



**DAMPAK TAYANGAN “ORANG PINGGIRAN” DI TRANS 7 TERHADAP
PENGETAHUAN DAN SIKAP TOLERANSI SERTA SOLIDARITAS MAHASISWA**

(Survey Terhadap Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Diajukan sebagai satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

BAIHAQI NANDA MUSYAFA

44107010255

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2015

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **Dampak Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans7 Terhadap
Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas
Mahasiswa**

Nama : Baihaqi Nanda Musyafa

Nim : 44107010255

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Ponco Budi Sulisty, Ph.D)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Dampak Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans7 Terhadap
Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas
Mahasiswa**

Nama : Baihaqi Nanda Musyafa

Nim : 44107010255

Fakultas : Ilmu Komunikasi


Bidang Studi : Broadcasting

UNIVERSITAS Jakarta, 8 Februari 2015

MERCU BUANA

Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

Penguji Ahli,

Megi Primagara, S.Sos, M.Ikom

()

Pembimbing I,

Ponco Budi Sulisty, Ph.D

()

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Dampak Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans7 Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas Mahasiswa**

Nama : Baihaqi Nanda Musyafa

Nim : 44107010255

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 8 Februari 2015

Disetujui dan diterima oleh,

MERCU BUANA

Pembimbing



(Ponco Budi Sulistyono, Ph.D)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Broadcasting



(Dr. Agustina Zubair, M.SI)



(Feni Fasta, SE., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Dampak Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans7 Terhadap
Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas
Mahasiswa**

Nama : Baihaqi Nanda Musyafa

Nim : 44107010255

Fakultas : Ilmu Komunikasi

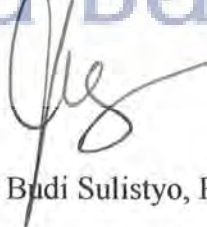
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 8 Februari 2015

Disetujui dan diterima oleh,

MERCU BUANA

Pembimbing



(Ponco Budi Sulisty, Ph.D)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Broadcasting



(Dr. Agustina Zubair, M.SI)



(Feni Fasta, SE., M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Assalamualaikum WR.WB

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, Segala Puji kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas karunia dan pertolongan yang telah dilimpahkannya. Sholawat serta salam semoga selalu kami haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **DAMPAK TAYANGAN “ORANG PINGGIRAN” DI TRANS 7 TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP TOLERANSI SERTA SOLIDARITAS MAHASISWA** bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan semangat keluarga besar penulis terutama Ayah dan Ibu ku tercinta serta pembimbing dan berbagai pihak yang membantu baik yang bersifat moril maupun materil. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada

:

1. Bpk. Ponco Budi Sulisty, Ph.D selaku pembimbing skripsi. Terima kasih atas segala perhatiannya yang besar dan bimbingannya serta ilmu-ilmu yang berguna dan bermanfaat yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

2. Kedua Orang Tua tercinta dan paling dibanggakan yaitu Aly Musyafa dan Etti Mulyati yang telah memberikan doa, dukungan, nasihat dan pembiayaan kuliah penulis.
3. Bpk Dr. Ahmad Mulayana, M.Si selaku ketua sidang. Terima kasih atas masukan dalam skripsi peneliti ini.
4. Bpk Megi Primagara, S.Sos, M.Ikom selaku penguji ahli, terima kasih telah memberikan peneliti pencerahan dalam memperbaiki skripsi yang peneliti buat.
5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Bpk. A. Rahman H.I,MM., M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Ibu Feni Fasta, SE., M.Si selaku Kepala Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
8. Bpk. Afdal Makkuraga Putra, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
9. Seluruh Dosen Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang di berikan kepada penulis selama perkuliahan.
10. Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan rekan-rekan. Terima kasih atas pelayanannya.

11. Terima kasih banyak sekali kepada Keluarga Besar Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Mercu Buana Jakarta (**SWATALA**). Terima kasih atas suport dan semangat yang diberikan selama ini kepada peneliti.
12. Tak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada teman-teman Serangga Pusgiwa. Terima kasih atas dukungannya.
13. Untuk adik kandung peneliti yang bernama Abdul Maghfur, Terima kasih atas dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangannya, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulis di masa depan.

Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama bagi mahasiswa-mahasiswi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
Wassalammualaikum WR.WB
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2015

Baihaqi Nanda Musyafa

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
-----------------	---

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 KOMUNIKASI MASA	7
2.1.1 Fungsi Komunikasi Masa	8
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Masa	10
2.2 Media Massa	11

2.2.1	Pengertian Media Massa	12
2.2.2	Jenis-Jenis Media Massa	12
2.2.3	Karakteristik Media Massa	13
2.3	Televisi Sebagai Saluran Media	14
2.3.1	Fungsi Televisi	15
2.3.2	Program Televisi	17
2.3.3	Reality Show	19
2.4	Khalayak	20
2.4.1	Karakteristik Khalayak	21
2.5	Solidaritas dan Toleransi Sosial	24
2.6.1	Solidaritas	24
2.6.2	Toleransi	26
2.6	Teori Stimulus Respon	28
2.7	Efek Media Televisi	31
2.7.1	Kognitif	31
2.7.2	Afektif	31
2.7.3	Konatif	33

2.8	Hipotesis Penelitian	34
-----	----------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian.....	36
3.2	Tipe Penelitian.....	39
3.3	Metode Penelitian.....	40
3.4	Subjek Penelitian.....	41
3.5	Populasi Dan Sampel.....	43
3.5.1	Populasi.....	43
3.5.2	Sampel.....	44
3.6	Operasional Konsep.....	47
3.7	Tekhnik Pengumpulan Data.....	52
3.7.1	Data Primer.....	52
3.7.2	Data Sekunder.....	53
3.8	Tekhnik Analisis Data.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Trans 7	59
4.1.1	Sejarah Trans 7	60
4.1.2	Logo Trans 7	60
4.2	Visi dan Misi Trans 7	61
4.2.1	Visi Trans7	61
4.2.2	Misi Trans7	61
4.3	Program-program Trans 7	62
4.4	Gambaran Umum Tayangan “Orang Pinggiran”	64
4.4.1	Tujuan	65
4.5	Hasil Penelitian	65
4.5.1	Karakteristik Responden	66
4.5.2	Pola Menonton Tayangan	70
4.5.3	Pengetahuan Toleransi dan Solidaritas Mahasiswa Dalam Tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7	72

4.5.4	Sikap Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Terhadap Tayangan “Orang Pinggiran” Terhadap Tayangan “Orang Pinggiran di Trans 7	82
4.6	Akumulasi Kognitif dan Afektif Responden Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas Mahasiswa Dalam Tayangan Orang Pinggiran di Trans7	92
4.7	Pembahasan	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran Akademis	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.5.1.1	Data anggota Unit Kegiatan Mahasiswa	43
Tabel 3.6.1	Operasional Konsep	46
Tabel 3.8.1	Kategori Jawaban Skor	54
Tabel 3.8.2	Akumulasi Pengetahuan	56
Tabel 3.8.3	Akumulasi Sikap	57
Tabel 3.8.4	Akumulasi Dampak	58
Tabel 4.5.1.1	Jenis Kelamin	66
Tabel 4.5.1.2	Usia	67
Tabel 4.5.1.3	Unit Kegiatan Mahasiswa	68
Tabel 4.5.2.1	Menonton Tayangan Orang Pinggiran	70
Tabel 4.5.2.2	Durasi Menonton Tayangan	71
Tabel 4.5.3.1	Pengetahuan Mengenai Kebebasan Berfikir	72
Tabel 4.5.3.2	Pengetahuan Tentang Sisi Kesetiakawanan	73
Tabel 4.5.3.3	Pengetahuan Tentang Kepercayaan	74
Tabel 4.5.3.4	Pengetahuan Mengenai Kebersamaan	75

Tabel 4.5.3.5	Penghargaan Terhadap Keberagaman	76
Tabel 4.5.3.6	Pengetahuan Tentang Cara Melakukan Toleransi Dan Solidaritas	77
Tabel 4.5.3.7	Pengetahuan Tentang Dampak Toleransi Dan Solidaritas	78
Tabel 4.5.3.8	Pengetahuan Tentang Pesan Terkait Tayangan Orang Pinggiran	79
Tabel 4.5.3.9	Pemahaman Dalam Mengembangkan Toleransi Solidaritas	80
Tabel 4.5.3.10	Akumulasi Dampak Pengetahuan	81
Tabel 4.5.4.1	Sikap Tentang Keberadaan Toleransi Dan Solidaritas	82
Tabel 4.5.4.2	Sikap Terhadap Pentingnya Kesadaran Mengenai Toleransi Dan Solidaritas	82
Tabel 4.5.4.3	Efek Yang Diberikan Atas Adanya Toleransi Dan Solidaritas	83
Tabel 4.5.4.4	Sikap Jika Toleransi Dan Solidaritas Masuk Dalam Kajian Perkuliahan Di UMB	84
Tabel 4.5.4.5	Terkait Toleransi Dan Solidaritas Berarti Belajar Memahami Dan Mengaplikasikan Dalam Kehidupan Sehari hari	85

Tabel 4.5.4.6 Sikap Toleransi Dan Solidaritas Diharapkan Memiliki Pengaruh Positif Bagi Kehidupan Mahasiswa Sehari hari	86
Tabel 4.5.4.7 Tayangan Orang Pinggiran Dapat Meningkatkan Kesadaran Toleransi Dan Solidaritas	87
Tabel 4.5.4.8 Sikap Terhadap Tujuan Tayangan Orang Pinggiran	88
Tabel 4.5.4.9 Pengembangan Toleransi Dan Solidaritas	89
Tabel 4.5.4.10 Akumulasi Dampak Sikap	90
Tabel 4.6.1 Akumulasi Dampak Pengetahuan Dan Sikap	91





Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting

Baihaqi Nanda Musyafa

44107010255

DAMPAK TAYANGAN “ORANG PINGGIRAN” DI TRANS7 TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP TOLERANSI SERTA SOLIDARITAS MAHASISWA

Jumlah Halaman : V bab + 98 Halaman + 8 Lampiran

Bibliografi : 18 Buku, tahun 1984 - 2006

ABSTRAKSI

Program acara yang akan diteliti oleh penulis saat ini ada program semi dokumenter orang pinggiran di trans 7. Program orang pinggiran merupakan program acara semi dokumenter yang bercerita mengenai perjuangan orang pinggiran untuk bisa bertahan hidup meskipun kehidupan mereka terus tergerus oleh perkembangan zaman dan penonton di ajak untuk larut dalam lika liku perjuangan manusia hanya untuk sekedar bertahan hidup.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Sejauhmana dampak tayangan “Orang Pinggiran” di Trans7 terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas anggota unit kegiatan mahasiswa universitas mercu buana jakarta ? Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adakah dampak tayangan “Orang Pinggiran” terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas Mahasiswa.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana pengaruh antara variable yang ada dijelaskan dengan cara kuantitatif atau diangkakan dengan metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data yang pokok untuk diteliti. Penelitian ini dilakukan pada 78 responden sebagai sampel total, keseluruhan populasi merangkap sebagai sampel penelitian. Dan sifat penelitian ini adalah deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Pengaruh media massa berbeda-beda terhadap setiap individu. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pola pikir, perbedaan sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari, dan perbedaan budaya. Perubahan sosial dimasyarakat berorientasi pada upaya untuk meninggalkan unsur-unsur yang mesti ditinggalkan, berorientasi pada pembentukan unsur baru, serta berorientasi pada nilai-nilai yang telah ada pada masa lampau.

Tanpa sadar media massa telah membawa masyarakat untuk kepada pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir serta perilaku masyarakat. Perubahan pola tingkah laku yang paling terasa ialah dari aspek gaya hidup dan aspek ini paling kelihatan dalam lingkungan generasi muda. Dampak yang ditimbulkan media massa beraneka ragam, diantaranya : terjadinya perilaku menyimpang dari norma-norma sosial dan nilai-nilai budaya yang mana perilaku menyimpang tersebut dianggap sebagai bagian dari trend masa kini. Dampak lainnya yaitu kecenderungan

makin meningkatnya pola hidup konsumerisme yang menuntut gaya hidup serba instant serta membuat menurunnya minat belajar dikalangan generasi muda.¹

Dalam hal ini, sebagian besar perilaku audien akan di jelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Penggunaan media itu sendiri terdiri dari, misalnya, jumlah waktu yang digunakan untuk mengikuti media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang di konsumsi atau dengan secara keseluruhan.²

Media televisi adalah media massa yang bersifat audio-visual³, audio berarti pendengaran dan visual berarti penglihatan, jadi televisi adalah media yang dapat dinikmati melalui mata dan telinga. Media televisi juga salah satu alat komunikasi yang paling ampuh untuk menyampaikan pesan untuk khalayak luas, bahkan pada era reformasi ini adalah media televisi sebagai salah satu media unggulan untuk masalah social, *life style*, dan hiburan. Karena media ini selalu *up to date* dari isi program waktu ke waktu dengan keunggulan sebagai media yang dapat dinikmati melalui indera pendengaran dan pengelihatan.

Pengaruh televisi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia, sudah banyak mengetahui merasakannya, baik pengaruh

¹ Purwasito, Andrik. 1993. Pengaruh TV dan Cara Menyikapinya. Kedaulatan Rakyat: Sabtu, 6 november

² Jalaludin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung. 1994, hal 78

³ Denis McQual. Teori Komunikasi Massa, suatu pengantar, Edisi Kedua, Erlangga Jakarta. 1996 Hal 3

positif ataupun negatifnya. Acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan persepsi, dan perasaan para penonton. Sehingga mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah. Sebab salah satu pengaruh psikologis televisi seakan-akan menghipnotis penonton sehingga mereka seolah-olah hanyut dalam keterlibatan kisah atau peristiwa yang disajikan televisi. Sikap orang akan senang jika menonton tayangan yang disukainya di televisi.⁴

Tayangan televisi tentang dunia artis dan para tokoh yang dikenal dengan istilah *infotainment* untuk mengalihkan perhatian masyarakat terhadap realitas kehidupan. Masyarakat dijauhkan dari persoalan-persoalan kemiskinan, penondasan, bencana, dan lain-lain dengan tontonan industri hiburan. Selanjutnya juga disimpulkan bahwa 50 jenis acara *infotainment* memiliki kekuasaan bujuk rayu dan berhasil menundukan dan mendisiplinkan penonton, akibatnya mereka kecanduan dengan tayangan semacam itu.⁵

Perkembangan pertelevisian di Indonesia sendiri dimulai dengan berdirinya stasiun televisi pertama, yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI). TVRI berdiri pada tanggal 24 Agustus 1962 di Jakarta, selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi saja. Namun dalam waktu beberapa tahun belakangan ini industri pertelevisian di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat.

⁴ Onong Uchjana Effendy, Teori dan Ilmu Filsafat Komunikasi. PT.Remaja Rosdakarya. Tahun 2003

⁵ Heri Pudjo Santosa, Infotainment Alihkan Perhatian, Harian Suara Merdeka, 29 September 2005

Bermula dari hanya satu stasiun televisi milik pemerintah kini telah berkembang stasiun-stasiun televisi lainnya. Pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha bimantara untuk membuka stasiun Televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang merupakan televisi swasta pertama yang berdiri di Indonesia.

Lalu disusul dengan berdirinya SCTV yang berdiri pada tahun 1990, kemudian INDOSIAR, ANTV, dan TPI sejak tahun 2000 muncul hampir serentak lima televisi swasta baru yaitu METRO TV, TRANS TV, TV ONE, dan GLOBAL TV ditambah 3 stasiun TV lokal baru yaitu O CHANNEL, DAI TV, dan SPACE TOON.

Televisi adalah media massa yang paling sering ditonton banyak memberikan efek paling besar bagi audiennya. Efek atau pengaruh ini telah menjadi perhatian banyak pihak melalui berbagai teori jarum hipodermik atau teori peluru, teori-teori itu menjelaskan tentang efek dari sudut pandang media massa itu sendiri. Sedangkan efek media massa terhadap individu dan masyarakat ternyata tidak signifikan. Seiring perkembangan jaman, media televisi telah banyak menyuguhkan beberapa program menarik, dan juga stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam.

Pada dasarnya apa saja dapat dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan peraturan yang berlaku. Pengelola

stasiun penyiaran diuntut untuk memiliki kreatifitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik. Program-program televisi antara lain, news, entertainment, game show, reality show, talk show, feature, infotainment, drama, sinetron.

Program-program yang ada dalam pertelevisian kita saat ini member pengaruh besar bagi masyarakat, hal ini terlihat dari daya tarik program tersebut. Program semacam itu sangat kuat mengembangkannya hidup mewah dan pola hidup konsumtif. Stasiun televisi masing-masing bertahan dengan menghadirkan berbagai macam program acara.

Salah satunya adalah program *Reality Show*, yang termasuk program acara hiburan televisi. *Reality Show*, sesuai dengan namanya, maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Dengan kata lain, program ini mencoba menyajikan suatu keadaan yang nyata dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa.

Program acara yang akan diteliti oleh penulis saat ini ada program semi dokumenter orang pinggiran di trans 7. Program orang pinggiran merupakan program acara semi dokumenter yang bercerita mengenai perjuangan orang pinggiran untuk bisa bertahan hidup meskipun kehidupan mereka terus tergerus oleh perkembangan zaman dan penonton di ajak untuk larut dalam lika liku perjuangan manusia hanya untuk sekedar bertahan hidup. Tayangan yang mendapat penghargaan dari dompet

dua award tahun 2012 ini dikemas secara apik dan mendalam. Umumnya yang menjadi subjek ataupun pelaku utama tayangan ini adalah seorang fakir miskin dengan segala keterbatasan rezeki, fisik dan latar belakang keluarga.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka masalah yang ingin di jawab dalam penelitian ini adalah “ Se jauh mana Dampak Tayangan Orang Pinggiran di Trans 7 Terhadap Pengetahuan dan Sikap Toleransi serta Solidaritas Mahasiswa?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adakah dampak tayangan orang pinggiran terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas Mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan atau masukan bagi Ilmu komunikasi Massa khususnya mengenai dampak tayangan televisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepedulian social kita terhadap orang-orang yang dibawah garis kemiskinan, serta membuat kita agar menjadi orang yang lebih bersyukur dengan apa yang kita dapat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana diungkapkan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar, dan majalah – keduanya disebut sebagai media cetak, serta media film.¹

Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, dan film”. Pool (1973) mendefinisikan komunikasi massa sebagai, “ Komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi.”²

¹ Elvinaro Ardiyanto dkk, 2004. Komunikasi Massa. Bandung : Rekatama Media. Hal 3

² Wirayanto, 2006. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Grasindo. Hal 3

Dapat dikatakan bahwa fungsi komunikasi massa adalah menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to influence*).

2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.³

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (ketertarikan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *Entertainment* (hiburan).

Sean MacBride ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO mengemukakan bahwa komunikasi tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu atau kelompok mengenai pertukaran data, file, ide. Karena itu komunikasi massa dapat berfungsi untuk:

1. Informasi; yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bias mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.

³ Elvinoro Ardiyanto dkk , op.cit., Hal. 14

2. Sosialisasi; yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Motivasi; yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca. Lihat, dengar melalui media massa.
4. Bahan diskusi; menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan; yakni membukakesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkat kualitas penyajian materi yang baik, menarik, dan mengesankan.
6. Memajukan kebudayaan; media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, atau baha cetak seperti buku dan penerbit-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing Negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antar Negara.
7. Hiburan; media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik, dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.

8. Integrasi; banyak bahasa di dunia dewasa ini diguncangkan oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.⁴

2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

1. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum bukan perorangan atau pribadi.
2. Pola penyampaian pesan media massa mampu menjangkau khalayak luas dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara singkat.
3. Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah dalam arti tidak dapat memberikan respon secara langsung, walaupun dapat, mungkin sifatnya tertunda atau tidak langsung.
4. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana terjadwal dan terorganisir.
5. Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan secara berkala tidak bersifat temporer.

⁴ Hafied Cangara, 2004 pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada. Hal 57

2.2 Media Massa

Jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Karakteristik media massa ialah :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengolahan, sampai pada penyampaian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang bersamaan.
4. Memakai peralatan teknis dan mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa⁵

⁵ Ibid., hal 122

2.2.1 Pengertian Media Massa

Media massa khusus digunakan untuk menyalurkan komunikasi massa. Istilah media massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass media*. *Mass media* ini adalah singkatan dari *mass media communication* atau *media of mass communication*. Sebab disebut *mass media* karena adanya *mass character* yang melekat atau dimiliki oleh media itu.

Media massa adalah suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melewati media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

2.2.2 Jenis-jenis Media Massa

Media massa diperuntukan bagi masyarakat umum. Tidak ada batasan siapa yang boleh atau harus membaca, menonton, atau yang mendengarkan siapa yang boleh membaca, menonton atau mendengarkan dan siapa yang tidak boleh membaca, menonton atau mendengarkan.

Media massa dibagi menjadi dua yaitu, media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik adalah radio, televisi, film dan media *on line* (internet).

Surat kabar merupakan media massa paling tua dibandingkan dengan media massa lainnya. Sejarah telah mencatat surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman. Sedangkan di Indonesia, keberadaan surat kabar ditandai dengan perjalanan panjang melalui lima periode yakni masa penjajahan Belanda, penjajahan Jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan, serta zaman orde lama dan serta zaman orde baru.

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkungannya maka kategorisasinya adalah surat kabar local, regional dan nasional. Ditinjau dari bentuknya, adalah bentuk surat kabar biasa dan tabloid. Sedangkan dilihat dari bahasa yang digunakan, ada surat kabar berbahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa daerah.

2.2.3 Karakteristik Media Massa

Karakteristik media massa adalah sebagai berikut :⁶

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni dimulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

⁶ Ibid. Hal. 126-127

3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasinya yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

2.3 Televisi Sebagai Saluran Media

Media telah menjadi sumber dominan baik bagi individu tapi juga bagi masyarakat, media menyuguhkan nilai-nilai yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.⁷ Televisi sebagai media massa memiliki karakteristik yang spesifik yaitu audio visual. Peletak dasar utama teknologipertelevisian tersebut adalah Paul Nipkow dari Jerman pada tahun 1884.⁸

Televisi lahir di Indonesia tahun 1961, setelah pemerintah memutuskan untuk memasukan proyek media massa televisi dalam proyek Asian Games, dan dibentuk Yayasan Televisi Republik Indonesia sejak tanggal 20 Oktober 1963.⁹ Sejak tahun

⁷ Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa suatu pengantar, Erlangga, hal.3

⁸ Deddy Iskandar Muda, Jurnalistik Televisi, Remaja Rosdakarya Bandung, 2005, Hal.4

⁹ Ibid, Hal.84

1989 barulah bermunculan stasiun televisi seperti RCTI, SCTV, TPI, dan masih banyak lagi stasiun televisi yang ada sampai saat ini yang bersifat komersial. Televisi bersiaran untuk umum, menyiarkan program acara secara Universal, tapi fungsi utamanya adalah hiburan.¹⁰

Hiburan yang diinginkan masyarakat dapat terpenuhi dengan adanya media massa yang semakin beragam dan berkembang. Kelebihan televisi dari media massa lainnya ialah kemampuannya menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi maupun pendidikan, sebab berbagai peristiwa dapat kita nikmati dirumah dengan menggunakan pesawat televisi.¹¹ Pemanfaatan televisi bukan saja sebagai media penerangan, hiburan, dan promosi tapi juga digunakan sebagai media pendidikan. Hal tersebut tidak hanya terjadi di Negara-negara maju, tapi juga diberbagai Negara berkembang, bahkan banyak Negara yang membuka saluran pendidikan khususnya untuk siaran pendidikan.¹²

2.3.1 Fungsi Televisi

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni member informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung 1993 hal.55

¹¹ *Ibid*, hal.60

¹² Darwanto, *Televisi sebagai media pendidikan*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 20017. Hal 83-84

dominan pada media televisi, tanpa mengesampingkan nilai idealis dan komersial, fungsi televisi digolongkan kedalam 6 aspek yaitu:¹³

1. Menyampaikan fakta (*the fact*)

Media massa (Televisi) menyediakan fasilitas arus informasi dari kedua belah pihak. Satu sisi mencerminkan kebutuhan dan keinginan pengirim (iklan, propaganda, dan lain-lain) dan dari sisi lain kebutuhan dan harapan penerima (berita laporan, dan lain lain).

2. Menyajikan Opini dan Analisis (*opinions and analuses*)

Pada laporan berita, reporter melakukan opini orang orang luar, analisis berita dilakukan oleh staf redactor khusus (kolom, editorial, dan lain-lain)

3. Melakukan Investgasi (*Investigation*)

Fungsi ini adalah yang paling sulit dilakukan, tetapi jia berhasil nilai beritanya akan sangat berbobot. Untuk melakukan hal tersebut, diperlukan kecanggihan dan staf yang berpengalaman serta memiliki hubungan intensif dengan para ahli dan ilmuwan yang memberikan waktu tahunan.

4. Hiburan (*Entertainment*)

Sajian pers dan media massa (Televisi) kadang-kadang berfungsi sekaligus untuk menghibur, mendidik, dan memberikan informasi.

5. Kontrol (*Control*)

¹³ Deddy Iskandar Muda. Jurnalistik Televisi. Hal.10

Fungsi ini dapat dimanfaatkan oleh media kepada pemerintah dan juga sebaliknya.

6. Analisis Kebijakan

Fungsi ini merupakan kecenderungan untuk meyoroti kebijakan yang diterapkan pemerintah, kemudian di analisis oleh media tersebut jangan memberikan solusi alternative lain.

2.3.2 Program Televisi

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bias dijadikan program untuk ditayangkan ditelvisi. Pengelola stasiun penyiaran memiliki kreatifitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik.

Menurut kamus *Webster Internasional Volume 2* program adalah suatu jadwal (*Schedule*) atau perencanaan untuk ditindak lanjutkan dengan penyusunan butir siaran yang berlangsung sepanjang siaran itu berada di udara. Secara teknis penyiaran program televisi diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari, dan dari jam ke jam setiap harinya.¹⁴ Berbagai macam jenis program di televisi, antara lain:

1. Talks Show

¹⁴ Rm Soenarto, Program Televisi, FFTV-IKJ Press Jakarta. 2007. Hal.1

Talk Show adalah program acara televisi mengenai perbincangan percakapan orang per orang atau beberapa orang tentang suatu masalah yang hangat dan jadi perhatian banyak orang.

2. Talks Show

Reportase adalah suatu program acara televisi yang menyajikan berita teraktual atau peristiwa yang terjadi pada saat itu dan disiarkan melalui televisi dengan di dukng suara serta gambar yang sinkron.

3. Feature

Feature adalah program acara televisi yang khas dalam penyajian baik dari segi narasi, suara latar serta pengambilan sudut gambar.

4. Reality Show

Reality Show merupakan acara yang mendasarkan ide pada kenyataan yang terjadi. Namun kenyataan yang diambil adalah kenyataan prktis sesuai tujuan dari acara tersebut. Rangkaian acaranya secara garis besar, seorang yang diminta melakukan sesuatu dan di *Shoot*. Setelah selesai orang tersebut baru mengetahui apa yang dilakukan atas dirinya.

5. Variety Show

Variety Show yaitu acara yang intinya adalah memberikan hiburan dengan acara utama ini walaupun tidak meninggalkan informasi.

6. Variety Musik

Variety Musik berisi berbagai ragam jenis lagu dan dipandu oleh satu atau dua orang presenter. Dalam program ini di sisipi lelucon atau acara lain non music

agar tidak membosankan dan acara tersebut berlangsung di panggung atau studio.

2.3.3 Reality Show

Reality show adalah suatu acara yang menampilkan realties kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan TV, sehingga bisadilihat masyarakat. Reality show tak sekedar mengekspose kehidupan orang, tetapi juga ajang kompetisi, bahkan menjahili orang.

Reality show secara istilah bearti pertunjukan yang asli (*real*), tidak direkayasa, dantidak dibuat-buat. Kejadiannya diambil dari keseharian, kehidupan masyarakat apaadanya, yaitu realita dari masyarakat.

Dalam penyajiannya acara reality show terbagi menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Docusoap (documenter dan soap opera)

Yaitu gabungan rekaman asli dan plot. Disini penonton dan kamera menjadi pengamat pasif dalam mengikuti orang-orang yang sedang menjalani kegiatan sehari hari mereka, baik yang professional maupun pribadi. Dalam hal ini produser menciptakan plot sehingga enak ditonton oleh pemirsa. Para kru dalam proses editing menggabungkan setiap kejadian sesuai dengan yang mereka inginkan sehingga akhirnya terbentuk verita berdurasi 30 menit tiap episode,

2. Hidden Kamera

Yaitu sebuah kamera tersembunyi merekam orang-orang dalam situasi yang sudah ditentukan.

3. Reality Game Show

Yaitu sejumlah kontestan yang direkam secara intensif dalam suatu lingkungan khusus guna bersaing memperebutkan hadiah. Fokus dari acara ini para kontestan menjalani kontes dengan tipu muslihat sampai reaksi yang menang dan kalah.

2.4 Khalayak

Khalayak biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, decoder atau komunikan. Khalayak adalah salah satu actor dari proses komunikasi karena itu unsure khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak.

Khalayak dalam studi komunikasi bias berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung.

2.4.1 Karakteristik Khalayak

Berikut adalah karakteristik khalayak komunikasi melalui media massa :

1. Khalayak sebagai penggarap informasi

Pada dasarnya proses pengolahan informasi yang terjadi pada pihak penerima pesan pada saat berhadapan dengan “bentuk informasi” tertentu akan me penerima (khalayak) bersifat “selektif”. Tertentu akan melakukan decoding (pemecahan kode-kode pesan). Sehingga tidak seluruh isi informasinya akan dapat diserap oleh si penerima secara utuh. Satu atau beberapa bagian dari isi pesan tersebut mungkin tidak masuk dalam kerangka pengetahuan, pengalaman hidupnya atau karena dipandang tidak sesuai dengan keperluan minat dan orientasinya.

2. Khalayak sebagai problem solver

Khalayak jelas tidak terlepas dari permasalahan kehidupan yang dihadapi mereka masing-masing. Mereka juga akan selalu berupaya mencari jalan-jalan pemecahannya. Tujuan optimal tentu meniadakan keseluruhan permasalahan. Tujuan minimal meringankan beban yang timbul oleh permasalahan yang ada. Informasi yang dipandang tidak membantu mereka dalam memecahkan masalah atau mungkin justru menambah kesuitan atau permasalahan baru, jelas tidk akan mendapatkan perhatian mereka.

3. Khalayak sebagai mediator

Pada dasarnya proses penyebaran informasi tidak berhenti pada khalayak sasaran langsung sebagai pertama. Arus penyebaran informasi bias melalui tahap dan barisan. Proses penyebaran informasi yang demikian ini lazim disebut sebagai multi step communication model (Schramm,1973).

4. Khalayak yang mencari pembela

Pada suatu waktu seseorang dapat mengalami krisis keyakinan, dan diliputi rasa ketidak pastian. Hal ini bias terjadi karena adanya suatu yang baru mempengaruhi keyakinannya atau karena factor-faktor lainnya. Dalam keadaan demikian orang tersebut akan berupaya mencari data dan informasi yang dipandang bias mendukung atau membela keyakinannya.

5. Khalayak sebagai anggota kelompok

Sebagai makhluk social, seorang individu juga terikat oleh nilai-nilai kelompok yang diikuti baik secara formal maupun secara informal. Dengan demikian pesan atau informasi yang diterima oleh seseorang melalui suatu media akan diproses melalui dua dimensi. Dimensi pertama berkaitan dengan nilai-nilai yang dipegang secara individual/pribadi. Dimensi kedua berhubungan kedudukannya sebagai anggota kelompok.

6. Khalayak sebagai kelompok

Secara etimologis, masyarakat terdiri dari kelompok-kelompok orang yang memiliki ciri-ciri tertentu. Ciri-ciri ini bias menyangkut ciri demografis seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal kesukuan, dan lain-lain, dan juga bias berdasarkan ciri-ciri lainnya yang non-demografis seperti nilai-nilai, ideology, kesukaan/hobi, dan lain-lain baik yang berlaku secara formal maupun non-formal.

7. Selera Khalayak

Selera khalayak adalah manusiawi sifatnya apabila tiap orang mempunyai selera yang berbeda satu sama lain. Dalam kaitannya dengan media massa tercetak seperti surat dan majalah misalnya selera khalayak ini bias menyangkut aspek-aspek jenis isi informasi (misalnya informasi politik, ekonomi social, budaya dan lain-lain), tehnik penyajian (bentuk huruf, layout, penyajian-penyajian gambar / photo dan lain-lain), ataupun bentuk/formatnya (surat kabar dalam bentuk tabloid, broad sheet, majalah dan lain-lainnya).¹⁵

Selain itu, Karakteristik khalayak dapat dilihat dari kebutuhannya, menurut Katz, Gurevitch dan Haas (1973) mengidentifikasi empat kelompok kebutuhan manusia dalam pengguna media.¹⁶

¹⁵ A.M.Hoeta Soehoet. Teori Komunikasi 1. Yayasan Kmapus Tercina IISIP. Jakarta. Hal. 12

¹⁶ Ahmad Fauzi dan Siti Mutmaimah. "Psikologi Komunikasi". Universitas Terbuka. Jakarta. 2005. Hal.8.18

1. Kebutuhan kognitif, seperti kebutuhan untuk mengerti.
2. Kebutuhan afektif, untuk memperkuat pengalaman emosional
3. Kebutuhan integratif, untuk memperkuat kepercayaan diri, kredibilitas dan stabilitas
4. Kebutuhan untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman , serta kebutuhan untuk melepaskan ketegangan.

2.5 Solidaritas Dan Toleransi Sosial

2.5.1 Solidaritas

Solidaritas atau kesetiakawanan sosial merupakan suatu konsep yang menunjuk pada hubungan antar manusia saja. Kesetiakawanan social itu merupakan suatu keadaan bersahabat dan berdasarkan pada kepentingan yang sama diantara para anggotanya.

W.A Gerungan (1991 : 94-95) mengatakan solidaritas kelompok yang tinggi, berdasarkan pengalaman-pengalaman anggotanya, bahwa tindakan-tindakan yang diharapkan timbale balik dari anggota kelompok sesuai dengan fungsi masing-masing dalam kelompok. Sesuai dengan peranannya dalam hirani struktur kelompok artinya : terdapat solidaritas yang tinggi apabila tiap-tiap anggota kelompok sadar tugas dan kewajiban yang diserahkan kepada masing-masing, dalam berbagai keadaan. Dikerjakan oleh anggota kelompok dengan baik, sebagaimana yang diharapkan sebelumnya. Dengan kata lain, terdapatnya solidaritas yang tinggi di dalam kelompok bergantung pula kepada kepercayaan anggota-anggotanya akan kemampuan kawan-kwannya untuk

melaksanakan tugasnya dengan baik. Makin sesuai antara tugas kelompok dengan kecakapan yang dimiliki dalam beragam keadaan.

Solidaritas sosial merupakan kohesi yang ada antara anggota suatu asosiasi, kelompok, kelas sosial, atau kasta, dan diantara berbagai pribadi, kelompok maupun kelas-kelas membentuk masyarakat atau bagian-bagiannya. Solidaritas ini menghasilkan persamaan, saling ketergantungan, dan pengalaman yang sama, merupakan unsure pengikat bagi unit-unit kolektif seperti keluarga, kelompok dan komunitas tertentu.¹⁷

Faktor-faktor yang mempengaruhi solidaritas :

Faktor sosial yang mempengaruhi solidaritas adalah taraf proses dan kuatnya pengaruh dari :

1. Lingkungan
2. Okupasi
3. Bentuk-bentuk asosiasi
4. Mobilitas, taraf perubahan sosial
5. Komposisi etnis
6. Latar belakang kebudayaan populasi

¹⁷ Soerjono Soekamto. Pengendalian Sosial. Rajawali Pers. Tahun 1987. Hal 68-69

2.5.2 Toleransi

Toleransi sesungguhnya berkembang dalam kerangka adanya keberagaman, utamanya adalah keberagaman agama dan budaya termasuk didalamnya kebiasaan-kebiasaan, tradisi, atau adat istiadat yang menyertainya. Oleh sebab itu semakin besar keberagaman suatu bangsa atau suatu masyarakat, maka akan semakin besar pula tuntutan bagi keharusan pengembangan nilai-nilai toleransi dalam kehidupan masyarakat dan individu, sehingga akan dapat terwujud keserasian dan keharmonisan hidup, jauh dari konflik-konflik dan ketegangan-ketegangan sosial, lebih-lebih lagi pertentangan dan permusuhan antar sesamanya dalam masyarakat.¹⁸

Dalam pengertian yang luas toleransi lebih terarah pada pemberian tempat yang luas bagi keberagaman dan perbedaan yang ada pada individu atau kelompok-kelompok lain. Oleh sebab itu perlu penekanan kembali bahwa tidak benar bilamana toleransi dimaknai sebagai pengembalian hak-hak individu atau kelompok tertentu untuk disesuaikan dengan kondisi atau keadaan orang atau kelompok lain, atau sebaliknya mengorbankan hak-hak orang lain untuk dialihkan sesuai dengan keadaan atau kondisi kelompok tertentu. Toleransi justru sangat menghargai dan menghormati perbedaan-perbedaan yang ada pada masing-masing individu atau kelompok tersebut. Namun didalamnya diikat dan disatukan dalam kerangka kebersamaan untuk kepentingan yang

sama. Toleransi adalah penghormatan, penerima dan penghargaan tentang keragaman yang kaya akan kebudayaan dunia kita. Bentuk ekspresi kita dan tata cara sebagai manusia. Hal ini dipelihara oleh pengetahuan, keterbukaan, komunikasi, dan kebebasan pemikiran, kata hati, dan kepercayaan. Toleransi adalah harmoni dalam perbedaan.¹⁹

Dalam lingkungan Universitas sebagaimana halnya dengan lingkungan masyarakat, juga memiliki banyak keberagaman terutama berkenaan dengan kehidupan dan aktifitas mahasiswa. Mahasiswa pada suatu Universitas cenderung membawa atau sekurang-kurangnya banyak dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dalam berbagai bentuk kebiasaan-kebiasaannya serta lingkungan masyarakat dengan latar budayanya, dan sudah barang tentu dipengaruhi pula oleh nilai-nilai agama yang mereka anut. Kesemuanya ini akan tercermin dalam bentuk sikap dan perilaku sehari-hari di kampus. Oleh sebab itu dikalangan mahasiswa juga sangat penting dikembangkan nilai-nilai toleransi, agar mereka dapat menghormati dan menerima perbedaan-perbedaan orang lain, dapat menghargai kebebasan-kebebasan fundamental mahasiswa lainnya, tanpa perendahan diri apalagi menghilangkan hak-hak individu dirinya. Dari pendapat-pendapat terdahulu dapat dikemukakan bahwa toleransi dikalangan mahasiswa diartikan sebagai penghormatan, penerimaan, dan penghargaan tentang keragaman kebiasaan-kebiasaan, budaya serta perbedaan

¹⁹ Unesco Apnieve. Belajar Untuk Hidup dalam Damai dan Harmoni, kantor principal unesco untuk Kawasan Asia PAsifik, Bangkok, Universitas Pendidikan Indonesia. 2000

kemampuan siswa-siswa dan unsure-unsur lain yang ada di lingkungan Universitas dalam upaya terciptanya kebersamaan dan keharmonisan bersama.²⁰

2.6 Teori Stimulus-Respon

Teori stimulus-respon (S-R) ini menitik pada penyebab pengaruh dapat mengubahnya dan tergantung pada “kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organism”. Karakteristik dari komunikator (sumber), menentukan keberhasilan tentang perubahan perilaku seperti kredibilitasnya, kepemimpinannya dan gaya berkomunikasi. Pendekatan teori ini beranggapan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisa dan stimuli yang diberikan dan dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukuman maupun penghargaan sesuai dengan reaksi yang terjadi.²¹

Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu. Oleh karena itu dapat menganggap proses ini sebagai pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat bersifat timbal-balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (communication act) berikutnya.

²⁰ Busri Endang. Mengembangkan Sikap Toleransi Dan Kebersamaan Dikalangan Siswa. Hal 94

²¹ Burhan Bungin, Teori Paradigma Dan Tekhnologi Komunikasi di Masyarakat, Kencana. Tahun 2006

Proses dari perubahan pengaruh adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari pengetahuan yang baru, ada tiga variable yang menunjang proses belajar tersebut ialah :

1. Perhatian

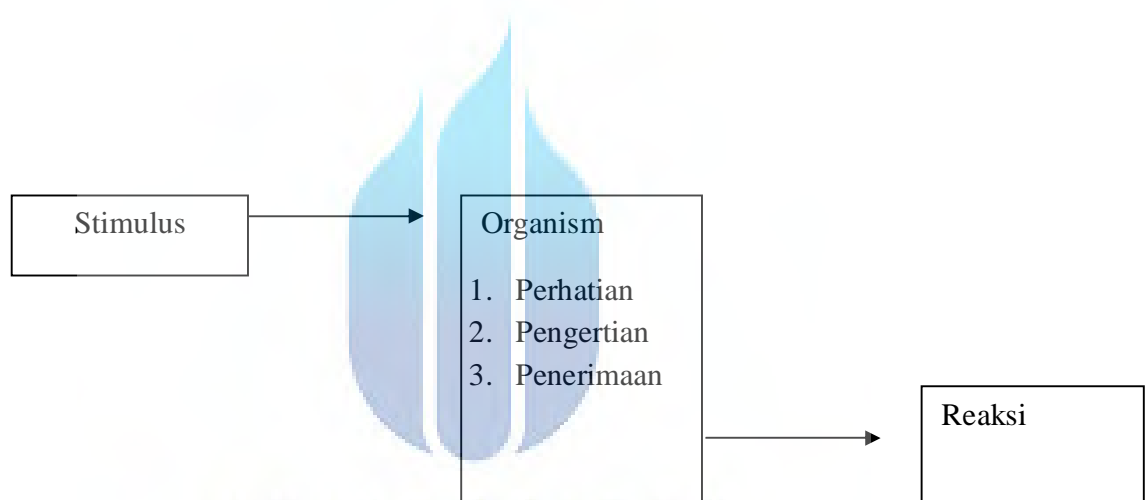
Menurut Slameto perhatian adalah kegiatan yang dilakukan seseorang dalam hubungannya dengan pemilihan rangsangan yang datang dari lingkungannya. Sedangkan menurut Burhanuddin (2007 : 178) perhatian adalah pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditujukan pada suatu sekumpulan objek. Misalnya seseorang yang sedang memperhatikan suatu benda, hal ini berarti seluruh aktifitas orang tersebut dicurahkan atau dikonsentrasikan pada benda tersebut. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi yang menyebabkan bertambahnya aktifitas individu terhadap suatu objek yang memberikan rangsangan kepada individu tersebut.

2. Pengertian

Pengertian adalah suatu pernyataan yang memberikan arti pada sebuah kata atau frase (Salomon, hal 2-4). Sedangkan menurut (Poespoprodjo, hal 67) menjelaskan bahwa pengertian adalah perumusan yang singkat, padat, jelas dan tepat, yang menerangkan apa sebenarnya suatu hal itu, sehingga dapat dengan jelas dimengerti dan dibedakan dari semua hal lain.

3. Penerimaan

Penerimaan menurut Hurlock (yusuf 2002) adalah individu dinilai positif oleh orang lain, mau berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial dan memiliki sikap bersahabat dalam berhubungan dengan orang lain. Dengan kata lain seseorang dapat diterima secara positif oleh lingkungan sekitarnya dan mau berperan serta dalam kegiatan sosial dalam masyarakat.



Gambar 2.7.1 Model S-O-R²²

²² Effendy, Teori, Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi, Tahun 2003

2.7 Efek Media Televisi

2.7.1 Kognitif

Dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau mengikat intelektualitasnya. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dan komunikan.²³ Adanya perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau persepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, keperfayaan atau informasi.

2.7.2 Afektif

Efek ini kadar lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar member tahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu. Khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.²⁴ Adanya perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai. Dalam perubahan sikap (dampak afektif), ada tahap-tahap yang dilalui, diantaranya : *liking* (menyukai), *preference* (pilihan), dan *conviction* (menyakini).

Menurut Joseph Klapper (1960), dalam hubungannya dengan pembentukan dan perubahan sikap, pengaruh media massa dapat disimpulkan pada lima prinsip umum :

²³ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000, hal 7

²⁴ Op, cit, Elvinaro, Hal. 54

1. Pengaruh komunikasi massa diantara oleh factor-faktor seperti prediposisi personal, proses selektif, keanggotaan kelompok atau hal-hal yang dalam buku ini disebut factor personal.
2. Karena factor-faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada, walaupun kadang-kadang berfungsi sebagai media pengubah (*agent of change*).
3. Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi dari pada kenversi (perubahan seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.
4. Komunikasi massa cukup efektif dalam mengubah sikap pada bidang-bidang dimana pendapat orang lemah, misalnya ada iklan komersial.
5. Komunikasi massa cukup afektif menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila ada prediposisi yang harus diperteguh.²⁵

2.7.3 Konatif

Pada dampak media massa, dijelaskan bahwa media massa tidak hanya sampai pada tahap kognisi dan afeksi. Melaikan mampu sampai pada tahap konasi (tingkah laku). Dampak ini menimbulkan aksi. Menurut Dervin, media massa mampu mengarahkan dan membentuk perilaku khalayak. Dalam rangka behaviorisme, media massa adalah factor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses

²⁵ Jaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000, hal. 232

pelaziman klasik, khalayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan kepadanya.²⁶

Komponen ini lebih menampilkan tingkahlaku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menghancurkan, menerima, menolak, membeli, dan sebagainya. Konatif merupakan efek untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atas suatu reaksi yang sedang dihadapi.²⁷

Untuk menguji hipotesis yang telah peneliti buat, peneliti akan menggunakan metode statistic dengan skala interval atau rasio, yaitu analisis regresi sederhana dan pengukuran koefisien korelasi.

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis harus dihubungkan dengan teknik penelitian yang digunakan. Teori dan metode bukan hal yang bertentangan. Ahli teori yang tidak tau teknik untuk menguji hipotesisnya tidak akan mampu merumuskan masalah yang ditelitinya. Sebelum meneliti masalah, harus mempelajari beberapa teknik yang pernah digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang pernah diteliti.

Untuk merumuskan hipotesis yang berkaitan dengan teori jelas memerlukan penelahan kepustakaan. Hipotesis yang lahir tanpa pengetahuan teoritis tidak lebih

²⁶ Ibid, Hal. 202

²⁷ Op, cit, Onong Uchjana, hal. 11

tingginya dari dugaan orang awam. Selain tidak akan mengembangkan ilmu, hipotesis seperti itu tidak akan memberikan kepuasan ilmiah.²⁸

Hipotesis yang peneliti buat adalah :

- H_0 = Tayangan Orang Pinggiran tidak berdampak terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa.
- H_a = Tayangan orang pinggiran di Trans7 berdampak terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa.

Adapun rumusan statistik :

$H_0 = 0$

$H_a \neq 0$

Untuk menguji hipotesis yang peneliti buat, peneliti akan menggunakan metode statistik dengan skala interval atau rasio, yaitu analisis regresi sederhana dan pengukuran koefisien korelasi.

²⁸ Jalaludin rakhmat. Metode Penelitian Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya. Bandung 2005 hal 15

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma sangat penting perannya dalam memengaruhi teori, analisis maupun tindak perilaku seseorang. Secara tegas boleh dikatakan bahwa pada dasarnya tidak ada suatu pandangan atau teori pun yang bersifat netral dan objektif, melainkan salah satu di antaranya sangat tergantung pada paradigma yang digunakan. Karena menurut Khun (1970) paradigma menentukan apa yang tidak kita pilih, tidak ingin kita lihat, dan tidak ingin kita ketahui. Paradigma pulalah yang memengaruhi pandangan seseorang apa yang baik dan buruk, adil dan yang tidak adil.²⁹

Selama ini paradigma yang dipakai secara umum oleh masyarakat dan ilmuan sosial khususnya ilmuan komunikasi di Indonesia adalah mengarah pada pendekatan yang berbentuk positivistic kuantitatif, sampai sekarang masih sangat kuat dan mendominasi. Ini merupakan suatu kenafian bila pemerintah atau para ilmuan sosial dan komunikasi di Indoneisa masih tetap bersikeras untuk mempertahankan paradigm positivistic sebagai satu-satunya paradigma yang benar dalam melihat realitas sosial dan menyelesaikan permasalahan bangsa. Kecenderungan ini bisa kita lihat pada setiap sikap, perilaku dan kebijakan-kebijakan yang dihasilkan oleh pemerintah.

²⁹ *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Yasir, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau

Berangkat dari hal ini, Deddy Mulyana (2002) mengungkapkan beberapa hal tentang penganut paradigma positivistik yang secara membabi buta, kecenderungan ini sudah mulai berubah sesuai dengan perkembangan. Mereka ini sering menganggap pendekatan (paradigma) mereka adalah yang terbaik, ilmiah, sah, benarsementara yang lain tidak ilmiah, tidak sah, lemah, salah dan sebagainya. Hal ini menurut Mulyana disebabkan oleh beberapa hal;

1. Mereka kurang memahami landasan filsafat ilmu.
2. Mereka sudah merasa puas dengan pengetahuan yang mereka ketahui.
3. Mereka arogan dengan paradigma yang mereka anut, seolah-olah paradigma mereka adalah satu-satunya yang benar

Paradigma juga dapat dibedakan berdasarkan perkembangan logikamatematis untuk mendapatkan kebenaran yaitu paradigma positivistik dan paradigma nonpositivistik. Paradigma positivistik mencari kebenaran dalam kerangka fungsional secara empirik, sedang postpositivistik mencari kebenaran dibalik empirik sensual. Pencarian makna dibalik empirik sensual ini dilakukan dengan empat pendekatan yaitu: pertama, postpositivistik rasional yang mencari makna berdasarkan *grand concept* yang dikembangkan oleh Leibnis.

Positivistik fenomenologi interpretif yang mencari makna dari *grass root* yang dirintis oleh Bertrand Russell. Ketiga, pospositivistik teori kritis yang mencari makna berdasarkan pandangan keadilan yang dikembangkan oleh *Institut Franfrukt* dan Habermas serta keempat, pragmatisme meta-etik

yaitu mencari makna lewat *action* (Muhajir, 2000). Pembagian paradigma atau pendekatan kajian terhadap suatu realitas sosial juga dilakukan oleh Sarantakos (1993) yang membedakan paradigma atas tiga pendekatan yaitu *positivist*, *interpretive* dan *critical*. Ketiga pendekatan tersebut dapat dibedakan atas dasar dominasi paradigma, persepsi tentang realitas, persepsi tentang aktivitas manusia, persepsi *natural of science*, dan tujuan penelitian sosial. Pendekatan *positivist* mendefinisikan realitas sebagai sesuatu diluar diri sendiri, diatur dengan hukum yang tidak berubah yang dapat diperoleh melalui pengalaman. Para penganut *positivist* melihat realitas dengan cara yang sama karena memahami dan menggunakan konsep yang sama.³⁰

Dalam paradigma positivistik, penelitian diarahkan untuk menggeneralisasi secara umum. Bahwa dalam penelitian yang dilakukan hanya pada sekelompok orang atau organisasi yang menjadi sampel penelitian, namun hasil penelitian dianggap general atau berlaku umum pada sebagian besar orang atau organisasi.

Seperti yang dikatakan oleh Leslie A. Baxter dan Earl. Babbie pada *The Basic of Communication Research* sebagai berikut: *In the positivist tradition, however, researchers usually aim the at more generalized explanation across an entire class of events, even though the level of explanation is inevitably more superficial.*

³⁰ Dedi Hidayat, *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*, Thn 1999

3.2 Tipe Penelitian

Metode penelitian kuantitatif adalah etodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif umumnya merupakan penelitian yang memiliki jumlah dalam penelitiannya. Banyak, sedikit atau besar, kecil yang dijabarkan dalam bentuk angka-angka yang merupakan bagian yang utama dari sebuah penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian ini biasanya untuk mengetahui perkembangan atau segala hal tentang fenomena yang terjadi pada alam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini biasanya menggunakan metode seperti wawancara, survey, mengisi kuesioner, dan sebagainya. Karena sifatnya yang tergantung pada jumlah data, penelitian kuantitatif sangatlah sistematis.³¹

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. “Jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu” (Kriyantono, 2008, p.68). Pendekatan kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. “Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek kekeluasaan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi”

³¹ Sugiyono, *Mixed Methods*. Alfabeta. Bandung, Tahun 2013. Hal 11

3.3 Metode Penelitian

Survey merupakan salah satu dari metode ilmiah yang masih cukup baru. Penelitian ini berkembang mulai dari abad kedua puluh. Penelitian survey dipandang sebagai salah satu cabang penelitian ilmiah dalam ilmu sosial. Prosedur-prosedur dan metode-metodenya telah dikembangkan terutama oleh psikologi, sosiologi, ekonomi, ilmu politik, dan statistika.

Menurut etimologinya survey berasal dari bahasa latin dari suku kata *sur* yang merupakan turunan kata latin super di atas atau melampaui³² Penelitian survey mengkaji populasi (*universe*) yang besar maupun kecil dengan menyeleksi serta mengkaji sampel yang dipilih dari populasi itu, untuk menemukan insidensi, distribusi, dan interelasi relative dari variable-variabel (Fred N. Kerlinger). Sejalan dengan pendapat diatas, penelitian survey menurut Widodo (2008:43) digunakan untuk memecahkan masalah-masalah hingga isi skala besar yang aktual dengan populasi sangat besar, sehingga diperlukan sampel ukuran besar. Tetapi pengukuran variabelnya lebih sederhana dengan instrument yang sederhana dan singkat. Arah minat penelitian survey adalah membuat taksiran yang akurat mengenai karakteristik-karakteristik keseluruhan populasi dengan mengkaji sampel-sampel yang ditarik dari populasi tersebut. Kajian ini menjadi penting karena adanya kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam mengkaji keseluruhan populasi secara utuh.

³² Leddy, dalam Irawan Soeharto, 1980, hal 53

Menurut Zikmund (1997), metode survey adalah satu bentuk teknik penelitian di mana informasi dikumpulkan dari sejumlah sampel berupa orang, melalui pertanyaan-pertanyaan, menurut Gay & Diehl (1992), metode penelitian survey merupakan metode yang digunakan sebagai kategori umum penelitian yang menggunakan kuesioner dan wawancara, sedangkan menurut Bailey (1982), metode penelitian survey merupakan satu metode penelitian yang teknik pengambilan datanya dilakukan melalui pertanyaan tertulis atau lisan.

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian survey adalah salah satu metode penelitian yang umumnya mengkaji populasi yang besar dengan menggunakan sampel populasi yang bertujuan untuk membuat deskripsi, generalisasi, atau prediksi tentang opini, perilaku, dan karakteristik yang ada dalam populasi tersebut.

3.4 Subyek Penelitian

Subjek penelitian menurut Arikunto (2007, 152) merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya di dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang. Dengan demikian subjek penelitian pada umumnya manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia. Oleh sebab itu

maka subjek dalam penelitian ini adalah Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana.³³

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sejalan dengan definisi tersebut, Moeliono (1993: 862) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai orang yang di amati sebagai sasaran penelitian.

Subyek adalah Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana yang terdiri dari :

NO	ANGGOTA UNIT KEGIATAN MAHASISWA
1	Swatala
2	Paduan Suara
3	Teater Amoeba
4	Radio
5	Taekwondo
6	Merpati Putih
7	Sepak Bola
8	Basket
9	Pers
10	Voli

³³ Jajang Burhanudin, FIB UI, 2010

11	Menwa
12	MBEC (Mercu Buana English Club)

Sumber : DIRMAWA

3.5.1 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, sikap, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi terbatas yaitu populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas-batasannya secara kuantitatif. Yaitu anggota aktif di Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana sebanyak 337 orang dari 12 Unit Kegiatan Mahasiswa

Dilihat dari kompleksitas objek populasi, maka populasi dalam penelitian di atas adalah populasi heterogen, yaitu keseluruhan individu anggota populasi relating memiliki sifat-sifat individual, di mana sifat tersebut membedakan individu anggota populasi yang satu dengan yang lainnya.

Berikut merupakan data Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa pada tanggal 22 Desember 2014, saat penelitian dilakukan :

Tabel 3.5.1.1
Data Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa

No	Nama UKM	Jumlah
1	Swatala	31
2	Teater Amoeba	40
3	Paduan Suara	45
4	Radio	35
5	Taekwondo	28
6	Merpati Putih	37
7	Sepak Bola	45
8	Basket	25
9	Pers	10
10	Voli	29
11	Menwa	12
12	MBEC	40
	Total	337

Sumber : Pengurus setiap Unit Kegiatan Mahasiswa

3.5.2 Sampel

Secara sederhana dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Nawawi (2001:144) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan

menggunakan cara-cara tertentu. Syaratnya sampel harus memenuhi unsure representative atau mewakili seluruh sifat-sifat populasi yang akan diteliti. Sampel adalah bagian populasi, karena ia merupakan bagian dari populasinya.

Bruce W. Tucman menjabarkan sampel sebagai kelompok yang mewakili populasi dan berperan sebagai responden

Berdasarkan data yang ada maka untuk menghitung jumlah sampel digunakan rumus *Taro Yamane* dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90% (Bungin, 2005:105) yakni sebagai berikut

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{N(d)^2 + 1} \\
 &= \frac{337}{337(0,1)^2 + 1} \\
 &= \frac{337}{3,37 + 1} \\
 &= \frac{337}{4,37} \\
 &= 77,11 \\
 &= 78 \text{ Orang}
 \end{aligned}$$

Keterangan N = Populasi

n = Sampel

d = Presisi (digunakan 10% atau 0,1)

jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 78 Orang. Sedangkan untuk menentukan responden yang berhak dijadikan sampel digunakan teknik *Proportional Stratified Sampling*. Teknik ini digunakan karena populasi dalam penelitian ini bersifat heterogen dengan karakteristik yang bervariasi dari segi kelas, dan kelamin.

Sementara penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak tayangan “Orang Pinggiran” di trans 7 terhadap Penegetahuan Dan Sikap serta Toleransi Mahasiswa, maka peneliti melakukan survey awal untuk mencari populasi sasaran yaitu anggota unit kegiatan mahasiswa yang menonton tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7, cara ini disebut sebagai *stratified random sampling*. Teknik *stratified random sampling* ini suatu metode pengambilan sampel yang ditarik dengan memisahkan elemen-elemen populasi dengan kelompok yang tidak overlapping yang disebut strata, dan kemudian memilih sebuah sampel secara SRS dari tiap-tiap strata.

3.6 Operasionalisasi Konsep

Tabel 3.6.1

Operasionalisasi Konsep					
No	Dimensi	Variabel	Tayangan	Skala	Skor
1	Pengetahuan	Kognitif	1. Pengetahuan terhadap kebebasan berfikir dalam tayangan orang pinggiran	a. Mengetahui	(3)
				b. Kurang Mengetahui	(2)
				c. Tidak Mengetahui	(1)
			2. Pengetahuan tentang kesetiakawanan dalam tayangan orang pinggiran	a. Mengetahui	(3)
				b. Kurang Mengetahui	(2)
				c. Tidak Mengetahui	(1)

			3. Pengetahuan tentang kepercayaan dalam tayangan orang pinggiran	a. Mengetahui b. Kurang Mengetahui c. Tidak Mengetahui	(3) (2) (1)
			4. Pengetahuan terhadap kebersamaan dalam tayangan orang pinggiran	a. Mengetahui b. Kurang Mengetahui c. Tidak Mengetahui	(3) (2) (1)
			5. Pengetahuan tentang penghargaan keberagaman dalam tayangan orang pinggiran	a. Mengetahui b. Kurang Mengetahui c. Tidak Mengetahui	(3) (2) (1)
			6. Pengetahuan tentang melakukan toleransi dan solidaritas	a. Mengetahui b. Kurang Mengetahui	(3) (2) (1)

				c. Tidak Mengetahui	
			7. Pengetahuan tentang dampak toleransi dan solidaritas sosial	a. Mengetahui b. Kurang Mengetahui c. Tidak Mengetahui	(3) (2) (1)
			8. Pemahaman tentang pesan terkait tayangan Orang Pinggiran	a. Paham b. Kurang Paham c. Tidak Paham	(3) (2) (1)
			9. Pemahaman dalam mengembangkan toleransi dan solidaritas	a. Paham b. Kurang Paham c. Tidak Paham	(3) (2) (1)
2	Sikap	Afektif	10. Sikap mahasiswa terhadap keberadaan toleransi dan solidartas	a. Setuju b. Kurang Setuju	(3) (2)

			sosial di Universitas Mercu Buana	c. Tidak Setuju	(1)
			11. Sikap mahasiswa terhadap peningkatan kesadaran tentang toleransi dan solidaritas	a. Setuju b. Kurang Setuju c. Tidak Setuju	(3) (2) (1)
			12. Sikap mahasiswa terhadap efek yang diberikan dengan adanya toleransi dan solidaritas sosial	a. Setuju b. Kurang Setuju c. Tidak Setuju	(3) (2) (1)
			13. Sikap mahasiswa jika toleransi dan solidaritas masuk dalam kajian perkuliahan di UMB	a. Setuju b. Kurang Setuju c. Tidak Setuju	(3) (2) (1)
			14. Sikap mahasiswa terkait toleransi dan solidaritas, berarti belajar, memahami, dan mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari	a. Setuju b. Kurang Setuju c. Tidak Setuju	(3) (2) (1)

			<p>15. Sikap mahasiswa terkait toleransi dan solidaritas diharapkan memiliki pengaruh positif bagi kehidupan sehari-hari mahasiswa</p>	<p>a. Setuju (3) b. Kurang Setuju (2) c. Tidak Setuju (1)</p>
			<p>16. Sikap mahasiswa dengan adanya tayangan “orang pinggiran” dapat meningkatkan kesadaran toleransi dan solidaritas</p>	<p>a. Setuju (3) b. Kurang Setuju (2) c. Tidak Setuju (1)</p>
			<p>17. Sikap mahasiswa terhadap tujuan tayangan Orang Pinggiran</p>	<p>a. Setuju (3) b. Kurang Setuju (2) c. Tidak Setuju (1)</p>
			<p>18. Sikap mahasiswa terhadap pengembangan toleransi dan solidaritas</p>	<p>a. Setuju (3) b. Kurang Setuju (2) c. Tidak Setuju (1)</p>

--	--	--	--	--	--

Operasional konsep merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan disini adalah tehnik pengumpulan data mana yang paling tepat, sehingga benar-benar didapat data yang valid dan reliabel. Jangan semua tehnik pengumpulan data dicantumkan kalau sekiranya tidak dapat dilaksanakan. Selain itu konsekuensi dari mencantumkan ketiga tehnik pengumpulan data itu adalah, setiap tehnik pengumpulan data yang dicantumkan harus ada datanya. Memang untuk mendapatkan data yang lengkap dan objektif penggunaan berbagai tehnik sangat diperlukan. Jika satu tehnik dipandang mencukupi, maka tehnik lain tida perlu digunakan dan tidak efisien.

3.7.1 Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data dengan kuesioner dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan pada responden secara tertulis. Dengan alat pengumpulan data ini diperoleh data yang cukup signifikan dan dapat

memberikan gambaran secara mendetail dari populasi yang ada, sehingga mampu memberikan suatu kesimpulan yang sah dan valid.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian, jika dipandang dari cara menjawabnya yaitu menggunakan kuesioner tertutup (terstruktur), dimana alternative jawaban yang sudah diberikan sehingga responden tinggal memilih pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan atau pendapatnya, sedangkan jika dilihat dari sudut jawaban yang diberikan responden yaitu menggunakan kuesioner langsung. Dimana responden memberikan informasi tentang dirinya sendiri (*self report*). Selanjutnya jika dipandang dari bentuknya, maka kuesioner dalam penelitian ini berbentuk ceklis (v) pada salah satu kolom yang tersedia untuk pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan atau pendapat responden.

3.7.2 Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber bacaan atau melalui kegiatan studi perpustakaan, membaca jurnal dan contoh-contoh teori yang diperlukan dari berbagai literature di perpustakaan. Selain itu, data diambil dari bahan tertulis maupun wawancara serta browsing dengan menggunakan internet yang memiliki korelasi dengan masalah yang penulis teliti.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca diinterpretasi. Oleh karena metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, setelah data semua dihimpun dan disusun secara sistematis dan cermat untuk kemudian dipelajari dan dianalisa secara deskriptif, hanya memaparkan situasi atau peristiwa tanpa mencari atau memperjelas hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.³⁴ Maka penelitian ini, analisis data setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul kemudian diolah melalui tahap-tahap :

1. Data diolah dari jawaban para responden yang telah masuk setelah kuesioner dibagikan.
2. Kemudian data dianalisis secara kuantitatif, sehingga diperoleh table-tabel yang menunjukkan frekuensi penyebaran data.
3. Cara pengukuran yang diambil ialah menurut *skala likert*.

Dengan menggunakan *skala likert*, variabel dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator. Indikator tersebut nantinya akan dihitung dan diukur. Komponen yang diukur kemudian dan menjadi titik tolak untuk menyusun item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif..

³⁴ Jallaludin Rahmat, Metode Penelitian Komunikasi. Rosda. Hal 24

3.8.1

Setiap Kategori Jawaban Akan Diberi Skor 1-3

Jawaban	Skor
Mengetahui	3
Kurang Mengetahui	2
Tidak Mengetahui	1

Dengan penelitian ini skala mengukur yang dibagi kedalam tiga tingkatan, yaitu 3 untuk skor tertinggi dan 1 untuk skor terendah. Tahap selanjutnya adalah membuat interval skor untuk menentukan *range* atau jangkauan skor untuk setiap tingkatan dengan cara mencari selisih antara skor tertinggi dengan skor terendah kemudian dibagi dengan jumlah alternatif jawaban. Dalam penelitian ini terdapat 30 pertanyaan, maka skor untuk setiap jawaban dan total jawaban ditentukan dengan cara :

1. Menentukan interval untuk setiap tingkatan dengan cara mengalikan skor dengan cara mengurangkan total skor terendah, kemudian membaginya dengan jumlah alternatif jawaban.

Dengan rumus tehnik analisis data :

i = Jarak Pengukuran (R)

Keterangan :

i = Interval

$$\begin{aligned}
 R &= \text{Nilai Tertinggi (NT) – Nilai Terendah (NR)} \\
 NT &= 18 \text{ pertanyaan} \times \text{jawaban skor tertinggi adalah } 3 \\
 &= 18 \times 3 = 54 \\
 NR &= 18 \text{ Pertanyaan} \times \text{jawaban skor terendah adalah } 1 \\
 &= 18 \times 1 = 18 \\
 \text{Jumlah Interval} &= 3
 \end{aligned}$$

Interval Akumulasi Pengetahuan

$$i = \frac{(NT \times P) - (NR - P)}{\text{Skala}}$$

Keterangan :

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

P = Pertanyaan

i = Interval

$$\begin{aligned}
 i &= \frac{(3 \times 9) - (1 \times 9)}{3} \\
 &= \frac{27 - 9}{3} = \frac{18}{3} = 6
 \end{aligned}$$

3 3

Tabel 3.8.2

Jawaban	Interval
Positif	21 - 27
Netral	15 - 20
Negatif	9 - 14

Interval Akumulasi Sikap

$$i = \frac{(NT \times P) - (NR - P)}{\text{Skala}}$$

Skala

Keterangan :

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

P = Pertanyaan

i = Interval

$$i = \frac{(3 \times 9) - (1 \times 9)}{\text{Skala}}$$

$$= \frac{27 - 9}{3} = \frac{18}{3} = 6$$

Tabel 3.8.3

Jawaban	Interval
Positif	21 – 27
Netral	15 – 20
Negatif	9 – 14

Interval Akumulasi Dampak Pengetahuan Dan Sikap

$$i = \frac{54 - 18}{3} = \frac{36}{3} = 12$$

Jadi interval skor untuk skala pengukuran 3 adalah 12 selanjutnya interval ini dimasukkan ke dalam sebuah tabel skor :

Tabel 3.8.4

Jawaban	Interval
Positif	44 – 54
Netral	31 – 43
Negatif	18 - 30



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Trans 7

TRANS 7 dengan komitmen menyajikan tayangan berupa informasi dan hiburan, menghiasi layar kaca di ruang keluarga pemirsa Indonesia. Berawal dari kerjasama strategis antara Para Group dan Kelompok Kompas Gramedia (KKG) pada tanggal 4 Agustus 2006, TRANS7 lahir sebagai sebuah stasiun swasta yang menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta kepribadian yang aktif.

TRANS7 bermula bernama TV7 berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000. Pada 22 Maret 2000, keberadaan TV7 telah diumumkan dalam berita Negara nomor 8687 sebagai PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Dengan kerjasama strategis antara Para Group dan KKG, TV7 melakukan re launching pada 15 Desember 2006 sebagai TRANS7 dan menetapkan tanggal tersebut sebagai hari lahirnya TRANS7. Dibawah naungan PT. Trans Corpora yang merupakan bagian dari manajemen Para Group, TRANS7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program in-house productions yang bersifat informative, kreatif, dan inovatif.

4.1.1 Sejarah Trans 7

TRANS 7 berdiri dengan nama TV 7 berdasarkan izin dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000 yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh Kompas Gramedia (KG) dan 12% dimiliki Bakrie & Brothers (perusahaan konglomerat milik Aburizal Bakrie yang memiliki ANTV). Berita Negara Nomor 8687 sebagai **PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh**. Pada 4 Agustus 2006, Para Group melalui PT Trans Corpora resmi membeli 49% saham PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Dengan dilakukannya *re-launch* pada tanggal 15 Desember 2006, tanggal ini ditetapkan sebagai hari lahirnya TRANS 7.

4.1.2 Logo Trans 7



Gambar 4.1.2.1

Logo TRANS7 membentuk empat sisi persegi panjang yang merefleksikan ketegasan, karakter yang kuat, serta kepribadian bersahaja yang akrab dan mudah beradaptasi. Birunya yang hangat tetapi bersinar kuat melambangkan keindahan batu safir yang tak lekang oleh waktu, serta menempatkannya pada posisi terhormat diantara batu-batu berlianlainnya. Perpaduan nama yang apik dan mudah diingat, diharapkan membawa TRANS7 ke tengah Indonesia dan pemirsa setianya.

4.2 Visi dan Misi Trans 7

4.2.1 Visi

Dalam jangka panjang, TRANS 7 bertujuan untuk menjadi stasiun terbaik di Indonesia dan Asia *allovert*. TRANS 7 berkomitmen untuk selalu memberikan yang terbaik kepada semua pemegang saham dengan menyiarkan program berkualitas tinggi sambil mempertahankan moralitas dan budaya yang dapat diterima oleh para pemegang saham.

4.2.2 Misi

TRANS 7 menjadi tempat untuk ide-ide dan aspirasi untuk mendidik dan memainkan peran dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

TRANS 7 berkomitmen untuk memelihara kesatuan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan mengganti program-program yang menjunjung tinggi moralitas dan yang dapat diterima oleh masyarakat dan asosiasi.

4.3 Program-Program Trans 7

Pada akhir semester kedua 2006 sampai dengan semester awal tahun 2007, TRANS 7 memiliki target 60% sampai dengan 80% untuk in house production. Dan sisanya 40% sampai dengan 20% adalah program lokal dan Internasional acquisition. Dari program yang dibeli presentase program luar negeri berjumlah 43% dan program produksi lokal berjumlah 57% komposisi yang seperti itu berarti tidak tergantung pasokan program luar negeri. Sementara program yang dibuat sendiri TRANS 7 mengedepankan program Informasi dan hiburan meliputi berita sebesar 29%, Olahraga 5% dan program yang di produksi oleh TRANS7 sebesar 17%. Dan sisanya sebesar 49% adalah program Internasional dan Production house lokal. Ksi yang

TRANS 7 berkomitmen untuk menyajikan yang terbaik bagi pemirsanya, dengan menyajikan program informasi seperti Redaksi yang hadir setiap pagi, siang, sore, dan malam yang dikemas secara apik dan dinamis, update, dan informative. TRANS 7 juga menghadirkan program berita dan documenter lainnya seperti Selamat Pagi, TKP, Asal Usul, dan Jejak Petualang yang memberikan wawasan unik dan berbeda bagi pemirsa.

Tidak kalah informative, program hiburan seperti I-Gossip Pagi, I-Gossip Siang, dan I-Gossip News, dan Wara Wiri, semakin lengkap menambah cakrawala di ruang keluarga. Program *variety show* seperti Full Color dan Komedi Lawak (Kolak) juga selalu dinantikan. TRANS 7 juga pernah hadir dengan Empat Mata yang pernah menjadi program fenomenal di Indonesia. Kini Tukul dan Vega hadir kembali di TRANS7 lewat program Bukan Empat Mata.

Program sport TRANS 7 juga selalu dinantikan oleh para pecinta olahraga, para pecinta otomotif, Moto GP dan *superbike* mengajak anda untuk memacu adrenalin di lintasan balap kelas dunia. TRANS 7 juga menyajikan tayangan informasi olahraga setiap hari di layar pemirsa, di antaranya *sport7*, *One Stop Football*, dan Galeri Sepakbola Indonesia.

TRANS 7 juga tidak melupakan pemirsa cilik dengan memberikan pengetahuan dan hiburan bagi mereka. Bocah Petualang dan Si Bolang Jalan-jalan menghadirkan keunikan kehidupan anak-anak di seluruh penjuru Indonesia. Laptop Si Unyil dan Buku Harian Si Unyil memberikan ilmu pengetahuan yang mendasar bagi para pemirsa cilik. Jalan Sesama yang merupakan adaptasi dari Sesame Street juga dipercayakan untuk ditayangkan di TRANS 7. Melalui Cita-citaku, TRANS 7 berusaha menghadirkan keseharian profesi yang di cita-citakan anak-anak. Dilengkapi dengan sajian film-film berkualitas. Theaer 7 hadir pada momen-momen special, mengisi layar kaca anda. Serial-serial unggulan juga kerap kami hadirkan seperti Smalville, Supematural, dan Heroes. Jangan lupakan pula program-program

musik yang menyuguhkan persembahan para pemusik Indonesia lewat sajian musik special. *60 Minutes* dan *On The Spot*.

4.4 Gambaran Umum Tayangan “Orang Pinggiran”

Sejak awal penayangannya distasiun televisi trans 7 mulai 13 Desember 2010, orang pinggiran mendapatkan berbagai apresiasi di berbagai media sosial, halaman orang pinggiran di facebook di like lebih dari 118.000 user. Sementara di media tweeter, akun resminya @trans7orping diikuti oleh 19.253 followers.

Setelah 2,5 tahun lebih menayangkan program ini tentu tak sedikit kesan positif yang dapat diambil dari tayangan ini. Perjuangan tak pantang menyerah dapat menjadi motivasi dan semangat kita untuk terus menghadapi hidup. Mereka yang menjadi pelaku utama dalam berbagai episode orang pinggiran adalah orang-orang hebat mentalnya meski berada di tengah keterbatasan.

Orang Pinggiran berbeda dengan program *reality show* lain yang menyajikan subjek kaum marginal dan mengajak pemirsa untuk menguras emosinya . Acara-acara seperti Jika Aku Menjadi, Uang Kaget, Bedah Rumah, dan lainnya menyajikan unsur dramatis dengan akhir cerita yang bemuansa menyenangkan, sangatlah berbeda dengan Orang Pinggiran yang menyajikan getirnya kisah kehidupan manusia dari awal hingga akhir acara.

Tayangan yang mendapat penghargaan Dompot Dhuafa Award tahun 2012 ini dikemas secara apik dan mendalam, narator yang membawakannya mampu

membawa dan mengunggah penonton untuk menyelami lebih dalam kehidupan orang-orang yang terpinggirkan di sekitar kita.

4.4.1 Tujuan

Tujuan tayangan Orang Pinggiran di Trans 7 mengenai perjuangan orang pinggiran untuk bisa bertahan hidup meskipun kehidupan mereka terus tergerus oleh perkembangan zaman. Motivasi dan semangat mereka dalam mengatasi berbagai halangan demi memenuhi berbagai kebutuhan hidup meskipun dengan keterbatasan dan ketertinggalan menjadi inspirasi bagi penonton.

4.5 Hasil Penelitian

Analisis data merupakan suatu tahapan yang paling penting dalam metode ilmiah. Dengan analisis data hasil sebuah penelitian dapat diberi arti dan makna yang bermanfaat untuk memecahkan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner yang disebar di tempat penelitian yang terletak di Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana. Dalam survey ini peneliti mengumpulkan 78 responden. Survey dilaksanakan dari tanggal 6 – 14 Januari 2015.

4.5.1 Karakteristik Responden

Tabel 4.5.1.1

Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki – Laki	46	59 %
2	Perempuan	32	41%
Total		78	100 %

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 1

Sebagian besar responden pada penelitian ini diketahui mayoritas adalah Laki-laki dengan jumlah 46 atau 59% dari total keseluruhan. Responden perempuan berjumlah 32 orang atau sebesar 41%. Sesuai dengan data yang diperoleh oleh peneliti, berdasarkan data dari hasil survey yang telah dilakukan.

Tabel 4.5.1.2

Usia

Usia	F	%
17 - 20	43	55%
21 - 24	32	41%
>24	3	4%
Total	78	100 %

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 2

Sebagian besar responden berada pada rentang usia 17-20 tahun yang berjumlah 43 orang atau sebesar 55% dari total keseluruhan, usia 21-24 tahun berjumlah 32 orang atau sebesar 41%. Sedangkan sisanya 3 orang sebesar 4% pada rentang usia >24 tahun.

Tabel 4.5.1.3

Unit Kegiatan Mahasiswa

UKM	F	%
Swatala	9	12%
Teater	7	9%
Paduan Suara	7	9%
Radio	5	6%
Taekwondo	6	8%
Merpati Putih	8	10%
Sepak Bola	7	9%
Basket	5	6%
Pers	6	8%
Voli	7	9%
Menwa	6	8%
MBEC	5	6%
Total	78	100 %

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 3

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 responden yang mengisi kuesioner dari setiap Unit Kegiatan Mahasiswa sebanyak 9 orang ukm swatala atau 12%, 7 orang ukm Teater atau 9%, 7 orang ukm Paduan Suara atau 9%, 5 orang ukm radio atau 6%, 6 orang ukm Taekwondo atau 8%, 8 orang ukm Merpati Putih atau 10%, 7 orang ukm Sepak Bola atau 9%, 5 orang ukm Basket atau 6%, 6 orang ukm Pers atau 8%, 7 orang ukm Voli atau 9%, 6 orang ukm Menwa atau 8%, 5 orang ukm MBEC atau 6%.



4.5.2 Pola Menonton Tayangan

Tabel 4.5.2.1

Menonton Tayangan Orang Pinggiran

Menonton	F	%
Pernah	78	100%
Tidak Pernah	0	0%
Total	78	100 %

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 4

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 78 responden yang pernah menonton tayangan Orang Pinggiran di Trans 7 sebanyak 78 orang atau 100%, sedangkan responden yang tidak pernah menonton tayangan Orang Pinggiran sebanyak 0 atau 0%. Dan ternyata sampe yang diambil oleh peneliti mayoritas pernah menonton tayangan Orang Pinggiran di Trans 7.

Tabel 4.5.2.2

Durasi Menonton Tayangan Orang Pinggiran

No	Durasi	F	%
1	Selalu (4x Seminggu)	2	2%
2	Sering (3x Seminggu)	34	44%
3	Kadang-kadang (1-2x Seminggu)	42	54%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 5

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang menonton tayangan Orang Pinggiran selama 4x dalam seminggu sebanyak 2 orang atau 2% responden, yang menonton tayangan orang pinggiran selama 3x dalam seminggu sebanyak 34 orang atau 44% responden, dan yang menonton tayangan orang pinggiran selama 1-2x dalam seminggu sebanyak 42 orang atau 54% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas durasi menonton tayangan orang pinggiran selama 1 – 2 x dalam seminggu.

4.5.3 Pengetahuan Terhadap Toleransi dan Solidaritas Mahasiswa Dalam Tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7

Dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa mereka mengetahui dan memahami tentang pengetahuan tayangan orang pinggiran di trans 7. Hal ini membantu untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana terkait toleransi dan solidaritas mahasiswa.

Tabel 4.5.3.1

Pengetahuan Mengenai Kebebasan Berfikir

No	Pengetahuan Kebebasan Berfikir	F	%
1	Mengetahui	38	49%
2	Kurang Mengetahui	39	50%
3	Tidak Mengetahui	1	1%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 6

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui tentang kebebasan berfikir dalam tayangan Orang Pinggiran sebanyak 38 orang atau 49% responden, yang kurang mengetahui tentang kebebasan berfikir dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 39 orang atau 50% responden, sedangkan yang tidak mengetahui tentang kebebasan berfikir dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 1

orang atau 1%. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas kurang mengetahui tentang kebebasan berfikir dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.2

Pengetahuan Tentang Sisi Kesetiakawanan

No	Pengetahuan Sisi Kesetiakawanan	F	%
1	Mengetahui	61	78%
2	Kurang Mengetahui	15	19%
3	Tidak Mengetahui	2	3%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 7

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui sisi kesetiakawanan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 61 orang atau 78% responden, yang kurang mengetahui tentang sisi kesetiakawanan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 15 orang atau 19% responden, sedangkan yang tidak mengetahui sisi kesetiakawanan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 2 orang atau 3% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang sisi kesetiakawanan dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.3

Pengetahuan Mengenai Kepercayaan

No	Pengetahuan Mengenai Kepercayaan	F	%
1	Mengetahui	49	63%
2	Kurang Mengetahui	27	35%
3	Tidak Mengetahui	2	2%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 8

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui mengenai kepercayaan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 49 orang atau 63% responden, yang kurang mengetahui tentang mengenai kepercayaan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 27 orang atau 35% responden, sedangkan yang tidak mengetahui mengenai kepercayaan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 2 orang atau 2% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang kepercayaan dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.4

Pengetahuan Mengenai Kebersamaan

No	Pengetahuan Mengenai Kebersamaan	F	%
1	Mengetahui	61	78%
2	Kurang Mengetahui	17	22%
3	Tidak Mengetahui	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 9

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui mengenai kebersamaan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 61 orang atau 78% responden, yang kurang mengetahui tentang mengenai kebersamaan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 17 orang atau 22% responden, sedangkan yang tidak mengetahui mengenai kebersamaan dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang kebersamaan dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.5

Penghargaan Terhadap Keberagaman

No	Pengetahuan Terhadap Penghargaan Keberagaman	F	%
1	Mengetahui	53	68%
2	Kurang Mengetahui	23	29%
3	Tidak Mengetahui	2	3%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 10

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui penghargaan keberagaman dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 53 orang atau 68% responden, yang kurang mengetahui tentang penghargaan keberagaman dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 23 orang atau 29% responden, sedangkan yang tidak mengetahui penghargaan keberagaman dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 2 orang atau 3% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang penghargaan keberagaman dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.6

Pengetahuan Tentang Cara Melakukan Toleransi dan Solidaritas

No	Pengetahuan Cara Melakukan Toleransi dan Solidaritas	F	%
1	Mengetahui	56	72%
2	Kurang Mengetahui	13	17%
3	Tidak Mengetahui	9	11%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 11

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui tentang cara melakukan toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 56 orang atau 72% responden, yang kurang mengetahui tentang cara melakukan toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 13 orang atau 17% responden, sedangkan yang tidak mengetahui tentang cara melakukan toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 9 orang atau 11% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang cara melakukan toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.7

Pengetahuan Tentang Dampak Toleransi dan Solidaritas

No	Pengetahuan Tentang Dampak Toleransi dan Solidaritas	F	%
1	Mengetahui	55	70%
2	Kurang Mengetahui	20	26%
3	Tidak Mengetahui	3	4%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 12

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui tentang dampak toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 55 orang atau 70% responden, yang kurang mengetahui tentang dampak toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 20 orang atau 26% responden, sedangkan yang tidak mengetahui tentang dampak toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 3 orang atau 4% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang dampak toleransi dan solidaritas dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.8

Pengetahuan Tentang Pesan Terkait Tayangan Orang Pinggiran

No	Pengetahuan Tentang Pesan Terkait Tayangan Orang Pinggiran	F	%
1	Mengetahui	61	78%
2	Kurang Mengetahui	14	18%
3	Tidak Mengetahui	3	4%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 13

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang mengetahui tentang pesan terkait dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 61 orang atau 78% responden, yang kurang mengetahui tentang pesan terkait dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 14 orang atau 18% responden, sedangkan yang tidak mengetahui tentang pesan terkait dalam tayangan orang pinggiran sebanyak 3 orang atau 4% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas mengetahui tentang pesan terkait dalam tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.3.9

Pemahaman Dalam Mengembangkan Toleransi dan Solidaritas

No	Pemahaman Dalam Mengembangkan Toleransi dan Solidaritas	F	%
1	Paham	42	54%
2	Kurang Paham	26	33%
3	Tidak Paham	10	13%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 14

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang memahami tentang mengembangkan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 42 orang atau 54% responden, yang kurang memahami tentang mengembangkan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 26 orang atau 33% responden, sedangkan yang tidak memahami tentang mengembangkan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 10 orang atau 13% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas memahami tentang mengembangkan toleransi dan solidaritas di UMB.

Tabel 4.5.3.10

Akumulasi Dampak Pengetahuan

No	Penilaian	Interval	Frekuensi	Persentase %
1	Pengetahuan Tinggi	21 - 27	65 orang	83%
2	Pengetahuan Sedang	15 - 20	13 orang	17%
3	Pengetahuan Rendah	9 - 14	0	0%
Jumlah			78 Orang	100%

Sumber : Hasil akumulasi dampak pengetahuan

Setelah memperoleh hasil dari kuesioner, penulis dapat mengolah data dan hasilnya menunjukkan bahwa pada penelitian ini persentase paling tinggi berada di level atas, dengan kata lain responden berpengetahuan tinggi dengan persentase 83% atau 65 orang. Responden disini adalah anggota unit kegiatan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta, mereka berpengetahuan tinggi terkait dengan toleransi dan solidaritas dalam tayangan Orang Pinggiran di Trans7

4.5.4 Sikap Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Terhadap Tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7

Tabel 4.5.4.1

Sikap Terhadap Keberadaan Toleransi dan Solidaritas di UMB

No	Sikap Terhadap Keberadaan Toleransi dan Solidaritas di UMB	F	%
1	Setuju	70	90%
2	Kurang Setuju	8	10%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 15

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju tentang keberadaan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 70 orang atau 90% responden, yang kurang setuju tentang keberadaan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 8 orang atau 10% responden, sedangkan yang tidak setuju tentang keberadaan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju tentang keberadaan toleransi dan solidaritas di UMB.

Tabel 4.5.4.2

Sikap Terhadap Pentingnya Kesadaran Mengenai Toleransi dan Solidaritas

No	Sikap Terhadap Pentingnya Kesadaran Toleransi dan Solidaritas	F	%
1	Setuju	75	96%
2	Kurang Setuju	3	4%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 16

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap pentingnya kesadaran toleransi dan solidaritas sebanyak 75 orang atau 96% responden, yang kurang setuju terhadap pentingnya kesadaran toleransi dan solidaritas sebanyak 3 orang atau 4% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap pentingnya kesadaran toleransi dan solidaritas sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap pentingnya kesadaran toleransi dan solidaritas.

Tabel 4.5.4.3

Efek yang diberikan atas adanya Toleransi dan Solidaritas

No	Efek yang diberikan atas adanya Toleransi dan Solidaritas	F	%
1	Setuju	74	95%
2	Kurang Setuju	4	5%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 17

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap efek yang diberikan atas adanya toleransi dan solidaritas sebanyak 74 orang atau 95% responden, yang kurang setuju terhadap efek yang diberikan atas adanya toleransi dan solidaritas sebanyak 4 orang atau 5% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap efek yang diberikan atas adanya toleransi dan solidaritas sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap efek yang diberikan atas adanya toleransi dan solidaritas.

Tabel 4.5.4.4

Sikap Jika Toleransi dan Solidaritas Masuk Dalam Kajian Perkuliahan di UMB

No	Sikap Jika Toleransi dan Solidaritas Masuk Dalam Kajian Perkuliahan di UMB	F	%
1	Setuju	65	83%
2	Kurang Setuju	12	15%
3	Tidak Setuju	1	2%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 18

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap sikap jika toleransi dan solidaritas masuk dalam kajian perkuliahan di UMB sebanyak 65 orang atau 83% responden, yang kurang setuju terhadap sikap jika toleransi dan solidaritas masuk dalam kajian perkuliahan di UMB sebanyak 12 orang atau 15% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap sikap jika toleransi dan solidaritas masuk dalam kajian perkuliahan di UMB sebanyak 1 orang atau 4% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap sikap jika toleransi dan solidaritas masuk dalam kajian perkuliahan di UMB.

Tabel 4.5.4.5
Terkait Toleransi dan Solidaritas, berarti Belajar Memahami dan
Mengaplikasikan Dalam Kehidupan Sehari-hari

No	Terkait toleransi dan solidaritas, berarti belajar memahami dan mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari	F	%
1	Setuju	73	94%
2	Kurang Setuju	5	6%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 19

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap pemahaman dan pengaplikasian toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari sebanyak 73 orang atau 94% responden, yang kurang setuju terhadap pemahaman dan pengaplikasian toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari sebanyak 5 orang atau 6% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap pemahaman dan pengaplikasian toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari sebanyak 0

orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap pemahaman dan pengaplikasian toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4.5.4.6

**Sikap Toleransi dan Solidaritas diharapkan Memiliki Pengaruh Positif Bagi
Kehidupan Mahasiswa Sehari-hari**

No	Sikap Toleransi dan Solidaritas diharapkan Memiliki Pengaruh Positif Bagi Kehidupan Mahasiswa	F	%
1	Setuju	71	91%
2	Kurang Setuju	7	9%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 20

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap pengaruh positif toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari sebanyak 71 orang atau 91% responden, yang kurang setuju terhadap pengaruh positif toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari sebanyak 7 orang atau 9% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap pengaruh positif toleransi dan solidaritas dalam

kehidupan sehari-hari sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap pengaruh positif toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4.5.4.7

Tayangan Orang Pinggiran Dapat Meningkatkan Kesadaran Toleransi dan Solidaritas

No	Tayangan Orang Pinggiran Dapat Meningkatkan Kesadaran Toleransi dan Solidaritas	F	%
1	Setuju	70	90%
2	Kurang Setuju	8	10%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 21

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap peningkatan kesadaran toleransi dan solidaritas dengan adanya tayangan orang pinggiran sebanyak 70 orang atau 90% responden, yang kurang setuju terhadap peningkatan kesadaran toleransi dan solidaritas dengan adanya tayangan orang pinggiran sebanyak 8 orang atau 10% responden, sedangkan yang tidak setuju

terhadap peningkatan kesadaran toleransi dan solidaritas dengan adanya tayangan orang pinggiran sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap peningkatan kesadaran toleransi dan solidaritas dengan adanya tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.4.8

Sikap Terhadap Tujuan Dari Tayangan Orang Pinggiran

No	Sikap Terhadap Tujuan Dari Tayangan Orang Pinggiran	F	%
1	Setuju	77	99%
2	Kurang Setuju	1	1%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 22

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap tujuan dari tayangan orang pinggiran sebanyak 77 orang atau 99% responden, yang kurang setuju terhadap tujuan dari tayangan orang pinggiran sebanyak 1 orang atau 1% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap tujuan dari tayangan orang pinggiran sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap tujuan dari tayangan orang pinggiran.

Tabel 4.5.4.9

Pengembangan Toleransi dan Solidaritas

No	Pengembangan Toleransi dan Solidaritas di UMB	F	%
1	Setuju	73	94%
2	Kurang Setuju	5	6%
3	Tidak Setuju	0	0%
Total		78	100%

Sumber : Hasil kuesioner pertanyaan no 23

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 78 orang responden yang setuju terhadap pengembangan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 73 orang atau 94% responden, yang kurang setuju terhadap pengembangan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 5 orang atau 6% responden, sedangkan yang tidak setuju terhadap pengembangan toleransi dan solidaritas di UMB sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas setuju terhadap pengembangan toleransi dan solidaritas di UMB.

Tabel 4.5.4.10

Akumulasi Dampak Sikap

No	Penilaian	Interval	Frekuensi	Persentase %
1	Sikap Positif	21 - 27	78 Orang	100%
2	Sikap Netral	15 - 20	0	0%
3	Sikap Negatif	9 - 14	0	0%
Jumlah			78 Orang	100%

Sumber : Hasil kuesioner akumulasi dampak sikap

Setelah memperoleh hasil kuesioner, peneliti dapat mengelola data dan hasilnya menunjukkan bahwa pada penelitian ini responden memberi jawaban dengan sikap positif terhadap toleransi dan solidaritas mahasiswa di unit kegiatan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil kuesioner yang berada pada level atas, dengan kata lain responden bersikap positif dengan persentase 100% atau 78 orang.

4.6 Akumulasi Dampak Pengetahuan dan Sikap

Tabel 4.6.1

No	Penilaian	Interval	Frekuensi	Persentase %
1	Positif	44 – 54	75 Orang	96%
2	Netral	31 – 43	3 Orang	4%
3	Negatif	18 – 30	0	0%
Jumlah			78 Orang	100%

Sumber : Hasil kuesioner akumulasi dampak pengetahuan dan sikap

Setelah memperoleh hasil kuesioner, peneliti dapat mengelola data dan hasilnya menunjukkan bahwa pada penelitian ini responden memberi jawaban dengan positif terhadap dampak tayangan orang pinggiran di trans7 terhadap pengetahuan dan sikap toleransi dan solidaritas mahasiswa di unit kegiatan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil kuesioner yang berada pada level atas, dengan kata lain responden bersikap positif dengan persentase 96% atau 75 orang responden menanggapi dengan positif, 4% atau 3 orang menanggapi dengan netral, dan 0% atau 0 orang menanggapi dengan negatif.

4.7 Pembahasan

Seperti yang dijelaskan tentang komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, dan televisi merupakan bagian dari komunikasi massa hingga saat ini terus menarik banyak perhatian masyarakat dengan berbagai kelebihan dan kekurangan.

Televisi merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) setiap harinya yang dimanfaatkan oleh banyak khalayak. Dan komunikasi massa digambarkan oleh *Melvin L. DeFleur* dan *Dennis* adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesa – pesan secara luas dan secara terus menerus – yang dimana menciptakan makna – makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda beda dengan melalui berbagai cara. *DeFleur* menggambarkan sumber (*source*), pemancar (*transmiser*), penerima (*receiver*), dan sasaran (*destination*) sebagai fase – fase terpisah dalam proses komunikasi. Setelah mengkaji ulang peneliti dapat melihat bahwa proses komunikasi yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dengan gaya tertentu menciptakan makna terhadap suatu peristiwa sehingga dapat memepengaruhi khalayak.

Berkaitan dengan judul yang peneliti lakukan bahwa penjelasan pada paragraf yang diatas bahwa model teori *Stimulus Organisme Response* (Rangsangan – Tanggapan), atau yang lebih peneliti ketahui dengan sebutan model S-O-R. Kaitan antara teori ini dengan penelitian peneliti adalah karena model teori menjelaskan

tentang pengaruh atau rangsangan atau efek yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari *stimulus* (rangsangan) tertentu. Dengan demikian, besar kecilnya pengaruh atau efek serta dalam bentuk apa pengaruh atau efek tersebut terjadi tergantung pada isi dan penyajian stimulus yang nantinya akan menimbulkan pendapat dari pihak penerima.

Penelitian ini akan membahas dampak tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7 terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas sosial Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana, yang didapatkan melalui hasil kuesioner

Pertama akan dibahas mengenai identitas responden, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian mengenai jenis kelamin adalah Laki – laki sebanyak 46 orang atau 59% responden, dan perempuan sebanyak 32 orang atau 41% responden.

Selanjutnya, akan dibahas mengenai usia responden, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian mengenai usia responden adalah sebanyak 43 orang atau sebesar 55% dari total keseluruhan, usia 21-24 tahun berjumlah 32 orang atau sebesar 41%. Sedangkan sisanya 3 orang sebesar 4% pada rentang usia >24 tahun.

Selanjutnya, akan dibahas mengenai Unit Kegiatan Mahasiswa yang menjadi responden adalah sebanyak 9 orang ukm swatala atau 12%, 7 orang ukm Teater atau

9%, 7 orang ukm Paduan Suara atau 9%, 5 orang ukm radio atau 6%, 6 orang ukm Taekwondo atau 8%, 8 orang ukm Merpati Putih atau 10%, 7 orang ukm Sepak Bola atau 9%, 5 orang ukm Basket atau 6%, 6 orang ukm Pers atau 8%, 7 orang ukm Voli atau 9%, 6 orang ukm Menwa atau 8%, 5 orang ukm MBEC atau 6%.

Mengenai pola menonton tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil table penelitian mengenai menonton tayangan adalah sebanyak 78 orang atau 100% responden yang pernah menonton tayangan orang pinggiran, dan 0 orang atau 0% yang tidak pernah menonton tayangan orang pinggiran.

Selanjutnya akan dibahas mengenai durasi menonton tayangan orang pinggiran, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil table penelitian mengenai durasi adalah sebanyak 2 orang atau 2% responden yang menonton tayangan orang pinggiran selama 4x dalam seminggu, yang menonton tayangan orang pinggiran selama 3x dalam seminggu sebanyak 34 orang atau 44% responden, dan yang menonton tayangan orang pinggiran selama 1-2x dalam seminggu sebanyak 42 orang atau 54% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas durasi menonton tayangan orang pinggiran selama 1 – 2 x dalam seminggu.

Pembahasan selanjutnya mengenai pengetahuan responden dalam dampak tayangan “Orang Pinggiran” di Trans7 terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa, dibagi kedalam beberapa kategori, yaitu berdasarkan hasil

kuesioner dan hasil tabel penelitian tentang pengetahuan tayangan orang pinggiran sebanyak 65 orang atau 83% responden berpengetahuan tinggi, 13 orang atau 17% responden berpengetahuan sedang, dan 0 orang atau 0% responden yang berpengetahuan rendah.

Pembahasan selanjutnya mengenai sikap responden terhadap dalam dampak tayangan “Orang Pinggiran” di Trans7 terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa, dibagi kedalam beberapa kategori, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian tentang sikap dari tayangan orang pinggiran sebanyak 78 orang atau 100% responden bersikap positif, 0 orang atau 0% responden bersikap netral, dan 0 orang atau 0% responden yang bersikap negatif.

Pembahasan terakhir mengenai akumulasi dampak pengetahuan dan sikap pada tayangan orang pinggiran di trans7, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian menunjukkan bahwa 96% atau 75 orang responden menanggapi dengan positif, 4% atau 3 orang menanggapi dengan netral, dan 0% atau 0 orang menanggapi dengan negatif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Dampak Tayangan Orang Pinggiran” Di Trans 7 Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas Mahasiswa Pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana. Ada dampak terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa setelah menyaksikan tayangan Orang Pinggiran. Dalam hal ini tayangan Orang Pinggiran di Trans 7 terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas anggota unit kegiatan mahasiswa yang telah dijadikan sampel penelitian, yang telah dijelaskan secara lengkap di bab IV, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengetahuan Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans 7 Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas Mahasiswa Pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana.

Pengetahuan responden terhadap toleransi dan solidaritas dalam tayangan Orang Pinggiran adalah Tinggi, hal ini terlihat dari persentase akumulasi pengetahuan tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans7 Terhadap toleransi dan solidaritas mahasiswa pada anggota unit kegiatan mahasiswa Universitas Mercu Buana sebesar 83%.

2. Sikap Responden Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans 7 Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas Mahasiswa Pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana.

Sikap responden terhadap sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa, sikap toleransi dan solidaritas dalam kehidupan sehari-hari dan dalam ruang lingkup universitas mercu buana adalah positif, hal ini terlihat dari persentase akumulasi sikap responden pada anggota unit kegiatan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta sebesar 100%.

3. Dampak Responden Dari Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans7 Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Toleransi Serta Solidaritas Mahasiswa Pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana.

Dampak dari tayangn orang pinggiran terhadap pengetahuan dan sikap toleransi serta solidaritas mahasiswa adalah positif, hal ini terlihat dari persentase akumulasi kognitif dan afektif responden pada anggota unit kegiatan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta sebesar 96%.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, dapat disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan menambahkan asepek dampak, yaitu dampak konatif dengan menggunakan metode yang berbeda , yaitu eksperimen dengan mengatur sampel dari unsur khalayak lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzidan Siti Mutmainah. *“Psikologi Komunikasi”*. Universitas Terbuka. Jakarta. 2005.
- A.M. Hoeta Soehoet. *Teori Komunikasi 1*. Yayasan Kmapus Tercina IISIP. Jakarta.
- Burhan Bungin, *Teori Paradigma Dan Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Kencana. Tahun 2006.
- Busri Endang. *Mengembangkan Sikap Toleransi Dan Kebersamaan Dikalangan Siswa*.
- Darwanto, *Televisi sebagai media pendidikan*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Dedi Hidayat, *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*, Thn 1999.
- Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi*, Remaja Rosdakarya Bandung, 2005.
- Denis McQual. *Teori Komunikasi Massa*, suatu pengantar, Edisi Kedua, Erlangga Jakarta. 1996.
- Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, Erlangga.
- Effendy, *Teori, Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Tahun 2003.
- Elvinaro Ardiyantodkk, *Komunikasi Massa*. Bandung : Rekatama Media. 2004
- Elvinaro Ardiyantodkk, op.cit.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004.
- Heri Pudjo Santosa, *Infotainment Alihkan Perhatian*, Harian Suara Merdeka, 29 September 2005.
- Jallaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*. Rosda.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung. 1994.
- Jaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000.
- Onong Uchjana Effendy, *Teori dan Ilmu Filsafat Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Tahun 2003.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung 1993.

Purwasito, Andrik. 1993. *Pengaruh TV dan Cara Menyikapinya*. Kedaulatan Rakyat: Sabtu, 6 november.

RmSoenarto, Program Televisi, FFTV-IKJ Press Jakarta. 2007.

SoerjonoSoekamto. *PengendalianSosial*.Rajawali Pers. Tahun 1987.

Sugiyono, *Mixed Methods*.Alfabeta.Bandung, Tahun 2013.

UnescoApnieve. *BelajarUntukHidupdalamDamaidanHarmoni*, kantor principal uniescountukKawasan Asia PAsifik, Bangkok, UniversitasPendidikan Indonesia. 2000.

Wirayanto,TeoriKomunikasi Massa. Jakarta :Grasindo, 2006



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

SURAT KETERANGAN

Nomor : 05/ 076 /Sket/II/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suryaning Hayati, SE, MM.
Jabatan : Kepala Biro Pembinaan Karakter dan Penalaran Mahasiswa

Menerangkan bahwa

N a m a : Baihaqi Nanda Musyafa
N I M : 44107010255
Program Studi : Penyiaran
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Adalah benar mahasiswa Universitas Mercu Buana yang telah melakukan survey terhadap anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Universitas Mercu Buana untuk keperluan penelitian dalam rangka Skripsi dengan judul “Dampak Tayangan Orang Pinggiran di Trans 7 Terhadap Pengetahuan dan Sikap Toleransi serta Solidaritas Mahasiswa”.

Demikian kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, dan kepada pihak yang berkepentingan agar dapat memberikan bantuan seperlunya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Februari 2015

Kepala Biro Pembinaan Karakter
dan Penalaran Mahasiswa



Suryaning Hayati, SE, MM.

**KUESIONER DAMPAK TAYANGAN “ORANG PINGGIRAN” DI
TRANS 7 TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP TOLERANSI
SERTA SOLIDARITAS MAHASISWA**

Survey ini dilakukan kepada setiap Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Mercu Buana

Isilah kuesioner ini dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih. Terima kasih.

A. Data diri responden

1. Jenis Kelamin ...

- a. Pria
- b. Wanita

2. Usia ...

- a. 17-20 tahun
- b. 21-24 tahun
- c. >24 tahun

3. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) apakah yang anda ikuti?

- a. Swatala Mercu Buana
- b. Teater Amoeba
- c. Fikom Photography Club (FPC)
- d. Merpati Putih
- e. Dan lain-lain, sebutkan...

B. Pola menonton tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7

4. Apakah anda pernah menonton tayangan “Orang Pinggiran” di Trans 7?

- a. Pernah
- b. Tidak Pernah

5. Seberapa sering anda menonton tayangan “Orang Pinggiran” dalam 1 minggu ?

- a. Selalu (4 kali dalam seminggu)
- b. Sering (3 kali dalam seminggu)
- c. Kadang-kadang (1-2 kali dalam seminggu)

C. Pengetahuan terhadap tayangan “Orang Pinggiran” di Trans7

6. Seberapa besar pengetahuan anda mengenai kebebasan berpikir pada tayangan Orang Pinggiran?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

7. Apakah anda mengetahui tentang sisi kesetiakawanan dalam tayangan Orang Pinggiran ?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

8. Bagaimana pengetahuan anda mengenai kepercayaan dalam tayangan Orang Pinggiran?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

9. Bagaimana pengetahuan anda mengenai kebersamaan dalam tayangan Orang Pinggiran?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui

- c. Tidak mengetahui

10. Seberapa besar pengetahuan anda terhadap penghargaan keberagaman pada tayangan Orang Pinggiran?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

11. Apakah anda mengetahui tentang cara melakukan toleransi dan solidaritas ?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

12. Seberapa besar pengetahuan anda tentang dampak toleransi dan solidaritas sosial dalam tayangan Orang Pinggiran ?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

13. Bagaimana pengetahuan anda tentang pesan terkait tayangan Orang Pinggiran?

- a. Mengetahui
- b. Kurang mengetahui
- c. Tidak mengetahui

14. Bagaimana pemahaman anda dalam mengembangkan toleransi dan solidaritas di UMB ?

- a. Paham
- b. Kurang paham
- c. Tidak Paham

D. Sikap terhadap tayangan “Orang Pinggiran” di Trans7

15. Bagaimana sikap anda terhadap keberadaan toleransi dan solidaritas sosial di Universitas Mercu Buana?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

16. Sejauh mana sikap anda terhadap pentingnya peningkatan kesadaran mengenai toleransi dan solidaritas?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

17. Apakah anda setuju terhadap efek yang diberikan atas adanya toleransi dan solidaritas sosial?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

18. Bagaimana sikap anda jika toleransi dan solidaritas masuk dalam kajian perkuliahan di UMB?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

19. Apakah anda setuju terkait toleransi dan solidaritas, itu berarti belajar memahami dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari?

- a. Setuju

- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

20. Sejauh mana anda menyikapi bahwa toleransi dan solidaritas diharapkan memiliki pengaruh positif bagi kehidupan mahasiswa sehari-hari?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

21. Apakah anda setuju dengan adanya tayangan “Orang Pinggiran” dapat meningkatkan kesadaran toleransi dan solidaritas?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

22. Setujukah anda terhadap tujuan dari tayangan Orang Pinggiran?

- a. Setuju
- b. Kurang setuju
- c. Tidak setuju

23. Setujukah anda terhadap pengembangan toleransi dan solidaritas di UMB ?

- a. Setuju
- b. Kurang Setuju
- c. Tidak Setuju



Curriculum Vitae

Data Pribadi

Nama : Baihaqi Nanda Musyafa
Alamat : Jl. Manggis Blok E.40 No.3 Rt 001 Rw 017, Komplek Benda Baru
Pamulang, Banten 14516
Telepon : 085707733073
E mail : baihaqimusyafa@rocketmail.com
Tinggi dan Berat Badan : 179 cm and 55 kg
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 18 September 1989
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki Laki
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Menikah

Riwayat Pendidikan

1995 – 2001 : SDN Benda Baru 2, Tangerang Selatan
2001 – 2004 : SMPN 2 Pamulang
2004 – 2007 : SMA Muhammadiyah 25 Pamulang, Tangerang Selatan
2008 – Sekarang : Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan
Broadcasting

Pengalaman Kerja

- Event Gathering Indosemen 2011 di SICC, by Creative Group Indonesia
- Volunteer di acara Jakarta Internasional Blues Festival 2010, by INA Blues
- Volunteer di acara Jakarta Clothing 2010, by Mipro
- Panitia pelaksana kegiatan Pekan Olah Raga Provinsi VI Divisi Panjat tebing 2013, by SWATALA-UMB

Pengalaman Organisasi

2002 – 2003 : Anggota Osis SMPN 2 Pamulang
2004 – 2005 : Sebagai Sekretaris Siswa Pecinta Alam SMA Muhammadiyah 25
Pamulang

- 2005 – 2006 : Sebagai Ketua Umum Siwa Pecinta Alam SMA MUhammadiyah 25 Pamulang
- 2006 : Anggota Kepemudaan Pamulang
- 2011 – 2012 : Sebagai Ketua Umum, Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Mercu Buana (SWATALA-UMB)
- 2012 – 2013 : Sebagai Sekretaris, Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Mercu Buana (SWATAL-UMB)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipertanggung jawabkan. Atas perhatian bapak/ibu, sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih.



Jakarta, 3 Februari 2015

Hormat Saya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Baihaqi Nanda Musyafa