

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan masyarakat Indonesia saat ini terjadi begitu cepat, kebutuhan hidup masyarakat saat ini tidak hanya terbatas pada pemenuhan sandang, papan, pangan saja. Tapi lebih dari itu, ada juga kebutuhan lainnya seperti kebutuhan akan informasi, kebutuhan akan pengetahuan, pemenuhan hak sebagai individu, dan kebutuhan akan pelayanan yang baik dalam berbagai bidang kehidupan dan lain sebagainya. Peningkatan atas bentuk-bentuk kebutuhan yang ada pada masyarakat seperti ini secara tidak langsung menuntut kebijakan-kebijakan pemerintah maupun organisasi lain yang bergerak atau bekerjasama dengan masyarakat sebagai publik sasarnya. Maka untuk kepentingan ini dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang efektif yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat melalui pemberian informasi dan pengetahuan.

Dewasa ini radio sudah sangat memasyarakat artinya sebagian besar masyarakat sudah banyak yang memiliki radio. Radio adalah media komunikasi massa, berkesempatan menjalankan fungsi sebagai media informasi, dimana dalam menjalankan fungsinya harus menyesuaikan dengan sasaran dari khalayak yang membutuhkan informasi tersebut, jika informasi yang disajikan media massa tidak sesuai dengan khalayak maka informasi tersebut tidak akan bermanfaat. Khalayak akan lebih selektif mencari sumber-

sumber informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kelayakan suatu berita tidak lepas dari khalayak pendengar, apakah berita itu memenuhi minat khalayak atau tidak sama sekali. Hal ini juga menjadi dasar pertimbangan yang logis, karena khalayak merupakan faktor utama yang perlu diperhitungkan dalam menentukan pola siaran radio. Salah satu sasaran radio tentu meraih pendengar sebanyak mungkin secara kuantitas dan kualitasnya, apalagi radio bersangkutan telah menetapkan segmentasi pendengarnya (Jonathans, 2000 : 66).

Kemudahan mengakses keragaman informasi ternyata menjadi kebutuhan penting. Fakta ini tentu menjadi tantangan upaya radio siaran yang berusaha mengerucutkan segmentasi pendengar, format siaran dan fokus materi pemberitaannya.

Massa yang dicapai melalui media radio terdiri dari bermacam-macam kriteria dan keinginan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, oleh karena itu media tersebut harus dapat memenuhi selera massa yang dihadapinya. Dalam perkembangan berikutnya memang tidak begitu mengecewakan, segala lapisan masyarakat dapat merasakan dan menikmati hasil dari perjuangan media massa, yang hari demi hari selalu berbenah diri demi kepuasan masyarakat sebagai *audiencenya*.

Dalam kriteria ini penulis menitikberatkan pada media radio yang dalam penyampaian pesannya hanya menyajikan audio saja. Hal ini dikarenakan sebagai sarana komunikasi massa, radio merupakan perangkat yang paling potensial daya capainya dan dapat memberikan pengaruh dalam

kehidupan masyarakat. Dalam kaitan ini bisa dicatat bahwa media radio telah berperan penting dalam memoles kenyataan sosial masyarakat, secara universal bahwa radio mendisfungsikan informasi, menghibur dan mempengaruhi.

Pengaruh mendengarkan acara radio digunakan semakin tinggi dilakukan ketika dalam persaingan untuk meraup jumlah pendengar, maka setiap stasiun radio bangsa kita kehadiran banyak radio swasta yang bersaing keras untuk harus mengemas acaranya agar semakin menarik. Apabila semua stasiun radio menyuguhkan acara yang menarik, yang dilakukan pendengar adalah sebisa mungkin menikmati semua siaran radio yang menarik tersebut.

Pada pengaruhnya yang penting, radio juga memberikan sajian cara untuk keluarga, misalnya saja satu diantaranya berupa sajian acara "Mutiara Keluarga" yang disiarkan oleh Radio Retjo Buntung Yogyakarta yang berada di gelombang 99,4 FM yang berkonsentrasi cukup besar terhadap informasi hiburan dan seputar keluarga, yang sesuai dengan mottonya **Citra Radio Keluarga**. Radio Retjo Buntung Yogyakarta menyiarkan sajian acara "Mutiara Keluarga" 3 kali dalam setiap hari yaitu pada jam 08.00 WIB, 10.00 WIB, dan 17.00 WIB, dimana "Mutiara Keluarga" ini adalah merupakan sajian informasi seputar kehidupan keluarga. Adapun "Mutiara Keluarga" disiarkan setiap program siaran dalam durasi tayang antara 90 detik sampai 120 detik dengan tema informasi yang berbeda-beda. "Mutiara Keluarga" juga biasa disampaikan oleh seorang *parent effectiveness consultant* yang bernama

Bapak Drs.Dwiono Iriyanto, MM, seorang pimpinan dari pusat pelatihan Gladi Insan Mandiri.

Adapun materi yang disajikan dalam acara “Mutiarra Keluarga” misalnya saja adalah tentang bagaimana orang tua mendidik anak, bagaimana orang tua mengasuh anak dengan baik, bagaimana orang tua memberikan nasehat kepada anaknya secara baik dan benar, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk mengubah perilaku dan pengetahuan ibu-ibu rumah tangga tentang pola atau cara asuh mereka yang selama ini masih salah. Mengingat bahwa dewasa ini banyak sekali kasus yang muncul di media massa akibat pola atau cara asuh orang tua yang salah kepada anaknya.

Permasalahan yang muncul adalah bagaimana membuat kelompok sasaran dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga tetap ingat akan pesan yang disampaikan, dan apakah nantinya pesan yang disampaikan dapat berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan ibu-ibu rumah tangga. Melihat bahwa kenyataannya adalah pengetahuan yang didapat ibu-ibu rumah tangga sangat minim sekali bahkan ada yang mengatakan bahwa mereka belum mendapatkan sesuatu yang berarti setelah mendengarkan sajian acara “Mutiarra Keluarga” di radio Retjo Buntung Yogyakarta. Hal ini diketahui dari hasil survei sementara peneliti dengan responden yang pernah mendengarkan sajian acara “Mutiarra Keluarga” melalui wawancara langsung pada Bulan Januari sampai Februari 2005. Berikut hasil kutipan wawancara langsung peneliti dengan beberapa responden :

Dengan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah ingin mengetahui "Seberapa besar hubungan pajauan acara "Mutara Keluarga" di Radio Rejo Buntung terhadap tingkat pengetahuan mengenai anak pada ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokiman Yogyakarta?"

### B. Rumusan Masalah

Ekstensi media radio tersebut sangat diperlukan sebagai media komunikasi pendukung. Dari sudut pandang fungsi media komunikasi massa dimana radio dapat menyajikan siaran informasi seperti yang dilakukan Rejo Buntung Yogyakarta adalah hal yang wajar, namun apakah informasi keluarga tersebut relevan dengan minat dan kebutuhan informasi pendengar sasaran ?

pada bulan Januari-Februari 2005)

Ibu Haniah : "Saya tidak tahu maksud dari acara itu" (sumber : wawancara tersebut".

Ibu Ritah : "Maaf, saya kurang mengerti dengan isi sajian acara Masih dengan pertanyaan yang sama, Responden 2 dan 3 menjawab :

Ibu Sri : "Saya belum begitu paham dengan sajian acara tersebut, jadi saya belum mendapatkan sesuatu dari acara itu".

Peneliti : Pertanyaan yang diajukan peneliti adalah "Apakah yang anda dapatkan setelah mendengarkan sajian acara "Mutara Keluarga" di radio Rejo Buntung Yogyakarta?"

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pajanan acara "Mutiara Keluarga" di Radio Retjo Buntung terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah sajian acara "Mutiara Keluarga" sesuai dengan kebutuhan pendengar.

### D. Kerangka Teori

#### 1. Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan dalam kehidupan manusia yang sangat penting. Komunikasi berfungsi sebagai penghubung antar individu dalam berinteraksi. Contoh kegiatan komunikasi seperti percakapan antara orang dengan orang, siaran televisi, siaran radio, membaca berita di koran dan majalah dan sebagainya.

Komunikasi ini menurut Edwin Emery, Philip H, Adult dan Warren didefinisikan sebagai berikut:

*"Communication is the art of transmitting information, ideas and attitude from one person to another".*

"Bahwa komunikasi adalah suatu seni penyampaian informasi atau pesan, gagasan dan sikap kepada orang lain".

Pandangan yang tidak jauh berbeda juga disampaikan oleh Roger dan Kincaid:

*"A communication is a process in which in the participant create and share information with one another in order reach a mutual understanding".*

Dari kedua definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu seni penyampaian informasi dan bertukar informasi atau pesan, gagasan dan sikap kepada orang lain. Isi dari pesan kemudian

dipersepsi oleh komunikan sesuai dengan kerangka pengetahuan yang dimiliki terhadap pesan informasi tersebut. Selain itu komunikasi juga merupakan proses bagi pihak yang sedang berkomunikasi untuk mencapai suatu persamaan pengertian. Bentuk dasar dari proses komunikasi adalah terjadinya penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dan adanya efek akan menghasilkan komunikasi yang efektif.

Dalam kegiatan komunikasi sangat diharapkan adanya efek atau berpengaruh kepada masyarakat. Karena itu Harold Lasswell menjelaskan seharusnya untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Says What, in Which Channel, To Whom and With What Effect ?* 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 ?
- Apa Efeknya ?

Berdasarkan paradigma Lasswell di atas komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendi, 1992 : 54)

Komunikasi selain berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi, juga berfungsi sebagai sarana penghubung antar individu dalam berinteraksi. Salah satu komunikasi yang sering

digunakan gar menghasilkan komunikasi yang efektif secara serempak sesuai dengan tujuan adalah komunikasi massa. Pihak komunikator menggunakan media massa, seperti radio, surat kabar, televisi dan film. Untuk menyampaikan pesan-pesannya secara luas, komunikasi massa di atas mampu mendominasi lingkungan informasi dan berada dimana-mana sesuai karakteristik masing-masing (Rahmat, 2000 : 200).

## 2. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

### a. Pengertian

Istilah “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 massa dijabarkan sebagai komunikasi dengan menggunakan media massa (Astrid, 1986:3). Media massa tersebut meliputi surat kabar, majalah, radio, televisi dan film.

Media massa digunakan sebagai saluran komunikasi karena suatu alat yang memungkinkan dapat menjangkau *audience* dalam jumlah besar dan tersebar luar.

Adapun ciri-ciri komunikasi massa meliputi antara lain :

1. Komunikasi berlangsung satu arah.
2. Komunikator merupakan lembaga yakni kelompok yang terorganisir yang nampak dengan pembagian tugas dan pemberian wewenang.
3. Pesannya bersifat umum.
4. Menyebar pesannya bersifat serempak.
5. Komunikan bersifat heterogen.

Ialah kelompok komunikasi harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa terutama jenis khusus dari isi penyiaran serta mempunyai kesamaan budaya dan nilai (Onong,1984:28).

Dalam hal ini yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi modern dengan media massa sebagai salurannya dimana hal tersebut mampu menimbulkan keserempakan di antara khalayak yang sedang memperhatikan pesan yang dilancarkan oleh media tersebut.

Pada umumnya setiap penelitian mengenai komunikasi massa selalu didasarkan pada asumsi bahwa media massa memiliki efek. Akan tetapi masih terdapat ketidakpastian dalam menilai tingkat dan jenis efek yang terjadi akibat suatu informasi. Sebelum membicarakan lebih jauh mengenai efek media massa, terlebih dahulu akan kita bahas sejarah perkembangan efek media massa menurut Denis Mcquail.

Tahap pertama dimulai dari awal abad ke 19 hingga akhir tahun 1930-an. Anggapan utamanya bahwa media yang berkembang dengan baik mengemban pengaruh yang cukup untuk membentuk opini dan keyakinan, mengubah kebiasaan hidup. Pandangan-pandangan itu tidak didasarkan atas pengkajian ilmiah, tetapi atas dasar kepopuleran pers, media film dan radio yang baru serta pengaruhnya dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari.

Tahap kedua dimulai dengan serangkaian studi Payne Fund di Amerika Serikat pada awal tahun 1930-an berlanjut hingga awal tahun 1960-an. Pada tahap ini pertumbuhan penelitian komunikasi massa tidak banyak mencolok sekali dalam menjawab pertanyaan mengenai efek dan

afektifitas komunikasi massa. Pada dasarnya, penelitian-penelitian tersebut saling memperkuat kenyataan bahwa sesungguhnya media massa tidak afektif dan tidak berpotensi dalam mempengaruhi *audience*. Hal ini bukan berarti bahwa media massa tidak memiliki efek, tetapi karena media beroperasi di dalam struktur hubungan social yang telah ada serta dalam konteks social budaya tertentu. Faktor social dan budaya ini memiliki peran penting dalam membentuk pilihan, perhatian dan tanggapan dari *audience*.

Tahap ketiga yang berlangsung hingga sekarang, melihat kembali potensi efek media massa tanpa menolak kesimpulan penelitian sebelumnya, tetapi didasarkan atas perbaikan konsepsi tentang proses social dan media yang mungkin terlibat. Pembaharuan penelitian dampak ditandai dengan adanya pergeseran perhatian ke arah perubahan jangka panjang, kognisi daripada sikap dan afeksi, peran yang dimainkan oleh isi, disposisi dan motivasi sebagai *variable sela (intervening variable)*; gejala kolektif seperti iklim opini, struktur keyakinan, ideology, pola budaya dan bahkan bentuk-bentuk kelembagaan (Mcquail, 228-230).

Kemudian muncul juga model penelitian *uses and gratification* yang bisa disebut sebagai efek moderat media massa. Perkembangan lain ditandai dengan munculnya pendekatan agenda setting, yang lebih menitikberatkan pada efek media massa terhadap pengetahuan, daripada terhadap sikap dan pendapat. Sedangkan mengenai model-model proses komunikasi terdapat beberapa model. Yang pertama adalah model jarum suntik atau *hypodermic needle model*. Model ini mengasumsikan bahwa

media massa secara langsung dan cepat mempunyai efek yang sangat kuat kepada khalayak sebagai *mass audience* (Wiryanto,2000:21). Media massa dipandang sebagai jarum suntik raksasa yang mampu mempengaruhi *audience* yang pasif.

Yang kedua adalah model alir dua tahap atau *two step flow model*. Model ini menyatakan bahwa pesan media massa tidak seluruhnya mencapai *mass audience* secara langsung, tetapi sebagian besar berlangsung secara bertahap (Wiryanto,2000:23). Tahap pertama dimulai dari media massa kepada pemuka pendapat (*opinion leader*), kemudian diteruskan kepada anggota-anggota *mass audience* sebagai tahap kedua.

Yang ketiga adalah model alir satu tahap atau *one step flow model*. Model ini hampir sama dengan model jarum suntik, yang menyatakan saluran-saluran media massa berkomunikasi secara langsung kepada *mass audience* (Wiryanto, 2000:21).Pesan-pesan media akan mengalir tanpa harus melalui *opinion leader*. Perbedaannya dengan model jarum suntik adalah model satu tahap ini mengakui bahwa pesan-pesan komunikasi akan memberikan efek yang tidak selalu sama untuk masing-masing penerima.

Yang keempat adalah model alir banyak tahap atau *multi step flow*. Model ini merupakan gabungan dari semua model (Wiryanto,2000:34). Model ini menyatakan pesan-pesan media massa menyebar kepada khalayak melalui suatu interaksi. Media mencapai khalayak dapat secara langsung, tetapi dapat juga melalui pemuka pendapat masyarakat maupun melalui situasi yang saling berhubungan antara sesama anggota khalayak.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tiga efek media massa yaitu:

1. Efek kognitif, terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak.
2. Efek afektif, timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau di benak khalayak.
3. Efek behavioral, menuju pada perilakunya yang dapat diamati meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku (Rakhmat,2001:220-225).

Strategi komunikasi pada dasarnya diperlukan dalam upaya mencapai komunikasi yang efektif. Efek yang terjadi adalah perubahan pada khalayak penerima sebagai akibat pesan yang diterimanya baik secara langsung ataupun melalui media. Berhubungan dengan proses dan strategi komunikasi yang dilakukan pihak radio Retjo Buntung, dapat dipahami proses komunikasi "Mutiarra Keluarga" merupakan proses komunikasi yang menitikberatkan pada suatu kajian tertentu yaitu komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Komunikasi bermedia secara umum dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya.

Dalam penelitian ini peneliti memilih model *uses and gratifications* sebagai acuan, karena model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap

media. Anggota khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan.

### **3. Tinjauan tentang Radio Siaran**

Radio siaran memang memiliki banyak kelebihan, karena Radio memiliki kesederhanaan bentuk (*portability*) dan kemampuan yang tinggi untuk menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan lain sekalipun, atau bahkan menikmati media massa lainnya (Muhtadi, 1999:96). Tingkat kesibukan manusia yang semakin berpacu dengan waktu dalam berbagai aktivitas, memberi peluang bagi kehadiran dan perkembangan radio siaran swasta untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan menyajikan program-program menarik.

Bentuk komunikasi massa yang dianggap paling ideal menggantikan fungsi manusia dalam melaksanakan Interaksi sosial, nampaknya medium radio yang memenuhi syarat. Menurut majalah INFO yang dikutip kembali oleh Mila Hidayatullah, menyebutkan bahwa ada beberapa kelebihan dalam upaya menyebarkan informasi melalui medium radio kepada masyarakat adalah:

- a. Radio dapat mengatasi buta huruf, maksudnya pendengar tidak dituntut untuk pandai membaca atau menulis.
- b. Radio bersifat personal, artinya pendengar radio dapat merasakan suasana akrab, sehingga memudahkan tersalurnya komunikasi.
- c. Radio penuh dengan variasi yang meyakinkan, karena mempunyai kemampuan untuk merekam kutipan-kutipan.

- d. Radio bersifat impresif, segala informasi yang disampaikan selalu cakap, tepat dan jelas.

Persaingan radio swasta yang semakin ketat, sekurang-kurangnya telah menimbulkan tiga akibat penting : *pertama*, memacu munculnya kreativitas dari berbagai stasiun radio untuk selalu berusaha menampilkan acara yang menarik bagi pendengarnya. *Kedua*, menyebabkan semakin terspesialisasinya paket-paket acara yang digelar dan segmen pendengar utama yang ingin diraih stasiun radio. *Ketiga*, persaingan yang semakin kompetitif tidak jarang menyebabkan banyak acara radio kemudian terperosok menjadi semacam komoditas kapitalistik dan melupakan misinya yang lain sebagai penyampai pesan yang berguna (Suryanto, 1996:143)

“Dengan memiliki radio kita dapat mengunjungi *audience* sampai ke rumah-rumah bahkan dapat mencapai pikiran pendengar” (Sumadi, 1991:771)

Permasalahannya radio siaran di Indonesia acapkali mempunyai isi dan sasaran khalayak yang sama, sehingga terjadi perebutan segmen yang sama, malah menjadi tidak *segmented*, tetapi umum. Kesemuanya itu usaha pemahaman terhadap *audience*, karena bagaimanapun siaran radio merupakan aktivitas komunikasi, yang tidak lepas dari prinsip komunikasi, yakni komunikator dan komunikan (Subiakto, dalam Cahyana, 1996 : 139-140). Pemahaman terhadap khalayak merupakan tuntutan utama dalam mengefektifkan komunikasi. Selain fragmentatif demikian, tuntutan perkembangan radio adalah memaju pada media yang partisipatif. Tuntutan

ini merupakan fenomena menuju sistem komunikasi demokratis partisipan (McQuail, 1990:141).

Radio swasta secara umum berkembang dengan sehat, terbuka dari kemampuan membuat program yang kreatif, teratur dan profesional. Radio mempunyai karakter tersendiri berbeda dengan media massa lainnya. Milton mengatakan bahwa:

“radio mempunyai kekuatan untuk memilah-milah khalayaknya dalam segmen-segmen yang kecil, dalam segmen kelompok umur, keanggotaan keluaraga, perolehan pendapatan maupun pendidikan”

(Milton, 1982 dalam Ishadi, 1999:141)

Sebaliknya karena sifatnya yang *segmented* itu, maka radio bisa membuat program-program yang lebih spesifik untuk menarik pendengar. Penentuan format yang mempunyai konsekuensi pada pilihan isi sepanjang waktu siaran (bahasa penyar, dialek, pilihan musik, iklan, berita dan lain-lain) agar teridentifikasi pada segmen yang dituju menjadi suatu yang sangat penting (Subiako, 1996:140). Ketika orang mengkonsumsi sebuah media massa, orang tersebut cenderung untuk memilih atau mengkonsumsi media yang sesuai dengan *interest* dan kepentingannya saja. Informasi yang dibutuhkan masyarakat sangat bervariasi, informasi hiburan, pendidikan, politik, ekonomi, sosial dan budaya.

#### 4. Pembentukan Pengetahuan

Pengetahuan yaitu kemampuan mengingat kembali hal-hal yang telah dipelajari (Zahara Idris, 1987 :12).

Dalam garis besarnya pengetahuan berhubungan dengan jumlah informasi yang dimiliki seseorang, sedangkan pengetahuan itu sendiri terbentuk apabila sudah terjadi pengolahan informasi. Adapun proses pengolahan informasi meliputi:

##### 1. Sensasi

Menurut Benyamin B. Wolman dalam bukunya Jalaluddin Rakhmat menyebutkan bahwa :

“Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera” (Jalaluddin Rakhmat, 1994: 49). Melalui alat indera, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat inderalah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya.

##### 2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan

makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Desiderato dalam Jalaludin Rakhmat, 1994: 51). Jadi dari persepsi ini manusia akan memperoleh pengetahuan baru.

### 3. Memori

Menurut Schlessinger dan Groves dalam bukunya Jalaludin Rakhmat mengatakan bahwa:

“Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya” (Jalaluddin Rakhmat, 1994: 62).

### 4. Berpikir

Menurut Paul Mussen dan Mark R. Rosenzweig dalam bukunya Jalaludin Rakhmat :

*“The term ‘thinking’ refers to many kind of activities that involve the manipulation of concepts and symbols, representations of objects and events”* ( Jalaluddin Rakhmat, 1994: 68).

Jadi, berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Berpikir dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan yang baru (*creativity*).

Dari uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa seorang individu akan mendapatkan pengetahuan baru apabila ia telah melalui keempat proses tersebut di atas. Terpaan informasi dalam acara “Mutiar Keluarga” di radio akan diterima pendengar melalui indera pendengaran, selanjutnya oleh pendengar informasi yang diperoleh akan di tafsirkan dan disimpulkan ke dalam memori pendengar kemudian pendengar akan berpikir sejauh mana tingkat pengetahuan mereka terhadap isi sajian acara “Mutiar Keluarga” tentang mengasuh anak, apakah sudah sesuai dengan apa yang dilakukan pendengar selama ini ataukah belum.

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan, karena merupakan instrumen kerja dari teori. Suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yang mengandung 2 variabel atau lebih dan dapat dirumuskan secara eksplisit maupun implicit (Singarimbun,1995:33).

Untuk mengetahui lebih lanjut yang dimaksud dengan hipotesis, Sutrisno Hadi berpendapat:

“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).

Jadi hipotesis disini adalah dugaan-dugaan sementara yang mengarahkan

final masih memerlukan pembuktian akan kebenarannya. Hipotesa yang digunakan oleh peneliti dalam penulisan skripsi ini adalah:

- ❖ Terdapat hubungan antara pajanan acara “Mutiara Keluarga” di Radio Retjo Buntung Yogyakarta terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta.

Untuk membuktikan hipotesa penelitian di atas maka digunakan suatu hipotesa kerja seperti di bawah ini:

- Semakin tinggi pajanan acara “Mutiara Keluarga” maka semakin tinggi pula hubungan terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga.

## **F. Definisi Konsep**

Konsep adalah unsur penelitian yang terpenting dan merupakan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena social (Singarimbun, Sofyan Effendi, 1989:33).

1. Pajanan acara “Mutiara Keluarga” di Radio Retjo Buntung Yogyakarta sebagai variabel *independent*.

- Pajanan adalah kondisi atau keadaan dimana seorang komunikan diterpa oleh pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator melalui media.
- Acara “Mutiara Keluarga” adalah sebuah tayangan informasi berupa sisipan yang berisi pesan-pesan atau ajakan untuk merefleksikan sebuah perjalanan kehidupan berkeluarga.

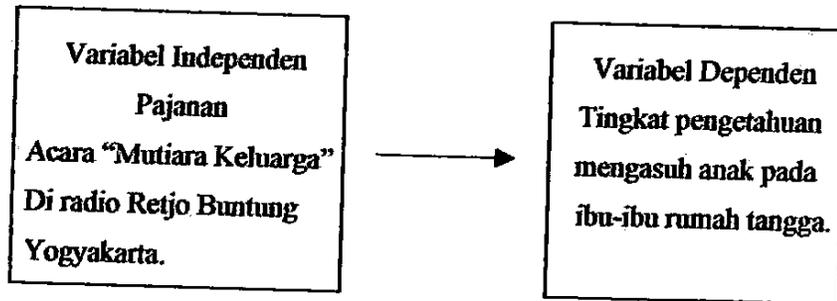
- Radio adalah media massa elektronik yang dapat menjangkau sasaran yang sangat luas. Dimana radio ini hanya mengandalkan unsur audionya saja, sehingga radio hanya bisa didengar oleh khalayak.

Secara teoritis hubungan variabel di atas adalah sebagai berikut, pajanan acara “Mutiara Keluarga” di radio (variabel *independent*) diasumsikan mempunyai hubungan terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak di kalangan ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta (variabel *dependent*).

2. Tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga sebagai variabel *dependent*.

- Tingkat pengetahuan adalah tinggi rendahnya pengetahuan responden pada suatu hal. Dalam penelitian ini, tingkat pengetahuan diukur berdasarkan persetujuan responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan mengenai bagaimana orang tua mengasuh anak secara baik dan benar sesuai dengan sajian acara “Mutiara Keluarga” di Radio Rejto Buntung Yogyakarta.
- Mengasuh hampir identik dengan mendidik. Mengasuh anak ialah mendidik, membimbing dan memeliharanya, mengurus makanan, minuman, pakaian, kebersihannya atau pada segala perkara yang seharusnya diperlukannya, sampai batas bilamana si anak telah mampu melaksanakan keperluannya yang vital seperti makan, minum, mandi, berpakaian (Umar Hasyim, 1983:86). Untuk mempermudah pemahaman mengenai hubungan antara variabel *independent* dan

variabel dependen dalam penelitian ini, maka digunakan diagram sebagai berikut :



Tabel 1.1

Diagram Konsep

VARIABEL INDEPENDEN	VARIABEL DEPENDEN
<p><b>Pajanan acara "Mutiara Keluarga" di Radio Retjo Buntung Yogyakarta.</b>  <b>Dapat dilihat dari:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Frekuensi responden diterpa acara "Mutiara Keluarga" di Radio Retjo Buntung Yogyakarta.</li> <li>◆ Tingkat perhatian responden terhadap acara "Mutiara Keluarga".</li> <li>◆ Aspek afeksi responden terhadap penyajian acara "Mutiara Keluarga".</li> <li>◆ Tingkat pemahaman responden terhadap isi informasi acara "Mutiara Keluarga".</li> </ul>	<p><b>Tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga.</b>  <b>Dapat dilihat dari:</b>            Persetujuan responden atas pertanyaan yang diajukan mengenai pengetahuan mengasuh anak.</p>

## G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.

### a. Variabel Independen

Pajanan acara "Mutiara Keluarga" di radio Retjo Buntung adalah sajian informasi seputar keluarga mengenai cara atau pola asuh anak. Diukur dengan indikator:

#### a). Frekuensi responden diterpa acara "Mutiara Keluarga" di radio :

- Tinggi : mendengarkan lebih 15 kali seminggu
- Sedang : mendengarkan 10 – 15 kali seminggu
- Rendah : mendengarkan kurang dari 5 kali seminggu

#### b). Perhatian responden terhadap acara "Mutiara Keluarga" :

- Tinggi : bila responden mendengarkan acara tanpa diselingi dengan kegiatan yang menyita perhatian.
- Sedang : bila responden mendengarkan acara diselingi dengan kegiatan yang kurang menyita perhatian.
- Rendah : bila responden mendengarkan acara diselingi dengan kegiatan yang sangat menyita perhatian.

#### c). Ketertarikan responden terhadap penyajian acara "Mutiara Keluarga", dengan unsur-unsurnya: penyampaian acara oleh penyiar, dan isi pesan acara "Mutiara Keluarga".

- Tinggi : bila responden tertarik pada semua unsur acara "Mutiara Keluarga".

- Sedang : bila responden tertarik pada dua dari ketiga unsur acara "Mutiara Kelurga".
- Rendah : bila responden hanya tertarik pada satu unsur acara "Mutiara Keluarga".

d). Minat mendengarkan kembali acara "Mutiara Keluarga":

- Tinggi : bila responden sangat berminat mendengar kelanjutan acara "Mutiara Keluarga" di setiap jam tayangnya.
- Sedang : bila responden kurang berminat mendengar kelanjutan acara "Mutiara Keluarga" di setiap jam tayangnya.
- Rendah : tidak berminat sama sekali mendengar kelanjutan acara "Mutiara Keluarga" di setiap jam tayangnya.

e). Pemahaman terhadap isi informasi acara "Mutiara Keluarga" di radio dapat diketahui apabila responden memahami manfaat yang dapat diperoleh dengan mendengarkan acara "Mutiara Keluarga". Adapun manfaat yang bisa didapat meliputi:

1. Dapat menambah wacana atau pengetahuan dalam berumah tangga.
2. Dapat merubah sikap atau tingkah laku ke arah yang lebih baik.
3. Dapat menjadi pedoman yang baik dalam menjalani sebuah kehidupan berumah tangga. Dan pengukurannya adalah sebagai berikut

- Tinggi : responden dapat menyebutkan 3 manfaat acara "Mutiara Keluarga" tersebut.

- Sedang : responden dapat menyebutkan 1-2 manfaat acara tersebut.
- Rendah : responden tidak dapat menyebutkan manfaat dari acara tersebut.

**b. Variabel Dependen**

Tingkat pengetahuan tentang pola asuh anak di kalangan ibu-ibu rumah tangga merupakan variabel dependen, indikatornya adalah persetujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana cara orang tua mengasuh anak.

Adapun pertanyaan yang diajukan peneliti meliputi:

1. Bagaimana sikap orang tua terhadap anak yang melakukan kesalahan.
2. Bagaimana sikap orang tua membatasi lingkup pergaulan anak.
3. Bagaimana sikap orang tua memberikan kasih sayang kepada anak.
4. Bagaimana sikap orang tua mengasuh anak yang berpedoman pada tuntunan agama. Dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

- Tinggi : bila responden menjawab setuju pada seluruh pertanyaan
- Sedang : bila responden menjawab kurang setuju pada seluruh pertanyaan
- Rendah : bila responden menjawab tidak setuju pada seluruh pertanyaan

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Posisi Paradigmatis Penelitian

Posisi paradigmatis yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif yaitu yang berdasarkan pada pemberian skor atau bobot terhadap semua data dengan melakukan analisis statistika.

### 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah *eksplanatory* yaitu peneliti menjelaskan hubungan- hubungan melalui pengujian hipotesa (Singarimbun,1995:5).

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah *survey* yaitu metode yang memfokuskan perhatian pada beberapa unit analisa saja.

### 4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta. Adapun alasan pemilihan lokasi ini adalah : Banyak ibu-ibu rumah tangga di kampung Beji Kelurahan Purwokinanti yang masih minim pengetahuannya tentang mengasuh anak meskipun sudah diterpa sajian acara "Mutiara Keluarga" di Radio Retjo Buntung Yogyakarta.

### 5. Populasi

Adalah keseluruhan objek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah kalangan ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta.

## 6. Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Jenis sampling yang digunakan peneliti adalah *Purposive Sampling*. Sampling purposive dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. Dalam hal ini peneliti memilih kalangan ibu-ibu rumah tangga sebagai sampel. Keuntungan yang bisa diperoleh dengan menggunakan purposive sampling ini adalah bahwa sampel dipilih sedemikian rupa, sehingga relevan dengan desain penelitian. Selain itu cara ini relatif mudah dan murah dilaksanakan. Responden yang dipilih peneliti adalah ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta. Besarnya sampel diambil dengan menggunakan pecahan 20% dari jumlah keseluruhan populasi. Adapun jumlah keseluruhan populasi adalah 317 orang, dengan demikian peneliti mengambil 64 orang sebagai responden. Sebenarnya ukuran sampel bergantung pada derajat keseragaman, presisi yang dikehendaki, rencana analisis data dan fasilitas yang tersedia (Singarimbun, 1989: 137).

## 7. Metode Pengumpulan Data

Yaitu alat atau cara peneliti untuk mengumpulkan data.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Penelitian Pustaka

Penelitian kepustakaan merupakan pedoman untuk mendapatkan teori sebagai pendekatan dalam menguraikan variabel-variabel sehingga menjadi jelas dan dapat digunakan sebagai dasar hipotesa.

b. Penelitian Lapangan

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

8. 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 of measurement*). Skala pengukuran untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan skala interval, yaitu bilangan yang

memunjukkan tingkat dengan kategori data yang mempunyai jarak yang sama (Jalaludin Rakhmat, 1999:17). Untuk menghitung skor jawaban responden, peneliti menggunakan skala pengukuran yang dibuat sendiri dengan menggunakan pedoman skala Likert yang dibagi ke dalam kategori tinggi, sedang, dan rendah. Skala pengukuran berjenjang 3 ini kriterianya adalah sebagai berikut:

- Kategori tinggi responden menjawab (a) dengan skor 3
- Kategori sedang responden menjawab (b) dengan skor 2
- Kategori rendah responden menjawab (c) dengan skor 1

#### **I. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode analisa kuantitatif yaitu metode analisis data yang dilakukan secara matematis dengan mempergunakan berbagai rumus statistika. Analisis kuantitatif didasarkan pada perhitungan obyektif yang digunakan untuk memecahkan persoalan yang sifatnya dapat diukur. Data yang diperoleh dijadikan sebagai patokan yang dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menunjukkan perbedaan, perbandingan, tingkatan dan hubungan antara satu data dengan data yang lain.

Metode kuantitatif yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Korelasi Langsung (Korelasi *Product Moment*) :

Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain atau apakah variabel bebas mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan variabel terikat. Korelasi *product moment* dikembangkan oleh Karl Pearson, sehingga koefisien korelasi ini sering juga disebut sebagai koefisien korelasi Pearson. Berkaitan dengan penelitian ini, maka akan diketahui pengaruh antara pajanan acara "Mutiarra Keluarga" di Radio Retjo Buntung Yogyakarta terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga di kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta. Koefisien korelasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

- Keterangan,  $r$  : Koefisien korelasi antara x dan y
- $x$  : Variabel independent (pengaruh pajanan acara "Mutiarra Keluarga")
- $y$  : Nilai variabel terikat (tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga)
- $\sum_{xy}$  : Jumlah produk dari x dan y
- $\sum x^2$  : jumlah kuadrat pada variabel x
- $\sum y^2$  : Jumlah kuadrat pada variabel y
- $n$  : Jumlah sampel

Untuk mengukur tingkat signifikansi hubungan antara variabel-variabel tersebut dapat diketahui dari koefisien korelasi yang diperoleh dan ditafsirkan menurut pedoman Guilford (Surakhmat, 1978: 290) berikut ini:

- a. Bila koefisien kurang dari 0,20, maka hubungan rendah dan lemah.
- b. Bila koefisien antara 0,20-0,40, maka hubungan rendah tapi pasti.
- c. Bila koefisien antara 0,40-0,70, maka hubungan cukup berarti.
- d. Bila koefisien antara 0,70-0,90, maka hubungan tinggi dan kuat.
- e. Bila koefisien lebih besar dari angka 0,90, maka hubungan sangat tinggi, kuat sekali dan dapat diandalkan.

Selain rumus di atas, dapat pula menggunakan rumus di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{JP_{xy}}{\sqrt{(JK_x)(JK_y)}}$$

Keterangan,  $r_{xy}$  : Koefisien korelasi

$JP_{xy}$ : Jumlah produk

$JK_x$  : Jumlah kuadrat variabel  $x$

$JK_y$  : Jumlah kuadrat variabel  $y$

Dimana, 
$$JP_{xy} = \sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}$$

$$JK_x = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}$$

$$JK_y = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$$

Besaran koefisien korelasi menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan. Secara umum dapat dikatakan bahwa koefisien korelasi yang besar menunjukkan hubungan yang kuat dan begitu pula sebaliknya. Koefisien korelasi akan bergerak antara 0,00 sampai dengan 1,00. Koefisien korelasi yang bergerak semakin mendekati 1,00 menunjukkan hubungan yang kuat, sebaliknya koefisien korelasi yang bergerak mendekati 0 atau 0,00, menandakan bahwa hubungan itu lemah. Keadaan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

$$-1,00 \leq r_{xy} \leq +1,00$$

Berkaitan dengan penelitian ini, maka akan diketahui hubungan antara  $X_1$  dan  $Y$ .

## 2. Analisa Regresi Linier

Analisa regresi linier yaitu analisa untuk menjelaskan pengaruh antara variabel *dependent* ( $y$ ) dan variabel *independent* ( $x_1$ ). Rumus dalam persamaan linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $\hat{Y}$  : Nilai suatu variabel  $Y$  yang diprediksi berdasarkan variabel  $X$
- $a$  : Nilai perpotongan antara garis linier dengan sumbu vertikal  $Y$
- $X$  : Nilai variabel *independent*  $X$
- $b$  : Kemiringan (*slope*) yang berhubungan dengan variabel  $X$

Berdasarkan rumus regresi linier di atas, koefisien  $b$  berarti perubahan rata-rata  $Y$  untuk setiap perubahan satuan dalam variabel  $X$ . Setiap koefisien hanya memberikan gambaran parsial tentang apa yang terjadi pada  $Y$  untuk perubahan  $X$  yang berhubungan dengan koefisien yang dimaksud. Pada penelitian ini akan diketahui pengaruh  $X_1$  dan  $Y$ .

Keterangan:

- a. Pengaruh pajanan acara “Mutiara Keluarga” di Radio Retjo Buntung Yogyakarta ( $X_1$ ).
- b. Tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga di Kampung Beji Kelurahan Purwokinanti Yogyakarta ( $Y$ )

### 3. Pengujian terhadap Koefisien Regresi

Untuk mengetahui apakah nilai  $R$  yang telah dipengaruhi itu signifikan atau tidak, maka harus dilakukan analisa koefisien regresi. Rumus  $F$  ini adalah sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan,  $k$  : Banyaknya variabel bebas

$N$  : Ukuran sampel

$F_{reg}$  : Harga  $F$  garis regresi.

(Statistik  $F$  ini berdistribusi dengan dk pembilang =  $k$  dan

dk penyebut =  $n-k-1$ )

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{reg} > F_{tab}$ , berarti terdapat pengaruh antara kedua variabel secara signifikan.
- b. Jika  $F_{reg} < F_{tab}$ , berarti tidak terdapat pengaruh antara kedua variabel secara signifikan.

Pengujian terhadap koefisien regresi dapat digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara pengaruh pajanan acara “Mutuara Keluarga” dengan tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Terdiri atas dua bagian yaitu,
  1.  $H_0 : X = 0$ , artinya tidak terjadi hubungan pajanan acara “Mutuara Keluarga” terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga.
  2.  $H_0 : X \neq 0$ , artinya terjadi hubungan pajanan acara Mutuara Keluarga” terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga.
- b. menentukan kriteria penerima atau penolak hipotesa dengan huruf signifikan 5% ( $\alpha=0.05$ ).
- c. Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

Dummy yang digunakan adalah sebagai berikut:

5. Analisa Determinasi Parsial

Analisa determinasi parsial adalah suatu analisa untuk mengetahui tinggi derajat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, jika variabel X yang lain dianggap konstan atau dikontrol. Caranya untuk mengetahui pengaruh

Korelasi parsial antara Y dan  $X_1$  dinyatakan dengan rumus di atas oleh variabel  $X_2$  dan  $X_3$

Keterangan,  $r_{y12}$  : koefisien korelasi antara Y dan  $X_1$  yang dikontrol

$$r_{y12} = \frac{r_{y12} - (r_{y12})(r_{12})}{\sqrt{(1-r_{12}^2)(1-r_{23}^2)}}$$

ini adalah sebagai berikut:

4. Analisa Koefisien Korelasi Parsial

Analisa koefisien korelasi parsial yaitu suatu analisis koefisien korelasi antara sebagian dari sejumlah variabel yaitu apabila hubungan dengan variabel lain dianggap tetap atau dikontrol. Caranya adalah untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangga yang dipengaruhi oleh pajanan acara "Mutuara Keluarga" di Radio Rejo Buntung Yogyakarta. Rumus dari koefisien parsial

$\sigma_e$  : Standar error koefisien regresi

$\beta$  : Penjumlahan koefisien regresi

Keterangan,  $b$  : Koefisien regresi linier

antara pajanan acara “Mutu Keluarga” di Radio Retjo Buntung terhadap tingkat pengetahuan mengasuh anak pada ibu-ibu rumah tangg. Adapun rumus dari determinasi parsial ini adalah sebagai berikut:

$$R^2_{y_{12}} = r_{y_{12}}^2$$

Keterangan,  $R^2_{y_{12}}$  : Determinasi parsial.

$r_{y_{12}}^2$  : Koefisien korelasi parsial.

## 6. Uji Validitas dan Reabilitas

### a. Validitas

Suatu alat pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur alat yang seharusnya diukur oleh alat itu. Jenis validitas yang peneliti gunakan adalah validitas isi yaitu bahwa isi atau bahan yang diuji atau dites relevan dengan kemampuan, pengetahuan, pengalaman atau latar belakang orang yang diuji (Nasution, 2001 : 74-75). Adapun cara menguji validitas alat pengukur adalah sebagai berikut:

Langkah 1 : mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.

Langkah 2 : melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden.

Langkah 3 : mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

Langkah 4 : menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik. Tabel korelasi nilai-*r* (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989 : 132-139).

#### b. Reliabilitas

Suatu alat pengukur dikatakan reliable bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliable secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama (Nasution, 2001 :76).

Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Berhubungan tingkat pengetahuan mengasuh anak merupakan gejala sosial, maka dalam pengukuran gejala sosial selalu diperhitungkan unsur kesalahan pengukuran (*measurement error*). Dalam penelitian sosial, kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu untuk mengetahui hasil pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran ini sangat diperhitungkan.

Setiap hasil pengukuran sosial selalu merupakan kombinasi antara hasil pengukuran yang sesungguhnya (*true score*) ditambah dengan kesalahan pengukuran. Secara rumusan matematik, keadaan tersebut digambarkan dalam persamaan berikut ini :

$$x_o = x_t + x_e$$

$x_o$  = angka yang diperoleh (*obtained score*)

$x_t$  = angka yang sebenarnya (*true score*)

$x_e$  = kesalahan pengukuran (*measurement error*)

Makin kecil kesalahan pengukuran, makin reliable alat pengukur. Sebaliknya makin besar kesalahan pengukuran, makin tidak reliable alat pengukur tersebut. Besar kecilnya kesalahan pengukuran dapat diketahui antara lain dari indeks korelasi antara hasil pengukuran pertama dan kedua. Bila angka korelasi ( $r$ ) dikuadratkan, hasil kuadrat ini disebut dengan "koefisien determinasi" (*coefficient of determination*), yang merupakan petunjuk besarnya hasil pengukuran yang sebenarnya. Makin tinggi angka korelasi, makin rendah kesalahan pengukuran (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989 : 140-141).