

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan media yang dianggap paling mempengaruhi khalayak dalam proses penyampaian informasi. Informasi yang diberitakan dikemas dalam bentuk sebuah program acara. Permintaan pasar yang tidak pernah surut akan informasi menjadikan tayangan televisi sebagai salah satu media yang paling berpengaruh dalam merubah perilaku khalayaknya.

Baik tidaknya suatu tayangan tergantung pada konten atau isi yang dimuat dalam sebuah acara. Sama seperti membuat sebuah tulisan. Tulisan bisa dikatakan baik jika isinya menginspirasi pembacanya. Artinya, tulisan tersebut tidak hanya menjadi bacaan saja, tapi juga membuat pembacanya tergerak atau termotivasi setelah selesai membacanya. Tentunya kegiatan ini berkaitan dengan minat seseorang.

Minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual). Artinya, setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. serta dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir. Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi, dan

pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif.

Ketika seseorang sudah memiliki minat, tentu akan ada dorongan untuk melakukan sesuai dengan apa yang disenanginya. Kegiatan tersebut berkaitan erat dengan pemilihan tayangan televisi. Misalnya, acara kompetisi memasak Master Cheft di RCTI yang pada dasarnya diminati segmentasi Ibu-ibu rumah tangga, akan menjadi kesenangan tersendiri bagi pria yang memiliki hobi memasak, meskipun bukan dari segmentasi yang tepat.

Pada dasarnya setiap individu akan memilih tayangan sesuai dengan apa yang diminatinya. Efeknya, setelah menonton mereka akan mempraktikkan apa yang sudah ia dapatkan dari tayangan tersebut. Sama dengan tayangan olahraga yang dalam perkembangannya kini. Pecinta bola tidak hanya dari kalangan pria saja, sekarang sepak bola sudah menjadi konsumsi wanita juga. Kegemaran menonton pertandingan sepak bola sudah tidak menjadi kegiatan yang tabu bagi para wanita. Begitupun tayangan yang mengulas kegiatan sepak bola tentu menjadi acara yang ditunggu-tunggu para penggemar bola dewasa ini.

Program berita olahraga sebagai salah satu upaya televisi untuk menarik khalayak terutama para pecinta olahraga. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program berita olahraga adalah Trans 7. Trans 7 selama ini dikenal sebagai stasiun televisi swasta yang variatif dalam memberikan tayangan untuk pemirsanya. Trans 7 mampu menyuguhkan program-program yang bisa mendidik, menghibur, menginspirasi serta memberi pengetahuan baru bagi pemirsanya.

Salah satu program olahraga di Trans 7 yang cukup merebut perhatian khalayak adalah *One Stop Football*. Program *One Stop Football* mengangkat berita-berita olahraga khususnya sepak bola. Program *One Stop Football* mulai mengudara sejak tahun 2003 hingga sekarang. Sudah 12 tahun acara tersebut mengudara di televisi Indonesia. *One Stop Football* dibawakan secara apik oleh Anita Mae setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 13.00 WIB. Namun beberapa kali sempat merubah jam tayangnya hingga pada akhirnya tepat pukul 13.30 WIB *One Stop Football* hadir setiap waktu *weekend*.

One Stop Football adalah program berita olahraga yang yang berbeda dengan kebanyakan berita olahraga yang lainnya. Mereka mengemas dengan santai dan unik tanpa mengurangi esensi dari beragam informasi sepak bolanya. *One Stop Football* memberikan pilihan tontonan menarik di waktu senggang kita. *One Stop Football* merupakan tontonan dengan pembicaraan berita olahraga namun tidak membosankan. Dikemas dengan gaya bahasa sastraawi, namun dapat mudah dimengerti khalayak yang heterogen. Pemirsa yang menontonnya akan disugahi informasi menarik dan kisah kehidupan atau pengalaman yang menarik yang dialami oleh para pesepak bola internasional yang sukses.

Program berita olahraga *One Stop Football* dinyatakan sebagai program TV *magazine* sepak bola terfavorit dari Dunia Soccer Award 2010 hal itu menjadi sebuah pembuktian bahwa tayangan berbasis jurnalistik (berita olahraga) layak menjadi hiburan yang menarik perhatian khalayak.

Sampai tahun 2015 ini *One Stop Football* masih tetap tayang di Trans 7, itu menandakan bahwa masih banyak yang menyaksikan acara tersebut dan tentunya

masih memiliki rating yang tinggi. Rating menentukan usia sebuah program tayangan, semakin tinggi rating maka jumlah episodenya pun terus bertambah.

Kegiatan menulis berita olahraga tentu menjadi kajian yang menarik di kalangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung, karena mahasiswa jurnalistik tentunya mempelajari bagaimana menulis berita yang baik dan benar. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya mata kuliah penulisan berita di semester 2 Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Selain itu, berdasarkan pra-observasi peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa jurnalistik memiliki fanatisme tinggi terhadap kegiatan olahraga khususnya sepak bola. Maka dari itu, Minat menulis berita olahraga bisa saja terbentuk dari tayangan berita *One Stop Football* sebagai referensi tulisan.

Adanya tayangan *One Stop Football* ini bertujuan untuk memberikan informasi, hiburan, dan sekaligus edukasi juga sesuai dengan fungsi media massa. Nantinya tayangan tersebut bisa diambil pengaruhnya terhadap mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung. Pengaruh ini dapat dikatakan sebagai efek yang timbul dari tayangan terkait. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam tentang bagaimana Pengaruh Tayangan *One Stop Football* di Trans 7 Terhadap Minat Menulis Berita Olahraga Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung (Penelitian pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2012 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh intensitas tayangan *One Stop Football* di Trans7 terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2012?
2. Bagaimana pengaruh isi berita tayangan *One Stop Football* di Trans7 terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2012?
3. Bagaimana pengaruh daya tarik tayangan *One Stop Football* di Trans7 terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2012?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh intensitas tayangan *One Stop Football* di Trans7 terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2012.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh isi berita tayangan *One Stop Football* di Trans7 terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2012.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh daya tarik tayangan *One Stop Football* di Trans7 terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung 2012.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan akademis dan kegunaan praktis.

Secara lebih jelas dapat dikemukakan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih kepada dunia akademis (pendidikan) khususnya di bidang Ilmu Jurnalistik, dan bidang Ilmu Komunikasi secara umum. Dengan adanya penelitian ini juga dapat dijadikan dasar bagi peneliti lainnya untuk meneliti permasalahan yang sama, serta bermanfaat sebagai referensi materi perkuliahan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan (khususnya) untuk mahasiswa jurnalistik agar lebih menyukai dunia tulis menulis khususnya menulis berita. Terlebih untuk Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2012 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung agar lebih produktif dalam mengembangkan Ilmu Kejournalistikan yang telah diperoleh di pendidikan formal.

Penelitian ini diharapkan pula agar dapat memperbaiki kinerja yang telah dimiliki objek penelitian. Dalam program acara *One Stop Football*, serta dapat memberi sumbangsih (masukan positif) dalam tata cara penulisan berita yang layak dipublikasikan dan layak di konsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat.

1.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Ichsan Firmansyah	2011	Hubungan Antara Minat Menonton Tayangan One Stop Football Di Trans 7 Terhadap Pengetahuan Sepak Bola Liga Inggris (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Marketing Komunikasi Semester 6 Peminatan Broadcasting)	Deskriptif Kuantitatif	Program acara <i>One Stop Football</i> termasuk acara yang bagus dan baik untuk anak-anak hingga dewasa dan tanggapan responden terhadap program ini adalah positif.
2.	Ahmad Syarif (2005)	2005	Pengaruh tayangan sinetron Rahasia Ilahi di TPI terhadap perilaku keagamaan Masyarakat	Deskriptif Kuantitatif	Sinetron ini cenderung mengarah kepada arah yang positif dan sangat berpengaruh terhadap perilaku keagamaan mereka
3.	Adeline Novie Samantha	2006	Pengaruh Terpaan Tayangan Berita Kriminal terhadap Rasa Takut Khalayak Akan Tindakan Kejahatan	Survei Kuantitatif	Terpaan tayangan berita criminal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap rasa takut khalayak akan tindak kejahatan
4.	Nuri Rahma Fajria	2011	Pengaruh Tayangan Opera Van Java terhadap Perubahan Perilaku Kekerasan di SMA TRIGUNA UTAMA JAKARTA	Deskriptif Kuantitatif	Pada tayangan Opera Van Java (Kognitif dan Afektif) mempengaruhi perubahan perilaku kekerasan
5.	Amir Purba	2007	Pengaruh Tayangan <i>I Witness</i> Terhadap Minat <i>Citizen Journalism</i> (Studi Deskriptif Tayangan Jurnalisme <i>I Witness</i> di Metro TV Terhadap Minat <i>Citizen Journalism</i> Mahasiswa STKI-P Medan)	Deskriptif Kuantitatif	Dari penelitian yang dilakukan bahwa terdapat pengaruh tayangan jurnalisme <i>I Witness</i> di Metro TV terhadap minat <i>Citizen Journalism</i> mahasiswa STKI-P Medan angkatan 2005-2007

1.5.1 Persamaan dan Perbedaan

1. Skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Minat Menonton Tayangan *One Stop Football* Di Trans 7 Terhadap Pengetahuan Sepak Bola Liga Inggris (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Marketing Komunikasi Semester 6 Peminatan Broadcasting)” oleh Ichsan Firmansyah pada tahun 2011.

Relevansi dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti program tayangan *One Stop Football* di Trans 7. Metode Deskriptif kuantitatif juga menjadi pilihan dalam penelitian ini.

Adapun perbedaan dengan penelitian ini, yaitu pada teori yang digunakan. Penelitian di atas terfokus pada bagaimana pengetahuan penonton setelah menonton tayangan tersebut, sedangkan penelitian ini terfokus pada minat menulis berita olahraga.

2. Skripsi yang berjudul “Pengaruh tayangan sinetron *Rahasia Ilahi* di TPI terhadap perilaku keagamaan Masyarakat” oleh Ahmad Syarif pada tahun 2005.

Relevansi dengan penelitian ini adalah sama- sama menggunakan metode kuantitatif, dan sama-sama meneliti tentang pengaruh tayangan yang ada di televisi. Adapun perbedaan dengan penelitian ini, yaitu pada teori yang digunakan.

3. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Tayangan Berita Kriminal terhadap Rasa Takut Khalayak Akan Tindakan Kejahatan” oleh Adeline Novie Samantha pada tahun 2006.

Relevansi dengan penelitian ini, yakni sama-sama meneliti

pengaruh terpaan berita, dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Adapun perbedaan dengan penelitian ini, yaitu pada metode. Metode yang digunakan adalah survey. Selain itu, variable Y yang terfokus pada sikap setelah menonton, dan teori yang digunakan.

4. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Tayangan Opera Van Java terhadap Perubahan Perilaku Kekerasan di SMA TRIGUNA UTAMA JAKARTA” oleh Nuri Rahma Fajria pada tahun 2011.

Relevansi dengan penelitian ini adalah sama- sama menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dan sama-sama meneliti tentang pengaruh tayangan yang ada di televisi. Adapun perbedaan pada masing-masing variabel. Selain itu, penelitian di atas terfokus pada perubahan sikap bukan pada minat.

5. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Tayangan *I Witness* Terhadap Minat *Citizen Journalism* (Studi Deskriptif Tayangan Jurnalisme *I Witness* di Metro TV Terhadap Minat *Citizen Journalism* Mahasiswa STKI-P Medan)” oleh Amir Purba pada tahun 2007.

Relevansi dengan penelitian ini, yakni sama-sama meneliti pengaruh tayangan berita terhadap minat, dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian ini ada pada masing-masing variabel.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Kerangka Teoritis

Komunikasi yang terjadi melalui media masa atau dapat disebut dengan komunikasi massa adalah komunikasi umum, bukannya bersifat pribadi. Pesan-pesan bukan ditujukan kepada satu orang saja, isinya pun terbuka bagi semua orang. Anggota-anggota khalayaknya menyadari bahwa setiap anggota memperoleh materi atau pesan yang sama. Pesan-pesan komunikasi massa dikatakan cepat dalam arti bahwa pesan-pesan itu dimaksudkan untuk menjangkau khalayak luas dalam waktu yang relative singkat atau bahkan dengan segera. “selintas” berarti bahwa pesan yang dikomunikasikan biasanya dibuat agar dapat dikonsumsi dengan segera, bukan untuk diingat-ingat (Wright, 1985:5).

Teori komunikasi massa yang digunakan untuk penelitian ini adalah teori *Uses and Effect*. Pemikiran yang pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl (1979) ini merupakan sintesis (gabungan) antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep ‘use’ (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempresepsi.

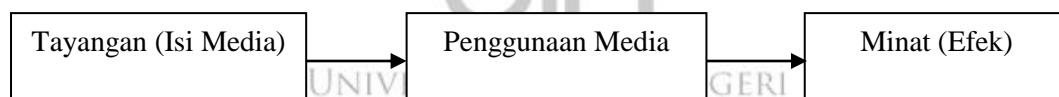
Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat

dipenuhi. Artinya tayangan *One Stop Football* menjadi konsumsi untuk memenuhi hasrat penonton yang menyukai berita olahraga.

Fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua. Dalam *uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu (minat), sementara pada *uses and effect* kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan, dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa. Maka dari itu pengaruh tayangan *One Stop Football* di Trans 7 terhadap minat menulis berita olahraga pada mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung sangat cocok dengan teori ini.

Bagan 1.1

BAGAN PENGUATAN USES AND EFFECT



Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya dari teori ini. Hubungan antara pengguna dan hasilnya, dengan memperhitungkan pula isi media, yaitu, pada kebanyakan teori efek tradisional, karakteristik isi media/ tayangan *One Stop Football* di Trans 7 menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek atau minat menulis berita olahraga. Dalam pengertian ini

pula, *uses and gratifications* hanya akan dianggap berperan sebagai perantara, yang memperkuat atau melemahkan efek dari isi media.

Bagan 1.2 Kerangka Pemikiran



1.6.2 Kerangka Konseptual

A. Tayangan

Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan); pertunjukan (film dan sebagainya). (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 1151). Jadi tayangan dapat diartikan sesuatu yang dipertunjukkan kepada khalayak baik

berupa film, berita, hiburan dan sebagainya, melalui suatu media elektronik yang dapat menampilkan gambar dan suara (media audio-visual) dalam hal ini adalah televisi.

B. Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut Bimo Walgito (1981: 38). Dalam belajar diperlukan suatu pemusatan perhatian agar apa yang dipelajari dapat dipahami. Sehingga siswa dapat melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak dapat dilakukan. Terjadilah suatu perubahan kelakuan. Perubahan kelakuan ini meliputi seluruh pribadi siswa; baik kognitif, psikomotor maupun afektif.

W. S Winkel mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu (1983 : 38), sedangkan menurut Witherington (1985 : 38) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengadung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.

1.6.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
X= Tayangan One Stop Football di Trans 7	X1= Intensitas	Frekuensi menonton tayangan <i>One Stop Football</i>	Ratio
		Durasi menonton tayangan <i>One Stop Football</i>	
	X2= Isi Berita	Kelengkapan Berita	Ordinal
		Kejelasan Berita	
		Kemudahan Pemahaman Informasi	
	X3= Daya Tarik	Tampilan Gambar	
		Tampilan Video	
		Audio Visual	
	Y= Minat Menulis Berita Olahraga Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung	Y1= Ketertarikan	
Y2= Kesadaran		Perhatian	
Y3= Motivasi		Rangsangan	
		Dorongan	
		Arahan	

1.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh untuk mengumpulkan data. Jadi hipotesis juga bisa dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum merupakan jawaban yang empiris.

Berdasarkan latar belakang masalah, dan perumusan masalah di atas, maka dapat peneliti rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara tayangan One Stop Football terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung

H_1 : Ada pengaruh antara tayangan One Stop Football terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung

Tayangan *One Stop Football* dijadikan objek penelitian karena memiliki tayangan yang baik sebagai referensi dalam penulisan berita. Selain itu tayangan tersebut menjadi acara berita olahraga yang mampu bertahan selama 12 tahun. Peneliti melakukan pra-observasi bahwa kegiatan menulis berita olahraga menjadi kajian yang menarik di kalangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung. Mahasiswa jurnalistik belajar bagaimana menulis berita yang baik dan benar. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya mata kuliah penulisan berita di semester 2. Selain itu, berdasarkan pra-observasi dan wawancara peneliti memiliki prediksi bahwa mahasiswa jurnalistik memiliki fanatisme tinggi terhadap kegiatan olahraga khususnya sepak bola. Maka dari itu, peneliti memiliki dugaan sementara bahwa minat menulis berita olahraga bisa saja terbentuk dari tayangan berita *One Stop Football* sebagai referensi tulisan.

1.8 Langkah-langkah Penelitian

1.8.1 Paradigma dan Pendekatan

Pada penelitian kuantitatif/positivistik, yang dilandasi pada suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat), maka penelitian ini memfokuskan pada beberapa variabel saja. Paradigma penelitian

dalam hal ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini menggunakan paradigma sederhana dimana penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan dependen yaitu pengaruh tayangan teevisi terhadap minat menulis berita olahraga.

1.8.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif dengan jenis dan analisis data metode kuantitatif. Metode ini dapat menggambarkan masalah terhadap tujuan penelitian. Menurut Isaac dan Michael metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu secara faktual dan cermat, Jalaluddin Rakhmat (2009:24). Ciri metode ini yaitu memusatkan diri pada pemecahan yang ada pada masa sekarang. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan dianalisis. Perhitungan menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh tayangan *One Stop Football* terhadap minat menulis berita olahraga. Studi korelasi ini mempelajari hubungan dua variabel atau lebih, yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variasi dalam variabel lain. Penelitian ini mempelajari dan mengetahui hubungan antara pengaruh tayangan *One Stop Football* terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Derajat hubungan variabel-variabel dinyatakan dalam satu indeks yang dinamakan koefisien korelasi. Koefisien korelasi dapat digunakan untuk menguji

hipotesis tentang hubungan antar variabel atau untuk menyatakan besar-kecilnya hubungan antara kedua variabel. Penelitian ini untuk mengetahui tingkat pengaruh tayangan *One Stop Football* terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Analisis korelasi bertujuan menguji hipotesis, dilakukan dengan cara mengukur sejumlah variabel dan menghitung koefisien korelasi antara variabel-variabel tersebut, agar dapat ditentukan variabel-variabel mana yang berkorelasi. Korelasi adalah istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Korelasi ini merupakan hubungan antara variabel dan di dalam teknik ini bukanlah dalam arti hubungan yang bersifat timbal balik, melainkan hanya hubungan searah saja. Apakah ada pengaruh tayangan *One Stop Football* terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Disini data berbentuk angka atau data yang di angka kan. Dengan menggunakan metode ini kita dapat melihat ada atau tidaknya atau besar kecilnya pengaruh tayangan *One Stop Football* terhadap minat menulis berita olahraga mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.8.3 Jenis data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu sebuah pendekatan yang menggunakan metode statistik sebagai

alat analisis data dalam susunan berupa angka atau disebut data kuantitatif (Ulber, 2009:332).

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Ulber, 2009:330).

1.8.4 Sumber data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari objek penelitian (Bungin, 2005:122). Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti data hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini yang menjadi sumber primer adalah mahasiswa jurnalistik angkatan 2012 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2005:122). Pada penelitian ini data sekunder yang penulis

dapat adalah melalui dokumen seperti buku-buku referensi, situs internet, serta informasi lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.8.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2012 yang berjumlah 140 orang.

Tabel 1.3

Jumlah Populasi Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2012

No.	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	A	33
2	B	35
3	C	34
4	D	38
Jumlah		140

Sampel merupakan bagian-bagian dari elemen-elemen populasi yang dihimpun dan dianalisis yang hasilnya menjelaskan karakteristik seluruh elemen populasi (Ruslan, 2004:142). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, berdasarkan pada ketentuan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

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

$$n = \frac{140}{1 + 140 \times 0,15^2} = 33,78 = 34$$

Dimana:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

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

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 34 responden.

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 = 140. Taraf kesalahan 15%, maka jumlah sampelnya = 34 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	33	$\frac{33}{140} \times 34 = 8.01$	8
B	35	$\frac{35}{140} \times 34 = 8.5$	9
C	34	$\frac{34}{140} \times 34 = 8.25$	8
D	38	$\frac{38}{140} \times 34 = 9.22$	9
Jumlah	140	-	34

1.8.6 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 jurnalistik yang menonton acara *One Stop Football*.

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.

1.8.7 Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas Item adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas item adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan reliabilitas serangkaian item pertanyaan dalam keandalannya mengukur suatu variabel.

a. Uji Validitas

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 x 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.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{S_r^2 - \sum s_i^2}{S_x^2} \right)$$

Note:

α	Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach
K	- Jumlah item pertanyaan yang diuji
$\sum s_i^2$	- Jumlah varians skor item
S_x^2	- Varians skor tes (seluruh item K)

Jika nilai $\alpha > 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika $\alpha > 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakananya sebagai berikut:

1. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.
2. Jika α antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi.
3. Jika α antara $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat.
4. Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah.

Jika α 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. 20.0 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 X ke Items
3. Pastikan pada Model terpilih Alpha
4. Klik OK

1.8.8 Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini merupakan langkah paling penting yang harus dilakukan supaya diperoleh kesimpulan, langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data penelitian adalah sebagai berikut:

a. Seleksi Data

Seleksi data dilakukan setelah seluruh angket terkumpul dengan kriteria setiap angket sesuai dengan petunjuk yang telah ditentukan dan dipastikan bahwa setiap angket tidak ada yang rusak atau hilang, baik seluruhnya atau hanya sebagian. Berdasarkan kriteria tersebut, maka seluruh angket dapat diolah sebanyak yang telah ditetapkan sebelumnya.

b. 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:

1) 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.5

Standar Klasifikasi Analisis Data

Persentase	Keterangan
0%	Tidak ada sama sekali
1 – 9%	Sedikit sekali
10 – 39%	Sebagian sekali
40 – 49 %	Hampir setengahnya
50%	Setengahnya

51 – 59%	Lebih dari setengahnya
60 – 89%	Sebagian besar
90 – 99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

2) Untuk menentukan nilai pada kuesioner, peneliti menggunakan *skala likert*. Setiap item dari kuesioner tersebut merupakan pertanyaan yang memiliki 5 pilihan jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda, yaitu :

- “Sangat Setuju” memiliki nilai = 5
- “Setuju” memiliki nilai = 4
- “Ragu-ragu” memiliki nilai = 3
- “Tidak Setuju” memiliki nilai = 2
- “Sangat Tidak Setuju” memiliki nilai = 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 34 responden.

3) Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel, yakni antara variabel pengaruh Tayangan *One Stop Football* di Trans 7 (x) dan variabel Minat Menulis Berita Olahraga Mahasiswa Jurnalistik (y) langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung koefisien korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:
 - b. Jika kedua variabel normal, maka rumus yang digunakan Korelasi

Produk Moment, yaitu:

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

c. Jika salah satu kedua variabel berkonstibusi tidak normal, maka digunakan rumus rank, yaitu:

$$\rho = 1 - (6\sum b)/(n(n^2-1))$$

Keterangan :

ρ : nilai korelasi rank spearman

b : jumlah kuadrat selisih ranking variabel x dan y atau $R_X - R_Y$

n : jumlah sampel

d. 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

e. Uji hipotesis dengan langkah berikut:

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

a. Menentukan t hitung dengan rumus:

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

b. Menentukan tabel pada taraf signifikansi 5%

f. Menentukan ada atau tidaknya korelasi dapat ditentukan, dengan

rumus:

$$K = \sqrt{1-r^2}$$

Keterangan:

K= Tidak adanya korelasi

1 = Angka konstan

r = koefisien korelasi yang dicari

Kemudian dilanjutkan dengan rumus :

$$E = 100 (1- K)$$

Keterangan :

K = Dengan tidak adanya korelasi

E = Indeks prestasi ramalan/ indeks konstan

1= Bilangan konstan