis tertarik untuk meneliti adakah hubungan korelasi intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV terhadap minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta. Penulis mengambil lokasi penelitian di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta, karena berdasarkan prasurvey yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa ibu-ibu rumah tangga di Perumahan tersebut mengaku bahwasanya dengan acara Wisata Kuliner di Trans TV ini, mereka mengaku kepingin dan lapar, setelah menonton acara tersebut sehingga muncul keinginan untuk mencoba, apalagi melihat Pak Bondan (*host*) men *drive* pemirsa untuk seakan akan merasakan apa yang ia rasakan, bahkan ada yang mengaku dapat dijadikan sebagai bahan atau referensi untuk membuat masakan sendiri. Selain itu juga mendapat informasi mengenai tempat makan enak dan aneka macam makanan daerah dan minuman yang ada di Indonesia. Dipilhnya lokasi tersebut, karena berdasarkan prasurvey yang dilakukan oleh penulis kepada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan tersebut bahwa ibu-ibu di Perumahan tersebut sering meluangkan waktunya untuk menonton tayangan “Wisat Kuliner”, hal ini membuktikan bahwa ibu-ibu rumah tangga di Perumahan tersebut merupakan responden yang memiliki intensitas tinggi untuk menonton tayangan “Wisata Kuliner”. Selain itu, berdasarkan prasurvey yang dilakukan secara interview khususnya kepada ibu-ibu rumah tangga, di Perumahan tersebut merupakan perumahan yang warganya memiliki pendapatan di atas rata-rata. Hal ini dapat

dilihat melalui pengakuan para ibu rumah tangga di Perumahan tersebut, bahwa mereka biasa meluangkan waktunya untuk beberapa kali dalam sepekan untuk pergi makan di luar. Bahkan salah satu dari beberapa kegiatan arisan per tanggal 10 selalu dilaksanakan di rumah-rumah makan secara bergantian hal ini dilakukan karena kalangan ibu-ibu rumah tangga di Perumahan tersebut gemar mencoba aneka masakan yang berbeda-beda lantaran sudah jenuh dengan masakan-masakan yang sudah biasa, maka untuk menghilangkan rasa jenuh tersebut, ibu-ibu rumah tangga di Perumahan tersebut sering menonton tayangan “Wisata Kuliner” yang dijadikan sebagai salah satu referensi tempat-tempat atau aneka masakan ala Indonesia yang belum pernah dicoba sebagai kunjungan kegiatan arisan. Karena apa yang mereka lihat yaitu tayangan “Wisata Kuliner” sesuai dengan kesukaan dan kebiasaan mereka yaitu suka memasak. Selain itu didukung pula oleh unsur kedekatan lokasi penelitian dengan tempat tinggal penulis sehingga memudahkan proses penelitian (November 2007 - Januari 2008).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

“Adakah korelasi antara intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV terhadap minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

Untuk mengetahui adanya korelasi antara intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV terhadap minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta.

D. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *sama makna*. (Effendy, 2001:9). Astrid Susanto memiliki pendapat tentang arti komunikasi, yaitu: Komunikasi merupakan kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti / makna, dimana arti itu perlu untuk dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi (Astrid, 1980:2).

“Komunikasi Massa” berasal dari bahasa Inggris “*Mass Communication*” yakni komunikasi dengan menggunakan alat mekanis khusus. Apa yang dikenal sebagai media massa, dikatakan demikian sebab “*Mass Communication*” merupakan singkatan dari “*mass media communication*” oleh karena itu komunikasi masa dijabarkan sebagai komunikasi dengan menggunakan media massa (Astrid, 1986:3). Media massa tersebut meliputi surat kabar, majalah, radio, televisi dan film.

Media massa merupakan bagian dari komunikasi, menurut Gerbner pengertian komunikasi massa dengan sebuah definisi singkat yaitu sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dipunyai orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 1999 : 188). Menurut Charles H. Cooley adalah: “Media yang dapat menampilkan sebanyak mungkin lambang penunjang bagi penyampaian pesan seperti: sikap, gerak-gerik, nada suara, percakapan, raut muka, dan sebagainya, sehingga penerima pesan dapat menggunakan sebagian besar inderanya untuk menyerap pesan yang ingin disampaikan” (Prof.Drs.H Amura, 1989:133-137).

Komunikasi massa yang baik harus: Pesan disusun dengan jelas, tidak rumit dan tidak bertele-tele. Bahasa yang mudah dimengerti. Bentuk gambar yang baik. Ada 4 tanda pokok dari komunikasi massa yakni (Elizabeth-Noelle Neumen, 1973:92):

- 1) Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis
- 2) Bersifat satu arah , artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan)
- 3) Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim
- 4) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

2. Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang mempunyai arti masing-masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan *roda*, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia 'televisi' secara tidak formal disebut dengan TV, tivi, teve atau tipi.

Televisi adalah salah satu media komunikasi moderen yang berkembang pada saat ini. Perkembangan media tersebut tentu memiliki efek-efek yang positif dan negatif sesuai dengan acara-acara yang dikemas oleh media itu sendiri. Televisi yang merupakan salah satu produk kemajuan peradaban adalah ibarat pisau yang bermata dua yang bisa dipakai untuk hal yang bermanfaat dan bisa digunakan untuk hal yang membawa kemudharatan bagi manusia.

Dalam penemuan televisi (TV), terdapat banyak pihak, penemu maupun inovator yang terlibat, baik perorangan maupun badan usaha. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun. Menurut Skomis, dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan lain sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar hidup (*gerak/live*) yang bisa bersifat politis, bisa, informatif, hiburan, pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut.

Munculnya televisi sebagai salah satu alat komunikasi manusia jarak jauh menandakan bahwa dunia teknologi komunikasi massa yang telah diciptakan oleh para ahli memberikan suatu fenomena sosial dalam kehidupan manusia dalam tinjauan interaksi sosial.

Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh (*powerful*) untuk menyampaikan pesan. Karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas (*broadcast*) dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan.

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, bahwa televisi memiliki keunggulan lebih dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga "datang langsung" ke rumah-rumah. Dengan segala kemudahan, masyarakat, dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar, dipandang, dan dibaca).

Begitu pula sebagai media hiburan, televisi dianggap sebagai media yang ringan, murah, santai, dan segala sesuatu yang mungkin bisa menyenangkan. Televisi dapat pula berfungsi sebagai media pendidikan. Pesan-pesan edukatif baik dalam aspek kognitif, afektif, ataupun psiko-motor bisa dikemas dalam bentuk program televisi. Secara lebih khusus televisi dapat dirancang/dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Pesan-pesan instruksional, seperti percobaan di laboratorium dapat diperlihatkan melalui tayangan televisi. Televisi juga dapat menghadirkan objek-objek yang berbahaya seperti reaksi nuklir, objek yang jauh, objek yang kecil seperti amuba, dan objek yang besar secara nyata ke dalam kelas. Keuntungan lain, televisi bisa memberikan penekanan terhadap pesan-pesan khusus pada peserta didik, misalnya melalui teknik close up, penggunaan grafis/animasi, sudut pengambilan gambar, teknik editing, serta trik-trik lainnya yang menimbulkan kesan tertentu pada sasaran sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

Kekuatan televisi menurut Kathleen Hall Jamieson sebagai dramatisasi dan sensasionalisasi isi pesan. Begitu pula menurut pakar komunikasi (Rakhmat, 1991:29), gambaran dunia dalam televisi sebetulnya gambaran dunia yang sudah diolah. Dalam hal ini Jalaludin Rakhmat menyebutnya

sebagai tangan-tangan usil. Tangan pertama yang usil adalah kamera (*camera*), gerak (*motions*), ambilan (*shots*), dan sudut kamera (*angles*) menentukan kesan pada diri pemirsa.

Televisi merupakan media komunikasi massa yang mampu berperan dengan baik memberikan informasi. Sehingga hal ini mendapat tanggapan yang baik pula bagi masyarakat pemirsa. Kenyataan ini diketahui dengan semakin banyaknya orang yang ingin memiliki pesawat televisi. Secara tegas juga terlihat bahwa peran televisi sebagai saluran komunikasi manusia, mencirikan bahwa proses interaksi manusia merupakan hal terpenting bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan terhadap informasi yang berkembang. Selain itu, tingkat kepentingan dan kebutuhan masyarakat menjadi terpenuhi secara terarah dan jelas.

Besarnya potensi media televisi terhadap perubahan masyarakat juga menimbulkan pro dan kontra. Pandangan pro melihat televisi merupakan wahana pendidikan dan sosialisasi nilai-nilai positif masyarakat. Sebaliknya pandangan kontra melihat televisi sebagai ancaman yang dapat merusak moral dan perilaku destruktif lainnya. Secara umum kontroversial tersebut dapat digolongkan dalam tiga kategori, yaitu pertama, tayangan televisi dapat mengancam tatanan nilai masyarakat yang telah ada, kedua televisi dapat menguatkan tatanan nilai yang telah ada, dan ketiga televisi dapat membentuk tatanan nilai baru masyarakat termasuk lingkungan anak.

Pemerintahan Indonesia menempatkan media massa televisi sebagai media informasi yang efektif, dalam hal ini Departemen Penerangan menggariskan isi siaran televisi harus mengandung unsur pendidikan, penerangan, hiburan (JB. Wahyudi, 1998:9).

3. Efek Media Massa

Menurut Mc. Luhan, (Rakhmat, 2001:220) media massa adalah perpanjangan alat indera kita (*sense extention theory*; teori perpanjangan alat indera). Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi. Kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa.

Komunikasi Massa selalu didasarkan pada asumsi bahwa media massa memiliki efek :

- a. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsi dikhalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi.
- b. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai
- c. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. (Rakhmat, 2001:219).

Menurut Astrid Susanto strategi komunikasi pada dasarnya diperlukan dalam upaya mencapai komunikasi yang efektif. Efek yang terjadi adalah perubahan terhadap khalayak penerima sebagai akibat pesan yang diterimanya baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui media. Jika perubahan itu sesuai dengan keinginan komunikator, maka komunikasi tersebut dapat disebut efektif.

Carl I Hovland dan Deffleur secara terpisah menyebutkan bahwa efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi massa, dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak umumnya dibedakan dalam:

- a. Efek *kognitif* (berhubungan dengan pengetahuan dan opini yaitu perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipercaya oleh khalayaknya. Dampak ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi. Contoh pesan komunikasi melalui media massa yang menimbulkan efek kognitif antara lain, tajuk rencana, acara penerangan, acara pendidikan, dan sebagainya.
- b. Efek *afeksi* (berhubungan dengan sikap dan perasaan), yaitu perubahan apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Dampak ini ada hubungan dengan emosi, sikap atau nilai. Misalnya: perasaan marah, benci, kesal, kecewa, penasaran, sayang, gemas, sinis, kecut, dan sebagainya.
- c. Efek *bahaviour* (berhubungan dengan perilaku. dampak ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan yang berlaku (Wiryanto, 2000:29).

Menurut seorang ahli (Drs. Kuswandi Wawan,1996:100), di dalam bukunya Komunkasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi, mengatakan ada tiga dampak yang ditimbulkan yaitu:

- a. Dampak Kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.

- b. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan televisi.
- c. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.

4. Minat

Pengertian minat menurut bahasa (*Etimologi*), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*Learning*) dan mencari sesuatu. Secara (*Terminologi*), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan (Kamisa,1997:370). Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat atau keinginan (*desire*) untuk melakukan kegiatan yang diharapkan komunikator (Effendy, 1986:103). Menurut Slameto (1991:182) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan sendiri (Crow,Crow, 1989:302-303).

CP. Chaplin, dalam Kamus Lengkap Psikologi, memberi tiga definisi tentang minat, yaitu:

- a. Satu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya menjadi selektif terhadap obyek minatnya.
- b. Perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.
- c. Suatu keadaan motivasi atau situasi motivasi yang menuntut tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. (Chaplin, 1989:225)

Minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Gerungan menyebutkan minat merupakan pengerahan perasaan dan menafsirkan untuk suatu hal (ada unsur seleksi) (Gerungan, 1999:145). Jadi, minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Holland mengatakan (Djaali 2007:122), minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, minat tidak timbul, ada unsur kebutuhan.

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang melakukan apa saja yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih (Kartini, 1990:102). Bimo Walgito (1991:48) mengemukakan minat sebagai:

- a. Minat adalah suatu gejala psikis atau jiwa
- b. Adanya minat menyebabkan subyek memusatkan perhatiannya karena merasa tertarik
- c. Minat merupakan kecenderungan jiwa yang menyebabkan aktivitas.

Minat biasa disebut juga dengan kecenderungan. Kecenderungan merupakan hasrat yang selalu saja muncul, definisi kecenderungan adalah hasrat atau kesiapan reaktif yang tertuju pada objek konkrit dan selalu muncul

berulang kali (Kartini, 1990:102). Eysenek mengatakan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk bertingkah laku dengan berorientasi kepada obyek atau pengamatan tertentu, dimana kecenderungan tersebut antara individu satu dengan yang lain tidak sama intensitasnya (Wulandari, 2000:54). Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia (1990: 583), minat atau keinginan adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Menurut Martin minat merupakan suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk memberikan perhatian kepada seseorang, barang atau suatu aktivitas tertentu. Minat dapat pula menjadi faktor diskriminan yang dapat mengambil suatu sikap atau tindakan tertentu (Kanuk, 1997:78). Mengenai munculnya minat serta faktor-faktor yang mempengaruhi terjadi minat, dapat dijelaskan dari definisi minat menurut Bimo Walgito, bahwa minat adalah suatu keadaan dimana seseorang menaruh perhatian kepada sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari lebih lanjut tentang sesuatu serta berbuat lebih aktif dengan obyek yang menjadi minatnya (Bimo Walgito, 1981:65).

Adapun karakteristik minat (Wulandari, 2000:86) yaitu:

- a. Minat timbul dari perasaan senang terhadap suatu obyek yang menarik perhatian seseorang.
- b. Minat menyebabkan seseorang menaruh perhatian secara spontan, wajar dan mudah.
- c. Minat bersifat subyektif, individu berbeda-beda dalam menentukan obyek yang diminatnya.
- d. Minat bisa tercermin dalam suatu pola pilihan yang disenangi secara konsisiten
- e. Minat bersifat diskriminatif, karena dapat membantu seseorang membedakan apa yang harus dan tidak harus dilakukan.
- f. Minat tidak bersifat bawaan, melainkan tumbuh dan berkembang bersama pengalaman-pengalamannya.
- g. Minat dapat merupakan sebab maupun akibat dari suatu pengalaman.
- h. Minat berkaitan erat dengan kepentingan pribadi seseorang.

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. (Gunarso,1995:68). Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih (Hurlock, 1995 : 144). Motivasi adalah sumber untuk mempertahankan minat terhadap kegiatan dan menjadikan kegiatan sangat menyenangkan (*excitement*).

Minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran antara perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan tertentu (Mapiarre dalam Prianto, 2001:40). Sama dengan perangkat mental lainnya, minat dapat dilihat dan diukur dari respon yang dihasilkan (Semiawan, 1986: 120). Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons terarahkan kepada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (*satisfiers*). Definisi ini menjelaskan bahwa minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Menurut Hurlock (1995 : 117) minat terbagi menjadi 3 aspek, yaitu:

a. Aspek Kognitif

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari

baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta dan berbagai jenis media massa.

b. Aspek Afektif

Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat.

Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

c. Aspek Psikomotor

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat.

Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat.

Menurut Witherington (1999 : 26) minat dibedakan menjadi 2 yaitu:

a. Minat primitif

Disebut pula minat biologis, yaitu minat yang berkisar soal makanan dan kebebasan aktifitas.

b. Minat kultural

Disebut juga minat sosial yaitu minat yang berasal dari perbuatan yang lebih tinggi tarafnya.

Menurut Nursalam (2003), minat seseorang dapat digolongkan

Menjadi :

a. Rendah

Jika seseorang tidak menginginkan obyek minat

b. Sedang

Jika seseorang menginginkan obyek minat akan tetapi tidak dalam waktu segera.

c. Tinggi

Jika seseorang sangat menginginkan obyek minat dalam waktu segera.

Beberapa kondisi yang mempengaruhi minat

a. Status ekonomi

Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka.

b. Pendidikan

Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelek yang dilakukan.

c. Tempat tinggal

Dimana orang tinggal banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi pada kehidupan sebelumnya masih dapat dilakukan atau tidak (<http://creasoft.files.wordpress.com/2008/11/5>).

Faktor – faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang (Yuwono, 2001 : 40) :

a. Kondisi pekerjaan

Tempat kerja yang memiliki suasana yang menyenangkan dengan didukung oleh kerja sama yang profesional, saling bantu dapat meningkatkan produksi.

b. Sistem pendukung

Dalam bekerja sangat diperlukan sistem pendukung yang memadai bagi para pekerjanya sehingga diperoleh hasil produksi yang maksimal, misalnya fasilitas kendaraan, perlengkapan pekerjaan yang memadai, kesempatan promosi, kenaikan pangkat/kedudukan.

c. Pribadi pekerja

Semangat kerja, pandangan pekerja terhadap pekerjaannya, kebanggaan memakai atribut bekerja, sikap terhadap pekerjaannya.

Menurut Effendy dan Praja (1993 : 72) minat dapat ditimbulkan dengan cara:

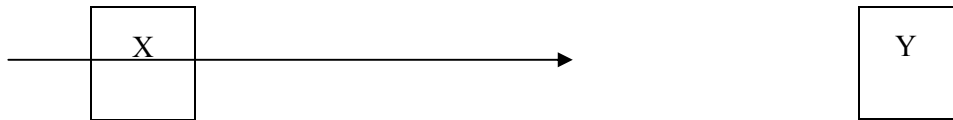
- a. Membangkitkan suatu kebutuhan.
- b. Menghubungkan dengan pengalaman yang lampau.
- c. Memberikan kesempatan untuk mendapat hasil yang lebih baik.

E. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian dari kerangka teori di atas dan sesuai pokok permasalahan dari judul skripsi ini maka penulis akan menuangkan kedalam bentuk kerangka pemikiran. Variable yang terkandung didalam hipotesis penelitian terdiri atas variable independen yakni Intensitas menonton

tayangan “Wisata Kuliner” (X). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga (Y).

Hubungan variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

1. Variabel Independen (X), menjelaskan tentang hubungan intensitas menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans TV.
2. Variabel Dependen (Y), menjelaskan tentang minat mencoba masakan ala Indonesia pada Ibu-Ibu Rumah Tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar, atau mungkin juga salah, dia akan ditolak jika salah atau palsu dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkannya (Sutrisno Hadi, 1986:63). Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam kerangka teori serta sesuai dengan tujuan penelitian maka disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha : Ada hubungan antara intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV terhadap minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta.

Ho : Tidak ada hubungan antara intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV terhadap minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta.

“Semakin tinggi intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans TV, maka semakin tinggi minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta”.

G. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Masri Singarimbun, Sofian Effendi, 1989:33). Yang menjadi keonsep penelitian ini yaitu:

1. Variabel Independen (X)

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah intensitas menonton dengan menguraikan definisi sebagai berikut:

- a) Intensitas yaitu keadaan dari tingkatan, ukuran, kedalaman (Dep.Pendidikan dan kebudayaan RI, 1988:335).
- b) Menonton yaitu memperhatikan, mengawasi, meresapi lambang-lambang pesan dengan menggunakan indera mata (Kurniawan Junaedi, 1991:26).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah minat mencoba masakan ala Indonesia pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri,

Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta, dengan menguraikan definisi sebagai berikut .:

Minat merupakan kesenangan atas suatu hal atau menaruh perhatian kepada sesuatu hal (Endang S. Sari, 1993:191).

H. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variable (Masri Singarimbun, 1989:49). Dengan kata lain definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya pengukuran atas variable itu dilakukan.

Dalam penelitian ini seperti telah disebutkan di atas ada beberapa variable yang saling berkaitan, antara lain yaitu: Intensitas menonton (X) dan minat mencoba (Y). Berdasarkan konsep diatas maka definisi operasional dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Intensitas menonton tayangan wisata kuliner (X) yaitu tingkat keseringan ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman.

Indikatornya :

- a) Frekuensi ibu-ibu rumah tangga menonton tayangan Wisata Kuliner.
 - o Seberapa sering seseorang menyaksikan atau menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans TV.
- b) Tingkat perhatian menonton tayangan Wisata Kuliner

- o Tingkat perhatian yang diberikan oleh individu terhadap tayangan Wisata Kuliner di Trans TV. Tingkat perhatian diperoleh dengan melihat objek yang bergerak/gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan pengulangan (Rahmat 2000:52).
2. Minat mencoba ibu-ibu rumah tangga (Y) yaitu keinginan ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo Sleman-Yogyakarta untuk mencoba masakan ala Indonesia.

Indikatornya :

Tingkat ketertarikan mencoba masakan ala Indonesia.

- o Seberapa jauh orang tertarik dengan tayangan Wisata Kuliner tersebut sehingga menimbulkan minat untuk mencoba masakan ala Indonesia. Di peroleh dari dengan memperhatikan objek yang bergerak, intensitas stimuli, kebaruan dan pengulangan.

Masakan ala Indonesia yang dijelaskan diatas tersebut terdiri dari: kari kambing, gule, tongseng, soto, nasi liwet, gudeng, pecel lele, oseng daun papaya, oseng-oseng mercon, trancam, sate dan lain-lain. Masakan tersebut khususnya adalah masakan yang terletak di Jawa, khususnya merupakan menu-menu yang pernah dikunjungi dan dicoba oleh Bondan Winarno.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan dalam tipe penjelasan atau menerangkan (*Explanatory Research*). Dalam penelitian penjelasan, fokus utamanya adalah

meneliti hubungan diantara variable-variabel dengan menguji hipotesa yang diajukan. Untuk metode penelitiannya, penulis menggunakan metode survey dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Masri Singarimbun (1995:3) : “Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data pokok.”

2. Lokasi Penelitian

Penelitian mengambil lokasi di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo Sleman Yogyakarta 2008. Dengan alasan kalangan ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo Sleman Yogyakarta, khususnya yang pernah menonton tayangan “Wisata Kuliner” untuk mencari hiburan.

3. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001:72). Populasi dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri, Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta, dengan tipe rumah 36, 45, 70 yang berjumlah 110 orang sebagai ibu rumah tangga.

4. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 2002 : 111). Dalam menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan tehnik *simple random sampling* atau *sampel acak*, yaitu dalam pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subjek-subjek didalam populasi sehingga

semua subjek-subjek didalam populasi dianggap sama (Arikunto 2002 : 111). Penulis menggunakan *simple random sampling* karena dalam penentuan sampel ini, semua anggota populasi, secara individual atau secara kolektif diberi peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel selain itu dipilihnya dengan menggunakan metode ini karena jumlah populasi tidak terlalu heterogen artinya antara yang satu dengan yang lain tidak begitu memiliki perbedaan yang jauh yaitu dimana ibu-ibu rumah tangga di Perumahan tersebut hampir memiliki latar belakang yang sama, budaya yang sama, dan juga karena jumlah populasi tidak terlalu banyak. Penentuan responden sebagai sampel akan diperoleh secara langsung kepada responden yang ditunjuk secara acak dengan metode undian yaitu pengundi unsur-unsur penelitian atau satuan-satuan elementer dalam populasi. Di Perumahan Griya Taman Asri Kelurahan Pandowoharjo, Sleman Yogyakarta ini terdapat 110 ibu-ibu rumah tangga. Untuk menentukan besar jumlah sampel maka penulis menggunakan rumus Yamane (Rakhmat, 1991:82) yaitu:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

d = Presisi

Presisi ini ditentukan 0.1 (tingkat kepercayaan 90%) jadi sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

$$N = 110$$

$$d = 0.1$$

$$d^2 = 0.01$$

$$n = 52,4$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah 52,4 maka dibulatkan menjadi 60 ibu-ibu rumah tangga sebagai responden.

J. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Jenis kuesioner yang dipilih penulis adalah angket tertutup yaitu terdiri atas pertanyaan atau pernyataan dengan jumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden mengecek jawaban yang paling sesuai pendiriannya (Nasution, 2001:128-129).

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Nasution, 2001:113). Dalam hal ini peneliti mewawancarai responden secara langsung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 1996:234).

K. Teknik Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan skala ordinal yaitu bilangan yang menunjukkan tingkat atau tingkat ukuran yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan respondennya dari tingkatan yang paling tinggi menurut suatu atribut tertentu (Singarimbun, 1989:103). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi intensitas menonton tayangan “Wisata Kuliner” terhadap minat mencoba ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Griya Taman Asri Kelurahan Pandowoharjo Sleman Yogyakarta, Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang (Sugiyono, 2002:86). Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan mereka, dengan Skala Likert maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan. Skala pengukuran Likert, yang dibagi kedalam 5 kategori yaitu:

1. Kategori sangat sering responden menjawab (a) dengan skor 5
2. Kategori sering responden menjawab (b) dengan skor 4
3. Kategori kadang-kadang responden menjawab (c) dengan skor 3
4. Kategori jarang responden menjawab (d) dengan skor 2
5. Kategori tidak pernah responden menjawab (e) dengan skor 1

L. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu analisis data menggunakan pengukuran dan pembuktian-

pembuktian khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik (Singarimbun, 1989:263). Adapun alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Korelasi Rank Spearman yang digunakan untuk mencari hubungan dan hipotesis antara dua variabel. Adapun rumus dasar yang digunakan:

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum x^2}2\sqrt{\sum y^2}}$$

Dimana :

Menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Ty$$

$$\sum y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Tx$$

$$\sum Tx = \frac{tx^3 - ty}{12}$$

$$\sum Ty = \frac{ty^3 - tx}{12}$$

Keterangan:

R_s : Koefisien korelasi variabel XY

$\sum d^2$: Jumlah kuadrat selisih antar jenjang variabel XY

$\sum Tx$: Jumlah kuadrat kembar pada variabel X

$\sum Ty$: Jumlah kuadrat kembar pada variabel Y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat pada variabel X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat pada variabel Y

n : Jumlah responden

t : Jenjang kembar

2,3 dan 12= bilangan konstan.

Mengenai koefisien korelasi, Jalaludin Rakhmat berpendapat:

"r menunjukkan bilangan antara + 1,00 dan - 1,00. bila tidak ada hubungan diantara variabel sama sekali, nilai r sama dengan nol. Bila hubungan diantara variabel bertambah, nilai r bertambah dari nol ke plus atau minus satu. Bila tanda r positif, variabel dikatakan berkorelasi secara positif. Bila r negatif, variabel dikatakan berkorelasi secara negatif.

Nilai koefisien korelasi tersebut juga berlaku pada koefisien korelasi tata jenjang atau koefisien korelasi bertingkat.

M. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, Effendi, 1995:124). Tujuannya adalah untuk membangun derajat kepercayaan kepada informasi yang telah diperoleh. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan setiap item-item pertanyaan dengan total nilai setiap variabel. Korelasi setiap item pertanyaan dengan total nilai setiap variabel dilakukan dengan teknik korelasi yaitu *pearson product moment*. Untuk mengetahui apakah variabel yang diuji valid atau tidak, hasil korelasi dibandingkan dengan angka kritik table korelasi dengan taraf signifikan 5% (Nurgiantoro, Gunawan, dan

Marzuki, 2002). Jika angka korelasi dari hasil perhitungan lebih besar dibandingkan nilai kritis, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga tidak dapat digunakan dalam analisis. Koefisien korelasi ini sering disebut juga sebagai koefisien korelasi *pearson*, yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{n-1} \div \sqrt{\frac{\sum x^2}{n-1}} \sqrt{\frac{\sum y^2}{n-1}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara x dan y

x = Variabel independen

y = nilai Variabel

$\sum xy$ = Jumlah nilai dari x dan y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada variabel x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada variabel y

n = Jumlah sampel

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, Effendi, 1995:140). Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji kestabilan dan konsistensi instrument dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan reliabel

apabila kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah. Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan Cronbach Alpha Coefficient. Data yang diperoleh dapat dikatakan reliable apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan 0,6 (Nurgiantoro, Gunawan, dan Marzuki, 2002). Dalam pengujian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Vi = Varians butir

α = Jumlah

Vt = Varians nilai total