

Hubungan antara Terpaan Tayangan Jejak Petualang dengan Sikap Mahasiswa terhadap Keindahan Alam Indonesia

Adit Kurniawan¹, Dadang Sugiana², Deddy R. Erlandia³
Departemen Ilmu Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Padjadjaran

Corresponding Author: aditadit348@yahoo.com

ABSTRAK

Adit Kurniawan 210110070348. Hubungan Antara Terpaan Tayangan Jejak Petualang dengan Sikap Mahasiswa Pecinta Alam Dharmapala terhadap keindahan Alam Indonesia. Penyusunan penelitian ini di bawah bimbingan Bapak Drs. Dadang Sugiana, M. Si sebagai Pembimbing utama dan Bapak Deddy R. Erlandia, S. Sos., M. Si sebagai pembimbing pendamping di Jurusan Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis korelasional dan inferensial uji statistik Rank Spearman. Teknik Pengumpulan data dilakukan melalui angket, wawancara dan studi pustaka. Sampel yang diperoleh dari ukuran populasi sebanyak 117 adalah 54 orang dengan menggunakan teknik sampel acak sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga sub hipotesis yang diajukan semua diterima. Pengujian menunjukkan bahwa frekuensi, durasi dan atensi dapat meningkatkan sikap positif mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia. Jadi, berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Terpaan Tayangan Jejak Petualang berhubungan dengan tujuan meningkatkan Sikap Mahasiswa Pecinta Alam Dharmapala terhadap Keindahan Alam Indonesia.

Kata kunci: Program Televisi, Sikap, Mahasiswa

¹ Penulis

² Pembimbing Utama

³ Pembimbing Pendamping

ABSTRACT

Adit Kurniawan 210110070348. The correlation between the “Jejak Petualang” television program exposure with the Attitude of the nature lovers students of Dharmapala toward the nature beauty of Indonesia. The Writing of this research is under the guidance of Drs. Dadang Sugiana, M.Si, as the first counsellor and Dedi R. Erlandia, S. Sos., M. Si, as the second counsellor in Communications Management, Faculty of Communication Science of University of Padjadjaran. The Rank Spearman Inferential Statistical test method and the analytical Correlation method are used in this research. The data collecting technique is performed through questionnaire, interviews and literature study. The samples that are obtained from a population of 117 is 54 by using the simple random technique. The result of this research indicates that of 3 sub-hypothesis which are submitted, all of them are accepted. The tests indicates that frequency, duration and attention, can increase the positive attitude of the nature lovers students of Dharmapala toward the beautiful nature of Indonesia. Therefore, based on results of research, it can be concluded that the “Jejak Petualang” television program exposure is correlated with the purpose to the positive increase Attitude of the nature lovers students of Dharmapala toward the beautiful nature of Indonesia

Keywords: Television Program, Attitude, Students

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa merupakan proses organisasi media menciptakan dan menyebarkan pesan-pesan kepada masyarakat luas dan proses pesan tersebut dicari, digunakan, dipahami dan dipengaruhi oleh audiens. (LittleJohn&Foss, 2009:405). Di era modern seperti saat ini, setiap orang membutuhkan peran media massa dalam berbagai situasi, baik itu digunakan sebagai penambah wawasan dan informasi atau hanya sebatas untuk mencari hiburan semata. Misalnya saja orang yang tidak suka membaca surat kabar, ia akan lebih memilih televisi sebagai media massa yang dipilihnya. Ini membuktikan bahwa setiap orang membutuhkan peran media massa dalam kegiatan kesehariannya.

Media massa memiliki peran yang cukup signifikan dalam perubahan pola pikir masyarakat, media massa juga secara tidak langsung dapat membentuk sikap suatu masyarakat yang terpa media tertentu terhadap suatu hal. Menurut Rakhmat, media massa menjadi agen sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) yang memainkan peranan penting dalam transmisi sikap, persepsi dan kepercayaan (Rakhmat, 1997: 57).

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan mediapun semakin beragam. Dijelaskan secara singkat, awal perkembangan media massa pertama-tama yaitu saat ditemukannya mesin cetak oleh Gutenberg. Lalu ketika zaman semakin modern setelah ditemukannya radio lalu ditemukanlah

kemudian yang dinamakan televisi. Media televisi memiliki kekuatan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan kekuatan media lainnya. Banyak orang lebih memilih media televisi dibandingkan media elektronik lainnya seperti radio dan media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lain-lain. Pemilihan ini didasari oleh kemudahan mengakses informasi pada televisi yang tidak terpatok pada ukuran tingkat pendidikan, dan media televisi juga sekaligus memberikan suasana yang lebih menyenangkan, karena media televisi bersifat audio-visual atau dapat dilihat dan didengar, tidak seperti radio misalnya yang hanya bersifat audio saja sehingga menimbulkan *theatre of mind* yang berbeda pada masing-masing individu. Maka oleh sebab itu peran televisi sangatlah besar, hampir separuh waktu masyarakat digunakan untuk menonton televisi. McLuhan dalam buku Rakhmat menyebutkan bahwa :

Televisi akan melahirkan desa dunia (*global village*) dimana seluruh dunia berbagi pengalaman dan gagasan secara serentak. Televisi juga merangsang seluruh indera kita, mengubah persepsi kita, dan akhirnya mempengaruhi perilaku kita (Rakhmat, 2000:249)

Perkembangan media pertelevisian di Indonesia juga mengalami berbagai perubahan. Dimulai berdirinya TVRI pada tahun 1962, meskipun program acara yang disajikan tidak banyak variasi dan cenderung bersifat politis namun masyarakat pada masa itu tetap memilih media televisi dibandingkan media massa lainnya. Pada masa orde baru, segala bentuk media dikuasai oleh pemerintah, sehingga berita atau informasi yang diberitakan selalu bersifat satu arah. Berbeda ketika Indonesia mulai memasuki periode reformasi, yang selanjutnya pemerintah menganut paham demokrasi. Program acara lebih bersifat variatif, filterisasi pemerintah di bawah Departemen Penerangan pun berkurang. Bahkan pada masa reformasi ini pulalah banyak bermunculan stasiun-stasiun televisi baru di Indonesia.

Salah satu stasiun media televisi di Indonesia yang muncul pada saat itu adalah Trans 7. Jauh sebelum itu masyarakat Indonesia lebih mengenal TV7 pada tahun 2001, namun seiring berjalannya waktu stasiun televisi TV7 berubah nama menjadi Trans 7 di tahun 2006 di bawah naungan PT. Trans Corp yang merupakan bagian dari manajemen Para Group. Di bawah naungan PT. Trans Corp, Trans 7 memiliki suatu ciri khas yang berbeda dengan stasiun-stasiun televisi lainnya. Karena acara yang dihasilkan berbentuk *in-house production* atau produksi original dari para *crew-crew* Trans 7 itu sendiri yang memproduksi, tanpa melibatkan *production house* yang biasa terlihat pada stasiun-stasiun televisi di Indonesia pada umumnya dalam mengemas suatu program acaranya.

Untuk membuktikan keeksistensian di bidang pertelevisian Indonesia, setiap bulannya Trans 7 selalu menyajikan acara-acara yang lebih variatif yang di sajikan untuk memberikan alternatif pilihan acara bagi pemirsa Trans 7. Namun ada pula sebagian acara atau program dari Trans 7 yang sengaja dipertahankan dari dulu hingga sekarang sebagai ciri khas dari Trans 7 tersebut.

Salah satu program yang tetap eksis dari dulu hingga sekarang di stasiun tv Trans 7 adalah program Jejak Petualang. Jejak Petualang merupakan acara yang berisi tentang peliputan beberapa objek alam wisata baik itu di Indonesia ataupun di luar Indonesia yang dikemas secara dokumenter dalam bentuk petualangan (*adventure*).

Program Jejak Petualang mencoba mengemas suatu peliputan dokumenter dalam bentuk yang sederhana namun mengedepankan estetika atau keindahan dalam peliputannya. Program tersebut juga memberikan informasi-informasi tentang suatu tempat dan peristiwa sehingga membuat acara tersebut bersifat edukatif bagi para penontonnya. Program Jejak Petualang juga menampilkan bentuk kepedulian kepada masyarakat sekitar, misalnya saja pada setiap kesempatan *host* atau *presenter* Jejak Petualang mencoba ikut merasakan kegiatan keseharian masyarakat yang didatangi sebagai bentuk empati kepada masyarakat setempat. Dan yang tidak kalah penting adalah para *host* Jejak Petualang juga baik secara langsung atau tidak langsung mengajak para penonton untuk tetap peduli dan mencintai lingkungan setempat.

Melalui acara ini, diharapkan para penonton dapat mengenal tentang keindahan alam yang dimiliki oleh Indonesia, serta bagaimana melestarikan dan menjaga kelestarian alam Indonesia untuk masa yang akan datang. Ketika masyarakat diterpa acara Jejak Petualang, selain memberikan informasi diharapkan juga terciptanya suatu bentuk kepedulian terhadap lingkungan yang disampaikan dalam program Jejak Petualang.

Sasaran dari program Jejak Petualang sebenarnya mencakup masyarakat luas, tidak terbatas oleh gender ataupun status usia. Namun bila dikembalikan pada paragraf sebelumnya, warga masyarakat yang wajib untuk menjaga kepedulian dan melestarikan alam Indonesia sebenarnya adalah para generasi muda, khususnya mahasiswa. Mengapa mahasiswa, karena mahasiswa dianggap sebagai pelaku agen perubahan dan sebagai generasi penerus yang dianggap memiliki tingkat intelektual yang baik. Mahasiswa pecinta alam biasanya tergabung dalam organisasi atau perkumpulan mahasiswa pecinta alam (MAPALA) di kampusnya masing-masing.

Yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa pecinta alam Dharmapala yang menonton tayangan jejak petualang dan menjadikan tayangan tersebut sebagai media informasinya. Dharmapala dipilih sebagai subjek penelitian karena Dharmapala sebagai penggiat alam yang mempunyai latar belakang kedekatan (*proximity*) dan beberapa pengalaman yang sangat erat sekali dengan kegiatan wisata alam. Sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang diutarakan oleh Deddy Mulyana (2001) dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar, mengatakan bahwa semakin mirip latar belakang sosial budaya maka semakin efektiflah komunikasi. Ditambah penjelasan Kriyantono dalam bukunya Teknis Praktis riset Komunikasi (2006), menyatakan bahwa yang dimaksud komunikasi efektif apabila terjadi kesamaan antara kerangka berpikir (*frame of reference*) dan Bidang pengalaman (*fileld of experience*) antara komunikator dan komunikan.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana terpaan program acara Jejak Petualang dengan sikap yang ditimbulkan setelah menonton acara tersebut pada mahasiswa, khususnya mahasiswa pecinta alam. Apakah program tersebut mampu untuk merubah sikap para khalayaknya atau sebaliknya.

Agar penelitian ini berjalan dengan baik, penulis menggunakan teori *uses & gratifications* dari Katz, Blumler dan Gurevitch sebagai acuan penelitian. Asumsi dari teori ini salah satunya adalah konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Ardianto, 2003:71).

Penulis melihat bagaimana sebuah terpaan media massa yaitu program Jejak Petualang dapat sejauh mana mempengaruhi sikap dari khalayaknya. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Hubungan antara terpaan tayangan Jejak Petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia.

B. Penjelasan

• Rumusan Masalah

Adakah hubungan yang signifikan antara terpaan tayangan Jejak Petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia?

• Tujuan penelitian

- Untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antara frekuensi menonton tayangan Jejak Petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia.
- Untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antara durasi menonton tayangan Jejak Petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia.
- Untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antara atensi menonton tayangan Jejak Petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia.

• Kerangka Pemikiran

o Kerangka Teoritis

Karya ilmiah ini menggunakan Teori Uses & Gratification, asumsi dasar dari teori ini antara lain adalah konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Ardianto, 2003:71). Teori ini juga menyatakan mungkin bahwa media juga dapat mempunyai pengaruh yang jahat dalam kehidupan.

Katz, Jay G, Blumler dan Gurevitch (1974:22) merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini :

1. Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengatakan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan
4. Banyak tujuan media massa disimpulkan dari kata yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu
5. Penelitian tentang arti kultural dari media massa ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. (blumler dan katz, 1974:22) (dalam Rakhmat, 2005:205)

- **Kerangka Konseptual**

Variabel X Terpaan pogram tayangan jejak petualang

Rosengren mengemukakan bahwa terpaan tayangan diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media, jenis isi media, media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat, 2009 : 66).

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan) serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), dalam penelitian ini program yang diteliti merupakan program harian. Untuk pengukuran variabel durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program. (Ardianto & Erdinaya, 2004 : 164).

Sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi atensi atau perhatian khalayak terhadap suatu tayangan, yang dalam penelitian ini adalah tayangan jejak petualang.

Program acara Jejak Petualang merupakan program yang disiarkan oleh stasiun televisi Trans 7. Program acara Jejak Petualang memuat berbagai informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan keindahan alam Indonesia. Dan ditayangkan setiap senin sampai kamis pada pukul 16.00 WIB.

Melalui terpaan program Jejak Petualang ini berarti penonton atau khalayak sebagai sesuatu dimana keadaan yang terkena oleh pesan-pesan yang disampaikan oleh program Jejak Petualang. Terpaan media merupakan keadaan dimana penonton terlibat media tertentu dalam masyarakat pada suatu daerah sebagai komunikasi komunikasi massa. Penelitian ini difokuskan pada bagaimana terpaan program Jejak Petualang dapat mempengaruhi sikap mahasiswa pecinta alam terhadap keindahan alam Indonesia.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi. Berdasarkan pengertian terpaan media yang telah dijelaskan oleh Rosengren dalam Rakhmat (2009 : 66), maka cara mengukur terpaan media dari tayangan jejak petualang dengan melihat dari frekuensi, durasi dan atensi.

a) Frekuensi

Frekuensi meliputi rutinitas mengkonsumsi acara. Melalui frekuensi menonton tayangan jejak petualang di televisi, dapat dilihat hubungannya terhadap sikap mahasiswa terhadap keindahan alam Indonesia. Seberapa sering menonton tayangan jejak petualang tersebut di Trans 7 setiap senin sampai kamis dalam satu minggu.

b) Durasi

Durasi diartikan dengan waktu yang dihabiskan untuk menonton acara tersebut. Lama atau durasi menonton tayangan jejak petualang tersebut. Mengetahui seberapa lama mahasiswa menonton tayangan jejak petualang khususnya informasi yang disampaikan berkaitan dengan keindahan alam Indonesia di Trans 7. Apakah mahasiswa tersebut menonton jejak petualang dengan durasi tertentu.

c) Atensi

Atensi adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Rakhmat 1991:52). Perhatian atau atensi yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan jejak petualang yang ditayangkan di televisi. Apakah komunikasi melakukan kegiatan lain sambil menonton atau hanya menonton tayangan itu saja.

Variabel Y Sikap Mahasiswa Pecinta Alam Dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia

Louse Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood mendefinisikan sikap sebagai suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut (Berkowiz, 1972). Secara lebih spesifik, Thurstone sendiri memformulasikan sikap sebagai 'derajat efek positif atau efek negatif terhadap suatu objek psikologis' (Edwards, 1957 dalam Azwar, 1995:5).

Dalam pemahamannya, sikap dibagi menjadi 3 aspek sikap yaitu :

a) Aspek Kognitif

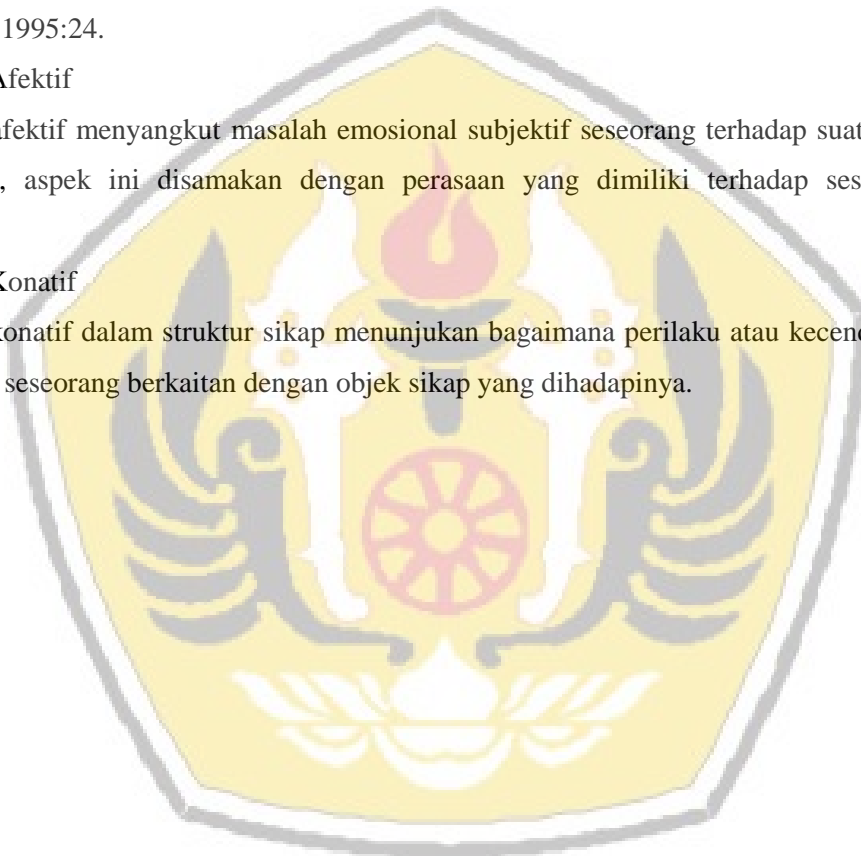
Aspek Kognitif berisi kepercayaan mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap (Azwar, 1995:24).

b) Aspek Afektif

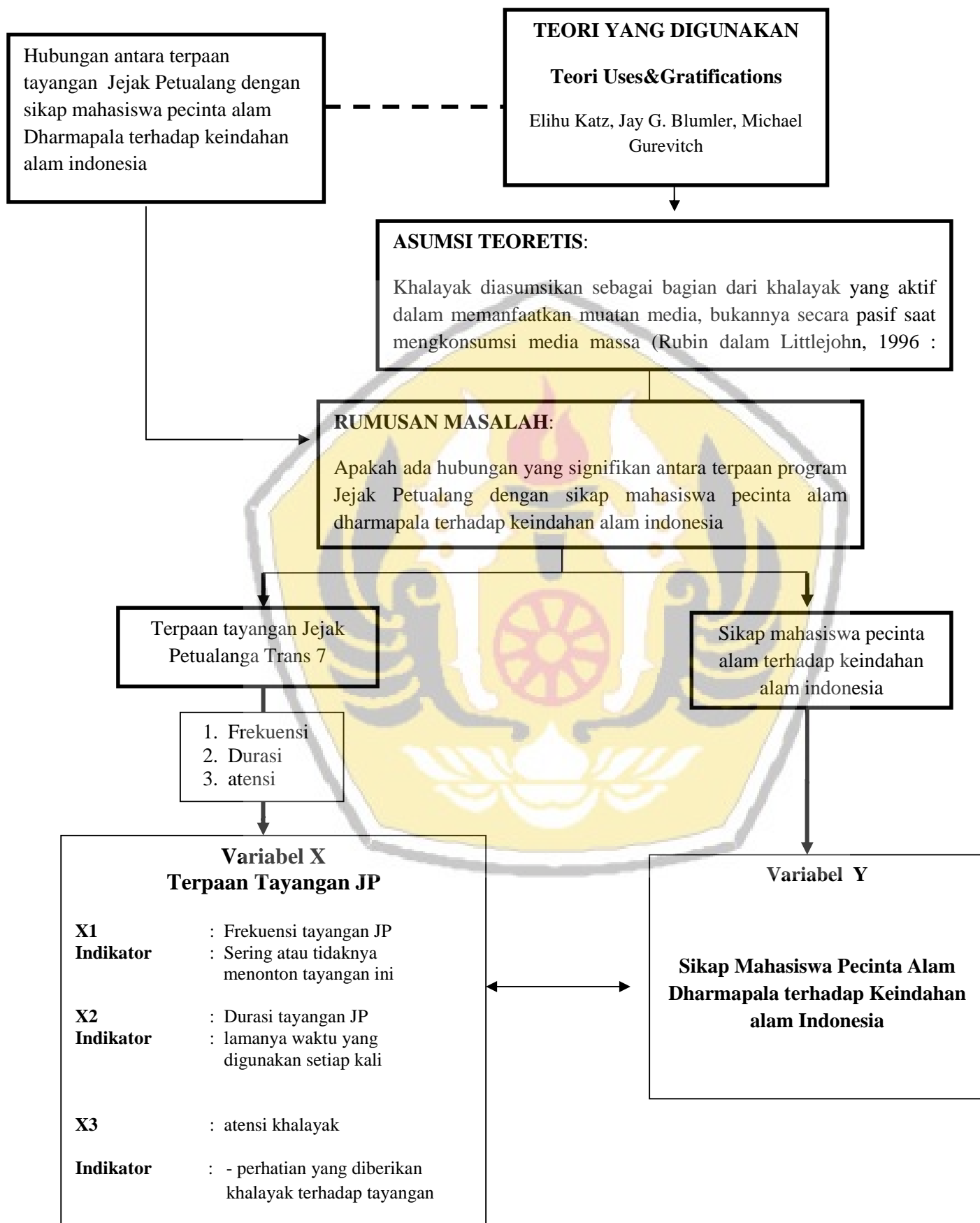
Aspek afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, aspek ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. (Azwar, 1995:26).

c) Aspek Konatif

Aspek konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya.



• **Bagan Kerangka Pemikiran**



C. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian korelasional. Metode korelasional mencoba meneliti hubungan diantara variabel-variabel, hubungan yang dicari itulah yang disebut dengan korelasi. Studi korelasi mencoba meneliti sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2009:27). Metode korelasional digunakan untuk : (1) mengukur hubungan diantara variabel, (2) meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas, dan (3) meramalkan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental. Studi korelasional sering digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas (Rakhmat, 2009:31).

Jenis data dan sumber data

a. angket

Kuesioner merupakan pertanyaan tertulis yang berisi data-data responden dan hubungan antara variabel-variabel penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data primer yang diperoleh melalui responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab terhadap orang-orang yang berkaitan dengan permasalahan, baik dilakukan secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atau informasi mengenai masalah yang sedang diteliti.

c. Observasi

Observasi adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi langsung dari responden. Observasi dilakukan baik untuk memperkaya data maupun untuk memperoleh data yang tidak didapatkan dengan teknik-teknik pengumpulan data lainnya.

d. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh rujukan teoritis yang menggambarkan gejala di lapangan, bersumber dari buku-buku, literatur, media cetak dan elektronik, maupun data dari internet yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Populasi dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para anggota pecinta alam Dharmapala yang berlokasi di Sekretariat Dharmapala jalan timbul No. 34 Jagakarsa, Jakarta Selatan yang pernah menonton tayangan jejak petualang Trans 7. Berdasarkan data dari sekretariat Dharmapala total anggota Dharmapala berjumlah 117 orang. Dharmapala dipilih penulis sebagai subjek penelitian karena Dharmapala dianggap sebagai penggiat alam yang mempunyai latar belakang kedekatan

(*proximity*) dan beberapa pengalaman yang sangat erat sekali dengan kegiatan wisata alam. Sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang diutarakan oleh Deddy Mulyana (2001) dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar, mengatakan bahwa semakin mirip latar belakang sosial budaya maka semakin efektiflah komunikasi dan juga ditambah, organisasi Dharmapala mempunyai kegiatan rutin untuk menonton acara tersebut ketika mereka berkumpul.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampel acak sederhana (*simple random sampling*), yaitu setiap subjek terdaftar sebagai popuasi, diberi nomer mulai dari 1 sampai dengan banyaknya ukuran populasi. Dalam pengambilan sampel, penulis sudah terlebih dahulu menentukan sampel yang paling banyak. Apabila ukuran populasi terlalu besar atau terlalu banyak, padahal kemampuan tenaga, biaya dan waktu kita terbatas, maka kita tidak boleh melakukan penelitian terhadap unsur populasi yang kita jadikan sebagai objek penelitian disebut sampel.

Dalam penelitian ini, penentuan besarnya sampel mengacu pada rumus Slovin :

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

$$n = \frac{117}{1 + 117 (0,1)^2} = \frac{117}{2,17} = 53,91$$

Dibulatkan menjadi 54 orang.

Setelah melakukan penghitungan berdasarkan rumus Slovin diatas, maka pada penelitian ini didapatkanlah ukuran sampel sebanyak 54 orang

- **Analisis Data**

Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif memaparkan jawaban responden dengan cara mentabulasikan lalu diinteroretasikan dalam kuesioner untuk mengetahui makna hasil penelitian. Kuesioner itu kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis pertanyaannya, ditabulasikan kemudian diberi analisis. Analisis ini

digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data yang terkumpul secara umum atau generalisasi.

Analisis Statistik Inferensial

Teknik analisis statistik inferensial bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2007 : 148). Teknik ini digunakan untuk menghitung derajat hubungan antara variabel-variabel digunakan analisis korelasional. Melalui analisis statistik inferensial, hubungan antara variabel akan dicari koefisien korelasinya dan diuji hipotesis kerjanya. Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis tersebut adalah uji korelasional *rank Spearman* (data penelitian berskala ordinal).

Rumus *Korelasi Rank Spearman*

$$r = r_s = \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$

Keterangan :

r_s : Koefisien Korelasi Rank Spearman

d_i : Selisih ranking variabel pertama dan kedua

n : jumlah sampel

(Siegel, 1997 :253)

Langkah-langkah penggunaan korelasi rank spearman adalah sebagai berikut :

1. Skor data dari variabel X dan Y diberi ranking mulai dari nomor 1 sampai N
2. Menghitung selisih ranking pasangan (d_i) dengan ranking X dan Ranking Y
3. Kemudian selisih ranking pasangan dikuadratkan untuk memperoleh d_i^2 lalu d_i^2 dijumlahkan sampai N guna mendapatkan $\sum d_i^2$
4. kadang-kadang dalam penelitian terjadi dua subjek atau lebih mendapatkan skor yang sama pada variabel yang sama, maka sebelum menghitung r_s dilakukan perhitungan faktor koreksi yaitu :

$$T = \frac{t^3 - t}{12} \quad (\text{Siegel, 1997 :250-257})$$

Dimana :

T : faktor koreksi jumlah ranking berangka sama

t : Banyaknya data yang berkerangka sama pada ranking tertentu

5. Jika proporsi angka sama dalam observasi-observasi X dan Y dan jumlahnya besar, maka digunakan rumus sebagai berikut untuk menghitung r_s

$$\sum X^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_x \quad \text{atau} \quad \sum Y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_y$$

Sehingga r_s dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Kriteria Pengujian :

- Tolak H_0 jika r_s hitung r_s pada tabel hingga kritis dan taraf signifikansi $\alpha=0,05$
- Jika $n > 10$, maka signifikansinya r_s harus diuji kembali dengan :

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

- Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $df = n - 2$ dan $\alpha=0,05$

D. HASIL & KESIMPULAN

- **HASIL**

REKAPITULASI HASIL ANALISIS KORELASI

Variabel	r_s	Derajat Keeratan	t-hitung	t-tabel	Keputusan	Kesimpulan
X & Y	0.629	Cukup Berarti	5.835	2.007	H_0 ditolak	Signifikan
X1 & Y	0.515	Cukup Berarti	4.332	2.007	H_0 ditolak	Signifikan
X2 & Y	0.332	Rendah tapi Pasti	2.538	2.007	H_0 ditolak	Signifikan
X3 & Y	0.614	Cukup Berarti	5.610	2.007	H_0 ditolak	Signifikan

Sumber : data yang sudah diolah

Koefisien korelasi sebesar 0,629 menunjukkan bahwa hubungan antara terpaan tayangan Jejak Petualang (x) dengan sikap mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia (y), merupakan hubungan yang cukup berarti.

Koefisien korelasi sebesar 0.515 menunjukkan bahwa hubungan antara frekuensi tayangan Jejak Petualang (x1) dengan sikap mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia (y), merupakan hubungan yang cukup berarti.

Koefisien korelasi sebesar 0.332 menunjukkan bahwa hubungan antara durasi tayangan Jejak Petualang (x2) dengan sikap mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia (y), merupakan hubungan rendah tapi pasti.

Koefisien korelasi sebesar 0.614 menunjukkan bahwa hubungan antara atensi tayangan Jejak Petualang (x3) dengan sikap mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia (y), merupakan cukup berarti.

Berdasarkan pada analisis korelasi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan antara terpaan tayangan Jejak Petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia.

Hal ini didasarkan pada keputusan analisis korelasi dan keseluruhannya yang menyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dalam hal ini terdapat hubungan yang positif antara variabel X yaitu terpaan tayangan Jejak Petualang dan variabel Y yaitu sikap mahasiswa pecinta alam dharmapala terhadap keindahan alam Indonesia.

• KESIMPULAN

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara frekuensi menonton jejak petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala Jakarta terhadap keindahan alam Indonesia. Hal ini disebabkan oleh 30 orang dari 54 orang responden menilai tinggi bahwa frekuensi tayangan mampu meningkatkan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala Jakarta terhadap keindahan alam Indonesia
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara durasi menonton jejak petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala Jakarta terhadap keindahan alam

Indonesia. Hal ini disebabkan oleh 41 orang dari 54 orang responden menilai tinggi bahwa durasi mampu meningkatkan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala Jakarta terhadap keindahan alam Indonesia

3. Terdapat hubungan yang signifikan antara atensi menonton jejak petualang dengan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala Jakarta terhadap keindahan alam Indonesia. Hal ini disebabkan oleh 33 orang dari 54 orang responden menilai tinggi bahwa atensi mampu meningkatkan sikap mahasiswa pecinta alam Dharmapala Jakarta terhadap keindahan alam Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati, Karlinah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta : [Simbiosis Rekatama Media](#)

Arikunto, Sukarsimi, 2001. *Prosedur Penelitian suatu pelaksanaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Azwar, Saifuddin, 1995. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustakan Pelajar.

Blumler, J., Katz, 1974. *The uses of mass communications: Current Perspectives on Gratification Reseach*. Beverly Hills, Ca:Sage

_____, 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar

Effendi, Onong. 1999. *Ilmu komunikasi: teori dan praktek*. Rosda

Kaplan, R M & Saccuzzo . D. P. 1993. *Psychological Testing: Principlea, applications and issues*. California. Brooks/Cole Publishing Company

Kriyantono, Rakhmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Littlejohn & Foss, 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta :Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya

Palmgren, P. Rosengren. Wenner, L. 1985. *Media Gratification Research: Current Perspective*. Beverly Hills, Ca:Sage

Rakhmat,Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya

_____. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Siegel, Sidney. 1997. *Statistika Non Parametrik untuk Ilmu-ilmu Sosial*.Jakarta : Gramedia.

Singarimbun, Masri dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta:LP3ES

Sugiyono, 2006.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Sumber Lain :

www.wikipedia.com/Trans7

www.Trans7.co.id/frontend/home/view/145

Company Profile Trans Corporation

AD/ART Organisasi Dharmapala Jakarta (Edisi Pembaruan)

