

**EFEK SIARAN LANGSUNG SEPAK BOLA LIGA *CHAMPION*
EROPA DI RCTI TERHADAP PERILAKU REMAJA PECINTA
BOLA DI KELURAHAN PASAR BARU BASERAH
KECAMATAN KUANTAN HILIR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi**



OLEH :

RUBI HASRIL
NIM : 10743000194

PROGRAM S.1

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

RIAU

2011

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena televisi dapat menjangkau khalayak di seluruh penjuru dunia untuk menontonnya, televisi dapat menyiarkan tayangan secara langsung dari tempat kejadian tanpa ada rekayasa dari pihak tertentu. RCTI merupakan salah satu media televisi swasta di Indonesia yang menyiarkan secara langsung pertandingan sepak bola Liga Champion Eropa. Liga Champion Eropa ini merupakan liga sepak bola yang mempertemukan para juara liga di benua Eropa, dan para juara tersebut dipertandingkan untuk menjadi juara Eropa di pertandingan tersebut.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Sejauh mana Efek Siaran Langsung Sepak bola Liga Champion Eropa di RCTI Terhadap Perilaku Remaja Pecinta Bola di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir.

Lokasi penelitian dilakukan di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir, teknik yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket sebanyak 62 eksemplar kepada responden sesuai dengan jumlah sampel penelitian untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Teknik analisa data dilakukan dengan deskriptif kuantitatif yakni *Product Moment*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Efek Siaran Langsung Sepak bola Liga Champion Eropa di RCTI Terhadap Perilaku Remaja Pecinta Bola di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir memiliki hubungan yang positif karena r lebih besar daripada nol, tetapi nilai r lebih kecil daripada **0,20** maka hubungannya sangat rendah dan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kedua variabel karena taraf signifikan yaitu **0,5**.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Shalawat dan salam buat junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan penerangan dan membawa umat manusia ke alam yang berilmu pengetahuan, sehingga kita bisa menikmatinya saat ini.

Skripsi ini berjudul **“Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga *Champion* Eropa di RCTI terhadap Perilaku Remaja Pecinta Bola Di kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir”**.

Penulisan skripsi ini adalah salah satu konsekuensi yang harus ditempuh penulis untuk menyelesaikan pendidikan Ilmu Komunikasi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa begitu kompleks kiranya tantangan dan rintangan yang penulis hadapi dalam menyelesaikan skripsi ini, namun hal itu penulis jadikan sebagai semangat dan dorongan dalam mengejar cita-cita. Apalagi banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah membatu.

Untuk itu dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak atas segala bantuan, dorongan, dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai, terutama kepada:

1. Ayahanda Rusli dan Ibunda Herisna Yenti, Amd.pd (Alm) tercinta dan abang Dedi Miswar (Alm) adik-adik Rutria Aprilla dan Yazid Affandi Patria R serta Nenek Tercinta Ainar beserta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Nazir Karim, MA, sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Amril M, MA sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Elfianri, M.Si dan Bapak Toni Hartono, M.Si selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Nurdin Abdul Halim, MA sebagai ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak M. Yusuf selaku Lurah Pasar baru Baserah serta buk rahimah dan staff yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
8. Onny Pradanata, M. Pajri, Fedriansyah para rekan-rekan seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya Teman-teman Jurnalistik Universitas

Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau khususnya angkatan 2007 semoga kelak menjadi alumni yang sukses.

9. M. Syahril, Amd.Kep, Yerri Firnanda, Yeyen Novalina, SE, Novita Riani, S.Ip, Reisi Nora, S.Pd, Eka Mardalena, Amd.Kom, Henri Gunawan, Amd.Kom, M Peri Syaprizal, S.Pd dan Riko Desfice para sahabat yang selalu setia menemani dan memberikan motivasinya, Anggi fahlevi, Trivi Vonda, Farid Meija, Rizki Ariyan para adik-adik kosan yang Gokil-gokil, Defri Harianto, S.Kom, Dislagana Farce, Amd.Pd, Sarwilis, Darlis, Mimi Arianti, M. Efenri, SE para abang-abang dan Moman/Ociak yang selalu memberikan Suport serta motivasi.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik itu dari segi penulisan maupun penyajian. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk kita semua. Amin Ya Robbal 'alamin.

Pekanbaru, 15 April 2012
Penulis

Rubi Hasril

DAFTAR ISI

ABSTRAKS	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Alasan pemilihan judul	7
C. Penegasan istilah	7
D. Permasalahan	7
E. Tujuan penelitian	9
F. Manfaat penelitian	9
G. Kerangka teoritis dan konsep operasional	10
H. Konsep operasional	18
I. Hipotesis	22
J. Metode penelitian	23
K. Populasi dan sampel penelitian	25
L. Subjek dan objek penelitian	27
M. Teknik pengumpulan data	28
N. Teknik analisa data	29
O. Sistematika penulisan	31
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	32
A. Letak geografis	22
BAB III PENYAJIAN DATA	36
A. Efek siaran langsung terhadap perilaku remaja	37
Identitas responden	37
Bentuk-bentuk pertanyaan dari angket	39
BAB IV ANALISIS DATA	51
A. Efek siaran langsung sepak bola terhadap perilaku remaja	52
BAB V PENUTUP	56

A. Kesimpulan	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	ii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2	Populasi Remaja di Kelurahan Pasar Baru Baserah.....	24
Tabel 2.1	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur.....	34
Tabel 2.2	Jumlah Penduduk Menurut Kepercayaan / Agama.....	34
Tabel 2.3	Mata Pencarian Masyarakat.....	35
Tabel 3.1	Tingkat Umur Responden.....	37
Tabel 3.2	Tingkat Pendidikan Responden.....	38
Tabel 3.3	Responden Penelitian.....	38
Tabel 3.4	Berapa Kali Dalam 1 Bulan Liga Champion Eropa.....	39
Tabel 3.5	Berapa Lama Waktu Normal Pertandingan Liga Champion.....	40
Tabel 3.6	Menonton Siaran Langsung Dikamar, Ruang Tamu, Kedai Kopi Dalam Kehidupan Sehari-Hari.....	41
Tabel 3.7	Melihat Informasi Sepak Bola Liga Champion Eropa Ditelevisi, Kopran Majalah Dalam Kehidupan Sehari-Hari.....	42
Tabel 3.8	Berapa Kali Dalam 1 Bulan Ditemani Orang Tua Menonton Liga Champion Eropa.....	43
Tabel 3.9	Memakai Baju Kaos Dan Celana Bola Tim Atau Pemain Idola Dalam Kehidupan Sehari-Hari	44
Tabel 3.10	Memakai Shall Dan Handuk Tim Atau Pemain Idola Dalam Kehidupan Sehari-Har.....	45
Tabel 3.11	Meniru Gaya Model Potongan Rambut Pemain.....	46
Tabel 3.12	Meniru Gaya Warna Rambut Pemain Bola Idola.....	47
Tabel 3.13	Selalu Memakai Gelang Nama Tim Atau Pemain Idola.....	48

Tabel 3.14	Selalu Memakai Pin Nama Tim Atau Pemain Idola.....	49
Tabel 3.15	Selalu Memakai Kalung Nama Tim Atau Pemain Idola.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi sebagai salah satu media massa yang dapat menjangkau khalayak banyak dalam memproses terjadinya komunikasi secara efektif. Menurut Mc Luhan, menggunakan media ini pada hakekatnya adalah perluasan dari alat indera manusia, seperti telepon merupakan kepanjangan dari telinga, televisi perpanjangan dari mata (Rahmat, 2007 : 220). Media televisi mempunyai daya tarik yang begitu luas sehingga mampu membawa masyarakat terbawa arus dan mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada pemirsa.

Media televisi merupakan suatu cara atau strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan (sasaran) yang efektif. Usaha untuk mencapai tujuan tersebut maka media harus mampu mempengaruhi, merencanakan, memproduksi dan menyiarkan program acara yang mampu menarik perhatian dan minat masyarakat. Media publik televisi mempunyai sifat terbuka, komunikasi yang disampaikan mempunyai fungsi dan tujuan kepada sasarannya oleh karena itu dibutuhkan komunikasi yang cepat dan guna mengetahui efek apa yang akan timbul disebabkan siaran yang disiarkan.

Kemajuan pertelevisian saat ini semakin pesat, dimana siaran televisi telah memungkinkan masyarakat luas dapat dengan cepat dan mudah mengetahui berbagai perkembangan mutakhir yang terjadi di berbagai penjuru dunia. Siaran televisi juga mempunyai daya jangkau yang luas dan mampu menembus batasan

wilayah geografis, sistem politik, sosial, dan budaya masyarakat pemirsa. Televisi memiliki potensi sebagai salah satu unsur yang bisa mempengaruhi sifat, pandangan, gaya hidup, orientasi, dan motivasi masyarakat.

Televisi telah menjadi teman setiap orang ketika mereka mengalami kejenuhan akibat rutinitas sehari-hari. Televisi merupakan bentuk media massa elektronik yang paling disukai, terutama setelah beroperasinya stasiun televisi swasta nasional seperti: RCTI, SCTV, TPI, INDOSIAR, ANTV, GLOBAL TV, TRANS TV, METRO TV. Stasiun-stasiun televisi nasional tersebut berlomba-lomba menarik perhatian pemirsa dengan menayangkan berbagai jenis tayangan acara-acara yang dikemas dengan menarik.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya yaitu program informasi (*News*), program hiburan (*Entertainment*), program informasi yang dibagi kedalam jenis berita keras (*Hardnews*) yang merupakan laporan berita terkini dan harus segera disiarkan dan berita lunak (*Softnews*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip dan opini. Sementara program hiburan televisi terbagi atas tiga kelompok besar yaitu musik, drama, permainan, pertunjukan, dan olahraga.

Stasiun-stasiun televisi swasta nasional yang ada di Indonesia saat ini, tidak mau ketinggalan untuk menampilkan tayangan-tayangan acara yang menarik perhatian pemirsa. Salah satunya tayangan yang bersifat “langsung” yaitu mampu menarik dan memukau jumlah pemirsa lebih banyak dari biasanya. Acara demikian biasanya acara olahraga, misalnya pertandingan tinju kelas berat,

pertandingan final *All England* (melibatkan pemain Indonesia), pertandingan final bola dunia, dan pertandingan liga champion (Mulyana, 2000 : 147).

Siaran langsung merupakan liputan langsung dari tempat kejadian yang disiarkan oleh pihak televisi. Pemirsa di rumah dapat menyaksikan acara yang terjadi pada waktu bersamaan tanpa direkayasa oleh pihak tertentu. Inilah yang menjadi daya tarik yang begitu kuat akan siaran langsung yang mampu menarik banyak perhatian pemirsa. Ini juga dikarenakan oleh sifat manusia yang ingin selalu tahu terutama tentang hal kejadian terbaru tentunya.

RCTI merupakan salah satu media televisi nasional yang tidak mau ketinggalan untuk menampilkan tayangan yang bersifat langsung yaitu Liga Champion Eropa. Liga Champion Eropa merupakan acara unggulan dari stasiun televisi swasta ini dalam menarik perhatian pemirsanya yang gila bola. Dimana jam tayang dari pertandingan langsung liga ini pada pukul 1 dini hari sampai 4 dini hari, jadwal tanding biasanya pertengahan minggu yaitu rabu dan kamis dini hari.

Sepak bola merupakan olahraga populer dan merakyat dimuka bumi ini, tentu saja karena sangat banyak diminati orang. Tayangan sepak bola sendiri bisa dinikmati untuk segala usia baik itu anak-anak, remaja, orang dewasa maupun orang tua. Namun tidak bisa dipungkiri, bahwa fenomena sepak bola bisa membuat kita terpana, sepak bola telah menjadi ideologi *universal* dimuka bumi ini. Sepak bola mampu menyedot perhatian massa, menciptakan histeria, seni transportasi, busana, arsitektur, keamanan, organisasi, manajemen dan sederet panjang aspek lainnya.

Siaran sepak bola Liga Champion merupakan liga sepak bola yang mempertemukan juara-juara liga di negara-negara di benua Eropa. Para juara-juara liga tersebut dipertandingkan untuk menjadi yang terbaik bagi benua Eropa tersebut. Ini menjadi ajang yang sangat bergengsi dalam dunia olahraga disana karena banyak menyedot perhatian pemirsa.

Masyarakat Indonesia yang tentunya mempunyai media televisi secara tidak langsung akan menonton tayangan yang bersifat langsung ini. Karena akan memenuhi kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan media massa atau televisi seperti kebutuhan kognitif, yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat informasi, kebutuhan efektif, yang berusaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat kesenangan, kebutuhan integratif parsional yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman, dan sekelilingnya, serta kebutuhan pelarian yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan (Liliweri, 1992 : 133).

Siaran langsung sepak bola menjadi fenomena karena menjadi opbrolan publik diberbagai kerumunan masyarakat terutama ditempat berkumpulnya kaum lelaki, disana bahan cerita dari berbagai peristiwa yang terjadi dilapangan, mulai dari propil tim, para pemain yang berlaga, strategi yang digunakan, hasil pertandingan, kiprah pelatih dan wasit sampai pada gosip para bintang sepak bola yang menjadi sesuatu yang menarik untuk dibicarakan. Begitupun pengaruh di indonesia hampir seluruh program acara sepak bola yang ditayangkan di televisi selalu mendapat rating yang tertinggi.

Tayangan siaran langsung sepak bola disiarkan secara langsung diberbagai negara dipenjuru dunia, tak ubahnya juga disiarkan di indonesia hingga mencakup seluruh pulau dan wilayah-wilayah yang ada di indonesia. Termasuk di antaranya yaitu Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir.

Kelurahan Pasar Baru Baserah merupakan daerah yang berada dekat pusat kota Kuantan Hilir. Masyarakatnya cukup beragam dengan banyaknya warga pendatang. Jumlah penduduk kelurahan ini lebih kurang 2.100 jiwa (kelurahan Pasar Baru). Bagi masyarakat kelurahan Pasar Baru Baserah terutama kalangan kaum lelaki menonton siaran langsung Liga Champion Eropa merupakan sesuatu yang selalu ditunggu-tunggu kehadirannya. Tayangan tersebut menjadi agenda rutin bagi kebanyakan masyarakat di sana. Hal ini menjadi suatu fenomena yang sangat menarik untuk dilihat, di mana adanya kelompok-kelompok setiap blok di daerah tersebut untuk menonton bersama, dan juga bagi yang menonton sendirian akan terlihat masih hidupnya penerangan di rumahnya serta masih adanya kegiatan menonton acara televisi.

Perbedaan waktu dan letak geografis dengan benua Eropa tidak menjadi halangan untuk menonton siaran langsung tersebut. Di mana pertandingan sepakbola yang diselenggarakan di sana pada sore hari sedangkan di Indonesia menunjukkan waktu lewat tengah malam yang merupakan jadwal istirahat bagi masyarakat Indonesia.

Bagi masyarakat kelurahan Pasar Baru Baserah berbagai acara dan kegiatan yang dilakukan menjelang siaran langsung sepak bola Liga Champion Eropa itu disiarkan seperti berkumpul secara berkelompok di suatu tempat keramaian yang

dapat menghilangkan rasa jenuh untuk dapat menikmati tayangan langsung sepak bola Liga Champion Eropa tersebut.

Merujuk kepada uraian di atas, maka penelitian ini akan berusaha mengkaji lebih dalam akan efek yang ditunjukkan penonton pada acara siaran “langsung” sepak bola Liga Champion Eropa beserta faktor-faktor yang mempengaruhi penonton menyaksikan siaran “langsung” sepak bola Liga Champion sampai ke penonton secara efektif. Dengan ini penulis mengambil judul penelitian **“Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa di RCTI terhadap Perilaku Remaja Pecinta Bola di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir”**.

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Menurut peneliti masalah ini menarik karena Liga Champion Eropa merupakan siaran yang sangat menarik untuk ditonton terutama pada kalangan kaum lelaki pecinta sepak bola.
2. Judul ini berkaitan langsung dengan studi ilmu komunikasi yang peneliti terjuni dan juga masalahnya menarik untuk diadakan penelitian.
3. Penulis merasa mampu untuk meneliti baik dari segi waktu, tempat, ekonomi dan fasilitas yang mendukung dalam penelitian ini.

C. Penegasan Istilah

1. Efek adalah perbedaan antara apa yang difikirkan, apa yang dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan, pengaruh ini biasa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fluer, 1982 : 10).
2. Siaran langsung dikategorikan pada siaran karya jurnalistik yang merupakan produksi secara televisi yang mengutamakan kecepatan penyampaian informasi, realitas atau peristiwa yang terjadi. (Baksin, 2006 : 8)
3. Liga Champion Eropa adalah kejuaraan antar klub sepak bola tahunan antara klub-klub sepak bola tersukses di Eropa, dan sering dianggap sebagai trofi tingkat klub paling prestisius di Eropa (www.Bolanews.com).
4. Perilaku adalah respon atau tanggapan serta reaksi yang terwujud dalam gerakan (Daramita, 1994 : 139).

D. Permasalahan

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas sehingga dapat mengaburkan penelitian, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti.

Adapun batasan masalah tersebut yaitu sebagai berikut:

- a) Penelitian ini dibatasi hanya pada remaja Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir.
- b) Penelitian ini ditujukan untuk melihat Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa di RCTI terhadap Perilaku remaja pecinta Bola di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal ini serta uraian yang dikemukakan pada latar belakang, perlu bagi penulis untuk merumuskan masalah, yaitu “Bagaimana Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa Di RCTI Terhadap Perilaku Remaja pecinta Bola Di Kelurahan Pasar Baru Baserah”.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui efek siaran langsung sepak bola Liga Champion Eropa di RCTI terhadap perilaku remaja pecinta bola di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a) Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya dikemudian hari pada permasalahan yang sama.
- b) Sebagai referensi dan pengembangan ilmu pengetahuan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang jurnalistik.

2. Manfaat Praktis

- a) Sebagai bahan masukan dan pertimbangan akan efek tayangan siaran langsung sepak bola.
- b) Bagi penulis kiranya dapat memberikan pengalaman dalam menerapkan ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan maupun studi sendiri.

G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

a. Konsep Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari kata latin *cum* yaitu kata depan yang berarti dengan, bersama dengan, dan *unus* yaitu kata bilangan yang berarti satu. Dari kedua kata itu terbentuk kata benda *cummunio* yang dalam bahasa Inggris menjadi *communion* dan berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, hubungan. Karena untuk ber-communio diperlukan usaha dan kerja, dari kata itu dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, memberikan sebahagian kepada seseorang, tukar-menukar, membicarakan sesuatu dengan seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Kata kerja *communicare* itu pada akhirnya dijadikan

kata benda *communicatio*, atau bahasa Inggris *communication*, dan dalam bahasa Indonesia diserap menjadi *komunikasi* (Mulyana, 2005 : 3).

Pengertian komunikasi menurut pendapat beberapa ahli yaitu, komunikasi ialah proses penyampaian suatu pesan sebagai paduan fikiran dan perasaan seseorang untuk mengubah sikap, opini atau perilaku orang lain dengan upaya memperoleh tanggapan (Effendy, 1992 : 54).

Schramm (dalam Karlinah, 1999 : 32) mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi minimal diperlukan tiga komponen yaitu: *source, message, destination* atau *komunikator, pesan dan komunikan*. Miller dalam karyanya yang berjudul *On Defining Communication Another Stab* dan dimuat dalam *Jurnal On Communication* menyatakan sebagai berikut, pada prinsipnya komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya.

Pengertian diatas merupakan modifikasi yang di ungkapkan oleh Hovland pada tahun keempat puluhan se usai perang dunia ke II, yang oleh para komunikator dianggap sebagai pelopor ilmu komunikasi yakni sebagai berikut: komunikasi adalah proses dimana seseorang (komuniator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang atau bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain atau komunikan (Effendy, 1992 : 49).

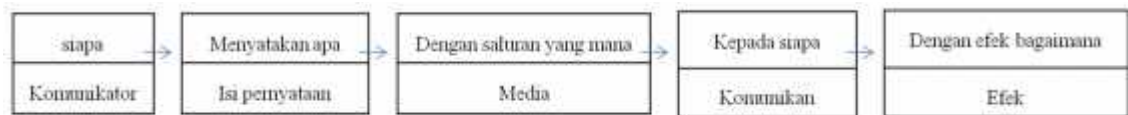
Menurut Effendy (1992:318-319), menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan tersebut yakni:

1. Penyampaian pesan
2. Pesan (Message) adalah informasi yang disampaikan
3. Media (Channel) adalah alat penyampaian pesan, tetapi semua pesan yang disampaikan oleh media tergantung pada bentuk komunikasinya itu sendiri
4. Komunikan (Communican, Communicate, Receiver, Recievent), adalah orang yang menerima pesan dari komunikator
5. Efek (Effect) adalah suatu hasil atau dampak yang merupakan timbal balik dari kegiatan atau tindakan yang dilakukan.

Untuk lebih jelasnya proses komunikasi digambarkan pada skema laswell, sebagai berikut:

Gambar 1

Model Proses Komunikasi



Sumber: Effendy (1992:318)

Dalam skema model komunikasi laswell dijelaskan bahwa komunikator (televisi RCTI) dalam tayangan langsung sepak bola liga champion Eropa secara tidak langsung telah menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak, terutama

pecandu bola dikelurahan pasar baru baserah kecamatan kuantan hilir yang mungkin saja tidak menyadari, misalnya sekelompok masyarakat kelurahan pasar baru baserah sudah meniru model rambut, gaya aksesoris dan lain-lain. Khalayak sudah merespon apa yang disampaikan walaupun masing-masing memiliki tingkatan-tingkatan.

b. Konsep Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa menurut Tan & Wright (dalam Liliweri, 1991) komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu (Ardianto & Erdinaya, 2004 : 03) sedangkan menurut Gerbner (1967), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus perasaan yang kontinyu serta paling luasa dimiliki orang dalam masyarakat industri (dalam Karlinah & Komala, 2004 : 30).

c. Media

Kata media, berasal dari bahasa latin, bentuk jamak dari *medium* secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah suatu alat yang dipakai sebagai saluran (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) atau informasi dari suatu sumber (*resource*) kepada penerimanya (*receiver*). (Mulyana, 2002 : 63). Media berarti wadah atau sarana. Dalam bidang komunikasi, istilah media yang sering kita sebut sebenarnya adalah penyebutan singkat dari media komunikasi. Media komunikasi sangat berperan penting dalam mempengaruhi perubahan

masyarakat. Televisi diantaranya adalah salah satu contoh media yang paling sukses menjadi pendorong perubahan.

d. Televisi

televisi menurut Kamus lengkap Bahasa Indonesia (Badudu, 2000 : 1689) adalah media komunikasi massa yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

a. Televisi memiliki fungsi yaitu :

- 1) Hiburan merupakan media massa yang bersifat menghibur seperti yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik, dan bunyi maupun gambar dan bahasa, dan membawa orang kepada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
- 2) Pendidikan sebagai upaya dalam membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal maupun nonformal juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.
- 3) Informasi sebagai upaya untuk mengumpulkan, menyimpulkan data, fakta, pesan, kesan, opini dan komentar sehingga orang dapat mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah nasional maupun internasional.

b. Karakteristik Siaran Televisi

- 1) Siaran televisi bersifat general atau menyeluruh
- 2) Siaran televisi bersifat satu arah

- 3) Siaran televisi bersifat sejenak
- 4) Siaran televisi bersifat menarik
- 5) Siaran televisi bersifat sekilas atau cepat

Efektivitas televisi disebabkan oleh sifat audio-visual yang dimilikinya. Dengan suguhan audio-visual kita dapat lebih mudah menangkap informasi yang disampaikan tanpa perlu banyak berpikir. Dan mungkin untuk itulah tayangan yang ada di televisi dibuat. Untuk membatasi ruang pikir kita atau bahkan sengaja tidak memberikan kita kesempatan untuk berpikir. Kita diarahkan untuk sekedar menangkap apa yang kita lihat dan kita dengar secara mentah dan menjadikannya sesuatu yang faktual, aktual dan terpercaya dan tidak mendidik masyarakat untuk bersikap kritis. Televisi hanya mempunyai kemampuan untuk merangsang dan bukan mendidik.

e. Ruang Lingkup Program dan Siaran di Televisi

Menurut Morissan (2005 : 9) kata program berasal dari bahasa Inggris yaitu *Programme* yang berarti acara atau rencana, program adalah hal yang ditampilkan dalam stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Program memiliki pengertian yang sangat luas, sedangkan orang yang mengelola bagian program disebut *Programmer*. Biasanya *programmer* meletakkan acara yang bagus pada bagian waktu *prime time* karena tingkat menonton televisi masyarakat paling banyak pada waktu tersebut. Untuk siaran langsung biasanya, waktunya tidak tertentu. Semua waktu tersebut bisa saja menjadi siaran langsung untuk pertandingan sepak bola Liga Champion, dan biasanya pada waktu *late*.

respon dari stimulus, namun dalam diri individu itu ada kemampuan untuk menentukan perilaku yang diambilnya. Hubungan stimulus dan respon tidak berlangsung secara otomatis, tetapi individu mengambil peranan dalam menentukan perilakunya (Walgito, 1994 : 15).

Menurut Skinner (1976) (dalam Walgito, 1994 : 17) membedakan perilaku menjadi perilaku yang alami dan perilaku operan. Perilaku alami merupakan perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan, yang berupa refleks- *fringe time* dan *all other time*.

f. Konsep Efek

Efek adalah perbedaan antara apa yang difikirkan, apa yang dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan, pengaruh ini biasa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fluer, 1982 : 10).

Seperti yang dikatakan Steven. H. Chaffe ada lima efek kehadiran media massa sebagai media fisik dimana didalam nya terdapat media televisi yaitu :

1. Efek Ekonomi.

Dengan kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produktif, distribusi, dan konsumsi jasa media.

2. Efek Sosial.

Efek sosial yang berkenaan dengan perubahan struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa.

3. Efek pada penjadwalan kegiatan.

Penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari. Ini didukung oleh Schram, Lyle, Peter, mengatakan kehadiran media televisi telah mengurangi waktu tidur, membaca, dan dan menonton film pada sebuah kota di Amerika.

4. Efek pada penyaluran atau penghilangan perasaan tertentu.

Kehadiran media massa sebagai objek fisik hilangnya perasaan dan menumbuhkan perasaan tertentu.

5. Efek pada perasaan media massa.

Kita memiliki perasaan positif dan negatif pada media massa tertentu.

(Rakhmat, 2002 : 220)

g. Konsep Siaran langsung

Siaran langsung dikategorikan pada siaran karya jurnalistik yang merupakan produksi secara televisi yang mengutamakan kecepatan penyampaian informasi, realitas atau peristiwa yang terjadi. Adapun penggolongan dari siaran karya jurnalistik adalah :

1. Berita yang aktual yang bersifat *time concern*
2. Berita non aktual yang bersifat *timeless*
3. Penjelasan yang bersifat aktual atau sedang hangat-hangatnya
4. Monolog (seperti pengumuman harga BBM, pidato kepala negara)
5. Dialog (bisa berupa wawancara atau diskusi)
6. Laporan
7. Siaran langsung (komentar, reportase)

(Baksin, 2006 : 8)

h. Perilaku remaja

Perilaku dalam ilmu psikologi adalah perilaku yang tampak (*overt behavior*) dan atau perilaku yang tidak tampak (*inner behavior*), demikian pula aktivitas-aktivitas tersebut disamping aktifitas motorik juga termasuk aktifitas emosional dan kognitif.

Perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisasi itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus eksternal yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal. Pandangan aliran kognitif yaitu perilaku individu merupakan refleksi dan insting, sedangkan perilaku operan merupakan perilaku yang dibentuk melalui konsep belajar.

Garis pemisah antara awal masa dan akhir masa remaja terletak kira-kira sekitar usia tujuh belas tahun, usia saat mana rata-rata remaja memasuki sekolah menengah tingkat atas. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari tigabelas tahun sampai dengan tujuhbelas tahun dan masa akhir remaja bermula dari enam belas tahun sampai dengan delapan belas tahun (Hurlock, 2003 : 134).

i. Teori kultivasi

Kerangka teori dipergunakan untuk memperjelas suatu masalah yang akan diteliti dan untuk mencapai satuan pengetahuan yang sistematis serta membantu atau membimbing peneliti dalam penelitiannya, menurut Kerlinger, teori adalah himpunan konsep (konstruk), definisi dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan reaksi diantara variabel, untuk memperjelas dan meramalkan gejala tersebut (Rachmat, 2004 : 6).

Adapun teori yang peneliti gunakan adalah teori kultivasi, teori kultivasi beramsusi bahwa pecandu berat televisi membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan. Teori kultivasi (*cultivation theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Professor George Gerbner, Dekan emiritus dari Annenberg School for Communication di Universitas Pennsylvania. Terdapat lima asumsi yang dikaji Gerbner dan koleganya (Baran, 2003 : 324-325).

1. Televisi secara esensial dan fundamental berbeda dari bentuk media massa lainnya. Televisi tidak menuntut melek huruf seperti media surat kabar, majalah dan buku. Televisi bebas biaya, sekaligus menarik karena kombinasi gambar dan suara.
2. Medium televisi menjadi *the central cultural arm* masyarakat, karena menjadi sumber sajian hiburan dan informasi.
3. Persepsi seseorang akibat televisi memunculkan sikap dan opini yang spesifik tentang fakta kehidupan
4. Fungsi utama televisi adalah untuk medium sosialisasi dan enkulturasi melalui isi tayangannya (berita, drama, iklan)
5. Observasi, pengukuran, dan kontribusi televisi kepada budaya relatif kecil, namun demikian dampaknya signifikan.

Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur dilingkungannya. Dengan kata lain persepsi apa yang dibangun di benak anda tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak anda

dengan televisi, anda belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaanya.

Teori kultivasi ini diawal perkembangannya lebih memfokuskan kajiannya pada studi televisi dan audience, khususnya memfokuskan pada tema-tema kekerasan di televisi. Gerbner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersaqma-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi itu akan punya kecendrungan sikap yang sama satu sama lain.

H. Konsep Operasional

Untuk mencapai realitas dalam pengujian secara empiris. Maka jumlah konsep yang masih abstrak perlu di operasikan lebih lanjut, supaya benar-benar menyentuh pada fenomena yang konkrit mengenai gejala-gejala yang diamati. Indikator-indikator tersebut (Rakhmat, 2007: 219) adalah: Efek behavior adalah efek yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati meliputi pola-pola tindakan atau kebiasaan berperilaku.

Kerangka konsep dari suatu gejala gejala sosial yang memadai dapat dipertukarkan untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji. Karena itu variabel-variabel yang penting haruslah didefenisikan dengan jelas, paling tidak beberapa variabel yang didefenisikan secara operasional untuk memungkinkan adanya dalil-dalil yanmg dapat diuji.

Operasional variabel berfungsi untuk memudahkan kerangka konsep dalam penelitian. Maka berdasarkan kerangka konsep, dibuatlah operasionalisasi variabel efek siaran langsung sepak bola liga champion eropa untuk membentuk kesamaan dan kesesuaian dalam penelitian sebagai berikut :

a. Perilaku media

1. Frekuensi menonton berdasarkan group perbulan
 - a. 4 x 1 bulan, siaran langsung tayangan sepak bola
 - b. 3 x 2 minggu, siaran langsung tayangan sepak bola
 - c. 2 x 1 minggu, siaran langsung sepakbola
 - d. 1 x 1 minggu, siaran tunda pertandingan sepak bola
2. Durasi waktu
 - a. 00-125 menit, waktu keseluruhan pertandingan
 - b. 00-90 menit, waktu normal pertandingan
 - c. 00-45 menit, setengah babak pertandingan
 - d. < 45 menit, tambahan waktu pertandingan
3. Lokasi / tempat menonton, meliputi kamar sendiri, Ruang tamu, Kedai Kopi, dan Lapangan terbuka
4. Sumber informasi, meliputi Televisi, Koran, Majalah, Radio
5. Pengawasan media
 - a. Sangat baik, apabila pengawasan ortu 4 x sebulan terhadap remaja
 - b. Baik, apabila pengawasan media 3 x sebulan terhadap remaja
 - c. Cukup baik, apabila pengawasan media 2 x sebulan terhadap remaja

- d. Kurang baik, apabila pengawasan media 1 x sebulan terhadap remaja
- b. Perilaku remaja pecinta bola
 - 1. Pembelian atribut
 - a. Baju kaos dan celana bola berdasarkan pemain sepak bola
 - b. shall dan handuk tim bola yang bersangkutan
 - 2. Gaya rambut
 - a. Model potongan rambut ala pemain bola
 - b. Model warna rambut ala pemain bola
 - 3. Accessoris
 - a. Gelang nama tim atau pemain bola
 - b. Pin nama tim atau pemain bola
 - c. Kalung nama tim atau pemain bola

I. Hipotesis

Penelitian yang dilakukan memerlukan hipotesis, karena hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti dan kemudian kebenarannya harus diuji melalui hasil-hasil penelitian (Rakhmad, 2007: 34).

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk :

$H_0 : r = 0$, berarti tidak ada efek atau pengaruh antara perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah.

$H_a : r \neq 0$, berarti terdapat pengaruh antara perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah.

Nilai r merupakan korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan atau dengan kata lain. Jadi hipotesis yang diajukan adalah :

H_a : Perilaku media berpengaruh terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah

H_0 : Perilaku media tidak berpengaruh terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah

J. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan penyajian analisis secara statistik deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguraikan sifat-sifat dari keadaan. Data yang diperlukan akan diperoleh berdasarkan atas perumusan masalah dan dipergunakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan dengan tujuannya adalah memberikan gambaran terperinci berdasarkan kenyataan yang ditemukan di lapangan (Nawawi, 2001: 663).

2. Lokasi dan Jadwal Penelitian

a) Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir. Adapun alasan pemilihan lokasi penelitian di sini karena sebagian besar remaja Kelurahan Pasar Baru Baserah tersebut gemar menonton tayangan langsung sepak bola Liga Champion dan tayangan sepak bola lainnya. Sehingga efek dari siaran tersebut langsung terlihat.

b) Jadwal Penelitian

Adapun jadwal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

No	Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	Juli 2011	Pengajuan Judul	
2	Agustus 2011	Penentuan Dosen pembimbing.	
3	Agustus-September 2011	Penyusunan proposal penelitian.	
4	Oktober 2011	Ujian Proposal.	
5	Oktober 2011	Revisi proposal.	
6	Oktober-November 2011	Pengambilan data penelitian.	
9	November 2011	Pengolahan data Hasil Penelitian.	
10	November 2011	Penyusunan skripsi tahap akhir.	
11	Desember 2011	Ujian munaqasah / ujian skripsi.	

3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah remaja laki-laki Kelurahan Pasar Baru Baserah Kecamatan Kuantan Hilir yang berjumlah 162 orang berdasarkan data pada kantor Kelurahan Pasar Baru Baserah. Kelurahan Pasar Baru Baserah mempunyai 3 Rukun Warga (RW) berdasarkan jumlah populasi tersebut, penulis akan menetapkan untuk masing-masing RW diwakili oleh sampel yang jumlahnya sama.

Tabel 1.2
Populasi Remaja di Kelurahan Pasar Baru Baserah

RW	Jumlah Penduduk Tiap RW		
	Laki-Laki	Perempuan	Total
1	64	86	150
2	57	82	139
3	41	70	111
Jumlah	162	238	400

Penulis akan menerapkan populasi dalam penelitian ini adalah laki-laki sehingga jumlah populasi penelitian ini adalah 162 orang dalam kategori usia yang diambil 14 sampai 17 tahun di Kelurahan Pasar Baru Baserah.

b. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang diteliti (Arikunto, 2002: 104). Dalam penelitian ini, untuk menggeneralisasikan populasi maka dilakukan dengan menggunakan rancangan Non Probabilitas yaitu rancangan pengambilan sampel yang tidak menggunakan teknik random melainkan teknik Purposive Sampling dengan menerapkan secara sengaja responden yang akan diteliti didasarkan pada kriteria dan pertimbangan bagi penonton yang aktif menyaksikan tayangan langsung tersebut (Sugiarto, 2003: 40). Yang dimaksud dengan aktif adalah penonton tidak hanya menyaksikan tayangan langsung dari satu media televisi saja yang salah satunya adalah stasiun televisi swasta nasional RCTI. Di mana respondennya mulai dari 14 tahun sampai dengan 17 tahun, karena pada usia tersebut seorang individu dapat berpikir secara jelas sehingga mampu dengan mengerti pesan yang disampaikan komunikator.

Untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% (dalam Rakhmat, 2002: 82) yakni :

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

d : Presisi (*bound of error*) yang digunakan 10% (0,1)

Berdasarkan rumus di atas maka sampel di kelurahan Pasar Baru Baserah adalah:

$$n = \frac{162}{162(0,1)^2+1} = \frac{162}{2,62} = 61,83 \quad \text{dibulatkan menjadi: 62 responden}$$

Selanjutnya ditetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini menjadi 62 orang. Jumlah sampel nantinya diperoleh dari tiap-tiap RW yang berada di kelurahan Pasar Baru Baserah.

Untuk menentukan alokasi jumlah sampel dari tiap-tiap RW yang berada di kelurahan Pasar Baru Baserah digunakan prinsip *alokasi proposional Taro Yamane* dengan rumus sebagai berikut:

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan:

- ni : Ukuran sampel yang akan diambil dari tiap kelompok
- Ni : Ukuran kelompok
- N : Ukuran populasi
- Xn : Sampel keseluruhan

Dengan alokasi sampel tiap-tiap RW adalah sebagai berikut:

$$\text{RW 1} = \frac{64}{162} \times 62 = 24,49 \quad \text{dibulatkan menjadi 24}$$

$$\text{RW 2} = \frac{57}{162} \times 62 = 21,81 \quad \text{dibulatkan menjadi 22}$$

$$\text{RW 3} = \frac{41}{162} \times 62 = 15,69 \quad \text{dibulatkan menjadi 16}$$

Sumber data: Kantor Lurah Pasar Baru Baserah 2011

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah individu remaja yang berusia 14-17 tahun atau lebih tepatnya remaja kelurahan pasar baru baserah. Penentuan informan dipilih menggunakan teknik sampling purposive yaitu memilih orang-orang tertentu berdasarkan tujuan yang diambil penulis dan besarkan kemampuan informan tersebut dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.

Peneliti memilih remaja kelurahan pasar baru baserah dikarenakan banyaknya peminat pecinta bola dilokasi tersebut dan lokasi penelitian tersebut mudah untuk dilakukan.

Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Efek siaran langsung sepak bola liga champion eropa terhadap perilaku remaja kelurahan pasar baru baserah kecamatan kuantan hilir.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Quisioner/Angket, yaitu usaha pengumpulan informasi dengan menyampaikan pertanyaan tertulis oleh responden (Nawawi, 2001: 117).
- b. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan langsung ke lokasi penelitian (Nawawi, 2001: 100).

6. Tekhnik Analisa Data

Penelitain ini menggunakan dua variabel yaitu perilaku media sebagai variabel X dan perilaku remaja pecinta bola sebagai variabel Y, sehingga analisa data yang akan dilakukan adalah analisis bivariat untuk melihat hubungan dua variabel tersebut. Sedangkan data-data yang di peroleh dari angket atau kuisisioner akan dianalisa menggunakan statistik inferensial. Statistik inferensial digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2008:148).

Data-data yang di peroleh melalui kuisisioner akan dianalisa menggunakan analisis regresi linier sederhaha dengan rumus :

$$Y = a + bX$$

Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh yang melibatkan suatu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dinamakan regresi linier sederhana. Nilai *a* adalah konstanta dan nilai *b* adalah koefisien regresi untuk variabel X (Sunyoto, 2007:9).

Data yang juga akan dianalisa korelasinya melalui rumus korelasi *product moment*. Kuatnya hubungan antar variabel yang dihasilkan dari analisis korelasi dapat ditentukan berdasarkan besar kecilnya koefisien korelasi yang harganya antara minus 1 (-1) sampai dengan plus 1 (+1). Koefisien korelasi yang mendekati minus 1 (-1) atau plus 1 (+1), berarti hubungan variabel tersebut sempurna negatif atau sempurna positif.

Bila koefisien korelasi (*r*) tinggi, umumnya koefisien regresi (*b*) juga tinggi, sehingga daya prediktifnya tinggi. Bila koefisien korelasi minus (-), maka pada umumnya koefisien regresi juga akan minus dan sebaliknya. Jadi antara korelasi dan regresi terdapat hubungan yang fungsional sebagai alat untuk analisis (Sugiyono, 2008:260).

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi sederhana antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor variabel X

Y = Jumlah skor variabel Y

X^2 = Jumlah skor variabel X kuadrat

Y^2 = Jumlah skor variabel Y kuadrat

XY = Jumlah skor perkalian variabel X dengan variabel Y

Untuk menentukan keeratan hubungan antar variabel tersebut, maka akan ada beberapa nilai-nilai dari koefisien korelasi sebagai ukuran.

Koefisien korelasi dapat diartikan sebagai berikut :

Kurang dari 0,20	hubungan rendah sekali
0,20 – 0,40	hubungan rendah tapi pasti
0,40 – 0,70	hubungan yang cukup berarti
0,70 – 0,90	hubungan yang tinggi, kuat
Lebih dari 0,90	hubungan sangat tinggi, kuat dan dapat diandalkan

(Rakhmad, 2007: 29).

Pengujian hipotesis dapat dilihat taraf probabilitas signifikan yang merupakan hasil perbandingan r hitung dengan r tabel. Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Nilai kriteria r antara -1 sampai dengan +1 dengan kriteria pemanfaatannya sebagai berikut :

- a.** $r > 0$ terjadi hubungan positif
- b.** $r < 0$ terjadi hubungan negatif
- c.** $r = 0$ tidak ada hubungan sama sekali
- d.** $r = 1$ atau $r = -1$ terjadi hubungan sempurna (Umar, 2003: 194-195).

K. Sistematika penulisan

BAB I. Pendahuluan, berisikan Latar belakang, Alasan pemilihan judul, Penegasan istilah, Permasalahan, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Sistematika Penulisan, Kerangka teoritis dan Konsep operasional, Metode Penelitian, Populasi dan Sampel penelitian, Subjek dan Objek penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisa data.

BAB II. Gambaran umum lokasi penelitian berisikan letak geografis dan letak demografis

BAB III. Penyajian data

BAB IV. Analisis data

BAB V. Penutup berisikan kesimpulan dan saran

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Letak Geografis

Kelurahan pasar baru baserah merupakan salah satu kelurahan dari kecamatan Kuantan Hilir yang berada pada Kabupaten Kuantan Singingi, kelurahan pasar baru baserah ini terletak dibagian hilir atau barat dari wilayah kabupaten Kuantan Singingi dengan jumlah penduduk sebanyak 2100 jiwa, dengan jumlah laki-laki 992 jiwa dan perempuan 1108 jiwa berdasarkan dari data kantor Kelurahan pasar baru baserah tahun 2011.

Luas wilayah kelurahan pasar baru baserah adalah 19.000 M² dengan panjang 11.000 M² dan lebar 8.000 M².

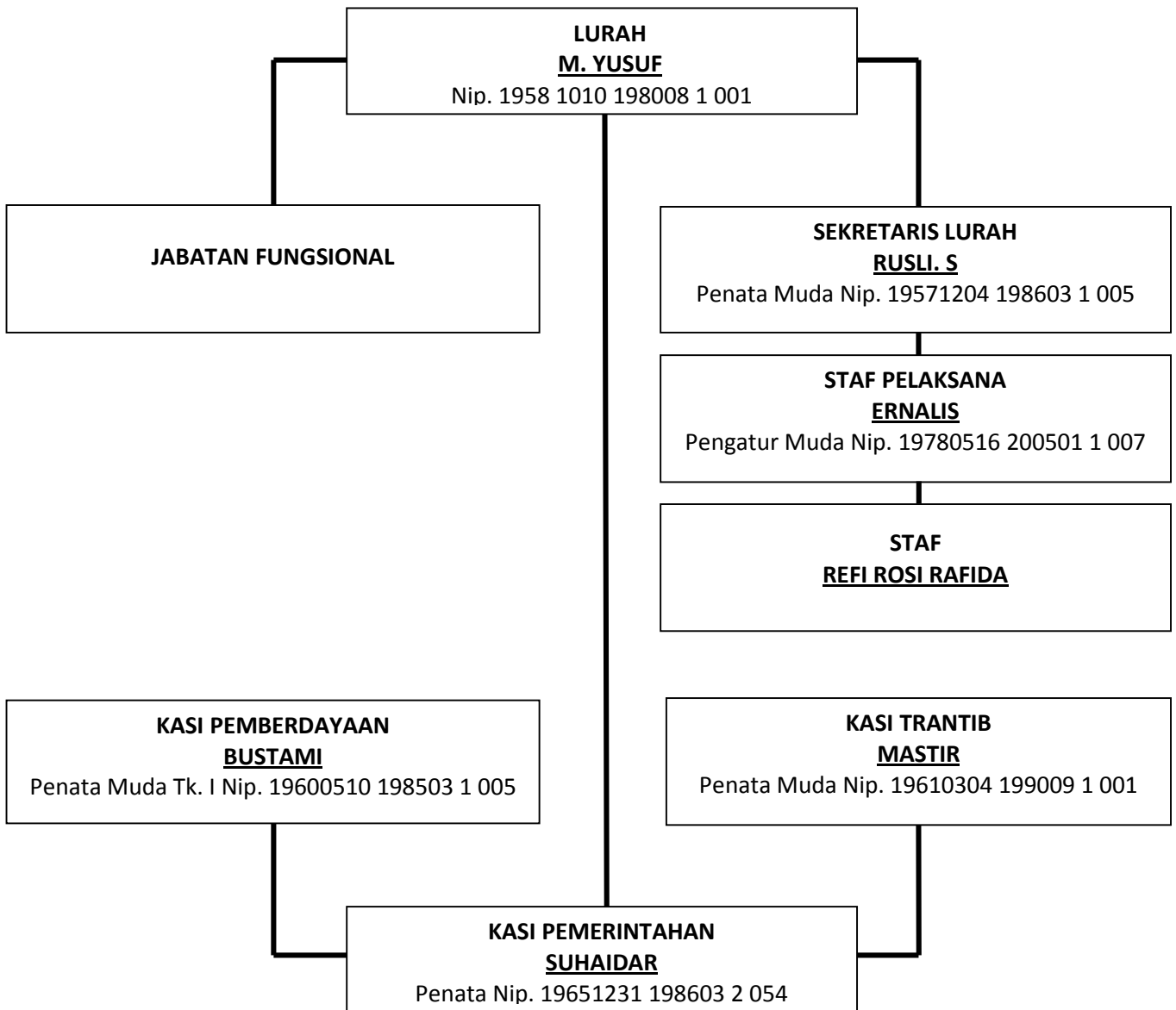
Kelurahan pasar baru baserah berbatasan dengan 4 desa yaitu sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan desa Rawang bonto
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan kelurahan Pasar Usang
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan desa Kampung Medan
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan desa Simpang Tanah Lapang

Jumlah penduduk yang terdapat dikelurahan Pasar baru baserah sebanyak 2100 jiwa. maka untuk jelas nya dapat dilihat pada tabel berikut yang menyajikan jumlah penduduk menurut kelompok umur dan lainnya :

Gambar 2.1

**STRUKTUR ORGANISASI DAN TATALAKSANA (SOT)
KELURAHAN PASAR BARU BASERAH**



Tabel 2.1

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Di Kelurahan Pasar Baru

No	Kelompok Umur	Jumlah
1	0 - 12 bulan	29 jiwa
2	1 – 5 tahun	102 jiwa
3	6 – 10 tahun	214 jiwa
4	11 – 20 tahun	587 jiwa
5	21 – 40 tahun	711 jiwa
6	41 tahun keatas	457 jiwa
	Jumlah	2100 jiwa

Sumber : Kantor Kelurahan Pasar Baru Baserah Tahun 2011

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur yang terbesar adalah 21-40 tahun berjumlah 711 jiwa, sedangkan kelompok umur 11-20 tahun menempati posisi kedua berjumlah 587, diikuti kelompok umur 41 tahun keatas berjumlah 457 jiwa, sedangkan yang paling sedikit yaitu kelompok umur 0-12 bulan yang hanya berjumlah 29 jiwa.

Tabel 2.2

Jumlah Penduduk Menurut Kepercayaan / Agama Di Kelurahan Pasar Baru Baserah

No	Kelompok Agama	Jumlah
1	Islam	2036
2	Katolik	14
3	Protestan	21
4	Hindu	10
5	Budha	19
	Jumlah	2100

Sumber : Kantor Kelurahan Pasar Baru Baserah

Dari tabel diatas dapat kita lihat jumlah penduduk menurut kepercayaan / agama yang terbesar adalah agama islam berjumlah 2036 jiwa, sedangkan agama kristen protestan berjumlah 21 jiwa, selanjutnya diikuti agama budha berjumlah

19 jiwa, terus diikuti agama kristen katolik berjumlah 14 jiwa, dan terakhir agama hindu berjumlah 10 jiwa.

Tabel 2.3

Mata Pencarian Masyarakat Kelurahan Pasar Baru Baserah

No	Profesi pekerjaan	Jumlah
1	Pertanian	982
2	Peternakan	152
3	Wiraswasta	569
4	Pegawai Negeri Sipil	65
5	Lain-lain	332
	Jumlah	2100

Sumber : Kantor Kelurahan Pasar Baru Baserah

Dari tabel diatas dapat kita lihat jumlah mata pencarian penduduk / masyarakat yang terbesar adalah pertanian berjumlah 982 jiwa, sedangkan wiraswasta berjumlah 569 jiwa, selanjutnya diikuti alain-lain berjumlah 332 jiwa, terus diikuti peternakan berjumlah 152 jiwa, dan terakhir pegawai negeri sipil berjumlah 65 jiwa.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa di RCTI

Terhadap Prilaku Remaja

Dalam penyajian data pada BAB III ini, penulis akan menjabarkan data yang telah diperoleh dari jawaban responden atau angket yang telah disebarkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh atau efek siaran langsung sepakbola atau perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah.

Adapun angket yang disebarkan berjumlah 62 eksemplar sesuai dengan jumlah responden peneliti, angket yang disebarkan adalah angket tertutup, setelah terkumpul lalu disajikan pada BAB III.

Angket atau kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 12 pertanyaan dengan 4 kriteria jawaban. Masing-masing kriteria jawaban memiliki skor tertentu yaitu :

1. Kriteria jawaban A dengan skor 4
2. Kriteria jawaban B dengan skor 3
3. Kriteria jawaban C dengan skor 2
4. Kriteria jawaban D dengan skor 1

Data akan dianalisa dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi sebagai tabulasi data, serta analisis regresi linier dan korelasi *product moment* untuk mengetahui pengaruh dan hubungan variabel penelitian. Karena antara regresi dan

korelasi *product moment* terdapat hubungan yang fungsional sebagai alat untuk analisis. Apabila koefisien korelasi (r) tinggi maka umumnya koefisien regresi (b) juga tinggi, sehingga daya prediktifnya juga tinggi, begitu sebaliknya.

1. Identitas Responden

a. Tingkat Umur Responden

Tabel 3.1

Tingkat Umur Responden

No	Tingkat Umur	Frekuensi	Persentase
1	14 tahun	11	17,7 %
2	15 tahun	21	33,9 %
3	16 tahun	16	25,8 %
4	17 tahun	14	22,6 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 11 orang responden atau 17,74 % adalah berumur 14 tahun, 14 orang responden atau 22,58 % berumur 17 tahun, selanjutnya 16 responden atau 25,80 % berumur 16 tahun, dan 21 responden atau 33,87 % berumur 15 tahun. Jadi dapat disimpulkan responden yang paling banyak dari segi umur adalah berumur 15 tahun.

b. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 3.2

Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	32	51,6 %
2	SMA	19	30,7 %
3	SMK	11	17,7 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 11 orang responden atau 17,74 % adalah SMK, selanjutnya 19 orang responden atau 30,64 % adalah SMA, dan 32 orang responden atau 51,61 % adalah SMP. Jadi dapat disimpulkan bahwa pendidikan responden yang paling tinggi adalah SMA dan SMK.

c. Responden Penelitian

Tabel 3.3

Responden Penelitian

No	RW (Rukun Warga)	Frekuensi	Persentase
1	1	24	38,7 %
2	2	22	35,5 %
3	3	16	25,8 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 16 orang responden atau 25,80 % adalah RW 3, dan 22 orang responden atau 35,48 % adalah RW 2, dilanjutkan dengan 24 orang responden atau 38,70 % adalah RW 1, jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah RW 1 berjumlah 24 orang.

2. Berikut bentuk-bentuk pertanyaan dari angket yang penulis sebarakan :

a. Tabulasi Jawaban Responden Mengenai Perilaku Media

Tabel 3.4

Berapa Kali Dalam 1 Bulan Liga Champion Eropa

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	4 kali	25	40,3 %
B	3 kali	19	30,7 %
C	2 kali	14	22,5 %
D	1 kali	4	6,5 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 25 orang responden atau 40,3% adalah 4 kali berapa kali 1 bulan liga Champion Eropa, 19 orang responden atau 30,7% adalah 3 kali berapa kali 1 bulan liga Champion Eropa, 14 orang responden atau 22,5% adalah 2 kali berapa kali 1 bulan liga Champion Eropa, dan 4 orang responden atau 6,5% adalah 1 kali berapa kali 1 bulan liga Champion Eropa. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah 4 kali berjumlah 25 orang responden.

Tabel 3.5

Berapa Lama Waktu Normal Pertandingan Liga Champion Eropa

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	00-125 menit	2	3,2 %
B	00-90 menit	56	90,3 %
C	00-45 menit	4	6,5 %
D	<45 menit	-	-
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 56 orang responden atau 90,3% adalah 00-90 menit lama waktu normal pertandingan liga Champion Eropa, 4 orang responden atau 6,5% adalah 00-45 menit lama waktu normal pertandingan liga Champion Eropa, 2 orang responden atau 3,2% adalah 00-125 menit lama waktu normal pertandingan liga Champion Eropa, dan 0 orang responden adalah <45 menit lama waktu normal pertandingan liga Champion Eropa. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah 00-90 berjumlah 56 orang responden.

Tabel 3.6

**Menonton Siaran Langsung Dikamar, Ruang Tamu, Kedai Kopi Dalam
Kehidupan Sehari-Hari**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selalu	22	35,5 %
B	Kadang-kadang	27	43,5 %
C	Jarang	9	14,5 %
D	Tidak sama sekali	4	6,5%
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 22 orang responden atau 35,5% adalah di kamar sendiri menonton siaran langsung liga Champion Eropa, 27 orang responden atau 43,5% adalah di ruang menonton siaran langsung liga Champion Eropa 9 orang responden atau 14,5% adalah di kedai kopi menonton siaran langsung liga Champion Eropa, sedangkan 4 responden atau 6,5% di lagan terbuka menonton siaran langsung liga Champion Eropa. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah di ruang tamu berjumlah 27 orang responden.

Tabel 3.7

**Melihat Informasi Sepak Bola Liga Champion Eropa Ditelevisi, Kopran
Majalah Dalam Kehidupan Sehari-Hari**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selalu	27	43,5 %
B	Kadang-kadang	29	46,8 %
C	Jarang	6	9,7 %
D	Tidak sama sekali	-	-
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 27 orang responden atau 43,5% adalah televisi melihat informasi liga Champion Eropa, 29 orang responden atau 46,8% adalah koran melihat informasi liga Champion Eropa, 6 orang responden atau 9,7% adalah majalah melihat informasi liga Champion Eropa, sedangkan 0 responden radio melihat informasi liga Champion Eropa. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah koran berjumlah 29 orang responden.

Tabel 3.8

**Berapa Kali Dalam 1 Bulan Ditemani Orang Tua Menonton Liga Champion
Eropa**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	4 kali	2	3,2 %
B	3 kali	5	8,1 %
C	2 kali	37	59,6 %
D	1 kali	18	29,1 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 2 orang responden atau 3,2% adalah 4 kali dalam 1 bulan ditemani orang tua menonton liga Champion Eropa, 5 orang responden atau 8,1% adalah 3 kali dalam 1 bulan ditemani orang tua menonton liga Champion Eropa, 37 orang responden atau 59,6% adalah 2 kali dalam 1 bulan ditemani orang tua menonton liga Champion Eropa, sedangkan 18 responden atau 29,1% 1 kali dalam 1 bulan ditemani orang tua menonton liga Champion Eropa. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah 2 kali berjumlah 37 orang responden.

b. Tabulasi Jawaban Responden Perilaku Remaja Pecinta Bola

Tabel 3.9

**Memakai Baju Kaos Dan Celana Bola Tim Atau Pemain Idola Dalam
Kehidupan Sehari-Hari**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selalu	10	16,1 %
B	Kadang-kadang	26	41,8 %
C	Jarang	21	34 %
D	Tidak sama sekali	5	8,1 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 10 orang responden atau 16,1% adalah selau memakai baju kaos dan celana bola dalam kehidupan sehari-hari, 26 orang responden atau 41,6% adalah kadang-kadang memakai baju kaos dan celana bola dalam kehidupan sehari-hari, 21 orang responden atau 34% adalah Jarang memakai baju kaos dan celana bola dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan 5 responden tidak sama sekali memakai baju kaos dan celana bola dalam kehidupan sehari-hari. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah kadang-kadang berjumlah 26 orang responden.

Tabel 3.10

**Memakai Shall Dan Handuk Tim Atau Pemain Idola Dalam Kehidupan
Sehari-Hari**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selalu	7	11,3 %
B	Kadang-kadang	13	21 %
C	Jarang	22	35,5 %
D	Tidak sama sekali	20	32,2 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 7 orang responden atau 11,3% adalah selalu memakai shall dan handuk tim dalam kehidupan sehari-hari, 13 orang responden atau 21% adalah kadang-kadang memakai shall dan handuk tim dalam kehidupan sehari-hari, 22 orang responden atau 35,5% adalah jarang memakai shall dan handuk tim dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan 20 responden atau 32,2% tidak sama sekali memakai shall dan handuk tim dalam kehidupan sehari-hari. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang berjumlah 22 orang responden.

Tabel 3.11

Meniru Gaya Model Potongan Rambut Pemain Bola

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Meniru	12	19,4 %
B	Cukup meniru	15	24,2 %
C	Kurang meniru	20	32,2 %
D	Tidak sama sekali	15	24,2 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 12 orang responden atau 19,4% adalah sangat meniru gaya model potongan rambut pemain bola, 15 orang responden atau 24,2% adalah cukup meniru gaya model potongan rambut pemain bola, 20 orang responden atau 32,2% adalah kurang meniru gaya model potongan rambut pemain bola, sedangkan 15 responden atau 24,2 tidak sama sekali gaya model potongan rambut pemain bola. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah kurang meniru berjumlah 20 orang responden.

Tabel 3.12

Meniru Gaya Warna Rambut Pemain Bola Idola

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Meniru	9	14,5 %
B	Cukup meniru	6	9,3 %
C	Kurang meniru	25	40,3 %
D	Tidak meniru	22	35,5 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 9 orang responden atau 14,5% adalah sangat meniru gaya warna rambut pemain bola, 6 orang responden atau 9,3% adalah cukup meniru gaya warna rambut pemain bola, 25 orang responden adalah kurang meniru gaya warna rambut pemain bola, 22 responden atau 35,5 % tidak meniru gaya warna rambut pemain bola. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah kurang meniru berjumlah 25 orang responden.

Tabel 3.13

Selalu Memakai Gelang Nama Tim Atau Pemain Idola

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selau	19	30,7 %
B	Kadang-kadang	18	29,1 %
C	Jarang	13	21 %
D	Tidak pernah	12	19,2 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 19 orang responden atau 30,7% adalah selalu memakai gelang tim atau pemain idola, 18 orang responden atau 29,1% adalah kadang-kadang memakai gelang tim atau pemain idola, 13 orang responden adalah jarang memakai gelang tim atau pemain idola, 12 responden atau 19,2 % tidak pernah memakai gelang tim atau pemain idola. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah selalu berjumlah 19 orang responden.

Tabel 3.14

Selalu Memakai Pin Nama Tim Atau Pemain Idola

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selau	8	12,8 %
B	Kadang-kadang	17	27,4 %
C	Jarang	18	29,1 %
D	Tidak pernah	19	30,7 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 8 orang responden atau 12,8% adalah selalu memakai pin tim atau pemain idola, 17 orang responden atau 27,4% adalah kadang-kadang memakai pin tim atau pemain idola, 18 orang responden adalah jarang memakai pin tim atau pemain idola, 19 responden atau 30,7 % tidak pernah memakai pin tim atau pemain idola. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah tidak pernah berjumlah 19 orang responden.

Tabel 3.15

Selalu Memakai Kalung Nama Tim Atau Pemain Idola

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Selau	11	17,7 %
B	Kadang-kadang	14	22,5 %
C	Jarang	23	37,3 %
D	Tidak pernah	14	22,5 %
	Jumlah	62	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 62 responden penelitian yang terdapat dikelurahan pasar baru baserah terdapat 11 orang responden atau 17,7% adalah selalu memakai kalung tim atau pemain idola, 14 orang responden atau 22,5% adalah kadang-kadang memakai kalung tim atau pemain idola, 23 orang responden atau 37,3 % adalah jarang memakai kalung tim atau pemain idola, 14 responden atau 22,5 % tidak pernah memakai kalung tim atau pemain idola. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah Jarang berjumlah 23 orang responden.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa di RCTI Terhadap Perilaku Remaja

Pada bab ini penulis menganalisa data yang telah dijabarkan pada bab III. Setelah dijabarkan, maka selanjutnya penulis menganalisa data pada bab IV. Untuk menganalisa data ini sebelumnya penulis mengklasifikasikan terlebih dahulu rumusan masalah.

Adapun rumusan masalah yaitu mengetahui Bagaimana Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa Di RCTI Terhadap Perilaku Remaja pecinta Bola Di Kelurahan Pasar Baru Baserah.

Pengaruh perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah akan dianalisa menggunakan bantuan analisis statistik regresi linear sederhana. Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur efek atau pengaruh antara variabel X adalah perilaku media, sedangkan variabel Y adalah perilaku remaja pecinta bola.

Pengukuran pengaruh yang melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel

terikat (Y) dinamakan analisis regresi linear sederhana. Nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi untuk variabel X.

Rumus regresi linier yang digunakan adalah :

$$Y = a + b X$$

Nilai a (konstanta) diperoleh melalui rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{n(\sum Y) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Nilai b (koefisien regresi) diperoleh melalui rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Tabel 4.1

Analisis persamaan Regresi Linear Sederhana

Responden	Perilaku media (X)	Perilaku remaja pecinta bola (Y)	X ²	Y ²	XY
n =62	X = 830	Y = 1022	X ² = 11398	Y ² = 17372	XY = 13737

Dari tabel diatas didapatkan :

- $n = 62$
- $X = 830$
- $Y = 1022$
- $X^2 = 11398$
- $Y^2 = 17372$
- $XY = 13737$

Langkah selanjutnya adalah mencari nilai konstanta (a) dan nilai koefisien regresi

(b) untuk memperoleh persamaan regresi linear sederhana dengan rumus diatas :

$$= \frac{(1022)(11398) - (830)(13737)}{62(11398) - (830)^2}$$

$$= \frac{11648756 - 11401710}{706676 - 688900}$$

$$= \frac{247046}{17776}$$

$$= \mathbf{13,89}$$

$$b = \frac{62(13737) - (830)(1022)}{62(11398) - (830)^2}$$

$$b = \frac{851694 - 848260}{706676 - 688900}$$

$$b = \frac{3434}{17776}$$

$$b = \mathbf{0,193}$$

Jadi nilai (konstanta) adalah 13,89 dan nilai koefisien regresi (b) adalah 0,193

Persamaan regresi linear yang didapatkan adalah :

$$Y = 13,89 + 0,193 X$$

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk :

Ho : $r = 0$, berarti tidak ada efek atau pengaruh antara perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah.

Ha : $r \neq 0$, berarti terdapat pengaruh antara perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah.

Nilai r merupakan korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan atau dengan kata lain. Jadi hipotesis yang diajukan adalah :

Ha : Perilaku media berpengaruh terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah

Ho : Perilaku media tidak berpengaruh terhadap perilaku remaja pecinta bola Kelurahan Pasar Baru Baserah

Nilai perilaku media dengan nilai perilaku remaja pecinta bola dapat dihitung korelasinya melalui rumus korelasi *product moment* (r) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{62(13737) - (830)(1022)}{\sqrt{\{62(11398) - (830)^2\} \{62(17372) - (1022)^2\}}}$$

$$r = \frac{851694 - 848260}{\sqrt{\{706676 - 688900\} \{1077064 - 1044484\}}}$$

$$r = \frac{3434}{\sqrt{\{17776\} \{32580\}}}$$

$$r = \frac{3434}{579142080}$$

$$r = \frac{3434}{24065,370}$$

$$r = 0,142$$

Dari rumus diatas diperoleh koefisien korelasi (r) sebesar 0,142. Kedua variabel memiliki hubungan yang positif karena nilai koefisien korelasi (r) lebih besar dari 0 ($r > 0$), namun karena nilai r kurang dari 0,20 maka hubungan kedua variabel sangat rendah.

Pengujian hipotesis dilihat dari perbandingan nilai r tabel untuk taraf kesalahan 1 % dengan $n = 62$ adalah 0,330. Jadi karena nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel ($0,142 < 0,330$) maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku media terhadap perilaku remaja pecinta bola. Dengan demikian hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai koefisien determinasi $r^2 = 0,142 = 0,0201$ yang menunjukkan bahwa perilaku media hanya 2 % mempengaruhi perilaku remaja pecinta bola Kelurahan pasar baru Baserah, melalui persamaan $Y = 13,89 + 0,193 X$. Sisanya 98 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yaitu Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa Dengan Perilaku Remaja Pecinta Bola memiliki hubungan yang positif karena r lebih besar dari pada nol, tetapi nilai r lebih kecil dari 0,20 maka hubungannya sangat rendah dan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kedua variabel karena taraf signifikan yaitu 0,5.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil data pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa kedua variabel yaitu Efek Siaran Langsung Sepak Bola Liga Champion Eropa Dengan Perilaku Remaja Pecinta Bola memiliki hubungan yang positif karena r lebih besar dari pada nol, tetapi nilai r lebih kecil dari **0,20** maka hubungannya sangat rendah dan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kedua variabel karena taraf signifikan yaitu $= 0,5$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat penulis sarankan sebagai berikut :

1. Remaja hendaknya tidak terlalu memaksakan hingga tengah malam untuk menonton siaran langsung liga Champion Eropa karena dapat mengganggu kesehatan.
2. Remaja seharusnya tidak terbawa arus dalam mengubah pakaian atau gaya rambut setelah menonton siaran langsung liga Champion Eropa.
3. Orang tua hendaknya menemani atau mengawasi remaja supaya tidak terlalu sering menonton siaran langsung sepak bola hingga larut malam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharmini. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badudu, Suharsimi. 2000. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta
- Baran. 2003. *Komunikasi massa dan media*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Darminta, Poerwanti. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- De Fluier, Melvinl, and Sandra Ball. 1982. *Reveach Teories Of Mass Communication*. London : Longman.
- Effendy, Onong Uchana. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Elizabeth B Hurlock, 2003. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga.
- Liliweri, Alo. 1992. *Gatra Gatra Komunikasi*. Jakarta : Grafiti.
- Morissan. 2005. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang : Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Bercinta Dengan Televisi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Pers.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- .2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- . 2007. *Metode Penelitian komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- . 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.

- Ruslan, Rosadi. 2005. *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sudijono, Anas. 2003. *Statistik Pendidikan*. Jakarta : Rosda Karya.
- Sugiarto, Dergibson Siagian, Lasmono, Deni, Oetomo. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- . 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta : Amara Books.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Walgito, Bimo. 1994. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.