

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi semakin pesat. Hal ini dirasakan karena teknologi dirasa sangat bermanfaat dan membantu untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan hidup masyarakat saat ini tidak hanya terbatas pada kebutuhan pokok yaitu sandang, pangan dan papan saja. Tetapi lebih dari itu, ada kebutuhan lainnya yang juga penting seperti kebutuhan akan informasi, kebutuhan akan pengetahuan, kebutuhan akan pendidikan dan juga kebutuhan akan adanya media hiburan.

Berdasarkan bentuk kebutuhan masyarakat saat ini informasi sudah menjadi kebutuhan masyarakat yang esensial untuk mencapai tujuan. 'Melalui informasi, masyarakat dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukan serta peranannya dalam lingkungan masyarakat' (Subrata, 1995, :19). Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia, tidak terlepas dari jalannya pembangunan nasional di segala sektor kehidupan masyarakat. Munculnya televisi sebagai salah satu perangkat keras (hardware) dimanfaatkan sebagai media untuk memperoleh informasi di dalam era peradaban. Media televisi ini telah menimbulkan implikasi terhadap semakin

Dibandingkan dengan media massa yang lain (radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai keistimewaan tersendiri. 'Ia merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat informative, hiburan maupun pendidikan, bahkan merupakan gabungan dari ketiga unsur tersebut' (Kuswandi, 1996 : 8).

Kelebihan lain dari pesawat televisi ialah dengan adanya satelit komunikasi, cakrawala informasi menjadi semakin luas. Peristiwa di satu tempat, dapat dilihat di tempat lain melalui televisi dengan pola teknologi baru. Pendidikan masyarakat yang makin baik, juga diharapkan sebagai penangkal, masuknya unsur-unsur negative dari media televisi (isi acara). 'Melihat kenyataan banyaknya berbagai acara maka secara tidak langsung, masyarakat telah terpropaganda dengan media televisi' (Kuswandi, 1996 : 48). Dari segi kecepatan liputan berita, televisi sudah jauh meninggalkan surat kabar. Kalau surat kabar menyiarkan berita yang telah lewat, maka televisi dapat menayangkan seketika itu juga. Sebagai contoh peristiwa bencana tsunami di aceh yang terjadi begitu dahsyat dapat disiarkan dalam berita saat itu juga meskipun ada jarak beberapa waktu karena pada saat kejadian semua jaringan informasi terputus. Namun masyarakat dapat cepat mengetahui dan melihat betapa dahsyatnya peristiwa tersebut.

Siaran bereita televisi yang pertama, hampir tidak dikenal sebagai model yang asli. Televisi hanya membidikkan kamera secara terlatih kepada kru atau reporter tv. Setelah itu, gambar hidup dan bersuara yang melukiskan peristiwa yang sungguh-sungguh terjadi. Hal-hal yang patut mereka jadikan berita, didasarkan pada kecepatan

Media massa televisi merupakan media massa yang paling dekat dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi dan pesan. Media televisi menjadi media pilihan bagi masyarakat, hal ini karena tujuan akhir dari penyampaian pesan media televisi, bisa menghibur, mendidik, control sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi. Selain dapat mendengar seseorang juga dapat melihatnya sehingga pesan akan lebih mudah untuk diterima. Berbeda dengan radio yang hanya bisa didengar saja atau media massa cetak yang harus dibacanya dan perlu menggunakan pikiran untuk memahaminya.

Media televisi sebagai salah satu pioner dalam penyebaran informasi dan dengan menggunakan perangkat setelit, kini menjadi media informasi yang terus berkembang pesat. 'Munculnya media televisi dalam kehidupan masyarakat kita memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa' (Kuswandi, 1996 : 35). Globalisasi informasi dan komunikasi setiap media massa jelas melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia.

Sajian acara televisi banyak yang menyuguhkan berbagai informasi salah satunya adalah berita. Berita merupakan sajian acara yang memberikan informasi peristiwa, realitas yang terjadi dilingkungan sekitar baik bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya. Keberadaan televisi yang

Dalam hal ini penulis menitik beratkan pada media televisi dengan sajian acara berita yang dalam penyampaian pesannya bertujuan sebagai bahan informasi. Berita hasil penelitian Institute Pertanian Bogor (IPB) yang menyatakan sejumlah susu formula dan makanan bayi mengandung bakteri *sakazakii* akan menjadi bahan penelitian penulis.

Berita penemuan bakteri *sakazakii* dalam susu formula oleh peneliti dari Institute Pertanian Bogor (IPB) membuat heboh masyarakat terutama ibu-ibu rumah tangga. Tidak hanya membuat heboh tetapi juga membuat masyarakat resah karena bakteri tersebut berbahaya dapat menyebabkan kerusakan syaraf pada bayi. Penelitian itu dilakukan pada tahun 2003. Dalam penelitian itu didapati 22,73 persen susu formula (dari 22 sampel) dan 40 persen makanan bayi (dari 15 sampel) telah terkontaminasi bakteri *entero bacter sakazakii* (Kedaulatan Rakyat, Februari 2008).

Berbagai media massa ramai memberitakannya. Termasuk media televisi. Televisi menjadi media yang paling gencar memberitakan berita tersebut. Media memang memiliki dampak yang kuat bagi publik terutama media televisi karena selain dapat didengar, televisi juga dapat dilihat sehingga komunikasi akan lebih mudah dalam menerima pesan. Dari pemberitaan tersebut memberikan dampak bagi sejumlah masyarakat. Tidak hanya ibu-ibu rumah tangga sebagai konsumen susu formula namun juga bagi para produsen dan juga pedagang. Dampak dari pemberitaan tersebut menimbulkan protes sejumlah masyarakat. Di Jakarta sejumlah ibu-ibu rumah

formula berbagai macam merek (Reportase Sore, Trans TV, Februari 2008). Tidak hanya itu, disemarang beberapa ibu-ibu rumah tangga mengaku merasa takut untuk memberikan susu formula kepada bayinya, mereka enggan untuk membeli susu formula merek apapun (Liputan6, SCTV, Februari 2008). Sementara beberapa pedagang dikecamatan Mlati mengaku stok susu formulanya tidak ada yang membeli. Dari hasil wawancara kepada beberapa konsumen (ibu-ibu rumah tangga) mereka mengaku takut untuk mengkonsumsi namun demikian ada juga yang mengaku tidak takut untuk mengkonsumsinya (Kedaulatan Rakyat, 13/03/08).

Kebanyakan efek atau dampak yang ditimbulkan berita berupa tambahan pengetahuan tentang informasi faktual berjangka waktu pendek atau cara pandang terhadap gambaran dunia dan masyarakat yang berjangka waktu panjang, serta kerangka berfikir untuk menafsirkan makna pelbagai peristiwa (McQuail, 1996 : 263). Mengenai pertanyaan tentang seberapa jauh orang-orang memahami dan mengingat berita peneliti memusatkan perhatian pada soal "difusi" (penyebaran berita yang diukur berdasarkan kemampuan mengingat peristiwa tertentu). Ada empat variabel yang menjadi pusat perhatian, yaitu: 'sejauh mana orang mengetahui peristiwa tertentu; kadar penting atau kemenonjolan yang relatif dari peristiwa bersangkutan; volume informasi yang disampaikan tentang peristiwa itu; sejauh mana informasi tentang peristiwa diperoleh pertama kali dari berita atau hubungan pribadi' (Greenberrg dalam McQuail, 1996:246).

Dengan bertambahnya pengetahuan setelah menerima pesan yang berbentuk informasi masing-masing individu memiliki pemahaman atau kerangka berfikir dalam menafsirkan makna pesan secara berbeda-beda yang dapat menimbulkan efek atau dampak pada perilaku sosial.

Dari berbagai dampak yang ditimbulkan, termasuk dampak bagi ibu-ibu rumah tangga di kecamatan Mlati peneliti berasumsi bahwa informasi yang mereka peroleh bersal dari media televisi, melihat televisi sebagai media yang paling gencar memberitakan berita tersebut dan televisi juga merupakan media yang paling dekat dengan khalayak. Dan kembali pada teori dampak media televisi yang dapat memberikan dampak pada pengetahuan serta kembali pada teori difusi berita yang memusatkan pada 4 variabel untuk mengukur pemahaman seseorang terhadap berita salah satunya adalah dengan melihat volume informasi yang disampaikan, maka peneliti kembali berasumsi ada pengaruh antara intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi dengan tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman, dimana wilayah ini sebagian besar atau kebanyakan ibu-ibu rumah tangganya memiliki balita karena barangkali berita tersebut akan lebih penting bagi mereka ibu-ibu rumah tangga yang memiliki balita daripada khalayak lain atau ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, dapat kami rumuskan masalahnya sebagai berikut:

Apakah intensitas menonton berita televisi mengenai kandungan bakteri *sakazakii* pada susu formula berpengaruh terhadap pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menguji pengaruh intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a. Dengan penelitian ini maka bermanfaat memberikan sumbangan terhadap khasanah ilmu komunikasi bahwa tingkat pemahaman komunikasi yang berbeda-beda dalam menerima sebuah pesan yang berupa informasi seperti berita dapat dipengaruhi oleh tinggi-rendahnya komunikasi dalam menonton televisi sebagai media yang paling dekat oleh keluarga

2. Praktis

- a. Manfaat praktis dari penelitian ini agar ibu-ibu rumah tangga khususnya di RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman dapat lebih memanfaatkan media lain dalam mencari informasi sebagai tambahan pengetahuan dan pemahaman mereka.
- b. Dengan tingkat pemahaman yang tinggi diharapkan Ibu-ibu rumah tangga khususnya di RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten -Sleman dapat lebih bijak dalam mengambil tindakan.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi menjadi penghubung bagi manusia dalam berinteraksi. Komunikasi juga sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup maka ia perlu berkomunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat.

Harold D. Lasswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi esensial

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindari pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia juga dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalamannya, maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungannya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Dalam lingkungannya diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakat dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku dan peranan. (Cangara, 1998:2).

Berdasarkan ketiga fungsi yang mendasari manusia perlu akan berkomunikasi, kita perlu memahami definisi komunikasi itu sendiri. Salah satu persoalan di dalam memberi pengertian komunikasi, yakni banyaknya definisi yang telah dibuat oleh pakar menurut bidang ilmunya 'Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna' (Effendi, 1994:9).

Komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Komunikasi akan berjalan efektif dan komunikatif apabila antara komunikator dan komunikan mengerti bahasa yang digunakan dan makna dari percakapan. Ini merupakan pengertian komunikasi secara dasar dalam arti komunikasi

minimal mengandung kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Dan dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya bersifat informatif yakni agar orang tahu dan mengerti namun juga persuasive yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan dan perbuatan dan lain-lain. 'Dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasi, Carl I, Hovland mengatakan komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*)' (Effendi, 1994: 12).

Namun seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya memang komunikatif dan efektif. Dan untuk memahami pengertian komunikasi secara efektif kita kembali kepada paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell.

Lasswell mengatakan cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan berikut: '*Who Say What In Wich Channel To Whom With What Effect?*' (Effendi, 1994: 10).

Paradigma Lasswell ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni: siapa komunikatornya? Apa pesannya? menggunakan media apa? siapa komunikannya? dan apa efeknya?. Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi selain berfungsi sebagai penghubung bagi manusia dalam berinteraksi, juga berfungsi untuk menghibur, menididik, memberikan informasi dan juga mempengaruhi yaitu melalui media massa seperti televisi, radio, internet, majalah, surat kabar dan lain sebagainya. Dan sebelum memasuki pembahasan mengenai media massa kita masuk dalam lingkup komunikasi massa terlebih dahulu.

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi (Wiryanto, 2000:1). Terdapat berbagai macam pendapat tentang pengertian komunikasi massa. Ada yang menilai dari segmen khalayaknya, dari segi medianya dan ada pula dari sifat pesannya.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film (Cangara, 1998:36).

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner "*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*". 'Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang' (Rahmat, 1999:188).

Komunikasi massa di adopsi dari istilah bahasa inggris, *mass communication*, kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang "mass mediated" (Wiryanto, 2000:2).

Jadi komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan yang ditujukan kepada khalayak besar melalui salurannya, yaitu mass media (media massa).

Dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh komponennya.

Adapun ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

a. Sifat Media Massa

Media massa memiliki kemampuan untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) dan kecepatan (*rapidly*). Ini berarti bahwa pesan yang disampaikan oleh media ke khalayak menimbulkan kontak yang bersamaan antara sang komunikator dengan komunikannya. Selain itu, terjadi keserempakan dalam penerimaan pesan oleh sesama komunikan dalam jumlah yang besar, dan penyampaian pesan berlangsung cepat dan singkat.

b. Sifat Pesan

Terdapat dua jenis pesan yaitu yang bersifat umum (*public*) dan sesaat (*transient*). Penyebaran pesan yang ditujukan kepada umum dan menyangkut kepentingan umum, bukan untuk perseorangan atau kelompok tertentu. Pesan ini hanya dapat disajikan sesaat saja, terutama di media elektronik seperti radio dan televisi.

c. Sifat Komunikator

Wartawan, sutradara, penyiar baik radio atau televisi adalah merupakan komunikator pada komunikasi massa yang terlembagakan (*Institutionalized communicator or organized communicator*), karena media massa merupakan satu lembaga. Komunikator disini juga disebut komunikator kolektif karena tersebarnya pesan komunikasi massa adalah hasil kerjasama sejumlah kerabat kerja.

d. Sifat Efek

Efek komunikasi massa tergantung akan tujuan dari komunikasi itu sendiri. Apakah sekedar agar komunikasi berubah sikap atau pandangannya, ataukah agar komunikasi berubah tingkah lakunya. Hal itu menentukan dampak media terhadap audiensnya. Arus balik dari efek itu sendiri adalah arus balik terbalik karena efeknya tidak langsung

e. Sifat Komunikasikan

Khalayak dari komunikasi massa bersifat heterogen, relative besar dan anim. Khalayak ini bahkan tidak dikenal oleh komunikator. Keberadaan khalayak yang relatif besar dan memiliki selera yang berbeda-beda serta selalu berganti setiap periode waktu yang singkat. Mereka tidak saja berbeda dari segi psikografis, geografis bahkan juga demografis.

(Uchjana,1993:51-54)

Selain memiliki ciri tersendiri komunikasi massa juga mempunyai fungsi yang sangat berarti. 'Wilbur Schramm menyatakan, komunikasi massa berfungsi sebagai *decoder*, *interpreter* dan *ancoder*' (Wiryanro, 2000:10). Pendapat Schramm pada dasarnya tidak berbeda dengan pendapat Harold D. Lasswell yang menyebutkan fungsi-fungsi komunikasi massa sebagai berikut.

a. *Surveillance of the environment*

Fungsinya sebagai pengamatan lingkungan, yang oleh Schramm disebut sebagai *decoder* yang menjalankan fungsi *The Watcher*.

b. *Correlation of the parts of society in responding to the environment*

Fungsinya menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat-masyarakat agar sesuai dengan lingkungan. Schramm menamakan fungsi ini sebagai *interpreter* yang melakukan fungsi *The Forum*.

c. *Transmission of the social heritage from one generation to the next*

Fungsinya penerusan atau pewarisan social dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Schramm menamakan fungsi ini sebagai *encoder* yang menjalankan fungsi *The*

Seorang ahli sosiologi, Charles R. Wright, menambahkan fungsi keempat, yaitu *entertainment* dan ia menjelaskan keempat fungsi itu sebagai berikut.

a. Surveillance

Menunjuk 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*.

b. Correlation

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.

c. Transmission

Menunjuk 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.

d. Entertainment

Menunjuk pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu.

(Wiryanto, 2000:11-12).

3. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa merupakan setiap perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap, 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' (Wiryanto, 2000: 39).

Schramm dalam bukunya "How Communication Works", menggolongkan efek komunikasi massa ke dalam efek yang bersifat khusus dan efek-efek yang bersifat umum.

a. Efek Umum

Efek umum menyangkut efek "dasar" yang diramalkan dapat terjadi akibat pesan-pesan yang disiarkan melalui media massa. Schramm mengemukakan komunikasi massa mempunyai efek yang 'mengembang'. Efek seperti itu merupakan efek dasar yang terjadi dari hari ke hari secara terus menerus. Ia tidak dapat dilihat, didengar atau diraba, tetapi ia benar-benar terjadi.

b. Efek Khusus

Efek khusus terutama menyangkut ramalan efek yang diperkirakan akan timbul pada individu-individu dalam suatu *mass audience* pada perilaku mereka dalam menerima pesan-pesan media massa.

Pada umumnya dalam penelitian komunikasi massa selalu didasarkan pada asumsi bahwa media massa memiliki efek. Seperti halnya dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa media massa mempunyai pengaruh yang besar bagi khalayak. Untuk itu kita bahas mengenai media massa dan pengaruhnya.

4. Media Massa

Media massa sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan memiliki berbagai macam bentuk seperti televisi, radio, internet, majalah, surat kabar dan lain sebagainya.

Media massa seperti televisi mempunyai peran penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Hal ini disebabkan karena sifat media itu sendiri yang dapat lebih menarik perhatian dibanding dengan media massa lainnya.

Televisi memiliki keunggulan tersendiri yang tidak dapat disaingi oleh media massa lainnya. Diantara keunggulannya adalah televisi mampu menjangkau khalayak umum secara luas. Televisi juga mampu menimbulkan dampak yang sangat luas bagi khalayak, dengan tekanan dua indra sekaligus yaitu penglihatan dan pendengaran, tidak seperti surat kabar yang hanya menekankan pada indra penglihatan saja atau radio yang hanya menekankan pada indra pendengaran saja.

Sebagai media massa yang memiliki keunggulan tersendiri, televisi juga memiliki karakteristik tersendiri, hal tersebut diungkapkan oleh Drs. H. Subrata sebagai berikut:

1. Tidak bersifat alamiah tetapi selalu tersusun, dibentuk dan direncanakan dan bahkan melalui wadah organisasi.
2. Karena sifatnya yang diorganisasikan maka kegiatannya tidak bersifat personal, melainkan berlangsung dalam jangkauan komunikasi yang luas yang dilaksanakan dalam bentuk jamak serta massalitas
3. Kegiatannya berarah dan bertujuan, sehingga merupakan hal yang direncanakan.
4. Komunikator kerap kali bukan merupakan satu orang atau secara individu, melainkan secara kolektif.

(Subrata, 1995 : 19).

Televisi telah menjadi suatu fenomena besar di abad ke 20, dan harus diakui bahwa peranannya sangat besar dalam membentuk pola dan

nendapat umum dan hal ini disebabkan program siaran yang disajikan

makin lama makin menarik. Sehingga tidak mengherankan dapat memaksa khalayak penontonnya betah duduk berjam-jam di depan layar kaca televisi. Dan dengan demikian jika televisi itu ditonton dengan rata-rata 5 sampai 6 jam perhari dapat kita bayangkan berapa besar pengaruh televisi ini merusak kealam pribadi seseorang. Sehingga cepat atau lambat, langsung atau tidak langsung pengaruh televisi itu akan membentuk sikap, perilaku dan cara berfikir tertentu pada khalayak penonton.

Adapun dampak atau pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa terbagi menjadi tiga tahap, mulai dari tahap *kognitif*, tahap *afektif* dan tahap *behavioral*, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Dampak *kognitif*

Dampak yang timbul pada diri komunikan yang menyebabkan ia menjadi tahu atau meningkatkan daya intelektualitasnya. Pesan yang disampaikan oleh komunikator bertujuan untuk mengubah pikiran diri komunikan. Dampak kognitif ini terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsikan oleh khalayak. Dampak ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan, atau informasi.

b. Dampak *Afektif*

Pada tahap ini, tujuan komunikator bukan lagi untuk mengubah pikiran diri komunikan atau sekedar ingin membuat komunikan itu tahu, tetapi tergerak dari hatinya. Dalam hal ini, media mampu menimbulkan perasaan-perasaan tertentu seperti rasa terharu, sedih, gembira dan sebagainya. Dampak ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau di benak khalayak. Dampak ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.

c. Dampak *behavioral*

Menimbulkan dampak pada komunikan dalam bentuk tindakan, perilaku atau kegiatan. Perilaku merupakan fungsi atau bergantung pada lingkungan dan individu yaitu hubungan interaksional. Perilaku muncul sebagai akibat adanya interaksi antara stimulus (lingkungan) dan organisme (individu). Dampak ini memiliki pada

perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan perilaku (Rahmat, 1999: 219).

Televisi sebagai saluran media massa tak pernah lepas dari masyarakat sebagai media akses segala bentuk informasi, yang tentunya disajikan dalam berbagai kemasan acara. Tayangan berita merupakan salah satu bentuk sajian informasi yang ditayangkan melalui media televisi.

Tayangan berita di televisi yang mempunyai tujuan memberikan informasi bagi khalayak juga dapat memberikan dampak atau efek bagi pemirsanya. Kebanyakan efek atau dampak yang ditimbulkan berita berupa tambahan pengetahuan tentang informasi faktual berjangka waktu pendek atau cara pandang terhadap gambaran dunia dan masyarakat yang berjangka waktu panjang, serta kerangka berfikir untuk menafsirkan makna pelbagai peristiwa (McQuail, 1996 : 263).

Dalam teori informasi adalah teori sosial sistemnya Niklas Luhman, mengikuti teori informasi Shannon dan Weaver (1949), Luhmann mengidentifikasi informasi sebagai seleksi dari serentetan kemungkinan "repertoire of possibilities." Seleksi bentuk komunikasi adalah bagaimana suatu pesan dikomunikasikan, sedangkan seleksi pemahaman menunjuk pada apa yang harus dipahami tentang pesan tersebut. Hasil dari proses seleksi ini melahirkan pembentukan makna (creation of meaning), yang merupakan medium bagi komunikasi dalam sosial sistem. Informasi merupakan elemen dasar komunikasi, serta salah

... dari ... fungsi komunikasi yang dikenal? (Tichenor, Donohue and

Olien, 1970). Keempat fungsi tersebut yaitu fungsi instruksi dan komando, fungsi memengaruhi dan persuasif, fungsi integrasi dan fungsi informasi.

Berbagai keputusan yang diambil manusia dalam menentukan langkah kehidupannya bersandar pada informasi yang dimilikinya baik tentang dirinya, tentang lingkungan sekelilingnya, maupun tentang orang lain yang berhubungan dengannya.

Pertanyaan tentang seberapa jauh orang-orang memahami dan mengingat berita peneliti memusatkan perhatian pada soal "Difusi" (Penyebaran berita yang diukur berdasarkan kemampuan mengingat peristiwa tertentu).

Ada empat variabel penting yang menjadi pusat perhatian, yaitu: sejauh mana orang-orang mengetahui peristiwa tertentu; kadar penting atau kemenonjolan yang relatif dari peristiwa bersangkutan; volume informasi yang disampaikan tentang peristiwa itu; sejauh mana informasi tentang suatu peristiwa diperoleh pertama kali dari berita atau hubungan pribadi (Greenberg dalam McQuail, 1996 : 246).

F. Definisi Konseptual

Konsep merupakan istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial: kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Effendi, 1989:33). Yang menjadi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Intensitas Menonton Televisi

Intensitas yaitu keadaan, tingkatan atau ukuran intensitasnya
Menonton adalah melihat (bertunjukan gambar hidup dan

sebagainya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1999 :1082). Bila merujuk pada penelitian Silistyadewi (1995:23) intensitas menonton adalah Derajat perilaku menonton yang dilakukan dalam menonton dapat dihitung memakai parameter-parameter baku seperti frekuensi, durasi dan tingkat atensi pemirsa. Dampak televisi berbanding lurus dengan jumlah waktu dan terpaan yang diterima pemirsa. Semakin banyak mereka menonton televisi semakin besar pengaruh yang diperoleh pemirsa lewat televisi. (Silistyadewi, 1995:23)

2. Tingkat Pemahaman Pesan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia tingkat pemahaman yaitu tinggi, rendah cara memahami sedangkan pemahaman berasal dari kata paham artinya pengetahuan banyak, Pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan. Dan memahami sama dengan mengerti atau mengetahui benar (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1999:714). Merujuk pada penelitian tentang tingkat pemahaman terhadap tayangan audio visual diukur dengan membandingkan pengetahuan mereka sebelum menonton tayangan audio visual dengan sesudah menonton tayangan audioa visual. Sedangkan pada penelitian tentang dukungan media pembelajaran berbasis teknologi untuk peningkatan pemahaman siswa menurut Abin Syamsudin siswa dikatakan paham apabila siswa dapat mengerti, menjelaskan dan mendefinisikan dengan cara pengungkapannya melalui pertanyaan, soal dan tes tugas. Apabila

siswa dapat mengerjakan soal dengan baik dan benar maka siswa dikatakan paham. (Syamsudin, 2008)

Merujuk pada kedua penelitian tersebut konsep tingkat pemahaman pesan pada penelitian ini adalah responden (ibu-ibu rumah tangga RW 28) dikatakan paham apabila setelah menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi ia dapat mengerti, menjelaskan dan mendefinisikan berita tersebut dengan cara pengungkapannya melalui pertanyaan (kuisisioner).

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variable (Singarimbun, 1989 : 46). Variabel-variabel penelitian yang dioperasionalkan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Intensitas menonton) (X)

Intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* diukur dengan :

a. Frekuensi :

- 1) Tingkat keseringan menonton televisi dalam satu hari
- 2) Tingkat keseringan menonton berita mengenai susu formula

yang mengandung bakteri *sakazakii* setiap minggunya

b. Atensi

- 1) Tingkat perhatian: tingkat perhatian ibu-ibu rumah tangga selama menonton berita susu formula mengandung bakteri *sakazaki* di televisi dengan melakukan aktivitas lain atau benar-benar hanya menonton saja tanpa melakukan aktivitas lain.
- 2) Tingkat ketertarikan : Tingkatan ketertarikan ibu-ibu rumah tangga terhadap setiap isi berita susu formula mengandung bakteri *sakazaki* di televisi

2. Variabel Dependen (Tingkat pemahaman pesan) (Y)

Tingkat responden memahami pesan diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Pemahaman responden dari setiap topik berita susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi.
- b. Pemahaman responden terhadap isi berita "Hasil penelitian yang dilakukan Institute Pertanian Bogor (IPB) terhadap sejumlah produk susu formula dan makanan bayi.
- c. Pemahaman responden terhadap bakteri *sakazakii*
- d. Pemahaman responden terhadap isi berita pencegahan munculnya bakteri *sakazakii*.
- e. Pemahaman responden terhadap berita "pengumuman pemerintah atas hasil uji badan POM pada 96 produk susu formula yang beredar dipasaran".

Tabel I.I

Gambar Definisi Variabel Penelitian

VARIABEL	KONSEP	OPERASIONAL	
Variabel Bebas (X) Intensitas Menonton	*Intensitas: keadaan,tingkatan/ukuran intensitasnya. *Tonton/menonton: Melihat (pertunjukaan, gambar hidup,dsb)	*Frekuensi: -Tingkat keseringan menonton TV	1
		-Tingkat keseringan menonton berita	2
		*Atensi: -Tingkat perhatian	3
		-Tingkat ketertarikan	4
Variabel Terikat (Y) Tingkat Pemahaman Pesan	*Tingkat pemahaman: Tinggi, rendah cara memahami *Paham: Pengetahuan banyak, pemahaman: cara/proses memahami atau memahami. Memahami: mengerti benar	-Pemahaman responden dari setiap topik	5
		-Pemahaman responden terhadap isi berita hasil penelitian IPB	6,7
		-Pemahaman responden terhadap bakteri sakazakii	8-18
		-Pemahaman responden terhadap isi berita pencegahan bakteri	19-21
		-Pemahaman responden terhadap hasil pengumuman pemerintah dan BPOM dalam uji sampel produk susu formula	22

H. Hipotesis

Setiap pernyataan tentang suatu hal yang bersifat sementara yang belum dibuktikan kebenarannya secara empiris disebut hipotesis (Nasution,

2001:38). Hipotesis merupakan pernyataan tentatif yang merupakan dugaan

atau terkaan tentang apa saja yang kita amati dalam usaha untuk memahaminya.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam kerangka teori dan kerangka pikir serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Dusun Kutu Dukuh kelurahan Sinduadi kecamatan Mlati Sleman Yogyakarta.

Ha : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga rw 28 dusun Kutu Dukuh kelurahan Sinduadi kecamatan Mlati Sleman Yogyakarta.

I. Model Penelitian

Berdasarkan uraian diatas penulis akan menuangkan kedalam model penelitian. 'Model penelitian merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting' (Sekaran dalam Sugiyono, 2005:65). Dalam penelitian ini variabel yang terkandung dalam hipotesis penelitian terdiri atas variabel bebas yakni intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi (X) dan variabel terikat yakni tingkat pemahaman

pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Propinsi Yogyakarta (Y).

Intensitas menonton dan tingkat pemahaman merupakan konseptual yang telah diidentifikasi sebagai masalah dalam penelitian ini. Berbagai dampak yang timbul sebagai akibat dari pemberitaan mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii*, televisi merupakan media yang paling gencar memberitakan. Televisi juga menjadi media yang paling dekat dengan masyarakat karena selain dapat didengar televisi juga dapat dilihat sehingga pesan akan lebih mudah untuk diterima oleh komunikan. Rahkmat dalam bukunya *psikologi komunikasi* membagi dampak media televisi menjadi tiga tahap mulai dari dampak *kognitif*, *afektif* dan *behavioral*. Dampak perilaku (*behavioral*) merupakan akibat dari pemahaman pada diri komunikan, dimana McQuail dalam teori berita menusatkan perhatiannya pada empat variabel untuk mengukur seberapa jauh komunikan mengingat dan memahami sebuah pesan dalam berita salah satunya adalah "volume informasi" yang disampaikan.

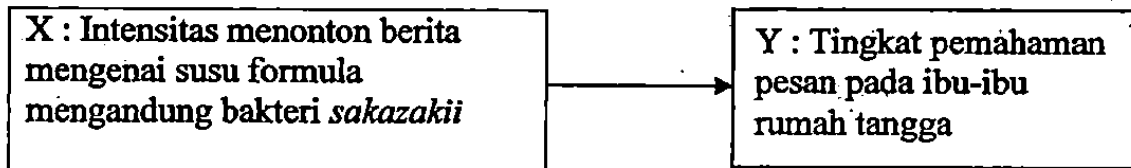
Oleh karena media televisi merupakan media yang paling gencar memberitakan susu formula mengandung bakteri *sakazakii* dan televisi merupakan media paling dekat dengan khalayak maka dapat diasumsikan dampak yang timbul pada khalayak adalah akibat dari tingginya volume informasi yang mereka terima dari intensitas yang tinggi pula dalam menonton televisi sehingga mereka memiliki pemahaman yang berbeda-beda yang berdampak pada perilaku mereka

Kesimpulan dari kerangka pikir dalam penelitian ini adalah “Jika intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi tinggi maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Model penelitian tersebut dapat kami gambarkan sebagai berikut:

Tabel I.II

Gambar Model Penelitian



J. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *eksplanatory*. ‘Explanasi (*explanatory research*) adalah untuk menguji hubungan antar variable yang dihipotesiskan. Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya’ (Faisal, 1995 : 21). ‘Yaitu peneliti menjelaskan hubungan-hubungan melalui pengujian hipotesa’ (Singarimbun, 1995 : 5).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di RW 28 dusun Kutu Dukuh

Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Sleman Yogyakarta. Adapun alasan

pemilihan lokasi ini karena banyak ibu-ibu rumah tangga yang memiliki balita dan jumlah balita di RW 28 cukup banyak.

3. Populasi

Seluruh penduduk yang dimasukkan untuk diselidiki disebut populasi atau universum. 'Populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama' (Hadi, 1987 : 220). 'Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan' (Nazir, 1998 : 325). Populasi dari penelitian ini adalah kalangan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki balita di RW 28 Dusun Kutu Dukuh Kalurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang berjumlah 68 orang. Dalam hal ini informasi yang disajikan dalam berita televisi mengenai kandungan bakteri *sakazakii* dalam susu formula dirasa lebih penting bagi ibu-ibu rumah tangga yang memiliki balita dibanding dengan khalayak lain atau ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki balita.

4. Sampling

Sampel adalah bagian yang diamati. 'Sampel atau sample adalah contoh, monster, representan atau wakil dari suatu populasi yang cukup besar jumlahnya, yaitu satu bagian dari keseluruhan yang dipilih, dan representative sifatnya dari keseluruhannya' (Kartono, 1996 : 129). Jenis sampling yang digunakan peneliti adalah pengambilan sample jenuh (sensus) yaitu "teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan bila peneliti ingin membuat

generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil". (Sugiyono, 2005 : 94).

Populasi ibu-ibu rumah tangga RW 28 Kutu Dukuh Sinduadi Mlati Sleman berjumlah 68 maka jumlah sampel dalam penelitian ini Adalah 68 orang (ibu-ibu rumah tangga yang memiliki balita).

5. Metode Pengumpulan Data

Adalah alat atau cara peneliti untuk mengumpulkan data.

Metode yang akan digunakan adalah:

1. Kuesioner ialah penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek, untuk mendapatkan jawaban (tanggapan, respon) tertulis sepenuhnya (Kartono, 1996 : 217). Peneliti menyebarkan angket yang berisi sejumlah daftar pertanyaan kepada sejumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya.
2. Wawancara atau *interview* adalah percakapan dengan bertatap muka dengan tujuan memperoleh informasi faktual, untuk menaksir dan menilai kepribadian individu, atau untuk tujuan-tujuan konseling/penyuluhan, atau tujuan terapeutis (James P. Chaplin dalam Kartono, 1996 : 187). Dalam hal ini peneliti mewawancarai responden secara langsung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

6. Teknik Skala Pengukuran

Teknik skala pengukuran adalah penggunaan aturan untuk menetapkan bilangan pada objek atau peristiwa. Peraturan penggunaan

notasi bilangan dalam pengukuran disebut skala atau tingkat pengukuran (level measurement). Skala pengukuran untuk masing-masing variable dalam penelitian ini menggunakan skala interval, yaitu bilangan yang menunjukkan dengan kategori data yang mempunyai jarak sama (Rahmat, 1995 : 17). Untuk menghitung skor jawaban responden, peneliti menggunakan skala Likert yang dibagi ke dalam kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, kurang, rendah. Skala pengukuran berjenjang 5 ini kriterianya adalah sebagai berikut:

- Kategori sangat tinggi responden menjawab (a) dengan skor 5
- Kategori tinggi responden menjawab (b) dengan skor 4
- Kategori sedang responden menjawab (c) dengan skor 3
- Kategori kurang responden menjawab (d) dengan skor 2
- Kategori rendah responden menjawab (e) dengan skor 1

K. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Validitas

Uji validitas berkaitan dengan permasalahan “Apakah instrumen yang dimaksud untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang diukur?” 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 person produk moment. Untuk mengetahui apakah variabel yang diukur dengan instrumen yang digunakan

dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi (Singarimbun dan Effendi, 1989:132-139). Jika angka korelasi dari hasil hitungan lebih kecil dibandingkan angka kritik tabel, 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 :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara x dan y

x = Variabel independen

y = Nilai variabel

$\sum xy$ = Jumlah nilai x dan y

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

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

n = Jumlah sampel

2. Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji kestabilan dan konsistensi dari waktu ke waktu. Kuisisioner dikatakan reliable apabila kuisisioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah.

Pengujian reliabilitas dengan variabel dilakukannya dengan cara...

Coefficient. Data yang diperoleh dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronboch's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6 (Nurginto, Gunawan, dan Marzuki, 2002).

Dalam pengujian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum Vi}{Vi} \right)$$

Keterangan :

n = Jumlah butir

Vi = Varians butir

α = Jumlah

Vt = Varians nilai total

L. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif yaitu analisa yang menekankan pada data-data mineral (angka) yang diolah dengan metode statistika, yaitu untuk menguji hipotesis dan untuk mendapatkan suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh intensitas menonton berita susu formula mengandung bakteri *sakazakii* di televisi terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga di RW. 28 Kutu Dukuh Sinduadi kecamatan Mlati Sleman Yogyakarta. Adapun alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisa Regresi Linear

Analisa regresi linier yaitu analisa untuk menjelaskan pengaruh antara variable independent (X) terhadap variable dependent (Y). Rumus dalam persamaan linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

- \hat{Y} : Nilai suatu variable Y yang diprediksi berdasarkan variabel X
- a : Konstan (nilai Y jika X=0)
- X : Nilai variable independent X
- b : Koefisien regresi (perubahan rata-rata Y untuk setiap perubahan satuan dalam variable X)

Pengujian terhadap koefisien regresi dapat digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara pengaruh intensitas menonton berita mengenai susu formula *sakazakii* di televisi (X) terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis:

- a. $H_0 : X = 0$, artinya tidak terjadi hubungan pengaruh intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri sakazaki terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Kutu Dukuh Sinduadi Mlati Sleman Yogyakarta.
- b. $H_a : X \neq 0$, artinya terjadi hubungan pengaruh intensitas menonton berita mengenai susu formula mengandung bakteri

sakazakii terhadap tingkat pemahaman pesan pada ibu-ibu rumah tangga RW 28 Kutu Dukuh Sinduadi Mlati Sleman Yogyakarta

2. Menentukan kriteria penerima atau penolak hipotesa dengan huruf signifikan 5% ($\alpha=0,05$).
3. Menentukan t hitung
4. Menentukan t tabel dengan signifikansi (0,05) dengan uji 2 sisi (0,025) dan $DF=N-2$
5. Tolak H_0 jika t hitung $>$ t tabel. Terima H_0 jika t hitung \leq t tabel