

Laporan Penelitian Individu

**PENGARUH MEDIA TELEVISI TERHADAP IDENTITAS
SISWA SLTA DI KOTA PEKANBARU**

Oleh

**ELFIANDRI. M.Si
NIP : 197003121997031006**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUSKA RIAU
TAHUN 2010**

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Abstrak	iii
Daftar Isi	iv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Kegunaan Penelitian	3
D. Landasan Teori	4
BAB II: METODOLOGI PENELITIAN	10
A. Desain Penelitian	10
B. Objek dan Subjek Penelitian	12
C. Populasi dan Sampel	12
D. Metode Pengumpulan Data	14
E. Variabel Penelitian	15
F. Metode Analisis Data	17
G. Jadwal Tentatif Penelitian	18
BAB III : KEPUSTAKAAN	19
A. Media Televisi	19
1. Definisi Media	19
2. Karakteristik Media Massa	20
3. Fungsi Media	21
4. Sifat Sistem Media Massa	23
5. Jenis Televisi	23
6. Kelebihan dan Kelemahan Televisi	24
B. Identitas	25
BAB IV : LAPORAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	30
A. Laporan Penelitian	30
B. Analisis Data	33

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	47
A. Kesimpulan	47
B. Rekomendasi	48
DAFTAR REFERENSI	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah .

Dalam era globalisasi, ketergantungan masyarakat terhadap media sangat kuat, keberadaan media massa apalagi televisi tidak lagi sebatas peralatan rumah tangga yang melambangkan status social ekonomi seseorang, sebagaimana dikatakan Melvin L. De Pleur dalam Noor Bathi Hj Badarudin (1992 : 124) sebenarnya set televisi dengan cepat menjadi lambang status. Pada awal penyerapannya, keluarga-keluarga yang tidak mampu memiliki satu set Televisi kadangkala akan mengikat perut untuk membelinya.

Sekarang keberadaan televisi sudah dijadikan kebutuhan primer bagi beberapa masyarakat untuk mengenali lingkungannya, artinya televisi tidak lagi menjadi lambang status social melainkan sudah menjadi kebutuhan. Pada masyarakat yang jauh dari pusat kota, dalam pengertian tingkat mobilitas penduduk yang rendah untuk mengakses informasi secara langsung ke pusat kota, media televisi merupakan salah satu alternatif yang murah untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan lingkungannya.

Konteks ini Televisi tidak hanya terbatas pada sumber informasi berupa berita, iklan produk suatu barang atau jasa, hiburan, melainkan televisi juga sebagai media sumber insperasi bagi penonton untuk melakukan suatu seperti melakukan tindakan kejahatan, gaya hidup, gaya pakaian dan lain sebagainya. Menurut Lasswel (1948/1960) Werner J Severin at. All (1992 : 293) mengatakan bahwa ada tiga fungsi media yaitu (1) sebagai penjaga lingkungan (2) menghubungkan berbagai responden dalam sebuah wujud kebersamaan (3) sebagai tranformasi nilai dari satu generasi kepada generasi berikutnya.

Siswa SLTA merupakan bagian dari masyarakat, mereka merupakan penyambung estafet nilai, norma yang ada dalam masyarakat, upaya penanaman nilai-nilai serta norma masyarakat tidak dapat diabaikan, karena akan sia-sia upaya yang dilakukan sekarang ini, kalau mereka tidak bersedia mewarisi nilai-nilai yang sudah berkembang dalam masyarakatnya.

Disadari atau tidak, berbagai persoalan identitas remaja dan khususnya siswa, SLTA, sudah banyak dibicarakan disetiap level masyarakat, baik yang berkaitan dengan perilaku yang baik maupun perbuatan yang telah melanggar nilai dan norma masyarakat seperti kasus penyalagunaan kamera handphone untuk menyebarkan berbagai perbuatan asusila dikalangan mereka serta lain sebagainya disatu sisi.

Disisi lain, berbagai stasiun televisi dengan bermacam-macam jenis program acara yang dapat ditonton oleh masyarakat Kota pekanbaru, telah memberikan celaan baru bagi siswa SLTA untuk mendapatkan informasi dan hiburan disamping dari sumber pendidikan formal.

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh Media Massa Televisi terhadap Identitas Siswa di Kota Pekanbaru.

C. Kegunaan Penelitian

Menyinggung Kegunaan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk memberikan masukan kepada Pengambil kebijakan kota Pekanbaru mengenai bagaimana pengaruh Media Massa Televisi terhadap identitas Siswa SLTA di kota Pekanbaru
2. Untuk memberikan gambaran kepada pemerhati media massa khusus televise mengenai bagaimana pengaruh Media Massa Televisi terhadap identitas Siswa SLTA Kota Pekanbaru
3. Memberitahukan kepada Pimpinan sekolah SLTA di Kota Pekanabru tentang bagaimana pengaruh Media Massa Televisi terhadap siswa SLTA di Kota Pekanbaru

D. Landasan Teori.

Para ahli yang mendefenisikan komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah orang khalayak yang tersebar luas, bersifat heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat di terima secara serentak dan sesaat. Perkataan " dapat " dalam pengertian massa pada saat tertentu tidaklah penting (esensial).

Sistem komunikasi massa berbeda dengan komunikasi interpersonal, perbedaannya adalah tampak pada :

1. Pengendalian Arus Informasi ; Berarti mengatur jalannya pembicaraan yang di sampaikan dan yang diterima, seperti, ketika kita membaca sebuah tulisan orang lain, kita tidak bisa menyuruh orang tersebut berhenti sesaat untuk tidak menulis terlebih dahulu.
2. Umpan Balik (Feedback) ; umpan balik berasal dari teori Sibernetika (Cybernetica) dalam mekanika - teori mekanisme tentang mengatur diri secara otomatis. Umpan balik dapat diartikan sebagai (a) Respon yaitu pesan yang diterima kembali dari penerima kesumber, memberitahu sumber tentang reaksi penerima dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. (b) Sebagai Peneguhan (*Reinforcement*) ; respon yang diperteguh akan mendorong orang untuk mengulangi respon tersebut. sebaliknya respon yang tidak mendatangkan ganjaran - atau tidak diteguhkan - akan dihilangkan (c) Sebagai *Servamekanisme*, berasal dari kata mekanika dalam hal ini adalah sebuah sistem yang mengatur perjalanan respon (umpan balik) contoh, Masukkan beras dan air kedalamnya, nyalakan penanak nasi anda, nanti bila panas penanak nasi itu mencapai panas tertentu, panas akan masuk kedalam sistem elektrik dan mematikan alat itu secara otomatis.
3. Stimulasi alat indera ; dalam komunikasi masa , stimuli alat indera bergantung kepada jenis media massanya, pada radio dan rekaman auditif khalayak hanya mendengar, pada film dan TV, khalayak dapat mendengar dan melihat, dan pada koran dan surat kabar khalayak hanya bisa membaca. Berdasarkan sejarah penggunaan media massa oleh manusia mengalami tiga babak (a) Babak Tribal ketika alat indera manusia bebas menangkap berbagai stimuli tanpa dibatasi teknologi komunikasi (b) Babak Gutenberg, ketika mesin cetak menyebabkan orang berkomunikasi secara tertulis dan membaca dari kiri ke kanan, disini, hanya indera mata yang mendapat stimuli, sehingga manusia akan cenderung berpikir liner seperti, membaca dari kiri ke kanan (c) Babak Neotribal, ketika alat-alat elektronik memungkinkan manusia menggunakan beberapa macam alat indera dalam komunikasi.

4. Proposisi unsur isi dengan hubungan ; pada komunikasi massa unsur isi sangatlah penting, komunikasi massa justru menekankan "apanya " Berita disusun berdasarkan sistem tertentu dan di tulis dengan menggunakan tanda-tanda baca dan membagi pragraf yang tertib.

Pada dasarnya ada empat tanda komunikasi massa (1) Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis (2) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (3) Bersifat terbuka artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim (4) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Berbagai teori yang berkembang dalam penelitian komunikasi telah melahirkan teori-teori mengenai efek media massa terhadap audien, dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori Hipodermic need model atau model jarum Hipodermik.

Model Jarum Hipodermik (*Hipodermic Needle Model*) Hipodermic berarti *di bawah kulit* dalam istilah komunikasi massa, mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah , segerah dan langsung , ini merupakan perkembangan awal dalam penelitian komunikasi massa sejak tahun 1930-an.

Model ini menggambarkan media massa sebagai jarum hipodermik raksasa yang mencotot massa komunikan yang pasif. Menurut Elihu Katz, model ini terdiri dari :

1. Media yang sangat ampuh yang mampu memasukkan ide ke benak yang tidak berdaya
2. Massa komunikan yang terpecah-pecah yang berhubungan dengan media massa, tetap sebaliknya komunikan tidak berhubungan satu sama lain.

Menurut teori jarum hipodermik efek media massa terhadap audien memiliki beberapa tahap sebagai berikut :

- a. Model Komunikasi Satu Tahap (*One Step Plow model*)

Model komunikasi satu tahap menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada komunikan.

Model ini merupakan sama dengan model hipodermik tetapi ada beberapa hal yang mengalami perkembangan dibandingkan dengan teori hipodermik ansih. Yaitu sebagai berikut :

1. Media tidak mempunyai kekuatan yang hebat
 2. Aspek Pilihan dari penampilan, penerimaan dan penahanan dalam ingatan yang selektif mempengaruhi suatu pesan.
 3. Untuk setiap komunikasi terjadi efek yang berbeda.
- b. Model Komunikasi dua Tahap (*Two Step Flow Model*)

Konsep komunikasi dua tahap berasal dari Lazarsfeld dan Berelson serta Gaudet (1948) yang menyatakan idea-idea seringkali datang dari radio dan surat kabar yang ditangkap oleh pemuka pendapat (*Opinion Leaders*) dan dari mereka ini berlalu menuju penduduk yang kurang giat.

Tahap pertama ialah dari sumber berita (Komunikator) kepada pemuka pendapat (*Opinion Leaders*) yang mengoperkan informasi. Tahap kedua adalah dari pemuka pendapat (*Opinion Leaders*) kepada pengikut-pengikutnya, yang juga mencakup penyebar pengaruh.

Sementara itu Warren Bread (1958) menyatakan bahwa media masa membicarakan serta berfungsi menjaga sttus quo, dia mencatat bagaimana media mencoba melaporkan mengenai kesopanan berpakaian, kesopanan public, belay mengambil contoh di Amerika dimana masyarakat mencoba menjaga serta mempertahankan nilai-nilai secara dominan serta menjadi perhatian masyarakat.

BAB II

KEPUSTAKAAN

Kehadiran televisi bukan saja menyajikan hiburan, informasi dan lain sebagainya kepada masyarakat, tetapi ia kata Mc Luhan (1984) bahwa media massa terutama Televisi mengubah dunia menjadi sebuah “Dusun Global” Pietr Sztampka (1993: 102). Kata lain dunia akan beransur menjadi dunia satu identitas, dimana identitas ini tidak dapat lagi dibedakan berdasarkan geografis, karena masyarakat telah menyatu dalam satu kerangka berpikir yaitu dunia global.

A. Media Televisi

1. Defenisi Media Massa Televisi

Berbicara mengenai media massa, terdapat berbagai anggapan yang dijulukkan kepada media massa tersebut, satu sisi media dipandang sebagai penghancur masyarakat beserta nilai-nilai yang terkandung didalamnya, disisi lain media massa dipandang cukup positif didalam membentuk tatanan masyarakat.

Menurut Onong Ucjana effendy (1993 : 171) televisi adalah paduan antara radio (broadcast) dan film (moving picture) sedangkan menurut kamus umum bahasa Indonesia W.J.S Poerwadarminta (1985 : 1038) adalah Penyiaran, pertunjukan disebut dengan dengan radio dan dengan alat penerima, pertunjukan tadi diwujudkan sebagai gambar hidup.

Televisi merupakan bagian dari bentuk komunikasi massa, adapun yang maksud dengan komunikasi massa seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya.

Dalam undang penyiaran nomor 32 tahun 2003 dalam Bab I pasal 1 dikatakan peyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambarsecara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Disisi lain Sudarwan Damin (1994 :20) mengatakan televisi adalah alat elektronik yang berfungsi menyebarkan gambar dan diikuti oleh suara tertentu dan pada dasarnya sama gambar hidup bersuara.

Sedangkan Azhar Arsyad (1996 :50) mendefenisikan televisi sebagai sistem elektronik yang mengirim gambar diam dan gambar hidup bersuara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversikan kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suara dapat didengar.

2. Karakteristik Media Massa.

Adapun karakteristik media massa adalah sebagai berikut .:

a. Komunikasi bersifat umum.

Yang dimaksud dengan umum adalah bahwa audien dari media masa adalah masyarakat umum, artinya khalayak dari media massa tidak terbatas pada kalangan, golongan atau komunitas tertentu..

b. Komunikan bersifat Heterogen

Khalayak media massa beraneka ragam baik social, politik, ekonomi, budaya serta pendidikan, berbeda kepentingan standar nilai dan pekerjaan, artinya khalayak media massa tidak dapat digolongkan hanya satu golongan atau tingkatan melainkan bertingkat-tingkat dan mereka tidak mungkin disatukan dalam status, sebab kalau disatukan dalam status serta klasifikasi maka karakteristik media massa akan tercabut.

c. Media massa menimbulkan keserempakan.

Isi pesan yang disampaikan dalam media masa tidak dapat dirahasiakan, artinya sensor isi pesan media massa hanya dapat dilakukan oleh khalayak itu sendiri. Dan sifat pesan tersebut tidak dapat dibatasi hanya pada kalangan tertentu saja, sebab sifat pesan media massa adalah serempak.

d. Hubungan Komunikator dengan komunikan bersifat non pribadi. .

Komunikator dengan komunikan (khalayak) tidak ada hubungan pribadi, mereka tidak saling mengenali, tetapi hubungan mereka adalah

hubungan kepentingan apabila isi pesan media massa (komunikator) berkenaan oleh Komunikan (khalayak).

Setiap pesan mengalami kontrol social, artinya beberapa pesan mendapat respon dari masyarakat, baik yang mendukung maupun menentang isi pesan media massa tersebut.

3. Fungsi Media Massa

Penilaian orang terhadap keberadaan media massa beraneka ragam, salah satu mereka adalah, Melvin L. De Pleur, dimana Melvin L. De Pleur mengatakan dalam Noor Bathi Hj Burhanudin (1988 : 19) bahwa tiga dalil yang paling bermakna kepada kajian tentang perhubungan diantara media dan masyarakat dan proses komunikasi massa adalah dalil yang mengutamakan (1) Proses bagaimana masyarakat mempertahankan kestabilan social (2) proses perubahan masyarakat dari masa ke masa (3) sifat dan kepentingan konflik social (4) bentuk interaksi bersemuka (bertatap muka. Pen) yang membolehkan berkongsi makna.

Menurut Horald D Lasswell dalam Onong Ucjana Effendy, (1993) fungsi komunikasi massa (media massa) adalah

- i. Pengamanan terhadap lingkungan yakni menyingkapkan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai-nilai masyarakat dan bagian unsure-unsur didalamnya.
- ii. Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menyingkapi lingkungan.
- iii. Penyebaran warisan yakni berperan sebagai pendidik baik, dalam rumah tangga, sekolah yang meneruskan warisan kepada keturunan berikutnya.

Sedangkan Onong Ucjana Effendi (1993 : 93-94) fungsi komunikasi massa (media Massa) adalah sebagai berikut :

- a. Informasi.
- b. Pendidikan.
- c. Menghibur.
- d. Mempengaruhi.

Sementara itu Setia Hadi (2003:7) mengatakan bahwa fungsi televisi adalah media kegiatan komunikasi massa yang mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol serta perekat sosial.

4. Sifat Sistem Media Massa.

Sistem komunikasi massa (media massa) sangat berbeda dengan komunikasi interpersonal, adapun sifat sistem komunikasi media massa adalah :

- i. Pengendalian arus Informasi. Pengendalian arus informasi berarti mengatur jalannya pembicaraan yang disampaikan dan diterima.
- ii. Umpan Balik (Peadback)
- iii. Stimulasi Alat Indra.

5. Jenis Televisi

Menurut YusufHadi Milarso dalam Sudarwan Danim (1994 :20) telah membagi jenis televisi kepada enam jenis sebagai berikut .:

- i. Televisi siaran yakni pemancaran melalui sluran televisi umum dan berkas pemancar meluar atau tidak tertuju kearah tertentu. Pemancaran ini merupakan rangkaian terbuka (open circuit) dan umumnya dapat diterima oleh pesawat penerima biasa.
- ii. Televisi rangkaian tertutup yakni pancarannya tidak dapat melalui kabel koasial atau gelombang mikro (diperlukan peratann khusus)
- iii. Televisi pengajaran denga pelayanan tertntu
- iv. Televisi slow scan yaitu sistem pemancara gambar mati secara bertahap dengan saluran telepon atau radio biasa.
- v. Televisi Time shared.
- vi. Teleblacboard yaitu televisi yang memancarkan secara serentak suara dengan tulisan dan garis yang dibuat disebidang papan yang khusus..

6. Kelebihan dan kelemahan televisi

a. Kelebihan Televisi.

Keberadaan televisi bagi masyarakat, dewasa ini bukan lagi menjadi barang yang mewah, melainkan dipandang sebagaiian besar masyarakat sudah menjadi kebutuhan primer sebagai sarana hiburan yang sangat murah apalagi bagi masyarakat dipedesaan yang masih haus akanhiburan.

Adapun kelebihan televisi menurut Azhar Arsyad (1996 : 53) sebagai berikut :

- i. Televisi dapat memancarkan berbagai jenis bahan audio visual termasuk gambar diam, film, objek pseimen dan drama.
- ii. Televisi dapat membawa dunia nyata kerumah dan kelas-kelas seperti orang, tempat-tempat dan peristiwa-peristiwa melalui penyiaran langsung atau rekaman.
- iii. Televisi dapat menyajikan program-program yang dapat dipahami sesuai dengan usia dan tingkat pendidikan yang berbeda-beda.
- iv. Televisi dapat menyajikan visual dan suara yang amat sulit diperoleh pada dunia nyata, misalnya ekspresi wajah dan lain-lain.

b. Kelemahan Televisi.

Keberadaan media televisi, bukanlah tidak mempunyai kelemahan, adapun kelemahan televisi menurut Azhari Arsyad (1996 :50) adalah sebagai berikut :

- i. Televisi hanya mampu menyajikan komunikasi satu arah.
- ii. Televisi pada saat disiarkan akan berjalan terus dan tidak ada kesempatan untuk memahami pesa-pesannya sesuai dengan kemampuan individu

Sementara itu dipihak lain kelemahan televisi bahwa siaran televisi baru dapat diterima oleh masyarakat dengan alat penerima khusus untuk itu serta memerlukan tegangan listrik yang relatif cukup besar dibandingkan dengan penggunaan alur listrik elektronik lainnya seperti radio.

B. Identitas

W.A Gerungan (1988 : 102) mengatakan bahwa norma sosial masyarakat senantiasa berlaku bersamaan dengan adanya interaksi manusia dalam kumpulan dan juga norma sosial masyarakat adalah hasil dari interaksi sosial masyarakat antar anggota suatu kumpulan, dan juga, norma sosial kumpulan dan norma-norma sosial masyarakat tidak akan timbul dengan sendirinya, tetapi dibentuk dalam interaksi sosial masyarakat antara individu-individu dalam kumpulan sosial masyarakat tersebut.

Identitas wujud dari adanya interaksi yang sudah lama mengkeristal dalam suatu masyarakat, artinya identitas wujud bukanlah suatu yang berbentuk semalam, melainkan mengalami pergesekan panjang antara berbagai kepentingan yang berinterkasi dalam suatu komuniti yang akhirnya berbentuk budaya.

Keberadaan identitas dalam diri atau masyarakat, tidak akan musnah selama masyarakat itu wujud, akan tetapi wujud dari identitas itu akan berlaku perubahan, seiring dengan berlakunya perubahan dari masyarakat itu sendiri. John Ryan (1998: 71) mengatakan budaya bukanlah suatu yang dinegosiasi (dirundingkan) tetapi berdasarkan persetujuan. Untuk mengekalkan keberadaan identitas dalam suatu diri atau masyarakat secara berkelanjutan maka masyarakat itu akan menjaganya dari kepunahan atau pengaruh dari luar komunitasnya, bentuk dari penjaga identitas ini, yaitu dengan melakukan pewarisan dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. disebabkan identitas adalah wujud dari suatu komunitas itu sendiri, seandainya identitas ini telah musnah dalam individu-individu serta masyarakat, maka masalah artinya masyarakat itu telah musnah pula.

Pada dasarnya identitas seseorang bukanlah identitas yang dia kuasa untuk merubahnya, melainkan identitas itu dipaksakan kepada individu-individu untuk mengikutinya, tanpa banyak pertimbangan, karena identitas adalah suatu yang sudah disepakati dalam masyarakat dan individu-individu hanya melaksanakan saja apa yang sudah ditentukan tersebut. Menurut Manual Castell (2004 : 6) Identitas adalah proses konstruksi makna sebagai dasar atribut (perlengkapan) budaya.atribut budaya adalah memberikan skala prioritas sebagai sumber makna terhadap individu atau tindakan bersama.

Wujud dari identitas itu berbentuk didalam nilai-nilai, norma budaya suatu masyarakat, yang bertujuan untuk menjaga berlakunya kemesraan serta keharmonisan hubungan individu-individu ataupun kemanusiaan dalam masyarakat serta mempermudah mereka didalam mencapai tujuannya.

Parson dalam Ian Craib (1992 : 57) menyebutkan norma adalah berbagai peraturan yang secara sosial diterima dan berguna dalam mengambil keputusan atau merumuskan perilaku-perilaku, nilai secara tepat dapat dilukiskan sebagai kepercayaan-kepercayaan mereka mengenai bagaimana seharusnya dunia itu, atau dunia itu seharusnya seperti apa dan nilai itu pun mempunyai pengaruh yang menentukan terhadap perilaku orang-orang.

Berlakunya perubahan-perubahan identitas dalam masyarakat, telah mendapat pertentangan antara berbagai kaum yang ada dalam suatu komunitas, pertikaian ini boleh berlaku antara generasi muda dengan generasi tua. Pertikaian dalam penerapan

nilai-nilai budaya kini, telah menjadi tolak ulur antara kedua generasi ini, untuk menentukan mana yang benar dan mana yang salah, mana yang patut dan mana yang tak patut di amalkan oleh individu atau masyarakat.

Menurut Manual Castell (2004: 7 – 8) ada tiga cara suatu identitas boleh berlaku dalam masyarakat yaitu : *Pertama* identitas berlaku disebabkan adanya *legitimazion Identity*, ini bermula dari adanya dominasi dari institusi sosial terhadap memperpanjang dan hubungan tindakan sosial Vis to Vis yang mendominasi mereka. *Kedua* identitas boleh berlaku dalam masyarakat dikarenakan adanya *Resistence Identity*, identitas ini secara umum dilakukan oleh pelakon-pelakon dimana posisi atau keadaan yang dilemahkan atau dinilai oleh dominasi logika, kemudian membangun parit perlawanan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dalam prinsip dasar yang dibedakan atau menentang terhadap rembesan (pengaruh) institusi sosial. Dan *ketiga* identitas berlaku dalam masyarakat bermula adanya *Projec Identity*, yaitu dimana pelakon sosial apapun dasar bentuk budaya dimungkinkan dijadikan suatu “Tajuk” untuk dibangun suatu identitas baru, dilakukan penataan ulang dalam posisi sosial dengan sebuah kegiatan untuk memperoleh suatu transformasi selimut struktur sosial.

Menurut Robert P Snow (1983 : 138) televisi dapat memberikan streatif kepada penontonnya yaitu dimana individu dikategorikan atau masyarakat yang lain di_streatifkan dalam suatu aturan untuk memprediksi bagaimanaa mereka mungkin berbuat atau merespon. Lebih lanjut dikatakan Robert P. Snaw (1983 : 139) televisi juga membuat streatif dalam bidang sosiologi secara umum yaitu seperti variabel, umur, gender, kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, dan kedalam berbagai jenis bentuk seperti orang tua-tua, percintaan dan lain sebagainya.

Cara televisi membuat streatif adalah dengan membuat rancangan program media seperti bentuk program hiburan yang populer, misalnya sebuah kemedi, dan pertimbangan tema program atau rancangan program media, dan bagaimanaa karakter utama yang ditekankan dalam sebuah tema tersebut. seiring dengan itu streatif televisi lebih sukses pada tingkat massa, dikarenakan mereka berdekatan (familiar) dan berhubung dalam berbagai-bagai kesamaan cara terhadap pengalaman atau perhatian secara umum dari penonton. Robert P Snaw (1983 : 140)

Dalam pada itu cara berlakunya identitas dalam masyarakat bagaimana peran media massa televisi dalam membantu dapat berlakukannya suatu identitas. Apakah ia mengekalkan identitas lama atau apakah ia akan memberikan inspirasi baru kepada audien, tentu saja dalam hal ini akan menemukan identitas baru bagi masyarakatnya.

Melalui televisi masyarakat dapat mengambil pelajaran, apakah program acara televisi tersebut seiring dengan nilai-nilai atau norma mereka, dan juga apakah program acara televisi tersebut membawa perubahan terhadap identitas mereka atautkah ia akan mengikis identitas mereka. Yang lebih pasti adalah sebagaimana dikatakan oleh William P Linerberry (1969 : 9) bahwa tidak diragukan lagi media mempengaruhi dalam pembentukan pemikiran, gagasan, ide, perilaku dan gaya hidup.

Seketika berlakunya hubungan yang saling menarik pengaruh antara nilai-nilai atau identitas lama dalam suatu masyarakat dengan nilai-nilai atau identitas baru yang berasal dari identitas diluar kumpulan komunitas mereka, terhadap kasus seperti ini biasanya ada tiga bentuk perilaku yang ditunjukkan oleh suatu komunitas yaitu pertama, bertahan artinya mereka tetap mempertahankan identitas mereka seakan tidak ambil peduli terhadap identitas yang baru tersebut. Kedua masyarakat melakukan perlawanan atau menentang tradisi atau identitas baru tersebut. Ketiga melakukan akumulasi atau penyesuaian dengan identitas baru tersebut. Ketiga perilaku ini dapat berlaku dalam suatu komunitas karena perilaku ini bergatung kepada komitmen dari komunitasnya.

Dalam konteks dunia global, dimana dunia tanpa batas, mobilitas informasi sangat tinggi, sehingga bertabrakan dengan kepentingan dan budaya antara satu kawasan dengan kawasan tertentu tidak dapat dielakkan, yaitu mengenai apakah nilai-nilai global boleh dijadikan acuan yang kuat bagi budaya lokal, atautkah budaya lokal akan bertahan dengan budayanya atautkah mereka (budaya lokal) melakukan rekonstruksi terhadap global sehingga budaya global boleh diterima, atau paling tidak, tidak mendapatkan perlawanan dari budaya lokal, atautkah bersikap tidak ambil peduli.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian.

Pada dasarnya didalam penggunaan metodologi penelitian dalam suatu penelitian tidak ada yang mutlak, artinya suatu metode penelitian baik itu metode kualitatif ataupun metode kuantitatif tidak dapat dikatakan salah satunya lebih unggul dari yang lainnya. Karena itu adalah cukup naif manakalah mengemukakan tentang keunggulan yang didasarkan pada penonjolan angka-angka, tanpa memperhatikan jenis bentuk, atau hakekat penelitian atau yang lebih jauh lagi yaitu, manfaat bagi hakekat kemanusiaan. K. Garna (1999 : 34)

Dengan demikian, penggunaan suatu metode penelitian yang cocok dalam sebuah penelitian terletak pada tujuan penelitian itu sendiri serta sejauh mana penelitian itu berdaya guna untuk memecahkan persoalan kemanusiaan serta meningkatkan kesejahteraan insaniah, bukanlah semata-mata bertumpuh pada metode penelitian yang digunakan.

K. Garna (1999 : 17) mengemukakan bahwa penelitian seorang ilmuwan bukan hanya terletak pada kemampuan berpikirnya belaka, tetapi seharusnya termasuk pada kedewasaan sikap dan tindakan. Pada konteks ini, bukan pula dimaknai bahwa penerapan metode penelitian pada suatu penelitian boleh saja sembarangan, akan tetapi penerapan metode penelitian dalam sebuah penelitian harus pula cocok dengan tujuan penelitian itu sendiri.

B. Objek dan Subjek Penelitian.

1. Objek Penelitian.

Adapun objek penelitian ini adalah identitas Siswa SLTA Kota Pekanbaru.

2. Subjek Penelitian

Berkaitan dengan subjek penelitian ini adalah Siswa SLTA yang masih duduk di kelas dua baik disekolah SMA Maupun Di MAN, negeri maupun Sekolah swasta di kota Pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel.

1. Populasi.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Siswa SLTA berbentuk SMA dan Madrasah Aliyah (MA) baik disekolah negeri maupun sekolah Swasta yang ada di Kota Pekanbaru .

2. Sampel.

Menyinggung teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel acak sederhana (Simple random sample). Penggunaan metode pengambilan sampel sederhana ini adalah berdasarkan pertimbangan sebagaimana dikatakan oleh Vincent (1991 : 22) sebagai berikut :

- a. Unit-unit dalam populasi harus dikatehui terlebih dahulu dengan jelas serta dapat didefenisikan dengan tepat sehingga kerangka sampel (Sample frame) dapat dibentuk.
- b. Keragaman dari sifat populasi yang akan dipelajari harus bersifat relatif homogen, dalam pengertian bahwa populasi itu mempunyai ragam yang kecil atau sifat yang akan dipelajari itu, maksudnya bahwa unit-unit dalam polpulasi itu harus mempuyai sifat yang selatif homogen.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka populasi yang akan dijadikan sample dalam penelitian ini adalah dengan melalui tahapan sebagai berikut : *tahap pertama* populasi akan dibagi dalam dua klasifikasi sample yaitu Siswa sekolah SLTA baik sekolah negeri sekolah swasta. *Tahap kedua*, masing-masing status sekolah akan di ambil sampel tiga sekolah yaitu dua sekolah SMA dan dua MA berstatus negeri maupun Swasta. *Tahap ketiga* , siswa kelas dua masing sekolah yang dijadikan sampel akan diambil sebagai responden secara proposional sebanyak 25 % apabila murid kelas dua di masing-masing sekolah sample terdapat lebih dari satu kelas , *tahap keempat*, bagi murid kelas dua yang terpilih sebagai sample, maka pengambilan responden sebagai sample sebanyak 25 % di masing-masing kelas dilakukan dengan cara random sampling dengan tehnik undian atau lotre secara porposional berdasarkan kelas masing-masing responden .

C. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui :

1. Metode Angket.

Metode ini dilakukan dalam rangka mendapatkan data yang berkaitan dengan bagaimana pengaruh media televisi terhadap siswa SLTA di Kota Pekanbaru, angket akan disebarakan sebanyak jumlah sampel yang telah ditetapkan

2. Dokumentasi.

Metode dokumentasi adalah metode untuk mendapatkan data yang berkaitan dokumen-dokumen seperti catatan, artefak dan lain sebagainya yang berkaitan dengan objek penelitian, dalam konteks ini metode dokumen digunakan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan berbagai catatan yang ada disekolah tempat sampel berada baik berupa catatan dalam bentuk catatan guru secara perorangan maupun catatan resmi dari pihak sekolah

3. Observasi

Metode observasi dilakukan dalam penelitian ini adalah metode observasi non partisipan artinya peneliti tidak terlibat secara langsung dalam subjek penelitian, pengamatan dilakukan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan berbagai perilaku serta sikap dari subjek penelitian, pengamatan ini dilaksanakan selama penelitian di lokasi penelitian

D. Variabel penelitian

penelitian ini memiliki dua variable yaitu variabel independent yaitu peneraah Televisi sementara variable dependen adalah Identitas remaja Limokoto kabupaten Kampar, lebih jelasnya berikut ini dapat dilihat kalasifikasi variable sebagai berikut :

Variabel Indenden (X)

1. Perilaku Medai Responden (X1)

- a. Durasi Menonton Televisi
- b. Frekwensi Menonton Televisi
- c. Orientasi Media
- d. Akses Media
- e. Pengawalan Media

Veriabel Dependen (Y)

2. Identitas budaya

a. Berciuman dengan pacar merupakan hal yang biasa dilakukan
b. Melakukan hubungan intim dengan orang dicintai merupakan perbuatan biasa saja dilakukan
c. Keperawanan tidak lagi menjadi ukuran kesucian seseorang (tidak musti dipertahankan sampai pernikahan)
d. Keperawanan seseorang tidak menjadi pertimbangan dalam mencari calon istri/suami
e. Hamil diluar nikah tidak perlu dipermasalahkan, yang penting kedua belah pihak bertanggung jawab
f. Perempuan yang hanya memakai celana pendek ditempat umum/ diluar rumah
g. Mempercayai tetangga saya, adalah orang baik-baik
h. Ramah kepada orang yang belum saya kenal
i. Mencurigai niat baik seseorang yang baru saya kenal kepada saya/keluarga saya
j. Nilai-nilai atau etika pergaulan muda mudi menurut adat, tidak perlu dipertahankan lagi, karena menghambat kemajuan
k. Makanan tradisional kalah menarik dengan makanan modern

E. Metode Analisi data.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji Statistik Koefisien Korelasi (Correlation coefficients) dengan menggunakan program SPSS for Windows dan korelasi yang dipakai adalah korelasi Pearson dengan rumusan sebagaimana berikut :

$$r_{XY} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \right] \left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right]}}$$

Dimana :

r

r_{XY} = Koefisien Korelasi r

X = Skor dalam distribusi Variabel X

Y = Skor dalam distribusi Variabel Y

N = Banyaknya pasangan skor X dan skor Y (banyaknya populasi)

Untuk masing kategori pilihan jawaban akan diberi skor, untuk skor sangat berpengaruh akan diberi nilai 5. untuk cukup berpengaruh diberikan skor 4, untuk berpengaruh skornya 3 dan tidak berpengaruh diberi skor 2. sedangkan untuk skor sangat tidak berpengaruh akan diberikan skor 1 nilai.

F. Tentatif Jadwal Penelitian.

Penelitian ini diadakan selama 13 Minggu yaitu mulai bulan Mei – Juli 2008 dengan rincian sebagai berikut :

No	Penelitian	Waktu	Keterangan
1	2	3	4
01	Penyusunan Proposal	Minggu Pertama & kedua (Mei 2008)	
02	Penelitian lapangan	Minggu Ketiga-keempat Mei s/d Pertama & kedua Juni 2008	
03	Analisis Data	Minggu ke tiga & keempat Juni 2008	
04	Membuat Laporan	Minggu pertama & kedua Juli 2008	
05	Presentasi/Seminar Hasil	Minggu Ketiga & keempat Juli 2008	
06	Penyempurnaan Laporan	Minggu Pertama September 2008	

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data.

Seiringan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, telah menodorong suatu tatanan dunia global yang lebih mirip sebuah perkampungan besar, kata lain dalam tatanan dunia global sekatan budaya telah dijembatani oleh kemudahan dalam akses informasi.

Konsekwensi logis dari perkampungan global tersebut, telah membuat sekatan nilai-nilai budaya suatu komunitas tidak terproteksi secara maksimal, hal ini bukan saja berkibat kepada akulturasi budaya, akan tetapi juga telah berlangsung sebuah kesefahaman global sehingga manusia hidup dalam satu budaya dominant.

Domunasi budaya dalam dataran dunia global berkaitan dengan berbagai hal seperti pendidikan, tingkat ekonomi dan mobilitas penduduknya dan tak kalah pentingnya adalah sejauhmana budaya tersebut bersinggungan dengan kemampuan dalam pemanfaatan media masyarakatnya dalam menyebarkan nilai-nilai budaya tersebut, khususnya media televise, televise tidak saja berfungsi sebagai pusat informasi akan tetapi televise juga menjadi sarana untuk mendapatkan hiburan bagi sebagian masyarakat.

Keberadaan televise dalam rumah tangga, bukan saja sekedar pengantar informasi, melainkan disinyalir lebih jauh dari itu, yakni sebagai institusi pembelajaran bagi masyarakat dan anggota keluarga, orang tua, anak remaja dan anak-anak, bahkan peranan televise bagi anak-anak melebihi peranan orang tuanya dalam menyajikan dunia luar.

Televise masuk kedalam rumah tangga masyarakat global, ibaratkan aliran sinyal telepon, kata lain, ia hadir dalam rumah tangga kita ibaratkan sahabat yang sangat setia menemani anak-anak kita, tanpa berasa serta berbau dan berwarna memasuki arena psikologi penontonya.

Berikut ini akan disajikan beberapa data berkaitan dengan pengaruh televise terhadap identitas budaya murid SLTA di Kota pekanbaru, data yang berkaitan dengan murid SLTA di kota Pekanbaru disajikan dengan tidak membedakan status lembaga pendidikan siswa baik negeri maupun swasta.

Laporan data penelitian ini terdiri dari data identitas respon yang berkaitan dengan pekerjaan orang tua responden, selanjutnya data berkaitan dengan variabel X dependen yang terdiri dari enam klasifikasi variable yakni variable lamanya responden menonton, kedua variable acapkali responden menonton, ketiga variable orientasi program yang ditonton responden, keempat variable akses media responden, kelima teman responden menonoton, keenam kawalan orang tua terhadap responden, sedangkan variable Y adalah identitas budaya responden, untuk lebih rincinya dapat dilihat pada table-tabel berikut :

Tabel 1
Pekerjaan Orang Tua Murid

Jumlah Responden	Jenis Pekerjaan					Jumlah
	PNS	TNI	Peg.Swasta	Wiraswasta	Tidak Menjawab	
138	28	2	23	77	8	138

dari table 1 diatas dijelaskan bahwa sebanyak 28 (22%) Orang pekerjaan orang tua murid responden adalah PNS, dan 2 (2%) orang sebagai TNI, sebanyak 23 (18%) orang sebagai Pegawai swasta dan 77 (59%) orang berprofesi sebagai Wiraswasta sementara itu sebanyak 8 orang responden tidak menyebutkan pekerjaan orang tuanya.

Sementara itu, variable berkaitan variable dependen X1 yaitu lamanya responden menonton televisive dalam satu kali menonton dapat dilihat pada table 2 berikut :

Tabel 2
Lamanya durasi responden menonton

Jumlah Responden	Berapa lama saudara menonton Televisi dalam 1 kali menonton	Jawaban Pilihan			
		1 Kurang 2 jam	2 3 sampai 4 jam	3 5 s/ di 6 jam	4 Lebih 6 jam
138		51	49	22	16

Dari tabel 2 diatas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar durasi responden menonton dibawah kurang dua jam sebanyak 51 atau 37 % responden , dan yang menonton satu kali menonton selama 3 sampai 4 jam sebanyak 49 (36%) responden,

kemudian disusul oleh durasi menonton responden selama 5 sampai 6 jam sebanyak 22 (16%) responden, sedangkan sebanyak 16 (12 %) responden dan yang lebih 6 jam satu kali menonton responden.

Pada sisi lain berhubungan dengan kekerapan responden menonton televisi dalam satu minggu dapat dilihat pada table 3 berikut :

Tabel 3
Kekerapan responden menonton dalam satu minggu
Lamanya durasi responden menonton

Jumlah Responden	Kerapan responden menonton dalam satu minggu	Jawaban Pilihan			
		(1) Kurang 2 hari	(2) 2 – 3 hari	(3) 4 sampai 5 hari	(4) Lebih 5 hari
138		11	15	34	76

Dalam table 3 diatas dinyatakan bahwa sebanyak 76 (56%) jawaban responden memilih pilihan nomor 4 yakni menonton lebih 5 kali dalam satu minggu, kemudian responden memilih pilihan 3 yaitu menonton 4 sampai 5 hari seminggu sebanyak 34 (25%) responden, selanjutnya disusul dengan pilihan nomor 2 sebanyak 15 (11%) 9responden mengatakan menonton televisi dalam satu minggu sebanyak 2 sampai 3 hari seminggu, dan sebanyak 11 (8 %) responden memilih pilihan nomor 1 yakni menonton kurang 2 hari dalam satu minggu.

Berkaitan dengan variable program apa yang sering ditonton oleh responden setiap kali mereka menonton dapat dilihat pada table 4 berikut :

Tabel 4
Orientasi program acara TV ditonton responden

Jumlah Responden	Apa program Televisi yang sering anda Tonton	Jawaban Pilihan			
		(1) Hiburan (senetron/Film)	(2) Berita	(3) musik	(4) Lain-lain
138		64	6	24	42

Tabel 4 menjelaskan bahwa sebanyak 64 (47%) responden memilih program acara televisi berupa senetron / film, dan diikuti oleh minat responden untuk

menonton program acara lain-lain sebanyak 42 (31%) responden, kemudian sebanyak 24 (18%) responden meminati program acara musik dan sedangkan sebanyak 6 (4%) responden yang berminat menonton berita, dengan demikian program acara yang paling diminati oleh responden adalah senetron atau film disusul dengan menonton program acara lain-lain

Selanjutnya berkaitan dengan variable akses media atau media apa saja yang dapat diakses oleh respoden selain dari media televisi yakni media Internet, CD/Video Casset, Media cetak dan Radio dapat dijelaskan dalam table 5 berikut :

Tabel 5
Akses media responden selain TV

Jumlah Responden	Selain televisi media apa saja yang dapat anda gunakan dirumah saudara	Jawaban Pilihan			
		(1) CD/VD Casset	(2) Media Cetak	(3) Radio	(4) Internet
138		46	9	29	52

Dari table 5 diatas dapat diketahui akses media responden terhadap media selain televisi, dimana data table 5 tersebut menunjukkan bahwa sebesar 38 % atau 52 responden memiliki akses kepada internet, kemudian sebanyak 46 (34%) responden mengakses CD/Video Casset, selanjutnya sebanyak 29 (21%) responden mengakses media Radio, dan yang paling sedikit diakses oleh responden adalah media cetak yakni sebanyak 9 (7%) responden.

Sementara itu, penjelasan variable yang berkaitan dengan siapa teman responden disaat mereka menonton televisse, dapat dilihat pada table 6 berikut :

Tabel 6
Teman responden disaat menonton TV

Jumlah Responden	Siapa saja yang sering menonton dengan saudara	Jawaban Pilihan			
		(1) Orang Lain	(2) Teman- Teman	(3) Sendiri	(4) Ortu/Ang gota keluarga
138		9	5	33	93

Berkaitan dengan siapa teman responden dikalah menonton dapat lihat pada Tabel 6, dimana sebanyak 93 (66%) dari respoden menyatakan mereka menonton ditemani oleh orang tua atau anggota keluarganya, kemudian sebanyak 33 (24%) responden lebih menonton sendiri tanpa ditemani, kemudian sebanyak 5 (4%) responden menyatakan menonton dengan teman-teman mereka, sedangkan sebanyak 9 (6%) responden mengakui mereka menonton ditemani oleh orang lain, artinya diluar orang yang mereka kenali dengan baik sebelumnya.

Dipihak lain berhubungan dengan apakah resoponden dikawal oleh orang tuanya, mengenai apa saja yang mereka tonton, dalam table 7 dinyatakan apakah responden dinesehati oleh orang tuanya, perihal siaran/program acara yang ditoton mereka, lebih lanjut dapat dilihat pada table 7 berikut :

Tabel 7
Pengawasan Orang Tua terhadap
Program acara yang ditonton responden

Jumlah Responden	Apakah orang tua saudara memberikan nasehat terhadap program acara TV yang ditonton	Jawaban Pilihan			
		(1) Tidak pernah	(2) Kadang-kadang	(3) sering	(4) Sering bahkan didiskusikan
138		5	58	46	28

Tabel 7 diatas menggambarkan bahwa sebanyak 5 (4%) responden tidak pernah dinasehatai oleh orang tuanya mengenai program / acara yang ditonton mereka, dan sebanyak 46 (34%) respoden menyatakan bahwa orang tua mereka sering melakukan pengawasan/ nasehat terhadap program atau siaran yang ditonton mereka, dan selanjutnya sebanyak 58 (42%) responden dinasehati oleh orang tuanya mengenai program acara televise yang mereka tonton, dan selanjutnya responden yang mengakui disamping orang tuanya menasehati juga melakukan diskusi dengan orang tuanya berkaitan dengan program acara yang ditontonya yakni sebanyak 28 (20%) responden dari jumlah serponden sebanyak 138 orang.

B. Analisis Data

Setelah dipaparkan mengenai jawaban responden terhadap pertanyaan yang dikumpulkan melalui angket, sekarang akan dilakukan analisis terhadap variabel perilaku menonton responden yang terdiri dari lima instrument konsep, selanjutnya kelima instrumen tersebut akan dianalisis dengan tehnik korelasi antara kelima instrument data tersebut terhadap identitas budaya dengan instrument data yakni pertama bercuman dengan pacar hal yang biasa dilakukan, kedua melakukan hubungan intim dengan orang dicintai merupakan perbuatan biasa saja dilakukan, ketiga dimana perawanan tidak lagi menjadi ukuran kesucian seseorang (tidak musti dipertahankan sampai pernikahan) keempat keperawanan seseorang tidak menjadi pertimbangan dalam mencari calon isteri/ suami, kelima hamil diluar nikahb tidak perlu dipermasalahkan, yang penting kedua belah pihak bertanggungjawab, keenam perempuan yang hanya memakai celana pendek ditempat uumum / diluar rumah, ketujuh mempercayai tetangga adalah orang baik, kedelapan ramah tama kepada orang yang belum dikenali kesembilan mencurigai niat baik seseorang yang baru dikenal kesepuluh, nilai-nilai etika pergaulan muda mudi menurut adat, tidak perlu dipertahankan lagi, karena menghambat kemajuan dan kesebelas intrumennya adalah makanan tradisional kalah menarik dengan makanan modern pada murid SLTA di kota Pekanbaru dengan bantuan software SPSS versi 11.5 for windows.

Secara perinci, berikut ini adalah analisis korelasi antara lama menonton televise responden dalam hubungannya terhadap identitas murid SLTA di Pekanbaru sebagai berikut:

Analisis 1
Hubungan antara lama menonton dengan identitas responden
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Lama Menonton	2.4928	1.23363	138
Identitas budaya SLTA di PKU	28.775	6.6881	138

Correlations

		Lama Menonton	Identitas budaya SLTA di PKU
Lama Menonton	Pearson Correlation	1	.134
	Sig. (2-tailed)	.	.118
	N	138	138
Identitas budaya SLTA di PKU	Pearson Correlation	.134	1
	Sig. (2-tailed)	.118	.
	N	138	138

Dari analisis data korelasi antara lama menonton terhadap identitas budaya responden terdapat hubungan kedua variable tersebut sebesar 134 poin, namun hubungan tersebut tidak signifikan karena nilai sig (2 tailed) diatas nilai > 0.5 yakni sebesar 0.118, hal menunjukkan adanya hubungan akan tetapi tidak signifikan hubungan tersebut. Dikaitkan dengan jawaban responden dimana responden sebagian besar yaitu sebanyak 51 atau 37 % responden kurang dua jam dalam satu kali menonton.

Selanjutnya analisis hubungan variable kekerapan menonton responden dengan identitas responden dapat dilihat pada analisis 2 berikut :

Analisis 2

Hubungan antara kekerapan hari menonton dengan identitas budaya responden

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Hari menonton dalam 1 minggu	1.9493	1.19196	138
Identitas budaya SLTA di PKU	28.775	6.6881	138

Correlations

		Hari menonton dalam 1 minggu	Identitas budaya SLTA di PKU
Hari menonton dalam 1 minggu	Pearson Correlation	1	.665(**)

	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	138	138
Identitas budaya SLTA di PKU	Pearson Correlation	.665(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	138	138

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analisis 2 diatas menunjukkan pearson correlation atau hubungan antara kekerapan hari menonton dengan identitas budaya responden, dinyatakan terdapat hubungan yang positif antara kedua variable tersebut dengan nilai sebesar 665 poin, dan hubungan antara kedua variable tersebut sangat signifikan, hal ini dijelaskan dengan tingkat signifikannya sebesar 0.00 %, dan nilai signifikan tersebut dibawah nilai sig, 0.5 %.

Berikutnya akan dianalisis hubungan antara pilihan program yang sering ditonton dihubungkan dengan variable identitas budaya responden, maka ditemukan sebagai berikut :

Analisis 3

Hubungan antara orientasi Program dengan identitas budaya responden

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Program yang ditonton	1.6304	1.04690	138
Identitas budaya SLTA di PKU	28.775	6.6881	138

Correlations

		Program yang ditonton	Identitas budaya SLTA di PKU
Program yang ditonton	Pearson Correlation	1	.517(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	138	138
Identitas budaya SLTA di PKU	Pearson Correlation	.517(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	138	138

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada table analisis 3 mengenai hubungan antara program acara televise yang sering ditonton dengan identitas budaya responden dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif sebesar 517 poin, hal ini menyatakan bahwa semakin sering responden menonton program pilihannya maka berkorelasi secara positif terhadap identitas budaya responden.

Dilihat dari signifikan hubungan kedua variable tersebut, dapat dikatakan sangat signifikan, hal ini ditunjukkan dengan signifikannya hubungan kedua variable tersebut sebesar 0.00 (100%) artinya kalau dikatakan signifikan hubungan dinyatakan dibawah 0.5 % , sementara itu, pada table analisis 3 dinyatakan signifikannya 0.00 maka hubungan tersebut dapat dikatakan signifikan .

Lebih lanjut akan diteruskan dengan analisis hubungan antara variable teman menonton dengan identitas budaya responden sebagai berikut :

Analisis 4

Hubungan antara teman menonton dengan identitas budaya responden

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Teman Menonton	2.5652	1.23191	138
Identitas budaya SLTA di PKU	28.775	6.6881	138

Correlations

		Teman Menonton	Identitas budaya SLTA di PKU
Teman Menonton	Pearson Correlation	1	.694(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	138	138
Identitas budaya SLTA di PKU	Pearson Correlation	.694(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	138	138

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dalam analisis 4 diatas dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variable teman menonton dengan identitas budaya responden sebesar 0.694 poin, artinya semakin besar nilai variable teman menonton maka semakin tinggi pula nilai variable identitas budanya, hal menunjukkan hubungan yang positif antara kedua variable tersebut.

Ditinjau dari tingkat signifikan hubungan kedua variable tersebut, dimana dinyatakan apabila nilai signifikannya dibawah 0.5 %, hubungan variable teman menonton dengan identitas budaya responden maka dapat dikatakan signifikan, sementara itu dalam table analisis 4 dinyatakan nilai signifikan hubungan variable tersebut sebesar 0.000 (100%), maka dapat disimpulkan hubungan kedua variable tersebut adalah signifikan.

Berikut ini akan disajikan analisis hubungan antara variabel pengawalan orang tua terhadap identitas budaya responden adalah :

Analisis 5
Hubungan antara variable pengawalan orang tua
terhadap identitas budaya responden

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton	2.8551	.97075	138
Identitas budaya SLTA di PKU	28.775	6.6881	138

Correlations

		Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton	Identitas budaya SLTA di PKU
Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton	Pearson Correlation	1	.662(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	138	138
Identitas budaya SLTA di PKU	Pearson Correlation	.662(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	138	138

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analisis 5 diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat hubungan antara variable nasehat orang tua mengenai program acara televise dengan identitas budaya

responden secara positif sebesar 662 poin, dengan nilai signifikan sebesar 0.000 (100%) karena nilai signifikan hubungan kedua variable tersebut lebih kecil dari nilai signifikan 0.5 %, dimana apabila nilai signifikan hubungan variable dibawah nilai signifikan 0.5, maka disimpulkan bahwa hubungan antara variable kawalan orang tua mengenai program televisi yang tonton responden dengan variable identitas budaya responden dikatakan signifikan.

Ditambahkan, bahwa berdasarkan analisis korelasi tersebut, tidak ada hubungan antara variable lama menonton dengan identitas budaya responden, akan tetapi apabila variable lama menonton responden dilakukan analisis terhadap pengawasan orang tua terhadap menonton program televisi responden ditemukan, bahwa kedua variable tersebut memiliki hubungan yang positif sebesar 225 poin dengan nilai signifikannya sebesar 0.008 %, lebih lanjut dapat dilihat pada tabel analisis 8 berikut :

Analisis 8

Hubungan antara lamanya durasi menonton dengan pengawasan orang tua terhadap tontonan responden

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Lama Menonton	2.4928	1.23363	138
Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton	2.8551	.97075	138

Correlations

		Lama Menonton	Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton
Lama Menonton	Pearson Correlation	1	.225(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.008
	N	138	138
Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton	Pearson Correlation	.225(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.
	N	138	138

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Secara umum dikatakan bahwa bentuk hubungan antara variable yang dianalisis, menggambar bahwa ada tidak terdapat hubungan antara variable yang

analisis, dan ada juga yang menunjukkan adanya hubungan antara variable dengan tingkat signifikan yang bervariasi, berikutnya dapat dilihat pada table analisi 9 berikut.

Tabal 9

Gambaran umum korelasi antara variable

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Lama Menonton	2.4928	1.23363	138
Hari menonton dalam 1 minggu	1.9493	1.19196	138
Program yang ditonton	1.6304	1.04690	138
Akses media selain TV	2.1232	1.11036	138
Teman Menonton	2.5652	1.23191	138
Nasehat Ortu terhdp siaran ditonton	2.8551	.97075	138
Identitas budaya SLTA di PKU	28.775	6.6881	138

Correlations

		Lama Menonton	Hari menonton dalam 1 minggu	Program yang ditonton	Akses media selain TV	Teman Menonton	Nasehat Ortu terhdps siaran ditonton	Identitas budaya SLTA di PKU
Lama Menonton	Pearson Correlation	1	.106	.046	.041	.104	.225(**)	.134
	Sig. (2-tailed)	.	.214	.593	.636	.227	.008	.118
	N	138	138	138	138	138	138	138
Hari menonton dalam 1 minggu	Pearson Correlation	.106	1	.465(**)	.424(**)	.467(**)	.410(**)	.665(**)
	Sig. (2-tailed)	.214	.	.000	.000	.000	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138	138
Program yang ditonton	Pearson Correlation	.046	.465(**)	1	.466(**)	.344(**)	.299(**)	.517(**)
	Sig. (2-tailed)	.593	.000	.	.000	.000	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138	138
Akses media selain TV	Pearson Correlation	.041	.424(**)	.466(**)	1	.482(**)	.267(**)	.629(**)
	Sig. (2-tailed)	.636	.000	.000	.	.000	.002	.000
	N	138	138	138	138	138	138	138
Teman Menonton	Pearson Correlation	.104	.467(**)	.344(**)	.482(**)	1	.374(**)	.694(**)
	Sig. (2-tailed)	.227	.000	.000	.000	.	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138	138
Nasehat Ortu terhdps siaran ditonton	Pearson Correlation	.225(**)	.410(**)	.299(**)	.267(**)	.374(**)	1	.662(**)
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.002	.000	.	.000
	N	138	138	138	138	138	138	138
Identitas budaya SLTA di PKU	Pearson Correlation	.134	.665(**)	.517(**)	.629(**)	.694(**)	.662(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.118	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	138	138	138	138	138	138	138

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel analisis 9 diatas dijelaskan bahwa tidak terdapat hubungan antara lama menonton dengan identitas budaya responden, sementara itu pada terdapt hubungan antara variabel kekerapan menonton, orientasi program, akses media, teman menonton dan pengawalan orang tua kepada program yang tonton dengan identitas budaya responden secara positif serta kucup signifikan yaitu dibawah nilai signifikan 0.5 %.

BAB V SIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari penyajian serta analisis data yang diuraikan dalam bab IV sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variable kekerapan menonton, orientasi program, akses media, teman menonton serta pengawalan media orang tua terhadap identitas budaya murid SLTA di kota Pekanbaru serta dengan nilai yang cukup signifikan yakni dibawah nilai signifikan yaitu sebesar 0.5 %.

Kata lain hubungan positif dengan nilai yang cukup signifikan, dimana semakin tinggi perilaku media responden, maka semakin berhubungan secara positif dengan nilai atau identitas budaya responden, akan tetapi hal yang cukup menarik adalah, walaupun tidak terdapat hubungan antara lama menonton responden dengan identitas budaya responden, namun lama menonton responden memiliki hubungan yang positif serta dengan nilai yang cukup signifikan terhadap pengawalan media orang tua terhadap perilaku media responden.

Kesimpulan adalah bagaimanapun bentuk hubungan antara perilaku media responden dengan identitas responden, namun peranan orang tua cukup berperan dalam membentuk perilaku media responden sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hubungan antar antara variable lama menonton dengan pengawalan media orang tua.

B. Saran-saran

Tibalah saatnya penelitian menutup laporan ini dengan saran-saran sebagai berikut :

1. Kepada orang tua, agar selalu melakukan pengawalan atau control terhadap perilaku menonton anak-anaknya, karena bagaimanapun media televisive mempunyai hubungan dengan identitas budaya anak-anak
2. Kepada penyelenggara siaran public, agar lebih selektif dalam menayangkan siaran dalam media televisive, karena hubungan antara media dengan identitas budaya pemirsa cukup signifikan. Dan bagi lembaga penyiaran nasional agar lebih memperhatikan keragaman budaya daerah, sehingga budaya daerah tetap terjaga kelestariannya.

3. Kepada Pemerintah terkhusus Komisi Penyiaran Indonesia, diharapkan lebih memperketat serta meningkatkan pengawasan terhadap program acara Televisi serta perlunya penerapan UU nomor 32 tahun 2002 mengenai penyiaran, agar perlindungan terhadap budaya daerah dan nasional lebih dapat diwujudkan

C. Penutup

Demikian laporan penelitian ini, saran dan kritikan konstruktif sangat diperlukan demi kesempurnaan laporan ini, serta bagi yang berminat dalam bidang yang sama agar dapat mengembangkan penelitian dalam bidang media massa, agar ilmu Komunikasi khusus dalam pengembangan komunikasi massa lebih terkini. Dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penelitian, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan, semoga mendapat balasan serta menjadi amal jariah, amin.

DAFTAR REFERENSI

- Astrid S Susanto, *Komunikasi Massa*, Bina Ilmu, Bandung: 1983
- Azhar Aryad, *Media Pengajaran*, Pt, Raja Grafindo Persada, Jakarta : 1996.
- Buletin*, Infokom Kesbang, Propinsi Riau, 2003
- Deddy Mulyana, (edt) *Bercinta dengan Televisi*, Rosda, Bandung :1997
- Hadi Setia, *Undang-undang Pentiaran*, Harvarindo, Jakarta : 2003
- Malvin L. D Pleur, Noor Bathi Hj Badarudin (Terj), *Teori Komunikasi Massa*, Dewan Bahasa dan Putaka Kemetrian pendidikan Malaisya, Kuala Lumpur, 1988.
- Onong Ucjana Effendi, *Teori dan Falsafat Komunikasi*, Rosda Karya, Bandung : 1993
- Sudarwan Damin, *Media Komunikasi Pendidikan*, Bumi Aksara, Jakarta : 1994
- Tom Campbell, *Tujuh Teori Social Sketsa Penelitian Perbandingan*, Kanisius, Yogyakarta : 1994.
- Vincent Gaspersz, *Teknik Penarikan Contoh untuk Penelitian Survei*, Darsito, Bandung : 1991
- W. J. S. Peorwadarmenta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta : 1985
- Werner J. Severin And James W Tankard Jr. Logman, *Communications Theories, Origins, Methods And Uses In The Mass Media*, Third Edition, New York, London, 1992.