

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sejak zaman dahulu manusia berkomunikasi dalam lingkup individu dan kelompok. Komunikasi tersebut masih dalam ruang lingkup yang kecil, sampai ditemukannya alat-alat mekanik yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Dalam sejarah publisistik dimulai satu setengah abad setelah ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg, sejak itu dimulai zaman publisistik atau komunikasi massa (Wiryanto, 2000 : 1). Kata massa dalam komunikasi massa dapat diartikan lebih dari sekedar “orang banyak” di lokasi yang sama, melainkan semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa.

Media massa, baik cetak maupun elektronik memiliki peranan dan fungsi yang besar bagi masyarakat, diantaranya sebagai media informasi, pendidikan ataupun hiburan. Pada masa globalisasi sekarang media massa telah menjangkau hampir dari keseluruhan Indonesia baik itu elektronik ataupun media cetak. Media diharapkan dapat menjalankan fungsinya dengan baik.

Dalam bukunya, *Jurnalistik Massa Kini*, Dja'far H, Assegaf, Jakarta Ghalia Indonesia, 1995:10 menyebutkan bahwa :

Pers dapat diartikan dalam arti luas dan arti sempit. Pers dalam arti sempit pers berarti media cetak (surat kabar dan majalah) sedangkan pers dalam arti luas maksudnya bahwa tidak hanya terbatas pada media cetak (surat kabar, majalah, dan lainnya)melainkan juga mencakup media-media elektronik (radio, televisi, vcd, dan film). Media elektronik merupakan

media yang digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan pesan yang mencapai jumlah massa yang banyak dan heterogen.

Dibandingkan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Ia merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Bisa bersifat informatif, hiburan maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur di atas. Televisi menciptakan suasana tertentu dimana para pemirsanya dapat duduk santai tanpa kesenjangan untuk mengikutinya. Penyampaian isi atau pesan juga seolah-olah langsung antar komunikator (pembawa acara, pembawa berita, artis) dengan komunikan (pemirsa). Informasi yang disampaikan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat jelas secara visual.

Media televisi sebagai sarana acara realitas sosial menjadi penting artinya bagi manusia untuk memantau diri manusia dalam kehidupan sosialnya. Pemantauan itu bisa dalam bentuk perilaku, mode bahkan sikap terhadap ideologi tertentu. hal ini tergantung dari bagaimana kesiapan manusianya untuk menghadapi informasi televisi. Faktor pendidikan manusia adalah salah satu pemecahan paling utama sebagai 'filter' untuk mencegah efek negatif dari materi acara televisi. Selain itu, kualitas informasi yang ditayangkan televisi juga menjadi tolok ukur untuk memantau sampai sejauh mana informasi tersebut benar-benar memiliki arti penting bagi hidup manusia secara informasi maupun edukasi.

Dalam hal ini penulis menitik beratkan pada salah satu media yaitu televisi yang dalam penyampaian pesannya disertai dengan gambar dan suara (audio visual) yang dapat mengungkap memperjelas maksudnya dari apa yang sedang

disiarkan sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh pemirsa. Komunikasi dengan memanfaatkan media televisi ini hampir dapat menyatukan seluruh manusia didunia. Hal ini dikarenakan sebagai sarana komunikasi massa, televisi merupakan perangkat yang paling potensial daya capainya dan dapat memberikan pengaruh kepada sebagian aspek kehidupan dalam pertumbuhan masyarakat-masyarakat (J.B. Wahyuni, *Media Komunikasi Massa Televisi*, 1996:XI).

Seiring laju arus reformasi yang dimotori oleh mahasiswa, membawa “angin segar” dalam dunia penyiaran di Indonesia. Karena kebebasan pers semakin diakui, berbeda dengan zaman rezim orde baru. Hal ini terlihat dengan banyaknya stasiun televisi swasta nasional maupun lokal di Indonesia. Menurut website resmi Jogja TV tercatat 11 stasiun televisi swasta nasional dan 114 stasiun televisi swasta lokal (24 Juni, Yahoo.com), khusus daerah Yogyakarta saat ini terdapat 3 stasiun televisi swasta daerah (Jogja TV, RB TV, TA TV) dan sedang dipersiapkan satu televisi lokal lagi (KPI, Selasa 22 April 2008). Potensi TV lokal sangat besar, mampu menampung aspirasi audiense dalam suatu wilayah karena lebih dekat. Hal ini sudah mulai dimanfaatkan oleh Indosiar yang bekerja sama dengan Jogja TV menyiarkan berita pada pagi hari seputar Yogyakarta. Menurut pengamatan yang saya lakukan dari tanggal 13-20 februari, penulis berpendapat Jogja TV memiliki konsep yang lebih jelas dari pada stasiun televisi yang lain, yaitu menonjolkan aspek budaya. Ada hasil survey A.C. Nielsen, menempatkan Jogja TV pada posisi teratas di Yogyakarta (http://groups.yahoo.com/group/televisi_lokal/).

Dalam kaitannya dengan hal diatas kita bisa mencatat bahwa media televisi telah berperan penting dalam memoles kenyataan sosial sehingga realitasnya tampil di televisi telah menjelma menjadi “dunia citra” yang tidak dengan sendirinya akan menggambarkan secara jelas/telanjang ”dunia yang sesungguhnya” namun dengan menjamurnya media televisi sebagai produk teknologi komunikasi yang harganya semakin mudah dijangkau masyarakat dari hampir semua lapisan, maka acara televisi telah menjadi semacam ritualisme (Idi Subandi, Ibrahim, *Ritualisme Ix dan Kemasan Masyarakat Pasca 1997* : 249).

Sehubungan tentang hal tersebut di atas Jogja TV yang menempatkan diri mengusung nama tradisi tiada henti menampilkan acara “ Inyong Siaran “ yang ditayangkan secara langsung tiap hari jum’at dan minggu jam 21.30 WIB sampai dengan 22.00 WIB. Acara tersebut berisi seputar berita tentang budaya Banyumasan yang dibawakan oleh 2 pembawa acara yang sering dipanggil mbokayune Rahma dan kakang Yudi. Dalam membawakan berita mereka menggunakan bahasa Banyumas. Dengan slogannya yaitu “Mbokan wong Banyumas bisa tresna maning maring kebudayaan Banyumas, ya mbookkk... mboook....” (Bisa senang lagi sama kebudayaan Banyumas, ya kannn...kann.....), diharapkan acara tersebut secara khusus dapat menarik minat para warga jogja, khususnya warga yang asli berasal dari Banyumas ataupun mahasiswa asal Banyumas untuk lebih mencintai kebudayaan daerahnya.

Menurut Resdiati Ari P, produser acara Inyong Siaran, awal kemunculan acara Inyong Siaran diprakarsai oleh komisariss Jogja TV bersama dengan tenaga ahli di Jogja TV karena merasa bahasa Banyumasan dan budayanya cukup

menarik banyak kalangan (wawancara tanggal 5 april 2008 di Jogja TV). Acara Inyong Siaran tayang perdana pada tanggal 1 Juli 2006 yang pada awalnya acara tersebut dibawakan oleh Betha dan Gandes. Kemunculan perdana tersebut mendapat respon yang sangat positif terbukti dengan mendapat rating 9, kemudian sekarang acara tersebut dibawakan oleh mbokayune Rahma dan kang Yudi.

Acara inyong siaran berisi tentang beraneka ragam sesuatu tentang Banyumasan, baik itu obyek wisata, makanan khas, kesenian, ataupun berita tentang segala hal yang berhubungan dengan Banyumasan, “acara ini bisa digolongkan sebagai Newstainment karena berisi tentang berita juga hiburan” kata pimpinan produksi Inyong Siaran (wawancara produser Inyong siaran tanggal 5 april 2008).

“Pengaruh arus deras globalisasi membuat sedikitnya 169 bahasa daerah di Indonesia saat ini terancam punah. Jika tidak segera didokumentasikan dan diselamatkan, jumlah bahasa yang punah tersebut bisa meningkat” demikian diungkapkan oleh pakar bahasa dari Universitas Indonesia, Prof. Multina RMT Lauder dalam Seminar Bahasa dan Sastra Indonesia di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Louder menyatakan, sejumlah 169 bahasa diambang kepunahan itu kini hanya mempunyai penutur antara 500 sampai 1000 orang (Suara Merdeka, senin 11/10/2004). Dengan keadaan demikian tentu sangat memprihatinkan kalau sampai bahasa masing-masing bahasa daerah hilang atau “punah”, sehingga perlu adanya suatu kepedulian dari kita untuk melestarikannya.

Gaya konyol Rahma dan Yudi dalam berbicara dalam logat Banyumasan ternyata mampu menarik minat pemirsa untuk menyaksikan acara tersebut, hal ini dari survey yang saya lihat pada mahasiswa UMY pada bulan Januari 2008 baik itu anak Banyumas maupun luar Banyumas. Begitulah, tidak hanya sinetron, kini program *talkshow* dengan kemasan unik terbukti mampu menjadi mesin penyedot perhatian pemirsa sekaligus rumus jitu pendongkrak rating. Untuk *Trans TV*, daya pikat program *talkshow* juga muncul di acara 'Dorce Show' dan 'Lepas Malam' yang dipandu Indy Barends. Televisi lokal menjalankan fungsinya selain menghibur juga mencoba mengingatkan anak-anak muda generasi penerus bangsa agar tidak melupakan kebudayaan daerah.

Adapun alasan lain mengapa penulis memilih acara 'Inyong Siaran' karena acara tersebut merupakan acara Banyumasan pertama dan satu-satunya yang ada di stasiun televisi lokal Yogyakarta. Acara tersebut menjadi kebanggaan para mahasiswa asal Banyumas dalam obrolan dengan teman dari daerah lain. Acara tersebut juga dikemas dengan menarik, juga gaya pembawa acaranya yang "kocak" membuat enak di tonton. Acara tersebut juga menambah wawasan para orang Banyumas khususnya dalam hal seputar Banyumas baik itu budaya, geografis dan masih banyak lagi.

Bahasa merupakan suatu alat komunikasi yang digunakan dalam masyarakat, pengembangan bahasa diketahui sebagai cara seseorang untuk mempengaruhi orang lain demikian pula dalam peran teknologi sebagai pesan yang dapat mempengaruhi khalayak luas (Wilson.1989). Dalam hubungan dengan televisi sebagai salah satu media komunikasi massa menurut pengamatan para ahli

komunikasi, media televisi dapat memberi pengaruh besar terhadap audiensnya dalam kehidupan sehari-hari dan tidak terkecuali pada usia-usia tertentu.

Bagaimana kita dapat berbahasa? Menurut teori belajar, anak-anak memperoleh pengetahuan bahasa melalui tiga proses : *asosiasi*, *imitasi*, dan *peneguhan* (Gorys Keraf, 2001:5). Asosiasi berarti melazimkan suatu bunyi dengan objek tertentu. Imitasi berarti menirukan pengucapan dan struktur kalimat yang didengarnya. Peneguhan dimaksud sebagai ungkapan kegembiraan yang dinyatakan ketika anak mengucapkan kata dengan benar.

Seperti halnya semua bahasa, bahasa Banyumas juga tidak luput dari 3 proses tersebut. Tapi seiring perkembangan usia dan pergaulan, menurut observasi yang dilakukan peneliti pada mahasiswa UMY asal Banyumas, bahasa tersebut sudah jarang sekali digunakan, apa lagi saat di depan umum. Sepeti tertulis dalam koran Suara Merdeka, senin 11/10/2004 Lauder seorang peneliti bahasa dari Australia mengatakan bahwa :

Sangat jarang menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa tutur. Mereka lebih memilih menggunakan bahasa gaul atau bahasa perantara untuk komunikasi sehari-hari dengan lingkungan. Ini barangkali yang menjadi salah satu pemicu punahnya bahasa daerah. Padahal, kepunahan bahasa, juga menjadi sebab utama punahnya nilai-nilai kebudayaan dan kearifan lokal yang tersimpan dalam bahasa tersebut. Misalnya, dengan punahnya bahasa Banyumasan, maka akan menjadi salah satu penyebab punahnya budaya *Cablaka* (jujur, terus terang, tidak menutup-nutupi sesuatu) yang sudah menjadi satu dalam bahasa Banyumasan.

Bahasa Banyumasan merupakan salah satu budaya yang berkembang di wilayah sekitar Banyumas, dimana bahasa tersebut tidak hanya digunakan oleh warga Banyumas tetapi daerah sekitarnya yang meliputi kabupaten Tegal, Brebes, Peralang, Banjarnegara, Kebumen, Cilacap, Purbalingga, Wonosobo. Seorang

ahli bahasa Belanda, E.M Uhlenbeck mengelompokan dialek-dialek yang dipergunakan di wilayah barat dari Jawa Tengah sebagai kelompok (rumpun) bahasa Jawa bagian barat (Banyumasan, Tegal, Cirebon dan Banten Utara). Kelompok lainnya adalah bahasa Jawa bagian Tengah (Surakarta, Yogyakarta, Semarang) dan kelompok bahasa Jawa bagian Timur ([http://groups.yahoo.com/group/bahasa Banyumasan/6808](http://groups.yahoo.com/group/bahasa_Banyumasan/6808)). Bahasa Banyumas merupakan salah satu bahasa Jawa yang mengalami perkembangan dalam dialeknya (wawancara Resdiati Ari P. Produser acara “Inyong Siaran” 5 april 2008). Melalui pengamatan yang saya lakukan terhadap 10 mahasiswa pada bulan Januari 2008 pada beberapa mahasiswa UMY asal Banyumas dan sekitarnya mereka malu untuk menggunakan bahasa daerahnya di tempat umum meski berbicara dengan teman satu daerah karena takut ditertawakan. Kebanyakan masyarakat Banyumas masih minder menggunakan bahasa banyumasan sebagai bahasa ibu dalam kehidupan sehari-hari. Di lingkungan keluarga jarang ditemui komunikasi antar anggota keluarga yang menggunakan dialek Banyumasan, bahkan fenomena tersebut sudah menjalar kepedesaan. Bahasa Banyumasan semakin “terpinggirkan” bahkan selama ini hanya diidentikan sebagai bahasa pelawak (guyonan) dan bahasa kaum lapis bawah (rakyat jelata). Padahal, bahasa daerah yang memiliki karakter vokal dominan “a” lahir lebih dahulu dibandingkan bahasa “wetan” (keraton) yang karakter vokalnya dominan “o” (Hasil penelitian Drs. G Mujarto dari Universitas Sanata Dharma). Hal ini diungkapkan penulis novel sekaligus pengamat budaya Banyumas, Ahmad Tohari, dalam diskusi novel

“Bekisar Merah” (Jengingger) versi Banyumasan, di Dinasty Hotel Purwokerto 23 Maret 2008 dan juga penulis kamus dialek Banyumas - Indonesia.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di kalangan anggota organisasi IMBAS (Ikatan Mahasiswa Banyumas). Selama survey dan wawancara yang dilakukan peneliti pada bulan Januari sampai bulan April di Yogyakarta ada tiga organisasi orang Banyumas antara lain Seruling Mas, Paku Dimas, dan IMBAS. Adapun alasan dipilihnya IMBAS karena dari ketiga organisasi tersebut hanya IMBAS yang mengkhususkan anggotanya adalah mahasiswa yang masih aktif. Peneliti ingin memfokuskan penelitian terhadap remaja, karena remaja adalah golongan yang paling mudah terpengaruh. Anggota IMBAS adalah Mahasiswa asal Banyumas dari berbagai kampus di Yogyakarta yang sebagian besar masih baru yang secara otomatis masih remaja.

Seperti yang dikatakan oleh ketua IMBAS 2008, Uwam (wawancara di sekretariat IMBAS 3 Februari 2008) bahwa kepengurusan dan juga keanggotaan IMBAS otomatis akan berhenti jika sudah lulus kuliah. Menurut wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa anggota IMBAS, mereka sangat bangga dengan adanya acara Banyumasan di stasiun televisi lokal Yogyakarta, mereka juga sering menonton acara tersebut. Seperti yang pernah diucapkan salah satu pengurus IMBAS Dwi Sasongko (wawancara 5 Februari 2008), ”Wah nek aku bangga banget ana acara kaya kue neng kene, mengko tulih selat sue ngomong Banyumasan ora diguyu maning karo ora isin” (Saya sangat bangga dengan adanya acara tersebut di sini, nanti juga lama kelamaan ngomong banyumasan tidak ditetawakan dan tidak malu).

Organisasi IMBAS memiliki visi sebagai wadah untuk mempererat hubungan, kerja sama, pembelajaran pemberdayaan mahasiswa Banyumas di Yogyakarta. Dan misi sebagai wadah aktualisasi dalam memberikan kontribusi demi perkembangan organisasi etnis Banyumas dengan menggali potensi kreatif dan pemikiran mahasiswa Banyumas dalam mencari solusi alternatif terhadap persoalan aktual kemasyarakatan dan juga melakukan konsolidasi organisasi mahasiswa Banyumas lainnya di Yogyakarta (Sumber, AD/ART organisasi IMBAS).

Dengan penggunaan bahasa yang tepat dan sesuai dengan penikmatnya, acara "Inyong Siaran" diduga ada korelasi dengan frekuensi menggunakan bahasa Banyumasan bagi anggota IMBAS. Berdasarkan keterangan di atas dapat dijadikan alasan mengapa penulis memilih organisasi IMBAS, di samping itu mereka juga dianggap mampu memahami dan bisa mengisi kuesioner yang penulis berikan.

B. RUMUSAN MASALAH

Seberapa besar korelasi intensitas menonton acara "Inyong Siaran" di Jogja TV dengan frekuensi menggunakan bahasa Banyumasan pada anggota organisasi IMBAS ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui seberapa besar korelasi intensitas menonton acara “Inyong Siaran” di Jogja TV dengan frekuensi menggunakan bahasa Banyumasan pada anggota organisasi IMBAS di Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi baik dari segi perkembangan teknologi komunikasi maupun dari segi pemilihan media komunikasi sosial pembangunan.
2. Secara akademis, bagi peneliti mempunyai manfaat sebagai sarana untuk menerapkan dan pengembangan ilmu dilapangan yang telah diperoleh selama mengikuti pendidikan di jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

E. KERANGKA TEORI

E.1. Pengertian Komunikasi

Pada hakekatnya setiap kegiatan untuk memindahkan sesuatu ide atau gagasan dari satu pihak ke pihak yang lain, baik itu antar manusia dengan alam sekitarnya, atau sebaliknya. Disitu akan terjadi proses komunikasi. Dari semua kegiatan manusia, berkomunikasi merupakan kegiatan yang menyita waktu terbanyak. Kebanyakan waktu kita digunakan untuk bercakap-cakap, membaca,

menulis, melukis, memperagakan, atau memamerkan sesuatu, dan semuanya itu merupakan kegiatan-kegiatan komunikasi.

Dalam hal ini, Jalaludin Rakhmat, dalam bukunya Psikologi Komunikasi, menyatakan:

“Kepribadian terbentuk sepanjang hidup kita. Selama itu pula komunikasi menjadi penting untuk pertumbuhan pribadi kita. Melalui komunikasi, kita menemukan diri kita, mengembangkan konsep diri kita, dan menetapkan hubungan kita dengan dunia disekitar kita” (Jalaludin Rakhmat, 1996 :12).

Komunikasi adalah proses penyampaian lambing-lambang yang berarti antar manusia. Seseorang menyampaikan lambing-lambang yang mengandung pengertian tertentu kepada orang lain. Lambing-lambang yang mengandung pengertian tersebut disebut “pesan” atau *message*. Umumnya lambing yang dipergunakan dalam komunikasi adalah bahasa, baik bahasa lisan maupun tertulis. Namun tidak jarang juga pesan disampaikan dengan lambing lain, misalnya gambar atau isyarat, skema, grafik, lukisan, foto, film dan sebagainya.

Dalam karangannya, *Sosial Communication*, Carl I. Hovland menyatakan, komunikasi berarti:

“a Systematic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted and opinions and attitudes are formed”(Hovland, 1953: 12).

“Usaha yang teratur untuk merumuskan penyebaran informasi dalam rangka pembentukan opini dan sikap”.

Di dalam penyebaran informasi ini, masalah kesamaan pengertian dan

pendapat antar komunikator dan komunikan menjadi suatu hal yang sangat penting.

Untuk memahami pengertian komunikasi agar dapat memanfaatkan secara efektif, Harold D. Laswell di dalam bukunya *The Structure And Function Communication in Society*, menyatakan bahwa proses komunikasi dapat dijabarkan dengan menjawab pertanyaan:

“*Who, says what, in which channel, to whom and what effect*”(Jalaludin Rahmat,*psikologi komunikasi, 1948: 38*).

Susunan tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi meliputi kelima unsure tadi dan masing-masing unsur tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya.

Who : merupakan unsur yang terdapat pada nara sumber/komunikator.

Say what : merupakan unsure yang terdapat pada isi pesannya.

In which channel : merupakan unsure media yang dipergunakan.

To whom : merupakan unsure sasaran.

And what effect : merupakan unsure akibat yang ditimbulkan.

Selanjutnya Laswell menginginkan peristiwa komunikasi dilakukan penelitian dengan jalan memanfaatkan kelima unsur tersebut. Misalnya, yang berhubungan dengan pengawasan, menyangkut unsur *who*, artinya yang berhubungan erat dengan komunikator. Penelitian demikian itu berarti kita melakukan *control analisis*. Demikian pula, kalau kita melakukan *content analisis*, penelitiannya dilakukan pada isi pesannya, berarti berkenaan dengan *Say what*, masalah media yang dimanfaatkan, seperti radio, televisi, surat kabar, film,

oleh Laswell disebut sebagai *media analisis* dan yang terakhir masalah *To Whom-*nya, disebut *audience analisis*, yaitu “*effect analisis*” yang merupakan penelitian efek komunikasi.

1.1. Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan proses social yang selalu menyertai kehidupan manusia dalam rangka menunjukkan eksistensinya di tempat ia berada. Secara terminologis *Onong Uchjana Effendy* (1995 :11) mengartikan proses komunikasi sebagai penyampaian pikiran atau perasaan dan adanya pihak kedua atau komunikator kepada orang lain. Ini berarti komunikasi tidak bergantung dari sekedar adanya suatu pikiran perasaan dan adanya pihak kedua atau komunikan, tetapi seorang komunikan lebih menekankan pada ekspresi serta pernyataan yang disampaikan komunikator.

Menurut Janis dan Keley yang dikutip oleh Arni Muhammad (1995 :2), mengemukakan komunikasi dengan penekanan yang berbeda, yaitu:

“Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usual verbal) to modify their behaviour of the other individuals”.

“komunikasi adalah merupakan sebuah proses individu dalam mengirim stimulus atau rangsang yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”.

Makna yang dapat kita dapat adalah bahwa komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku orang. Perubahan tingkah laku tersebut dapat diketahui dari respon yang diberikan oleh komunikan yang berupa sikap,

kata-kata maupun isyarat non-verbal (senyum, marah, dan lain-lain). Komunikasikan dianggap berhasil apa bila komunikator dapat menerima respon dari komunikan yang sesuai dengan pesan komunikasi.

Dalam melakukan proses komunikasi, seorang komunikator kepada komunikan tidaklah harus melalui tatap muka, *person to person* langsung. Onong Uchjana (1995 :256), mengatakan bahwa model komunikasi itu terdiri dari empat element, yaitu: komunikator, pesan, media dan komunikan. Proses tersebut dapat berlangsung apabila ada pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan. Menurut Onong Uchjana medium dalam unsur tersebut mengandung dua pengertian. Pertama, adalah wujud primer, yaitu berwujud lambang seperti bahasa, gambar dan warna. Kedua adalah media sekunder yaitu media yang berwujud, seperti media massa. Sedangkan dilihat dari bentuk-bentuk komunikasinya, maka komunikasi terdiri dari bentuk komunikasi personal (antar-intra personal), bentuk komunikasi kelompok (besar kecil) dan bentuk komunikasi massa.

1.2. Komunikasi Massa

Kegiatan berkomunikasi sudah dimulai sejak berabad-abad yang lalu. Kegiatan ini berawal dari sekedar percakapan biasa secara tatap muka, hingga kini berevolusi menjadi suatu kegiatan yang sangat penting dalam bersosialisasi di masyarakat. Bahkan kini kegiatan berkomunikasi telah dilengkapi dengan menggunakan peralatan modern seperti telepon, internet, VCD, film, dan sebagainya.

Istilah komunikasi (communication dalam bahasa Inggris), berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, yaitu sama akan makna. Menurut Carl I Hovland, “ Ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.” Sedangkan prosesnya didefinisikan sebagai “*A systematic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted and attitudes are formed.*” Hal senada juga diungkapkan Raymond S. Ross, yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pentrasferan (pemindahan) makna dari suatu pikiran kepada pikiran yang lain (Setiawan, 1989:1). Sedangkan proses komunikasi oleh Harold D. Lasswell digambarkan dalam suatu formula: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Komunikasi massa (mass communication) menurut para ahli komunikasi dibatasi penertiannya pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Dalam buku *Communicology: An Introduction to the Study of Communication* (Joseph A. Devito, 1993:210) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya, ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa

barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita.

Dahulu, manusia hanya berkomunikasi di lingkungan sosial yang sangat sempit. Sesuai dengan perkembangan zaman, manusia semakin membutuhkan media komunikasi untuk mendapatkan informasi yang aktual. Hal inilah yang kemudian melahirkan apa yang disebut media massa. Media massa yang oleh Joseph A. Devito digambarkan dalam bentuk televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita digunakan sebagai media atau alat perantara dalam komunikasi massa.

Dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh komponennya. Menurut Onong Uchjana Effendy, 1993:51-54, ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

a. Sifat Media Massa

Media massa mempunyai kemampuan menimbulkan keserempakan (simultaneity) dan kecepatan (rapidity). artinya, pesan yang disampaikan oleh media ke khalayak menimbulkan kontak yang bersamaan antara komunikator dan komunikan. Serta terjadi keserempakan dalam penerimaan pesan oleh sesama komunikan dalam jumlah besar, dan penyampaian pesan berlangsung dengan cepat.

b. Sifat Pesan

Pesan yang disebarkan bersifat umum (public) dan sesaat (transient). Yaitu penyebaran pesan ditujukan kepada umum dan menyangkut kepentingan umum, bukan untuk perseorangan atau kelompok tertentu.

Dan pesan tersebut hanya disajikan sesaat saja, terutama media elektronik seperti radio dan televisi.

c. Sifat Komunikator

Komunikator pada komunikasi massa seperti wartawan, sutradara, penyiar radio dan televisi adalah komunikator yang terlembagakan (institutionalized communicator atau organized communicator), karena media massa merupakan suatu lembaga, dan komunikator disini juga dinamakan komunikator kolektif (collective communicator) 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 komunikan tahu saja, agar komunikan berubah sikap dan pandangannya, atautkah agar komunikan berubah tingkah lakunya. Hal itu menentukan dampak media terhadap audiensnya. Dan juga arus balik dari efek itu sendiri adalah arus balik tertunda (delayed feedback), karena efeknya tidak langsung diterima oleh komunikator.

e. Sifat Komunikan

Khalayak dari komunikasi massa jumlahnya relatif besar, heterogen, dan anonim. Keberadaan komunikan yang jumlahnya besar mempunyai selera yang berbeda-beda dan selalu berganti setiap periode waktu yang singkat. Perbedaan tersebut tidak hanya secara geografis,

tetapi juga berbeda dalam hal usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, kesenangan, agama, kebudayaan, pengalaman, suku bangsa, dan sebagainya. Dan khalayak dari komunikasi massa tidak dikenal oleh komunikator.

Karena sifat dari komunikasi atau khalayak itulah, maka khalayak dibedakan menjadi 4 karakter (Sari, 1997:4). Yaitu:

1. Heterogen, yaitu audiens merupakan suatu masyarakat sosial yang berasal dari berbagai lapisan sosial, pendidikan, serta aneka budaya dan agama;
2. Anonim, yaitu antara komunikasi dengan komunikator tidak saling mengenal, bahkan antar komunikasi sendiri sering tidak saling mengetahui;
3. Unbound each other, yaitu tidak terikat satu sama lain, baik antar individu dalam audiens maupun antara komunikator dengan komunikasi, sehingga sulit digerakkan untuk suatu tujuan tertentu;
4. Isolated from one to other, yaitu tertutup satu sama lain sehingga mereka seperti atom-atom yang terpisah namun tetap merupakan kesatuan, yaitu sama-sama pengguna media massa.

E.2. Media

2.1. Media Massa dan Proses Produksi Pesan

Media massa berasal dari bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *media of communication*. Media khusus digunakan untuk penyaluran komunikasi massa karena adanya unsur karakter yang melekat pada media

itu sendiri. Media massa mempunyai spesifikasi penggunaan alat-alat teknis. Komunikasi dalam komunikasi komunikator ketika berhadapan dengan massa sebagai retorika, *public speaking* atau narasi sumber. Sifat lain dari media massa adalah komunikasi yang tidak langsung (*indirect*) karena disaat komunikasi ada kedua belah pihak tidak bisa berinteraksi.

Pembahasan mengenai media massa dan proses produksi pesan ini akan menunjukkan bahwa media massa merupakan alat yang sangat penting untuk kegiatan komunikasi massa dalam proses produksi pesannya. Seperti yang dikemukakan oleh Austin Ranney bahwa:

Komunikasi massa dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk memproduksi secara massal dalam menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar, karena media massa merupakan sarana yang paling tepat untuk menyebarkan atau memberitahukan sebuah informasi (Redi P, 2002 :39).

Kebutuhan khalayak akan informasi secara umum akan lebih mudah diperoleh melalui komunikasi yang menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik, sehingga dapat disimpulkan bahwa media massa sebagai alat untuk menyampaikan, menyebarkan, ataupun untuk memindahkan pesan memiliki beberapa tujuan antara lain:

- a. Mencapai masyarakat luas.
- b. Memungkinkan imitasi oleh lebih banyak orang secara tidak langsung.
- c. Mengatasi batas komunikasi yang dapat ditiadakan oleh adanya batas ruang dan waktu. (Sofiah, 1996: 3).

2.2. Efek Mass Media

Pada umumnya, setiap penelitian mengenai komunikasi massa selalu didasarkan pada asumsi bahwa media massa memiliki efek. Terhadap keragaman fenomena yang terkait, Carl I Hovland dan Deffleur secara terpisah menyebutkan bahwa efek atau dampak yang di timbulkan 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 khalayak. Dampak ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi. Contoh pesan komunikasi melalui media massa yang menimbulkan efek kognitif antara lain berita, 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 hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai. Misalnya : perasaan marah, benci, kesal, kecewa, penasaran, sayang, gemas, sinis, kecut, dan sebagainya.
- c. *Efek behavior* (berhubungan dengan perilaku). Dampak ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan yang berlaku (Wiryanto, 2000: 39).

2.3. Media Massa Televisi

Televisi berasal dari dua kata yaitu "tele" (Yunani) yang berarti jauh dan

“*visi*” (Latin) yang berarti penglihatan. Dalam bahasa Inggrisnya *Television* berarti dengan melihat jauh, yang diartikan dengan gambaran dan suara di produksi di suatu tempat dan dapat dilihat melalui sebuah perangkat penerima. Televisi merupakan unsur paduan dari radio (*Broadcast*) dan film (*Moving Picture*).

Televisi berkembang menjadi salah satu media massa yang audio-visual yaitu pesan yang disampaikan melalui gambar dan suara yang bersamaan secara hidup, ciri inilah yang membedakannya dengan media massa yang lainnya.

Pemerintah Indonesia menempatkan media televisi sebagai media informasi yang efektif, dalam hal ini Departemen Penerangan menggariskan isi siaran televisi harus mengandung unsur (JB. Wahyudi, 1989, hal: 9) :

1. Pendidikan
2. Penerangan atau berita
3. Hiburan

Keunggulan televisi sebagai media audio-visual dalam penyampaian program dan format penampilan menjadikan televisi sebagai kekuatan baru di tengah media massa lain. Kehadirannya dan acara yang ditayangkan menjadi moment tersendiri dalam masyarakat kita. Televisi menjadi media yang sangat penting, penuh dampak dan banyak membawa perubahan dalam kehidupan sosial dan perilaku khalayak, ini berarti efek media massa yang berlainan pada setiap anggota khalayaknya mempengaruhi persepsi khalayaknya tentang apa yang dianggap penting.

Sebagai produk teknologi modern wajar bila televisi telah menjadi ritual atau tempat baru bagi banyak keluarga di negeri ini. Acara menonton televisi telah nyaris menyita waktu seluruh anggota keluarga, banyak anak-anak dan remaja yang menghabiskan waktunya dalam sehari didepan pesawat televisi. Dalam banyak kasus yang muncul kepermukaan pada kenyataannya memang televisi seolah melayani dan memenuhi apa-apa yang menjadi selera dan permintaan pemirsa.

Faktor lain yang menyebabkan televisi dengan mudah dapat masuk ke-sistem sosial masyarakat adalah karena kemudahan-kemudahan dan daya tarik yang ditampilkan oleh televisi. Disamping itu televisi seolah menjadi pelayan setia bagi pemirsanya, televisi juga memiliki kekuatan besar untuk mengubah pendapat perilaku seseorang dan dapat mempengaruhi khalayak pemirsa tidak mampu selektif dalam memilih acara televisi, terutama anak-anak. Televisi adalah alat dari tatanan industri yang telah ada, sehingga semua hal tersebut kembali kepada pemirsanya dalam berperilaku terhadap televisi itu sendiri.

Perkembangan pertelevisian semakin pesat, hal itu disebabkan oleh karena televisi sebagai media massa sangat dirasakan manfaatnya, karena dalam waktu relatif singkat dapat menjangkau wilayah dan jumlah penonton yang tidak terbatas. Bahkan, peristiwa yang terjadi pada saat itu juga dapat segera diikuti sepenuhnya oleh penonton di belahan bumi yang lain. Oleh karena itulah banyak orang menyebutnya bahwa abad ini sebagai abad komunikasi massa.

Televisi telah menjadi suatu fenomena besar di abad ke 20, harus diakui bahwa peranannya sangat besar dalam membentuk pola dan pendapat umum, termasuk pendapat umum untuk menyukai produk-produk industri tertentu, hal ini disebabkan program siaran yang disajikan makin lama semakin menarik dan dengan biaya tinggi, sehingga tidak mengherankan dapat "memaksa" khalayak penontonya betah duduk berjam-jam di depan layar televisi.

Sebagai media massa televisi memiliki karakteristik tersendiri hal tersebut di ungkapkan oleh Drs. H. Subrata 1979:19 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 individual, melainkan secara kolektif.

Untuk mengetahui pengetahuan kita tentang keunggulan televisi sebagai media massa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dapat didengar dan dilihat oleh kelompok yang relatif kecil.
2. Dapat mencapai lapisan masyarakat tertentu.
3. Secara programatis banyak entertainment, tetapi terbatas pada waktu-

waktu tertentu dan dinikmati pada keadaan tertentu pula.

4. Proporsi waktu untuk show lebih banyak.
5. Penyiar dituntut bersuara dan *appearrent* yang baik.

Adanya keunggulan dan kekurangan saat ini tidak menutup kemungkinan adanya perubahan yang mungkin tumbuh, mengingat kemajuan teknologi elektronika terus maju dan berkembang.

Dampak acara televisi menurut seorang ahli, Drs. Kuswandi Wawan, di dalam bukunya *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, mengatakan ada tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa yaitu:

1. Dampak Kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa. Contoh: acara kuis di televisi.
2. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan televisi. Contoh model pakaian, model rambut dari bintang televisi yang kemudian digandrungi atau ditiru secara fisik.
3. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari. Contoh : sinetron Dokter Sartika yang mengimplemenasikan kesehatan bagi masyarakat

Kehadiran media massa pada masyarakat negara berkembang mempunyai arti yang sangat penting. Terlebih lagi bagi negara kepulauan Indonesia. Jarak psikologis dan jarak geografis semakin kecil dan sempit.

Media massa terbagi atas dua bagian yaitu :

1. Media massa elektronik (televisi dan radio)
2. Media massa cetak (koran, majalah dan sejenisnya)

Setiap media massa mempunyai kekuatan masing-masing. Tetapi pada prinsipnya media massa merupakan satu institusi yang melembaga dan berfungsi bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar tahu informasi (*well Informed*).

Ada beberapa unsur penting dalam media massa, yaitu:

- 1) Adanya sumber informasi
- 2) Isi pesan (informasi)
- 3) Saluran informasi (media)
- 4) Khalayak sasaran (masyarakat)
- 5) Umpan balik khalayak sasaran.

Dari lima komponen di atas maka terciptalah proses komunikasi antar pemilik isi pesan (sumber informasi) dengan penerima pesan melalui saluran informasi media (Drs. Kuswandi Wawan, 98 :1996).

Proses komunikasi ini dimaksudkan untuk mencapai kebersamaan terhadap isi pesan yang disampaikan. Seperti yang dikatakan bapak ilmu komunikasi Wilbur Schramm, *Communication* berasal dari bahasa Latin *Communis* yang berarti sama. Dalam menjalankan fungsinya, media massa menghadapi berbagai macam khalayak sasaran yang berbeda status sosial ekonominya.

Media televisi sebagaimana media massa lainnya berperan sebagai alat

informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara geografis. Bersamaan dengan jalanya proses penyampain isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan menginterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa. Serta dampak yang timbul juga beraneka ragam.

Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi. Dengan demikian apa yang diasumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk disajikan kepada pemirsa, belum tentu penting bagi khalayak. Jadi efektif tidaknya isi pesan itu tergantung dari situasi dan kondisi pemirsa dan lingkungan sosialnya.

E.3. Perilaku Manusia

Secara teoritis telah banyak para ahli menjelaskan arti perilaku. Perilaku dalam kamus bahasa Indonesia adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap (Walgito,1990:15). Dalam pembahasan psikologi, perilaku dipandang sebagai reaksi yang dapat bersifat sederhana atau kompleks. Perilaku atau aktivitas-aktivitas dalam pengertian yang luas, yaitu perilaku yang menampak (overt behavior) dan perilaku yang tidak menampak (inert behavior). Ada ahli yang memandang bahwa perilaku sebagai respon terhadap stimulus, akan sangat ditentukan oleh keadaan stimulusnya. Hubungan stimulus dan respon seakan-akan bersifat mekanistik.

Pandangan semacam ini pada umumnya merupakan pandangan yang bersifat behavioristik.

Berbeda dengan pandangan behavioris adalah pandangan dari aliran kognitif, yaitu yang memandang perilaku individu dalam keadaan aktif dalam menentukan perilaku yang diambilnya. Menurut Skinner perilaku menjadi (a) perilaku yang alami (innate behavior), yaitu perilaku yang dibawa sejak organisme atau individu dilahirkan, yaitu yang berupa reflek-refleks dan insting-insting. (b) perilaku operan (operant behavior) yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar (Walgito,1990:17). Pada manusia perilaku psikologi inilah yang dominan, sebagian besar perilaku manusia merupakan perilaku yang dibentuk, perilaku yang diperoleh, perilaku yang dipelajari melalui proses belajar.

Telah dipaparkan bahwa perilaku manusia tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu itu berada. Perilaku manusia itu didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku. Dalam hal ini ada beberapa teori (Walgito, 1990:20) diantara teori-teori tersebut dapat dikemukakan:

a. Teori insting

Teori ini dikemukakan oleh Mc Dougall sebagai pelopor dari psikologi sosial. Menurut Mc Dougall perilaku itu disebabkan karena insting. Insting merupakan perilaku yang innate, perilaku yang bawaan dan insting akan mengalami perubahan karena pengalaman. Pendapat ini mendapat tanggapan yang cukup tajam dari F Allport yang menerbitkan buku psikologi sosial pada

tahun 1942, yang berpendapat bahwa perilaku manusia itu disebabkan karena banyak faktor termasuk orang-orang disekitarnya dengan perilakunya.

b. Teori Insentif

Teori ini bertitik tolak pada pendapat bahwa perilaku organisme itu di sebabkan karena adanya insentif. Insentif atau juga disebut sebagai reinforcement ada yang positif dan ada yang negatif.

c. Teori Atribusi

Teori ini ingin menjelaskan tentang sebab-sebab perilaku orang apakah perilaku itu disebabkan oleh disposisi internal (misal motif, sikap) ataukah oleh keadaan eksternal (Walgito, 1978:21). Dalam hubungannya dengan televisi sebagai salah satu media komunikasi massa, maka menurut pengamatan para ahli komunikasi, media televisi dapat memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku audiensnya dan tidak terkecuali golongan usia anak-anak.

d. Teori Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan yang lain, individu satu dapat mempengaruhi yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat adanya hubungan yang saling timbal balik. Hubungan tersebut dapat antara individu dengan individu , individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok.

Dari ke-empat teori tersebut teori Atribusi yang dipakai oleh peneliti karena berhubungan dengan keadaan internal dan eksternal dimana dalam

hubungannya dengan televisi, menurut para ahli televisi dapat memberikan pengaruh yang sangat kuat dalam pembentukan perilaku.

Di dalam interaksi sosial ada kemungkinan individu dapat menyesuaikan dengan yang lain, atau sebaliknya. Pengertian penyesuaian disini dalam arti yang luas, yaitu bahwa individu dapat meleburkan diri dengan ke adaan disekitarnya, atau sebaliknya individu, sesuai dengan apa yang diinginkan oleh individu yang bersangkutan (Prof. Dr. Bimo Walgito, 1978:65).

E.4. Bahasa

Pada waktu terakhir ini makin dirasakan betapa pentingnya fungsi bahasa sebagai alat komunikasi. Semua orang menyadari bahwa interaksi dan segala macam kegiatan dalam masyarakat akan lumpuh tanpa bahasa. Begitu pula melalui bahasa, kebudayaan suatu bangsa dapat dibentuk, dibina dan dikembangkan serta dapat diturunkan kepada generasi-generasi mendatang. Komunikasi melalui bahasa memungkinkan tiap orang untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Mengingat pentingnya bahasa sebagai alat komunikasi dan memperhatikan wujud bahasa itu sendiri, kita dapat membatasi pengertian bahasa sebagai: bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia (Keraf Gorys, 2001:1).

Bahasa berfungsi sebagai alat ekspresi diri, yaitu pemirsa dapat mempelajari bagaimana mengikuti dan menggunakan bahasa. Pemirsa dapat mengambil manfaat penggunaan bahasa yang telah ditampilkan media televisi. Secara tidak langsung, setelah menyaksikan acara televisi pemirsa akan dapat

mengaktualisasikan diri dalam pergaulan sesama masyarakat. Di sini jelas fungsi bahasa sebagai alat ekspresi diri benar-benar dapat membantu pemirsa dalam proses komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sosialnya (Kuswandi Wawan, 98:1996).

Bahwa bahasa merupakan suatu alat komunikasi yang digunakan dalam masyarakat. Pengembangan bahasa diketahui sebagai cara seseorang untuk mempengaruhi orang lain demikian pula dalam peran teknologi sebagai pesan yang dapat mempengaruhi khalayak luas. Bila meninjau kembali sejarah pertumbuhan bahasa sejak awal hingga sekarang, maka fungsi bahasa dapat diturunkan dari dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu sendiri. Dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu menurut Prof. DR. Gorys Keraf, *Komposisi*, hal 3 berupa:

- a. Untuk menyatakan ekspresi diri.
- b. Sebagai alat komunikasi.
- c. Sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial.
- d. Sebagai alat untuk mengadakan kontrol sosial.

Dalam hubungan dengan televisi sebagai salah satu media komunikasi massa menurut pengamatan para ahli komunikasi, media televisi dapat memberikan pengaruh besar terhadap perilaku audiensya dalam kehidupan sehari-hari dan tidak terkecuali pada usia-usia tertentu.

F. KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan dari pokok permasalahan dari judul skripsi ini penulis menuangkan kedalam bentuk kerangka pemikiran. Variabel yang terkandung

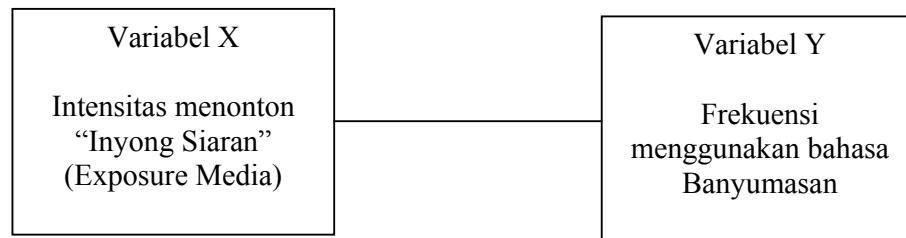
didalam hipotesa penelitian terdiri atas varabel bebas yakni korelasi intensitas menonton acara Inyong Siaran (X). variabel lain dalam penelitian ini adalah frekuensi menggunakan bahasa Banyumas (Y). variabel-variabel penelitian tersebut dijelaskan sebagai berikut:

X : Intensitas menonton acara Inyong Siaran

Y : Frekuensi menggunakan bahasa Banyumas

Tabel

Sketsa hubungan antara variabel



G. DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah yang digunakan untuk mengembangkan secara abstrak dari kejadian keadaan kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Singarimbun,; 1999 : 33).

a. Intensitas menonton acara Inyong Siaran (X) yaitu sejauh mana tingkat memperhatikan acara Inyong Siaran, dengan menguraikan definisi sebagai

berikut:

a. Intensitas adalah keadaan dari tingkatan, ukuran, kedalaman. (Dep. Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1988:335)

b. Menonton adalah memperhatikan, mengawasi, meresapi, lambang-lambang pesan dengan menggunakan indera mata dan telinga (Junaedi, 1991: 26)

Jadi yang dimaksud dengan intensitas menonton acara Inyong Siaran dalam penelitian ini adalah sejauh mana tingkat memperhatikan acara yang ditonton sehingga mampu mempengaruhi pola pikir atau bahkan perilaku untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

b. Frekuensi menggunakan Bahasa Banyumasan (Y) yaitu sejauh mana tingkat menggunakan bahasa Banyumas, dengan menguraikan definisi sebagai berikut:

a. Frekuensi adalah banyaknya, tingkatan, jenjang; babak (Dep.pendidikan dan kebudayaan RI, 1988:335)

b. Menggunakan adalah proses atau perbuatan, cara mempergunakan sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1991:328).

c. Bahasa Banyumasan adalah bahasa yang ada di wilayah Banyumas yaitu Tegal, Brebes, Pemalang, Banjarnegara, Kebumen, Cilacap, Purbalingga, Wonosobo (www. @ Yahoo.com)

Jadi yang dimaksud frekuensi menggunakan bahasa Banyumasan adalah tingkatan jenjang individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap mempergunakan bahasa yang dipakai oleh orang Banyumas dan sekitarnya (Eks Karsidenan Banyumas).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variable (Masri Singarimbun, Sofian Effendi, 1989:46). Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dari informasi tersebut akan diketahui bagaimana caranya pengukuran atas variabel itu dilakukan

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang saling berkaitan, variabelnya antara lain sebagai berikut:

1. Intensitas menonton Inyong Siaran (Variabel X)
2. Frekuensi menggunakan bahasa Banyumasan (Variabel Y)

a) Variabel X

Intensitas menonton acara Inyong Siaran adalah seringnya mahasiswa menonton acara Inyong Siaran, indikatornya :

1. frekuensi mahasiswa menonton acara “Inyong Siaran” dalam satu bulan.
2. Durasi menonton acara “Inyong Siaran” dalam setengah jam.
3. Tingkat keseriusan menonton acara ”Inyong Siaran”.
4. Memperhatikan acara ”Inyong Siaran”

b) Variabel Y

Frekuensi menggunakan bahasa Banyumas adalah jenjang atau babak proses mahasiswa menggunakan bahasa Banyumasan, indikatornya :

Menggunakan bahasa Banyumas dalam kehidupan sehari-hari.

H. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan alat yang sangat penting dalam suatu penelitian, yaitu sebagai alat untuk memahami hubungan antara gejala yang diwakili oleh konsep-konsep tertentu. Lebih jelasnya hipotesis didefinisikan sebagai suatu pernyataan tentang hakikat dari hubungan antara variabel-variabel yang dapat diuji secara empiris (Michael H Walizer dan Paul L. Wienir, 1990:75-76).

Suatu hipotesa selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antara 2 variabel atau lebih. Hipotesa dalam suatu penelitian harus jelas dan variabelnya dapat diukur, agar pengujian dapat berjalan secara baik dan sistematis. Selain menggambarkan mengenai fenomena sosial, hipotesa juga merupakan suatu prediksi yang dapat diuji secara empiris.

Berdasarkan definisi operasional diatas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesa yang berhubungan dengan permasalahan diatas, yaitu:

Semakin tinggi intensitas menonton Inyong Siaran maka semakin tinggi frekuensi menggunakan bahasa Banyumasan dikalangan anggota IMBAS.

I. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan diambil adalah penelitian kuantitatif korelasional. Menurut Saifuddin Azwar, MA. Dalam bukunya *Metode Penelitian* Penelitian korelasional adalah

Penelitian yang bertujuan menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada suatu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi. Dengan studi korelasional peneliti dapat

memperoleh informasi mengenai taraf hubungan yang terjadi, bukan mengenai ada-tidaknya efek variabel satu terhadap yang lain.

Penulis menggunakan jenis penelitian ini karena melalui pengamatan yang dilakukan pada bulan januari sampai februari 2008 terhadap mahasiswa UMY asal Banyumas memang sudah diketahui ada efeknya, oleh karena itu penulis ingin mencari berapa tinggi taraf hubungan variabel tersebut.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh penulis adalah organisasi IMBAS Yogyakarta dengan individu sebagai unit penelitiannya, yaitu anggota organisasi dengan alasan karena mereka semuanya adalah orang Banyumas yang terdiri dari mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi. Dimana para mahasiswa lebih sering mengexposure media dan dianggap mampu dan memahami dan bisa mengisi kuesioner yang peneliti berikan kepada mereka.

Adapun alasan untuk pemilihan lokasi penelitian ini adalah IMBAS merupakan Organisasi orang Banyumas yang berisikan mahasiswa asal Banyumas yang besar di Yogyakarta, untuk saat sekarang dalam masa penelitian jumlah anggota mereka berjumlah 276 mahasiswa (Sumber : ketua IMBAS, Uwam 15 Maret 2008).

3. Populasi

Dalam suatu penelitian selalu berhadapan dengan masalah sumber data yang disebut populasi. Atau secara lebih jelas populasi, itu merupakan keseluruhan obyek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, atau peristiwa, sebagai sumber data yang memiliki karakteristik

tertentu dalam suatu penelitian, (Susanto, 2000:65). Anggota IMBAS berjumlah 276 orang anggota (Sumber : ketua IMBAS, Uvam 15 Maret 2008).

4. Sampel

Penelitian mempelajari sampel bukan mempelajari seluruh populasi. Pada dasarnya penggunaan sampel dalam penelitian didasari oleh pertimbangan efisiensi sumber daya (*waktu, tenaga, dan dana*). Alasan lain, kadang-kadang suatu penelitian tidak dapat dilakukan terhadap seluruh populasi karena apabila hal tersebut dilakukan akan dapat merusak poulasi. Disamping itu, studi populasi sering kali tidak mungkin dilakukan untuk jangka panjang menyangkut aspek perkembangan. Sebagai contoh, seluruh anggota organisasi IMBAS setiap saat bisa bertambah. Oleh karena itu peneliti menggunakan sampel dalam penelitiannya (Saifuddin Azwar, MA. 2004:79).

Sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dengan menggunakan cara-cara tertentu, (Susanto dan Priyo Sudibyo. 2000:65). Menurut Saifudin Azwar, MA dalam bukunya Metode Penelitian menjelaskan bahwa teknik Probabilitas sampling yaitu: Setiap subjek dalam populasi harus memiliki peluang yang besarnya sudah diketahui untuk terpilih menjadi sampel. Dengan demikian peneliti dapat memperkirakan besarnya error dalam pengambilan sampel. Pelaku survey lewat pengambilan sampel cara probabilitas ternyata jauh lebih berhasil daripada mereka yang melakukan pengambilan sampel dengan cara kuota sehingga cara probabilitas sampai sekarang dianggap paling layak untuk dilakukan oleh para pelaku survey (Sofian Effendi, 1989:155).

Jenis probability sampling :

- a. Simple Random Sampling
- b. Systematic Random Sampling
- c. Stratified Random Sampling
- d. Cluster Random Sampling

Pengambilan sampel yang akan digunakan adalah sampel random sederhana yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989:156). Peneliti memilih teknik ini karena obyek yang akan diteliti bersifat homogen yaitu remaja mahasiswa/i dan ada nama-nama daftar anggota organisasi.

Pengambilan sampel random sederhana dilakukan dengan undian, yaitu mengundi nama-nama subjek dalam populasi. Cara ini diawali dengan membuat daftar lengkap nama/nomor subyek yang memenuhi karakteristik sebagai populasi. Nama atau nomor tersebut kemudian diundi untuk mengambil sampel sebanyak yang diperlukan. Banyak ahli riset menyarankan untuk mengambil sampel minimal sebesar 10% dari populasi (Saifuddin Azwar, MA. 2004:79). Jadi pengambilan sampel dari populasi 276 adalah sebanyak 28 orang anggota IMBAS. Peneliti mengambil sampel lebih dari 10% dikarenakan bisa menjangkau jumlah tersebut. Peneliti mengambil sampel sebesar 50 anggota IMBAS.

5. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis data yang diambil maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah :

a. Kuesioner

Kuesioner atau yang lebih dikenal dengan angket adalah salah satu cara bagi peneliti untuk mendapatkan data. Kuesioner adalah seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan yang disusun secara sistematis dan lengkap (Masri Singarimbun, 1989:175). Hasil kuesioner akan terjelma dalam angka-angka, tabel, analisa statistik dan uraian serta kesimpulan hasil penelitian. Dalam kuesioner pada prinsipnya terdapat 2 jenis pertanyaan, yakni pertanyaan tertutup (close question) dan pertanyaan terbuka (open question). Namun kedua jenis tersebut dapat dikombinasikan (Masri Singarimbun, 1989:177-178) sehingga terdapat 4 macam jenis pertanyaan, yaitu: pertanyaan tertutup, pertanyaan terbuka, pertanyaan tertutup dan terbuka, pertanyaan semi terbuka.

Dalam penelitian ini jenis pertanyaan kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan yang kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberi kesempatan memberikan jawaban lain. Responden memilih satu diantara beberapa jawaban yang diajukan dalam angket tersebut.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah: pewawancara,

responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi wawancara (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989:192).

Menurut Moh. Nazir, Ph.D. dalam bukunya *Metode Penelitian* ada dua jenis pertanyaan dalam wawancara

1) Wawancara terstruktur

Wawancara yang sudah disiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan.

2) Wawancara tidak terstruktur

Wawancara yang secara langsung tanpa ada struktur pertanyaan yang akan diberikan, cukup mengerti materinya.

Peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur karena data yang utama adalah melalui kuesioner dan wawancara tidak terstruktur lebih enak dilakukan terhadap remaja.

c. Studi dokumen perpustakaan

Salah satu hal yang perlu dilakukan dalam persiapan penelitian adalah mendayagunakan sumber informasi yang terdapat di perpustakaan (PDIN-LIPI, 1981 hal. 4-23). Pemanfaatan perpustakaan ini diperlukan, baik untuk penelitian lapangan maupun penelitian bahan dokumentasi. Nyata sekali bahwa, tidak mungkin suatu penelitian dapat dilakukan dengan baik tanpa orientasi pendahuluan di perpustakaan (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989:70).

J. TEKNIK SKALA PENGUKURAN

Skala yang digunakan untuk masing-masing variable dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal, yaitu bilangan yang menunjukkan tingkat dan tidak menunjukkan jarak yang sama, kategori data disusun berdasarkan urutan logis dan sesuai dengan besarnya karakteristik yang dimiliki (Rahmat, 2001:17). Jawaban skala ordinal tersusun sebagai berikut : (1) sering (2) jarang (3) hampir tidak pernah. Untuk menghitung skor jawaban responden penulis menggunakan skala berjenjang tiga kriterianya adalah sebagai berikut (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi 1989:111) :

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

K. TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif yaitu analisa yang menekankan pada data-data numeral (angka) yang diolah dengan metode stastistika, yaitu untuk menguji hipotesis dan untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan metode korelasional yang dalam ilmu statistik berartihubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh intensitas menonton acara Inyong Siaran terhadap tingkat penggunaan bahasa Banyumasan dikalangan anggota IMBAS statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi Rank Spearman Alasan digunakan korelasi

spearman adalah penelitian ini bertujuan untuk mencari taraf hubungan dengan hipotesis antara dua variabel dengan data ordinal atau data berjenjang (data urutan). Disamping itu subyek yang diambil dalam penelitian ini antara 10-50 yang sangat efektif jika menggunakan korelasi spearman (*Statistik Korelasi Bivariat*, 1998:93). Adapun rumus dasar yang digunakan adalah :

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum X^2 \cdot \sum Y^2}}$$

Dimana :

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

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

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

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

Keterangan

R_s = Koefisien korelasi variabel XY

$\sum d^2$ = Jumlah kuadrat selisih antara 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, Jalalludin 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 positif, variabel dikatakan berkorelasi secara positif. Bila r negative, variabel dikatakan berkorelasi secara negative (Rahmat, 1995: 27).

Nilai koefisien korelasi tersebut juga berlaku pada koefisien korelasi tata jenjang atau koefisien korelasi bertingkat. Untuk menguji apakah korelasi yang dikemukakan itu signifikan atau tidak, maka di uji dengan nilai kritis *student (t)* atau taraf signifikasi dengan menggunakan rumus :

$$t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-(rs)^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai kritis *student*

rs = Koefisien korelasi xy

n = Jumlah responden

1 dan 2 = bilangan konstan.

Sehingga hasil perhitungan t dapat dikonsultasikan dengan harga keabsahan standar dengan memperhatikan derajat keabsahan (df) dan batas kepercayaan 90% atau taraf signifikansi 10% (Slamet, 1990:93).

L. UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

1. Uji 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 pearson produk moment. Untuk mengetahui apakah variabel yang diuji valid atau tidak, hasil korelasi dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi dengan taraf signifikan 5% (Nurgiantoro, Gunawan, Marzuki, 2002). Jika angka korelasi dari hasil hitungan lebih besar di bandingkan 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 independent

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. Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas 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 reabilitas 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 (Nurgianto, 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 butir

Vi = Varians butir

α = Jumlah

Vt = Varians nilai total