

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini pada media informasi, baik media cetak maupun media elektronik di Indonesia sudah semakin pesat. Informasi yang biasa didapatkan dari media tidak hanya dari satu atau dua media saja, melainkan banyak media yang ada di Indonesia. Media elektronik khususnya televisi saat ini memiliki persaingan yang sangat ketat dan sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat.

Media massa merupakan alat penyalur informasi yang besar pengaruhnya dalam konteks kehidupan sosial bermasyarakat. Dengan hadirnya media massa, manusia meninggalkan pola berkomunikasi tradisional seperti pola komunikasi berantai antara satu individu ke individu lainnya.

Salah satu bentuk media massa adalah televisi. Televisi termasuk kedalam media yang sangat menarik dan banyak diminati serta memiliki nilai yang khusus, seperti keunggulan-keunggulan televisi dibandingkan dengan media massa yang lainnya.

Televisi merupakan perpaduan antara radio dan film (*Moving Picture*), jadi bagi siaran televisi segi auditif dan visual sama pentingnya. Dari perpaduan inilah daya tarik televisi menjadi semakin kuat, jika radio mempunyai daya tarik dari segi auditifnya saja maka televisi memiliki daya tarik yang lebih besar karena memiliki keunggulan dari segi auditif dan visualnya (Effendi, 2003: 177).

Di Indonesia, siaran televisi dipandang sebagai salah satu media informasi dan hiburan yang memiliki banyak sekali penonton, tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, pendidikan, maupun status sosial seseorang. Tidak berlebihan mengatakan bahwa saat ini hampir setiap rumah tangga di seluruh pelosok tanah air dapat ditemui pesawat televisi mulai dari model yang paling sederhana sampai model yang paling canggih. Hal ini tentu tidak terlepas dari semakin mudah dan murah harga sebuah pesawat televisi yang hampir pasti telah menjangkau seluruh wilayah nusantara tanpa kecuali (Surbakti, 2008:63)

Di era globalisasi atau abad modern saat ini, televisi menjadi salah satu faktor penting bagi kehidupan masyarakat. Media televisi dianggap sangat penting dan efektif dalam menyampaikan sebuah informasi bagi khalayak luas. Permintaan pasar yang tidak pernah surut akan informasi menjadikan tayangan televisi sebagai salah satu media yang paling berpengaruh dalam merubah sikap dan perilaku khalayaknya.

Tayangan program televisi seperti *reality show*, *infotainment*, sinetron, film bahkan iklan sekalipun turut serta mengatur dan mengubah *lifestyle* atau gaya hidup di masyarakat. Informasi yang diberikan televisi seperti program berita tentang politik, budaya, ekonomi maupun sosial masyarakat dari suatu negara. Kenyataan di dalamnya telah diubah dengan sesuatu yang maya. Namun tidak sedikit pula pemerhati acara televisi yang sehat menemukan dampak positif dari tayangan televisi. Seperti dikemukakan oleh Kuswandi (1996: 64), Televisi sebagai sarana edukasi dan informasi mampu membuka wawasan berfikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat.

Baik tidaknya suatu tayangan tergantung pada konten atau isi yang dimuat dalam sebuah program. Sebuah informasi yang ditayangkan oleh media tentu akan menghasilkan sebuah effect yang dirasakan langsung oleh khalayak. Seperti contoh, setelah melihat tayangan gotong royong yang ditayangkan oleh program musik inbox di SCTV, tentu dapat membangun semangat dan sikap kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Dengan kata lain sebuah media dapat menjadikan sebuah alat untuk merubah sikap seseorang.

Indonesia *Lawyers Club* adalah sebuah program *talk show* yang dikemas secara interaktif dan apik untuk memberikan pembelajaran hukum bagi para pemirsanya. Program ini memiliki salah satu kekuatan utama yang terletak pada Karni Ilyas sebagai pembawa acara sekaligus wartawan senior yang memiliki latar belakang sebagai sarjana hukum dan didukung oleh para narasumber dengan bebas akan menceritakan kejadian demi kejadian dari sebuah isu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat dan menghasilkan diskusi terbuka ini menjadi salah satu program yang digemari masyarakat Indonesia (www.tvonenews.tv/ diakses tanggal 24 Oktober 2015).

Program ini pada awalnya adalah Jakarta *Lawyers Club*, dan kemudian berganti nama menjadi “Indonesia *Lawyers Club*”. Perubahan nama program tersebut dikarenakan pemirsa tvOne yang gemar akan acara ini menginginkan bahwa program ini bukan hanya milik pemirsa Jakarta, tetapi milik seluruh pemirsa tvOne di Indonesia. ILC tayang setiap hari Selasa pukul 19.00 dengan durasi selama 210 menit dan tayangan ulang setiap hari Sabtu pukul 19.30 dengan durasi yang sama.

Tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* sudah jelas memiliki fungsi komunikasi massa. Fungsi dari komunikasi massa itu sendiri seperti dikemukakan Effendy yaitu untuk menyiarkan informasi (*to inform*), untuk mendidik (*to educate*), dan untuk menghibur (*to entertain*). Adapun fungsi lain terhadap fungsi komunikasi massa seperti mempengaruhi (*to influence*), membimbing (*to guide*), mengeritik (*to criticize*), dan lain-lain, hanya merupakan tambahan saja terhadap ketiga fungsi sebelumnya (Effendy, 2004: 54).

Program Indonesia *Lawyers Club* merupakan salah satu program *Talk Show* unggulan tvOne yang mengedepankan pembahasan masalah-masalah hukum dan politik di Indonesia. Setiap episode program ini membahas isu panas hukum dan politik yang sedang berkembang di Indonesia, seperti isu kasus korupsi, permasalahan partai politik, isu pemerintahan dan terkadang juga membahas isu yang lebih umum seperti *human interest*.

Karena *rating* yang tinggi dan respon baik dari masyarakat, Trans 7 membuat sebuah program komedi bernama Indonesi Lawak Klub. ILK memiliki konsep dan nama yang sama dengan program Indonesia *Lawyers Club*. Trans 7 membuat sebuah acara diskusi yang dikemas dengan lawakan dan bertujuan untuk menghibur khalayak.

Bukan hanya itu, ILC juga selalu menjulang prestasi dan penghargaan sebagai sebuah tayangan *talkshow* berita hukum yang diakui di Indonesia. ILC selalu masuk nominasi *Talks Show* Berita terbaik Panasonic Gobel Awards setiap tahun, dari tahun 2010 hingga 2015. Dan berhasil meraih penghargaan sejak tahun 2014 dan 2015.

Fokus program ini menarik karena pada dasarnya program ini berkaitan erat dengan kesadaran hukum dan pengetahuan hukum. Sehubungan dengan konten program Indonesia *Lawyers Club* yang berfokus pada pendekatan hukum untuk membahas sebuah isu, penulis melihat bahwa program ini bersifat umum, dan salah satu targetnya adalah kaum mahasiswa.

Mahasiswa merupakan suatu elemen masyarakat yang unik. Terutama mahasiswa Ilmu Hukum yang mempelajari tentang hukum, sangatlah sesuai dengan target dari tayangan ILC ini. Di satu sisi, mahasiswa merupakan peserta didik, dimana mahasiswa diproyeksikan menjadi birokrat, teknokrat, pengusaha dan berbagai profesi lainnya. Di sisi lain, mahasiswa juga dituntut untuk memiliki sikap kritis dan berperan dalam melakukan kontrol sosial terhadap penyimpangan yang terjadi seperti sistem, norma, dan nilai-nilai yang terjadi dalam masyarakat.

Mahasiswa, sebagai lapisan masyarakat yang mendalami dunia pendidikan tinggi sudah sewajarnya mencari segala informasi untuk menunjang sikap dan kepribadiannya yang sesuai dengan jurusan. Informasi juga dapat menjadi sebuah referensi dibangku kuliah dan tuntutan profesi ketika sudah terjun langsung ke masyarakat untuk mengabdikan ilmu dan pengetahuan hukum yang dimiliki.

Sebuah tayangan televisi dapat menghasilkan *effect* yang dirasakan langsung oleh khalayak. Seperti halnya *effect* yang dirasakan langsung oleh mahasiswa Ilmu Hukum setelah menyaksikan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club*, maka selain pengetahuan hukumnya bertambah, mahasiswa juga akan mempunyai kecenderungan dalam menyikapi permasalahan hukum di Indonesia.

Sikap merupakan persoalan krusial dalam pendidikan. Setinggi apapun pengetahuan dan keterampilan yang dihasilkan dari proses pembelajaran, tidak akan bermakna ketika orang tersebut tidak kecenderungan perilaku yang baik. Terlebih di mata masyarakat, keberhasilan pendidikan pada umumnya diukur dari Sikap seseorang.

Mahasiswa Ilmu Hukum merupakan mahasiswa yang dididik dan dibentuk untuk menjadi penegak hukum dan selalu bersikap kritis ketika menyikapi permasalahan-permasalahan hukum yang terjadi di Indonesia. Bukan hanya teori yang didapatkan dibangku kuliah tetapi pengamalan dari pengetahuannya akan hukum sudah pasti harus diterapkan di kehidupan bermasyarakat.

Peneliti memilih mahasiswa ilmu hukum UIN SGD Bandung angkatan 2013 sebagai objek penelitian. Karena dari hasil observasi pra penelitian yang penulis lakukan, dari 155 mahasiswa ilmu hukum UIN SGD Bandung angkatan 2013, mayoritas sering menonton tayangan *Indonesia Lawyers Club* di tvOne, bahkan ada yang menjadikan acara ILC tersebut sebagai acara favorit dan media informasi untuk mengetahui permasalahan hukum di Indonesia serta kekritisannya para pakar hukum dalam menyikapi masalah hukum yang terjadi di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti membuat rumusan masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana terpaan tayangan *talkshow* *Indonesia Lawyers Club* di tvOne ?

2. Bagaimana sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum UIN SGD Bandung angkatan 2013 ?
3. Seberapa besar pengaruh terpaan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum UIN SGD Bandung angkatan 2013 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui terpaan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne.
2. Untuk mengetahui sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum UIN SGD Bandung angkatan 2013.
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum UIN SGD Bandung angkatan 2013.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini ada dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, diantaranya adalah :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah aspek keilmuan penulis dalam bidang ilmu sosial khususnya komunikasi. Serta memahami fenomena atau gejala sosial yang berhubungan dengan konsep-konsep dan terori dalam ilmu komunikasi, khususnya ilmu komunikasi jurnalistik.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pemahaman fenomena sosial yang disebabkan oleh pengaruh media atau komunikasi massa. seperti pengaruh tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* terhadap sikap berpikir kritis mahasiswa ilmu hukum.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan acuan sekaligus memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian khususnya penelitian pada bidang ilmu komunikasi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi stasiun televisi tvOne untuk program acara *talkshow* dengan tayangan Indonesia *Lawyers Club* untuk lebih banyak memberikan informasi dan pengetahuan mengenai masalah-masalah ataupun fenomena hukum dan politik yang terjadi di Indonesia secara terarah.

Penelitian tentang Pengaruh terpaan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* terhadap sikap berpikir kritis mahasiswa ilmu hukum baru pertama kali di kampus UIN SGD Bandung. Hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu pembedaharaan laporan penelitian yang akan disimpan di perpustakaan jurusan ilmu komunikasi dan perpustakaan umum UIN SGD Bandung sebagai rujukan atau referensi penelitian bagi mahasiswa. Selain itu penelitian ini juga sebagai syarat meraih gelar Sarjana Sosial pada jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung.

1.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	1	2	3	4	5
Nama	Poltak Dody Purbatua Manik	Christopher Halim	Rifa Afrianty	Almy Zarlis	Dimas Prastyo
Judul/Tahun	Pengaruh Tayangan Mata Kamera di TV One terhadap Sikap Kepedulian Masyarakat pada Lingkungan di Kelurahan Padang Bulan Kota Medan 2010	Pengaruh Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One terhadap kesadaran hukum mahasiswa / 2012	Hubungan Terpaan Berita <i>Citizen Journalism</i> di Kompasiana dengan Minat Menulis Berita Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2014 UIN SGD Bandung 2015	Pengaruh terpaan berita pemilukada Jawa Barat di Detik.com terhadap sikap pemilih / 2013	Presepsi Mahasiswa tentang Acara Indonesia Lawyers Club (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Presepsi Mahasiswa terhadap Informasi Hukum dalam Acara Indonesia Lawyers Club TV One periode 4 Februari-13 Mei 2014 dikalangan Pengurus KSP Prinsipium Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret / 2015
Tujuan	Untuk mengetahui ketertarikan masyarakat Padang Bulan Kota Medan terhadap tayangan Mata Kamera di TV One	Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari tayangan "Indonesia Lawyers Club" terhadap kesadaran hukum mahasiswa Binus University Jurusan Marketing Communication, penelitian juga bertujuan mengetahui besar pengaruh tayangan tersebut	Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara terpaan berita <i>citizen journalism</i> di kompasiana dengan minat menulis berita mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 UIN SGD Bandung	Untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan berita pemilu kada Jawa Barat di Detik.com terhadap sikap pemilih	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa anggota KSP Prinsipium fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret tentang acara Indonesia Lawyers Club yang ditayangkan oleh TV One
Teori/Metode	Kuantitatif studi korelasional dengan menggunakan teori S-(O)-R	Metode yang digunakan adalah metode korelasional dengan pedoman teori <i>pearson product moment</i>	Kuantitatif studi Korelasional, dan teori Agenda Setting	Tesis Kuantitatif, studi pengaruh terpaan, menggunakan <i>Information Integration Theory</i>	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif
Hasil	Terdapat hubungan antara program Mata Kamera di TV One dengan sikap kepedulian	Penelitian dilakukan pada 95 responden dari populasi 1800 mahasiswa. Penelitian valid dan	Terdapat hubungan antara terpaan berita <i>citizen journalism</i> di Kompasiana	Hasil penelitian ini adalah secara keseluruhan terpaan berita pemilukada Jawa	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal

	<p>masyarakat pada lingkungan di Kelurahan Padang Bulan Kota Medan</p>	<p>reliabel. Hasil uji korelasi, determinasi dan hipotesis menyatakan adanya hubungan positif antara tayangan dan kesadaran hukum mahasiswa</p>	<p>dengan minat menulis berita mahasiswa jurnalistik angkatan 2014 UIN SGD Bandung</p>	<p>Barat di Detik.com pengaruh signifikan terhadap sikap pemilih pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad angkatan 2011-2012 terhadap sikap penduduk Jawa Barat yang mengakses berita Pemilu pada Jawa Barat di Detik.com.</p>	<p>dan faktor eksternal. Faktor internal itu antara lain adalah aktivitas dan alasan mereka menonton acara ILC, keinginan mereka untuk mengetahui implementasi ilmu hukum dalam kehidupan nyata, keinginan mereka untuk mengetahui informasi yang disajikan, narasumber yang dihadirkan dan tema apa yang diangkat atau dibahas. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi mereka dalam penelitian ini adalah adanya significant other dalam hal ini keluarga dan anggota KSP Pricipium, selain itu adanya dorongan dari organisasi untuk selalu mengikuti acara ILC, dan adanya konsep baru yang dihadirkan oleh ILC.</p>
<p>Relevansi</p>	<p>Relevansi dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan atau metode kuantitatif</p>	<p>Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama dalam pengambilan tema yaitu tayangan <i>talkshow</i> Indonesia Lawyers Club. Namun berbeda dalam pengambilan objek penelitian dan masalah atau fenomena yang diteliti.</p>	<p>Relevansi dengan penelitian penulis adalah mengenai metode penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif</p>	<p>Relevansi dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah terdapat persamaan teori yang digunakan yaitu teori integrasi informasi dan perbedaannya adalah judul dan objek penelitian yang berbeda</p>	<p>Relevansi dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tayangan Indonesia Lawyers club dan objek penelitiannya adalah mahasiswa ilmu hukum. Perbedaannya terdapat pada metode dan pendekatan yang digunakan, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif,</p>

					dan objek penelitiannya berbeda karena penelitian ini meneliti mahasiswa ilmu hukum universitas sebelas maret.
--	--	--	--	--	--

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Poltak Dody Purbatua Manik, Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara, Medan, Tahun 2010 dalam rangka menyelesaikan program Sarjana (S-1) meneliti tentang *Pengaruh Tayangan Mata Kamera di tvOne terhadap Sikap Kepedulian Masyarakat pada Lingkungan di Kelurahan Padang Bulan Kota Medan*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tayangan Mata Kamera di tvOne terhadap Sikap Kepedulian Masyarakat pada Lingkungan di Kelurahan Padang Bulan Kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif studi korelasional dengan menggunakan teori S-(O)-R. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kelurahan Padang Bulan Kota Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui ketertarikan masyarakat Padang Bulan Kota Medan terhadap tayangan Mata Kamera di tvOne.

Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah melihat dari judul yang sama mengambil tentang pengaruh sebuah tayangan televisi terhadap sikap khalayaknya. Selain itu persamaan juga terlihat pada metode dan pendekatan yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Perbedaan terdapat pada objek atau permasalahan yang akan diteliti.

Kedua, skripsi yang dibuat oleh Christopher Halim, jurusan ilmu komunikasi, Binus University, dengan judul *Pengaruh Tayangan “Indonesia*

Lawyers Club” di tvOne terhadap kesadaran hukum mahasiswa, tahun 2012. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari tayangan “Indonesia *Lawyers Club*” terhadap kesadaran hukum mahasiswa Binus University Jurusan *Marketing Communication*, penelitian juga bertujuan mengetahui besar pengaruh tayangan tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan pedoman teori *pearson product moment*. Penelitian dilakukan pada 95 responden dari populasi 1800 mahasiswa. Penelitian valid dan reliabel. Hasil uji korelasi, determinasi dan hipotesis menyatakan adanya hubungan positif antara tayangan dan kesadaran hukum mahasiswa.

Relevansi dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh tayangan “Indonesia *Lawyers Club*” di tvOne, namun perbedaannya adalah dari segi objek dan variabel yang diteliti. Peneliti akan meneliti tentang sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum UIN SGD Bandung, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Christopher Halim meneliti tentang kesadaran hukum mahasiswa *Marketing Communication*.

Ketiga, Penelitian yang digunakan oleh Rifa Afriani, jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2015, dalam rangka menyelesaikan program sarjana (S-1) meneliti tentang *Hubungan Terpaan Berita Citizen Journalism di Kompasiana Terhadap Minat Menulis Berita Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung (Studi Korelasional Antara Rubrik Kompasiana dengan Minat Menulis Berita Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2014 UIN SGD Bandung)*.

Penelitian ini menggunakan teori Agenda Setting M.E. Mc. Combs dan D.L. Shaw, menjelaskan bahwa jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode penelitian korelasional, karena penelitian ini menitikberatkan pada dua hubungan variabel. Penelitian korelasional ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment Rank Spearman* untuk pengukuran korelasi pada statistik parametric. Untuk mengetahui derajat hubungan menggunakan analisis tabel silang, dan uji t (hipotesis). Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket kepada 115 responden mahasiswa jurnalistik angkatan 2014 UIN SGD Bandung.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada hubungan antara Terpaan Berita *Citizen Journalism* di Kompasiana dengan minat menulis berita Mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 UIN SGD Bandung, dengan diperoleh nilai koefisien korelasi $r_s = 0,645$. Berdasarkan pernyataan $r_s > 0$, maka hipotesis diterima. Hasil $r_s = 0,645$ berada pada skala 0,40-0,70 menunjukkan hubungan yang cukup berarti.

Relevansi dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah dari jenis penelitian dan metode yang digunakan sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan perhitungan statistika. Perbedaannya dari pengambilan masalah, objek yang diteliti dan teori yang digunakan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Almy Zarlis, pasca sarjana FIKOM Universitas Padjajaran, tahun 2013 tentang *Pengaruh terpaan berita pemilukada Jawa Barat di Detik.com terhadap sikap pemilih*. Dalam rangka menyelesaikan program magister (S-2), tesis tahun 2013. Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan berita pemilu keda Jawa Barat di Detik.com terhadap sikap pemilih. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, studi pengaruh terpaan, menggunakan *Information Integration Theory*.

Hasil penelitian ini adalah secara keseluruhan terpaan berita pemilukada Jawa Barat di Detik.com pengaruh signifikan terhadap sikap pemilih pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad angkatan 2011-2012 terhadap sikap penduduk Jawa Barat yang mengakses berita Pemilukada Jawa Barat di Detik.com.

Relevansi dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah terdapat persamaan teori yang digunakan yaitu teori integrasi informasi dan perbedaannya adalah judul dan objek penelitian yang berbeda.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Dimas Prastyo, untuk mendapat gelar sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta, tahun 2015. Dengan judul penelitian *Presepsi Mahasiswa tentang Acara Indonesia Lawyers Club (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Presepsi Mahasiswa terhadap Inforamsi Hukum dalam Acara Indonesia Lawyers Club tvOne periode 4 Februari-13 Mei 2014 dikalangan Pengurus KSP Principium Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret)*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana presepsi mahasiswa anggota KSP Principium fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret tentang acara Indonesia *Lawyers Club* yang ditayangkan oleh tvOne. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal itu antara lain adalah aktivitas dan alasan mereka menonton acara ILC, keinginan mereka untuk mengetahui implementasi ilmu hukum dalam kehidupan nyata, keinginan mereka untuk mengetahui informasi yang disajikan, narasumber yang dihadirkan dan tema apa yang diangkat atau dibahas. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi mereka dalam penelitian ini adalah adanya significant other dalam hal ini keluarga dan anggota KSP Pricipium, selain itu adanya dorongan dari organisasi untuk selalu mengikuti acara ILC, dan adanya konsep baru yang dihadirkan oleh ILC.

Relevansi dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tayangan Indonesia *Lawyers Club* dan objek penelitiannya adalah mahasiswa ilmu hukum. Perbedaannya terdapat pada metode dan pendekatan yang digunakan, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan objek penelitiannya berbeda karena penelitian ini meneliti mahasiswa Ilmu Hukum Universitas Sebelas Maret.

1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai “Pengaruh Terpaan Tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne Terhadap Sikap Kritis Mahasiswa Ilmu Hukum”.

1.6.1 Kerangka Teoritis

Peneliti meneliti mengenai dampak apa yang terjadi setelah melihat tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne terhadap sikap (kognitif, afektif dan konatif) kritis yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Hukum, dengan penelitian tersebut, peneliti memilih **Teori Kultivasi** untuk menjadi acuan dalam melakukan penelitian. Dikutip dari buku komunikasi massa suatu pengantar (Ardianto et. al, 2007: 66-67), teori kultivasi media, khususnya televisi merupakan sarana utama untuk belajar tentang masyarakat dan kultur kita. Melalui kontak dengan televisi (dan media lain), kita belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaannya. Teori kultivasi berpendapat bahwa pecandu berat televisi membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan. Pernyataan tersebut di dukung oleh Williams yang mengomentari penelitian yang sama, bahwa orang yang merupakan pecandu berat televisi seringkali mempunyai sikap stereotip terhadap suatu hal yang dilihat dari televisi.

Para peneliti kultivasi menunjukkan bahwa perbedaan-perbedaan antara pemirsa penonton berat dengan pemirsa penonton ringan muncul bahkan pada sejumlah variabel penting, termasuk usia, pendidikan, membaca berita, dan jenis

kelamin (Severin dan Tankard, 2009: 321). Artinya, ada faktor-faktor lain diluar tingkat keseringan menonton televisi yang mempengaruhi persepsi kita tentang dunia serta kesiapan kita untuk menerima gambaran dunia televisi sebagai dunia yang sebenarnya. Mereka yang cenderung penonton berat televisi akan memiliki pemikiran orientasi atau prespektif yang sama satu sama lain. Dan cara yang kedua yaitu resonansi, yaitu ketika apa yang disajikan oleh televisi sama dengan realitas aktual sehari-hari. Jadi, apa yang terjadi di masyarakat pada masa itu ikut di beritakan juga oleh media televisi. Menurut Gerbner, kondisi ini memberikan dosis ganda (Morisan, 2013: 525).

Gerbner berpendapat bahawa media massa menanamkan sikap dan nilai-nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Nurudin, 2007: 169).

Teori kultivasi menjadi acuan penulis sebagai landasan utama dalam melakukan penelitian. Teori Kultivasi seperti yang di katakan Gerbner salah satunya yaitu mereka yang sudah kehilangan kepercayaan akibat dampak dari menonton pemberitaan di televisi. Dalam penelitian ini penulis meneliti mengenai terpaan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne selama rentan waktu empat tahun terakhir, apakah berdampak pada sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum. Teori ini menekankan bahwa dampak dari menonton televisi yang lama dapat mengakibatkan perilaku percaya atas apa yang penonton lihat di televisi,

maka dari itu penulis ingin menguji teori tersebut apakah terpaan tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* di tvOne dapat mempengaruhi mahasiswa Ilmu Hukum untuk bersikap kritis terhadap realitas fenomena hukum yang terjadi di Indonesia.

1.6.2 Kerangka Konseptual

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, dimana variabel X yaitu Terpaan Tayangan *talkshow* Indonesia *Lawyers Club* sebagai variabel independent sedangkan variabel Y yaitu Sikap Kritis sebagai variabel dependent.

Ardianto dan Erdiana (2006: 164), terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya.

Terpaan media (*media exposure*) diukur dengan seberapa banyak waktu (berapa jam) dalam setiap harinya dihabiskan untuk menonton tayangan tersebut. Untuk masing-masing dari tiga aspek terpaan media (media televisi, media radio, media surat kabar) ini dibuatkan kategori, tingkat terpaan tergolong tinggi dan rendah. Dalam hal ini terpaan tayangan melalui media televisi, tergolong tinggi apabila lebih dari tiga jam sehari dalam menonton televisi, dan rendah apabila tiga jam atau kurang setiap harinya.

Menurut pendapat Rosengren (1974) yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat (2004: 66), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media

secara keseluruhan. Sehingga dari definisi para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh dari media melalui kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang berhubungan dengan intensitas menonton yang didalamnya terdapat frekuensi yakni seberapa sering mahasiswa Ilmu Hukum menonton tayangan *Talkshow Indonesia Lawyers Club* di tvOne, dan durasi yakni lamanya mahasiswa Ilmu Hukum dalam menonton tayangan *talkshow Indonesia Lawyers Club* di tvOne. Selanjutnya ada isi pesan yang didalamnya terdapat penyampaian host, narasumber, penjelasan materi atau topik berita yang disampaikan, kesesuaian topik berita dengan narasumber yang dihadirkan, kelengkapan berita atau informasi dan kemudahan pemahaman informasi. Selain itu terpaan tayangan juga dipengaruhi oleh daya tarik sebuah tayangan mulai dari daya tarik pengemasan konsep acara hingga daya tarik gambar berupa audio dan visual.

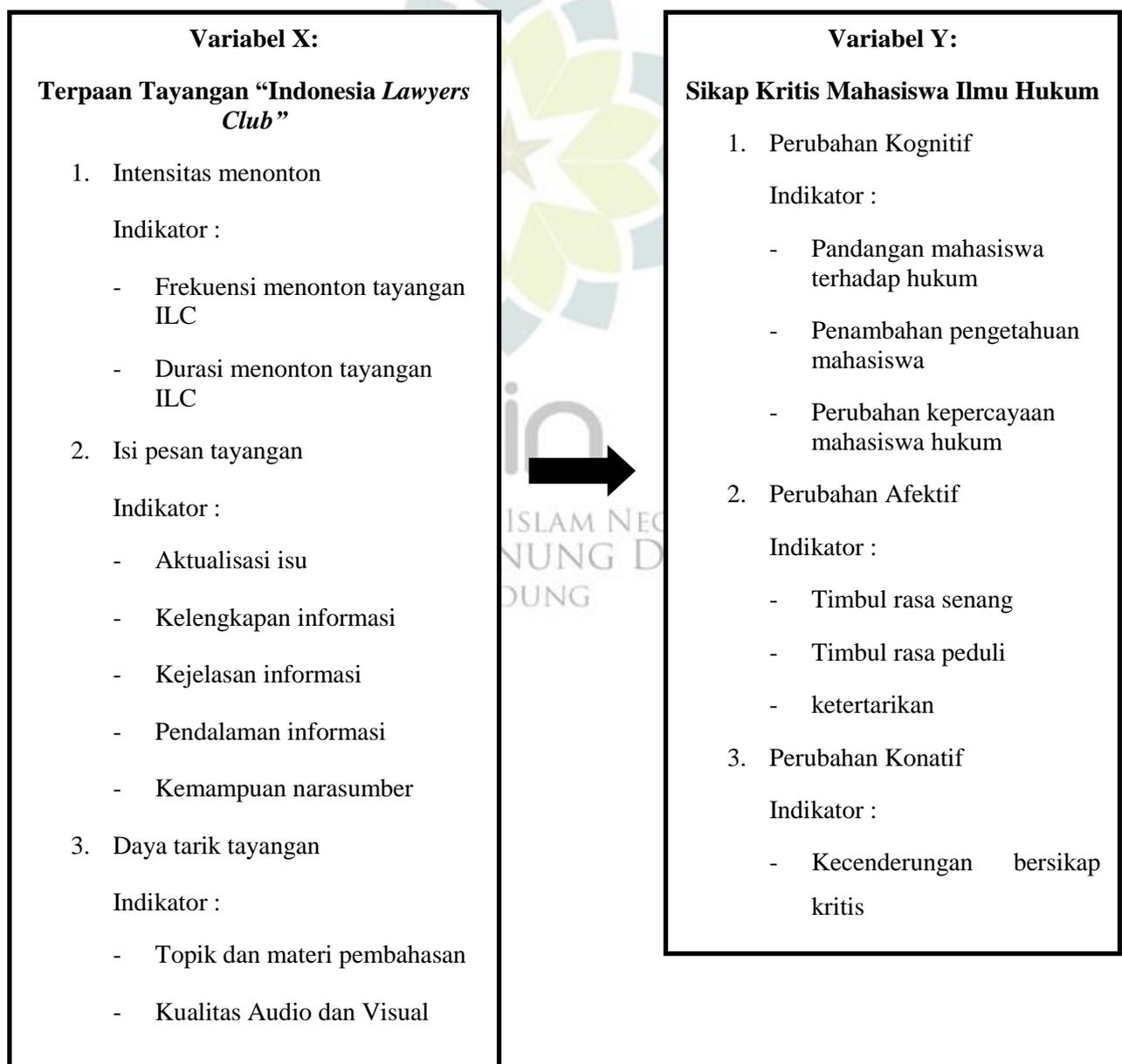
Dari definisi tersebut peneliti mendapatkan tiga dimensi atau sub variabel dari variabel Independen (X) “Terpaan Tayangan *talkshow Indonesia Lawyers Club*” yaitu Intensitas Menonton, Isi Pesan, dan Daya Tarik Tayangan.

Variabel Dependen (Y) “Sikap Kritis” didapat dari definisi sikap menurut LaPiere yang mendefinisikan sikap sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respon terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan. Sedangkan Secord & Beckam mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal pemikiran (kognisi), perasaan (afeksi) dan tindakan

(konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya (Azwar, 2010: 5).

Struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang, yaitu kognitif, afektif dan konatif (Azwar, 2010: 24-27).

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran
Pengaruh Terpaan Tayangan *TalkShow “Indonesia Lawyers Club”* di tvOne
Terhadap Sikap Kritis Mahasiswa Ilmu Hukum**



1.6.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Independen (X) Terpaan Tayangan <i>Talk Show</i> Indonesia <i>Lawyers Club</i> di tvOne	Intensitas menonton Indonesia <i>Lawyers Club</i>	Frekuensi menonton Tayangan ILC
		Durasi menonton tayangan ILC
	Isi Pesan Tayangan Indonesia <i>Lawyers Club</i>	Aktualisasi isu
		Kelengkapan informasi
		Kejelasan informasi
		Pendalaman Informasi
	Daya Tarik Tayangan Indonesia <i>Lawyers Club</i>	Kemampuan Narasumber
		Topik dan materi pembahasan
	Kualitas audio dan visual	
Dependen (Y) Sikap Kritis Mahasiswa Ilmu Hukum	Kognitif (mempengaruhi pikiran)	Pandangan terhadap hukum
		Penambahan pengetahuan tentang hukum
		Perubahan kepercayaan terhadap hukum
	Afektif (mempengaruhi emosi)	Terlibat secara emosional merasakan polemik hukum di Indonesia
		Penasaran dan tertarik mengetahui secara utuh bagaimana permasalahan hukum di Indonesia
		Termotivasi untuk terus meningkatkan kepedulian terhadap hukum
	Konatif (mempengaruhi sikap dan tindakan)	Bersikap tegas dalam memahami permasalahan hukum
		Aktif berbicara dan mengeluarkan pendapat
		Meluruskan dan mengkritisi segala bentuk pelanggaran hukum

Definisi Operasional merupakan untuk mengetahui bagaimana caranya mengukur suatu variable. Dengan kata lain definisi operasional adalah suatu informasi alamiah yang sangat membantu peneliti lain yang akan menggunakan variabel yang sama (Redwan, 2010:175 dikutip dalam Hesinata, 2011).

Operasionalisasi konsep diatas selanjutnya akan diadaptasi menjadi instrument-instrumen pertanyaan dalam kuesioner. Masing-masing pertanyaan dalam kuesioner akan diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, presepsi seseorang atau suatu kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam sebuah penelitian, fenomena sosial telah ditentukan oleh peneliti, yang disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi berbagai indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun aitem-aitem instrument yang tetap berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2009:93).

1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang memerlukan pengujian secara empiris. Berdasarkan dengan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penulis menarik hipotesis penelitan, yaitu:

Ha : Ada Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

Ho : Tidak Ada pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

Ha : Ada pengaruh terpaan tayangan *talkshow* “Indonesia *Lawyers Club*” di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum

Ho : Tidak ada pengaruh terpaan tayangan *talk show* “Indonesia *Lawyers Club*” di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum.

1.8 Langkah-langkah Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kampus Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jurusan Ilmu Hukum angkatan 2013, Fakultas Syariah dan Hukum. Alasan penulis mengambil mahasiswa jurusan Ilmu Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai responden, karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *Talkshow Indonesia Lawyers Club* di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum angkatan 2013, mengingat mahasiswa angkatan 2013 merupakan mahasiswa tingkat tiga dan sudah banyak mendapatkan pembelajaran teori dan praktik hukum dan cenderung sudah mempunyai sikap kritis terhadap fenomena hukum yang terjadi di Indonesia.

1.8.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme (klasik/objektif). Menurut pandangan positivisme, penelitian ini harus bersifat objektif maka dalam analisis datanya pun tidak boleh menyertakan analisis dan interpretasi yang bersifat subjektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang mempunyai prinsip bersifat objektifist. Prinsip ini beranggapan bahwa terdapat keteraturan atau hukum-hukum yang dapat digeneralisasikan dalam fenomena sosial. Oleh karena itu, penelitian ini mensyaratkan peneliti membuat jarak dengan objek yang diteliti.

1.8.3 Metode Penelitian

Metode deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan dari studi deskriptif adalah memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri atau lainnya (Sekaran, 2007: 158-159).

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan faktual mengenai fakta-fakta, serta hubungan antara fenomena yang akan diselidiki. Peneliti akan mendeskripsikan pengaruh terpaan tayangan Indonesia *lawyers club* di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum.

Selain menggunakan metode penelitian deskriptif, peneliti juga menggunakan metode penelitian asosiatif kausal, yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel (Sanusi, 2011 : 14), jadi dalam penelitian ini terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) yaitu terpaan tayangan “Indonesia *Lawyers Club*” dan variabel dependen (dipengaruhi) sikap kritis mahasiswa. Adapun alasan penggunaan metode ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana “Pengaruh Terpaan Tayangan Indonesia *Lawyers Club* di tvOne Terhadap Sikap Kritis Mahasiswa Ilmu Hukum.”

1.8.4 Jenis Data

Jenis data yang dicari oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data numerik untuk mengetahui :

- a. Data tentang terpaan tayangan *talkshow* “Indonesia Lawyers Club” di tvOne.
- b. Data tentang sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum.
- c. Data tentang pengaruh terpaan tayangan *talkshow* “Indonesia Lawyers Club” di tvOne terhadap sikap kritis mahasiswa Ilmu Hukum.

1.8.5 Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama, responden atau tempat objek penelitian yang dilakukan (Syofian, 2013:16) . Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dari responden, yaitu mahasiswa Ilmu Hukum angkatan 2013 UIN SGD Bandung. Responden akan menjawab pertanyaan dari kuesioner atau angket yang sudah disiapkan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan. Dalam penelitian ini penulis mencari sumber data tambahan dari hasil wawancara dengan responden yaitu mahasiswa dan dosen Ilmu Hukum

yang mewajibkan mahasiswa untuk menonton tayangan ILC, tujuannya adalah untuk mendapatkan data tambahan yang akurat.

1.8.6 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat dijadikan objek penelitian (Bungin, 2006:99 dikutip dalam Syofian, 2013).

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah Mahasiswa Ilmu Hukum angkatan 2013 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, sebanyak 4 kelas dengan jumlah mahasiswa 155 orang. Peneliti menganggap bahwa populasi yang diambil ini cocok dengan penelitian ini.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Pengertian lain sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga diartikan sebagai subset (himpunan bagian), dari suatu populasi.

Teknik penarikan sampel dalam populasi yang digunakan oleh peneliti yaitu *purposive sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto, *Purposive sampling* adalah sampel dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto : 1999, 127) dan merupakan pemilihan anggota sampel yang didasarkan atas tujuan dan pertimbangan dari peneliti. Atau

menggunakan cara sampling random sederhana. Sampling random sederhana di peroleh dengan mengundi siapa-siapa yang akan dijadikan sumber data sehingga diperoleh jumlah yang dikehendaki. Unsur-unsur yang jatuh itulah yang dijadikan sampel (Rakhmat, 1985:78). Dengan mengacu kepada Slovin (Ginting, 2008:132) yaitu :

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

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : ukuran populasi

e :Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) yaitu 15% = (0,15).

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{155}{1 + 155 (0,15)^2} = \frac{155}{4,48} = 34,59 = 35$$

Tabel 1.3
Jumlah Populasi Mahasiswa Ilmu Hukum
Angkatan 2013 UIN SGD Bandung

Kelas	Jumlah
A	36
B	40
C	38
D	41
Jumlah	155

Setelah diketahui jumlah sampel peneliti menggunakan teknik Sampling Purposif (*Purposive Sampling*), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010: 158).

Hasil perhitungan tersebut diperoleh jumlah populasi = 155. Taraf kesalahan 15%, maka jumlah sampelnya = 35 responden, karena populasi terbagi dalam empat kelompok belajar atau kelas maka masing-masing sampel harus proporsional sesuai dengan populasi dengan cara sebagai berikut :

Tabel 1.4
Populasi dan Sampel

Kelas	Sub Populasi	Ukuran Sampel	Pembulatan
A	36	$\frac{36}{155} \times 35 = 8.12$	8
B	40	$\frac{40}{155} \times 35 = 9.03$	9
C	38	$\frac{38}{155} \times 35 = 8.58$	9
D	41	$\frac{41}{155} \times 35 = 9.25$	9
Jumlah	155	-	35

1.8.7 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian (Bungin, 2005:119). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi ini digunakan mengingat dari sekian tuntutan data yang harus dikumpulkan, diduga terdapat sebagian diantaranya hanya diangkat melalui pengamatan secara tidak langsung ke lokasi penelitian. Oleh karena itu, observasi ini dimaksudkan untuk mengangkat data secara praktis dan dapat diamati.

b. Angket (kuesioner)

Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk beberapa pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada objek penelitian berkaitan dengan masalah yang diteliti. Angket yang diberikan kepada responden adalah berbentuk angket tertutup, ini dikarenakan bentuk angket tertutup akan memudahkan penulis untuk menganalisis data dari responden, itu artinya responden tinggal memilih jawaban yang telah tersedia.

c. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah salah satu tehnik untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini yang telah dipersiapkan sebelum turun ke lapangan sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Wawancara ini ditujukan kepada mahasiswa Ilmu Hukum yang menonton acara Indonesia *Lawyers Club*.

d. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan suatu cara pengumpulan data dengan menelaah dan mendalami literature, catatan ilmiah dan dokumen yang relevan dengan penelitian yang dilakukan misalnya saja buku, jurnal, artikel ilmiah, kamus, skripsi, tesis, disertasi dan masih banyak lainnya.

1.8.8 Uji Validitas dan Reabilitas Data

1.8.8.1 Uji Validitas

Setelah membuat kuesioner (*instrument* penelitian) langkah selanjutnya menguji apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak. Validitas ini berguna sebagai alat ukur kevalidan instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Berdasarkan penghitungannya menggunakan analisis koefisien korelasi *pearson product moment* pada *SPSS versi 21*.

Untuk menentukan validitas digunakan rumus korelasi *product-moment* angka kasar, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor responden tiap item pertanyaan

Y = Skor item pertanyaan tiap responden

$\sum X$ = Jumlah skor seluruh responden tiap item pertanyaan.

$\sum Y$ = Jumlah skor seluruh responden

N = Jumlah responden

(Suherman, 2003: 120)

Interpretasi derajat validitas dapat dilihat pada tabel:

Tabel 1.5

Skor	Kriteria
$0,90 \leq r_{xy} \leq 1,00$	Validitas sangat tinggi
$0,70 \leq r_{xy} \leq 0,90$	Validitas Tinggi
$0,40 \leq r_{xy} \leq 0,70$	Validitas sedang
$0,20 \leq r_{xy} \leq 0,40$	Validitas rendah
$r_{xy} \leq 0,20$	Validitas sangat rendah
$r_{xy} \leq 0,00$	Tidak valid

Uji Validitas Item atau butir dapat dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Untuk proses ini, akan digunakan Uji Korelasi *Pearson Product Moment*. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total

variabel tersebut. Agar penelitian ini lebih teliti, sebuah item sebaiknya memiliki korelasi (r) dengan skor total masing-masing variabel $\geq 0,3$.

Item yang punya r hitung $< 0,3$ akan disingkirkan akibat mereka tidak melakukan pengukuran secara sama dengan yang dimaksud oleh skor total skala dan lebih jauh lagi, tidak memiliki kontribusi dengan pengukuran seseorang jika bukan malah mengacaukan.

Cara melakukan Uji Validitas dengan SPSS:

1. Buat skor total masing-masing variabel.
2. Klik *Analyze > Correlate > Bivariate*
3. Masukkan seluruh item variabel X ke Variabels
4. Masukkan total skor variabel ke Variabels
5. Ceklis *Pearson ; Two Tailed ; Flag*
6. Klik OK
7. Lihat kolom terakhir. Nilai $\geq 0,3$.
8. Lakukan hal serupa untuk Variabel Y.

1.8.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas ini berguna untuk melihat taraf kepercayaan masing-masing soal. Reliabilitas suatu tes atau alat evaluasi dimaksudkan sebagai suatu alat yang memberikan hasil yang tetap sama. Sebab suatu tes disebut reliabel jika hasil tes tersebut relatif tetap jika digunakan untuk subyek yang sama. Untuk mencari reliabilitas digunakan beberapa tahapan rumus *alpha Cronbach* (Suherman, 2013:154) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan:

n = banyak butir pertanyaan (item)

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

s_t^2 = varians total

Interpretasi derajat reliabilitas yang digunakan dapat dilihat pada tabel:

Tabel 1.6 Interpretasi derajat realbilitas

Skor	Kriteria
$r_{11} \leq 0.20$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_{11} < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r_{11} < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r_{11} < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r_{11} < 1,00$	Sangat tinggi

Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel: Segera identifikasi dengan prosedur analisis per item. Item Analisis adalah kelanjutan dari tes Alpha sebelumnya guna melihat item-item tertentu yang tidak reliabel. Lewat Item Analysis ini maka satu atau beberapa item yang tidak reliabel dapat dibuang sehingga Alpha dapat lebih tinggi lagi nilainya.

Reliabilitas item diuji dengan melihat Koefisien Alpha dengan melakukan Reliability Analysis dengan SPSS ver. 21.0 for Windows. Akan dilihat nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu

variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom *Corrected Item Total Correlation*.

Cara Uji Reliabilitas dengan SPSS:

1. Klik *Analyze > Scale > Reliability Analysis*
2. Masukkan seluruh item Variabel
3. Pastikan pada Model terpilih Alpha
4. Klik OK

1.8.9 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan beberapa uji diatas, lalu penulis mengumpulkan hasil penelitian dan melakukan analisis tingkat akhir. Hal ini dimaksudkan agar lebih mudah dalam penyusunan kesimpulan penelitian. Adapun cara-caranya adalah sebagai berikut:

a. Analisis Tabulasi Sederhana

Dalam analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh diolah kedalam bentuk persentase menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P : Bilangan persentase yang dicari

f : Frekuensi jawaban

n : Jumlah responden

Nilai-nilai presentase setiap jawaban lalu ditafsirkan berdasarkan standar klasifikasi dari Wahyudi Syah dan Ahmad Supardi (1998:45).

Tabel I.7
Standar Klasifikasi Analisis Data

Persentase	Keterangan
0%	Tidak ada sama sekali
1 – 25%	Sangat rendah
26 – 49 %	Rendah
50%	Setengahnya
51 – 75%	Tinggi
76 – 99%	Sangat tinggi
100%	Seluruhnya

b. Menentukan nilai pada kuesioner

Untuk menentukan nilai pada kuesioner, peneliti menggunakan *skala likert*. Skala ini termasuk pada salah satu skala untuk mengukur sikap. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. (sugiyono 2014:93).

Dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub-variabel, kemudian sub-variabel dijabarkan menjadi

indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator yang terukur ini dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 1.8
Skor Skala Likert

Options	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Untuk setiap variabel masing-masing diambil dari nilai tertinggi (5) dan untuk nilai terendah (1) dikalikan dengan banyaknya pilihan jawaban dalam kuesioner yang berjumlah 5 butir, kemudian dikalikan dengan jumlah responden sebanyak 35 responden.

c. Analisis korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel, yakni antara variabel pengaruh terpaan tayangan *talkshow*

Indonesia *Lawyers Club* di tvOne (X) dan variabel sikap kritis Mahasiswa Ilmu Hukum (Y) langkah-langkah sebagai berikut :

a.) Menghitung koefisien korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika kedua variabel normal, maka rumus yang digunakan

Korelasi *Pearson Produk Moment*, yaitu:

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

b.) Menafsirkan harga koefisien dengan kriteria sebagai berikut:

Antara 0,80 sampai dengan 1,000 : sangat kuat

Antara 0,60 sampai dengan 0,799 : kuat

Antara 0,40 sampai dengan 0,599 : sedang

Antara 0,20 sampai dengan 0,399 : rendah

Antara 0,00 sampai dengan 0,199 : sangat rendah

c.) Uji hipotesis dengan langkah berikut:

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dua variabel yang berpasangan, dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Menentukan t hitung dengan rumus (Sujana, 1996: 380):

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai hasil perhitungan yang akan dibandingkan dengan nilai yang diperoleh dari tabel t-student berdasarkan taraf signifikan (α) sebesar 5%

r = koefisien korelasi *product moment*

$n-2$ = derajat bebas (dk)

2. Mencari nilai t dengan signifikansi 5%
3. Mencari derajat kebebasan {dk} dengan rumus: $dk = n - 2$
4. Pengujian hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

Ho ditolak, Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ho diterima, Ha ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

d.) Menghitung seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan rumus Koefisien Determinasi (KP) (Syofian Siregar, 2013:290) :

$$KP = r^2 \times 100$$

Keterangan:

KP = besarnya pengaruh

r^2 = koefisien korelasi yang dicari