

KORELASI ANTARA PENAYANGAN INDONESIA IDOL SEASON SEPULUH DI RCTI DENGAN MINAT MENONTON MASYARAKAT DI DESA BATUKARANG

Oleh:

Waris Ginting ¹⁾

Liasta Ras Menda Sebayang ²⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2)}

E-mail:

papasayangnara@yahoo.co.id ¹⁾

mendasebayang17@gmail.com ²⁾

ABSTRACT

This study aims at determining the correlation between the broadcast of Indonesian Idol Season Ten on RCTI and the interest in watching the community in Batukarang Village. A quantitative descriptive approach is used in this research. Data collection techniques are using observation and in-depth interviews with research informants and using literature or documents that support the research. From the research results, it can be concluded that the effect of the Indonesian Idol program's exposure to the interest in watching the people of Batukarang Village, Payung District, Karo Regency is 27.04%. These results are supported by the results of hypothesis testing using the product moment correlation formula which obtains rcount of 0.52 or is in the poor correlation category (0.41 - 0.70). To see the exposure of the Indonesian Idol program, the authors in this study describe it into 3 (three) indicators, namely program concept, frequency of use and duration of use. The results of the research data collection were obtained, the exposure of the Indonesian Idol program among the people of Batukarang Village, Payung District, Karo Regency amounting to 51.20% which is interpreted from a total score of 1715 points. The people's penchant for watching programs that are becoming trendsetters can also be a factor in obtaining this value.

Key Word : Correlation, Indonesian Idol Season Ten, Viewing Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara penayangan Indonesian Idol Season Sepuluh di RCTI dengan minat menonton masyarakat di Desa Batukarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara mendalam dengan informan penelitian serta menggunakan kepustakaan atau dokumen yang mendukung penelitian. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan Pengaruh program Indonesian Idol season sepuluh di RCTI terhadap minat menonton masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo adalah sebesar 27,04%. Hasil ini didukung oleh hasil pengujian hipotesis menggunakan rumus korelasi product moment yang memperoleh rhitung sebesar 0,52 atau berada pada kategori korelasi kurang (0,41 – 0,70). Untuk melihat program Indonesian Idol season sepuluh tersebut, penulis dalam penelitian ini menguraikannya ke dalam 3 (tiga) indikator yaitu Konsep program, Frekuensi penggunaan dan Durasi penggunaan. Adapun hasil dari pengumpulan data penelitian diperoleh, terpaan program Indonesian Idol dikalangan masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo sebesar 51.20% yang ditafsirkan dari total skor sebesar 1715 poin. Kegemaran masyarakat menonton program-program yang sedang menjadi trendsetter juga bisa menjadi salah satu faktor diperolehnya nilai tersebut.

Kata Kunci : Korelasi, Indonesian Idol Season Sepuluh, Minat Menonton

1. PENDAHULUAN

Komunikasi dan masyarakat tak dapat dipisahkan, maka itu ada istilah komunikasi massa. Komunikasi massa dapat diartikan dengan interaksi sosial melalui pesan. Pada proses komunikasi massa, adanya media sebagai alat untuk penyampaian pesan yang di kenal dengan sebutan media massa.

Media massa diartikan sebagai alat komunikasi yang dapat bekerja didalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas sampai dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skala yang sangat kompleks (Morissan dkk, 2010:1).

Media massa terbagi dengan media cetak dan media elektronik. Media cetak adalah media yang terdiri dari lembaran-lembaran kertas, gambar, kata-kata yang tanpa menggunakan energi elektromekanis sedangkan media elektronik adalah Semua alat media yang menggunakan energi elektromekanis (Karlinah, Soemirat, Komala, 2007: 6.1). Media cetak bisa dilihat dari Majalah, Surat kabar, dan Tabloid. Sedangkan Media Elektronik bisa dilihat dari Film, radio, televisi. Beberapa ada yang menyebutkan bahwa internet di sebut sebagai media Online.

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audiovisual yang baru dan merupakan salah satu media massa yang berpengaruh signifikan dalam pembentukan sikap dan watak seseorang secara luas. Televisi mampu menekan pesan secara efektif dengan memusatkan pandangan pemirsa melalui ilustrasi visual, tata gerak, warna dan berbagai bunyi atau suara. Tidak heran jika pertelevisian memiliki daya tarik luar biasa jika suguhan program acara bisa menyesuaikan dengan karakter televisi dan pemirsa yang menonton terpengaruh oleh acata televisi tersebut.

Program acara pada setiap stasiun televisi swasta tidak akan dapat hidup tanpa adanya loyalitas pemirsa dan iklan. Program-program acara tersebut harus memiliki strategi kreatif dalam pemenuhan tujuan dan sasaran yang dimiliki. Ditambah lagi persaingan program acara antara televisi swasta di Indonesia yang semakin sengit dalam meraih keuntungan dari iklan atau sponsor. Salah satu program acara yang diminati banyak pemirsa dan dijadikan

ajang kompetisi adalah ajang pencarian bakat, yaitu suatu program yang disajikan untuk mencari orang-orang yang memiliki bakat terpendam dan ingin disalurkan, karena dari hal itu akan dapat membuat seseorang merasa bangga dan memiliki kepercayaan terhadap diri yang baik.

Indonesia idol adalah adalah ajang pencarian bakat yang diadopsi dari Pop Idol dari Inggris dan sponsor dari Fremantle Media yang bekerjasama dengan RCTI. Ajang ini merupakan pencarian idola di bidang tarik suara. Indonesian Idol telah menjadi acara realitas terbesar di Indonesia. Indonesian Idol pernah memenangkan Panasonic Awards untuk kategori Music dan Variety Show selama 2 tahun berturut-turut dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2006, memenangi Panasonic Awards untuk kategori Program Pencarian Bakat Terfavorit pada tahun 2018 dan Indonesian Idol juga mendapatkan penghargaan dari Singapore Tourism Board disaat kesebelas finalis Indonesian Idol berada di Singapura pada saat tampil menjadi pembuka tur dunia American Idol season ketiga. Setelah kemunculan Indonesian Idol, banyak acara lain yang ditayangkan. Ajang pencarian bakat Indonesian Idol diadakan dua tahun sekali sejak 2008. Season kelima Indonesian Idol diberhentikan dikarena ratingnya yang menurun, dan dilanjutkan kembali diseson yang keenam tahun 2010. Tahun 2011, acara ini divakum karena adanya acara program Master Chef Indonesia. Tahun 2014, Indonesian Idol mengalami penurunan rating dan sehingga pada tahun 2015, tepatnya di bulan November 2015, program Indonesian Idol selesai kontraknya dengan FremantleMedia, dan telah dihapus dari daftar program acara di stasiun RCTI, dan digantikan dengan acara The Voice Indonesia ditahun 2016. Sebelumnya The Voice Indonesia ini ditayangkan di indosiar karena penayangan di Indosiar tidak dapat diperpanjang dan memfokuskan pada kontes dangdut maka pada musim kedua The Voice Indonesia ditayangkan di RCTI. Bahkan di tahun yang sama, Fremantle Media menghadirkan kontes menyanyi terobosan baru, yakni Just Duet bersama NET. Namun karena keduanya memiliki jumlah rating yang menurun dan anjlok,

RCTI dan FremantleMedia menghadirkan kembali Indonesian Idol untuk musim kesembilan. Pada musim ini, Indonesian Idol mengusung tema Idol Is Back dan kembali dipresenteri oleh Daniel Mananta.

Setelah ditunggu-tunggu Indonesian Idol 2017 akhirnya kembali tayangkan pada Senin dan Selasa, 18-19 Desember di RCTI. Di minggu awal penayangan perdananya ini, Sajian Indonesian Idol cukup menarik perhatian dari penonton, ini dibuktikan acara tersebut menuai berbagai macam tanggapan dari penonton. Ada yang merespon positif dan ada juga yang merespon negatif. Terlepas dari kritikan tersebut, Indonesian Idol tetap masih menjadi ajang pencarian bakat favorit pemirsa. Penayangan Indonesian Idol di dua episode perdananya sukses dengan meraih rating tinggi.

Acara yang dipandu Daniel Mananta itu meraih rating lima di episode perdananya, Senin (18/12), dengan rating 3,3 dan dishare 19,1. Selanjutnya pada hari Selasa (19/12), rating Indonesian Idol semakin naik. Acara ini mampu menduduki posisi keempat dengan rating 3,6 dan share 17,9. Tentunya ini merupakan prestasi yang tersendiri mengingat Indonesian Idol pada musim kesembilan tersebut sempat berhenti tayang selama bertahun-tahun. Tampaknya, masyarakat Indonesia antusias dan sudah rindu menyaksikan ajang pencarian bakat dibidang tarik suara.

Indonesia Idol telah menjadi acara realitas terbesar di Indonesia. Setiap tahunnya Indonesian Idol mengalami peningkatan jumlah peserta audisi, pencarian calon peserta Indonesian Idol musim ke sembilan ini sangat fenomenal karena banyaknya peserta yang mendaftar. Indonesian Idol juga termasuk reality show yang cocok untuk ditonton oleh semua umur dari yang tua sampai yang muda acara ini banyak diminati oleh semua kalangan, khususnya pada anak remaja yang menyukai musik.

Indonesian Idol saat ini adalah tayangan yang sangat dinanti-nanti bagi para remaja Indonesia. Karena tayangan Indonesian Idol sangat menarik dan setiap episodenya menjadi trending topic di media

social youtube dan program ini juga mendapatkan rating yang tinggi di televisi. Keunikan para pesertanyalah yang menjadikan tayangan ini sangat ditunggu-tunggu. Fenomena ini merupakan suatu gambaran yang membuktikan bahwa tayangan Indonesian Idol memberikan daya tarik tersendiri untuk memancing minat penggemar televisi dalam menonton program acara yang disajikan pertelevisian Indonesia. Siaran Indonesian idol bertujuan memberikan hiburan pengetahuan tentang musik kepada pemirsanya dan memberikan motivasi orang untuk menjadi artis. Dan pada Indonesian Idol season sepuluh tahun 2020 pada babak spektakuler dari lima belas kontestan salah satu kontestan Lyodra Margaretha Ginting berasal dari Kota Medan dan berdarahKaro, sehingga masyarakat Kota Medan pada umumnya dan masyarakat Karo khususnya akan memberikan dukungan kepada Lyodra tak terkecuali masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung yang merupakan salah satu desa terpadat jumlah penduduknya memberikan dukungan melalui vote dan sms sambil menonton bersama acara Indonesian Idol season sepuluh tahun 2020.

Melalui paparan diatas peneliti tertarik untuk mengetahui Indonesian Idol dan minat menonton masyarakat (studi korelasi antara penayangan Indonesian Idol Season Sepuluh Di RCTI dengan minat menonton masyarakat di Desa Batukarang Kecamatan Payung).





2. TINJAUAN PUSTAKA

PENGERTIAN KORELASI

Secara sederhana, korelasi diartikan sebagai hubungan. Namun ketika dikembangkan lebih jauh, korelasi tidak hanya dapat dipahami sebatas pengertian itu saja. Korelasi merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat atau dapat juga terjadi karena kebetulan saja. Dua variabel dikatakan berkorelasi jika perubahan pada variabel yang satu akan diikuti perubahan pada variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif).

PENGERTIAN PENAYANGAN

Penayangan berasal dari kata dasar tayang, Penayangan adalah proses, cara, perbuatan menayangkan (mempertunjukkan/mempertontonkan). Penayang memiliki arti kata benda sehingga penayang dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan

segala yang dibendakan.

PENGERTIAN INDONESIAN IDOL

Indonesia idol adalah ajang pencarian bakat dibidang tarik suara yang diadopsi dari Pop Idol dari Inggris dengan sponsor dari Fremantle Media yang bekerjasama dengan Rajawali Citra Televisi Indoensia.

PENGERTIAN TELEVISI

Kata "televiisi" merupakan gabungan dari kata tele ("jauh") yang berasal dari bahasa Yunani dan visio ("penglihatan") dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan.

Televisi merupakan salah satu bentuk dari media massa. Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak dan bersuara, baik itu yang hitam-putih maupun berwarna.

Televisi dianggap sebagai media massa paling ideal dan populer yang mampu menyajikan informasi berupa gambar dan suara. Selain itu, informasi yang disampaikan oleh televisi relatif lebih mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.

PENGERTIAN MINAT

Minat adalah keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari serta membuktikannya.

Lebih lanjut W.S Winkel mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.

Kemudian menurut Witherington mengatakan bahwa :

Minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, minat menyebabkan perhatian seolah-olah menonjolkan fungsi rasa dan perhatian

seolah-olah menonjolkan fungsi pikiran. Hal ini ditegaskan bahwa apa yang menarik minat akan menyebabkan kita berperhatian dan tertarik, minat juga menyertainya jadi ada hubungan antara minat dan perhatian.

Tidjan mengemukakan pengertian minat sebagai suatu gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek sebab ada perasaan meyenangkan. Menurut Crow & Crow Ada beberapa faktor mendasari minat yang diterjemahkan oleh Z. Kasijan yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani kejiwaan. Munculnya minat seseorang juga dapat didorong oleh motivasi sosial mereka adalah untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat di mana seseorang sambil menunjukkan ukuran intensitas faktor emosional dalam menumbuhkan perhatian seseorang untuk suatu kegiatan atau obyek. Minat pada dasarnya adalah penerimaan hubungan antara diri pribadi dengan sesuatu di luar dirinya.

Slameto mengutip pernyataan Hilgard mengatakan bahwa :

“Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.”

Minat diartikan sebagai suatu pola yang menunjukkan perhatian individu terhadap obyek yang menarik dan kesenangan. Sedangkan Anna Yulia menyatakan minat yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu minat subjektif dan objektif. Minat subjektif adalah perasaan senang atau tidak senang pada objek yang didasarkan pada pengalaman, sedangkan minat obyektif adalah reaksi untuk menerima atau menolak objek atau kegiatan sekitarnya. Menurut Wijaya dan Rusyan, secara teori minat memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a) Minat tidak bawa sejak lahir.
- b) Dapat diubah-ubah (situasional dan temporal).
- c) Tidak berdiri sendiri, selalu mengandung reaksi terhadap stimulus

atau objek.

Berdasarkan pengertian mengenai minat yang telah diuraikan di atas, penulis membuat kesimpulan minat yang adalah gejala psikologi yang dialami oleh orang-orang yang menunjukkan keprihatinan bagi individu untuk objek tertentu untuk menarik perhatian dan membangkitkan perasaan suka dalam diri seseorang.

PENGERTIAN MENONTON

Menurut (Danim, 2004: 35) Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu. Menonton TV, serta aktivitas konsumsi lainnya, adalah proses aktif, baik antara pemirsa dan antara pemirsa dan televisi, di mana penonton tidak hanya untuk mengambil peran sebagai pihak untuk secara aktif memilih berbagai sumber daya material yang tersedia bagi mereka, tetapi juga olahraga, menafsirkan dan monitor (decoding) bahan yang dikonsumsi.. (Morley,1995: 54).

3. METODE PELAKSANAAN JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini pendekatan dan metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, mengatakan bahwa :

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan alat-alat penelitian, analisis kuantitatif atau data statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan”.

Berdasarkan pengertian diatas, Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang didasarkan pada data yang dikumpulkan selama penelitian sistematis dari fakta-fakta dan sifat-sifat dari objek yang diteliti dengan menggabungkan hubungan antara variabel yang terlibat di dalamnya, sehingga ditafsirkan berdasarkan teori dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

VARIABEL PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji satu variabel X dan satu variabel Y, dimana X sebagai variabel independen

dan Y adalah variabel dependen. Adapun variabel-variabel tersebut adalah :

1. Variabel Independen (X) dalam penelitian ini adalah Indonesian Idol
2. Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Menonton

POPULASI PENELITIAN

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh hendak digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah Kepala Desa, Perangkat Desa, BPD dan Tokoh Masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo.

NO	KETERANGAN	N	%
1	KEPALA DESA DAN BPD	12	40,00
2	PERANGKAT DAN KEPALA DUSUN	13	43,33
3	TOKOH MASYARAKAT	5	16,67
JUMLAH		30	100,00

Sedangkan pengertian sampel adalah sebagian individu yang diselidiki, sebagai sampel dalam penelitian ini adalah semua anggota populasi (total sampling) yaitu sejumlah 30 orang.

SAMPEL PENELITIAN

Sugiyono mengatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arukinto sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan jumlah sampel berdasarkan perhitungan rumus Yamane dengan presisi kesalahan sebesar 10%. Adapun perhitungan rumus Yamane sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Besarnya Ukuran Sampel

N = Besarnya Populasi

d = Presisi (Sampling Error) 10%

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{30}{30(10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{30}{30(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{30}{0,3 + 1}$$

$$n = \frac{30}{1,3}$$

n = 23 responden

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data primer, ini dilakukan dengan teknik bola salju yaitu proses pengumpulan data secara bertahap dan berlapis, setiap tambahan data menambah kelengkapan dan kedalaman data yang dikumpulkan.

1. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dan selanjutnya mengadakan pencatatan terhadap gejala-gejala yang ditemukan dilapangan.
2. Dokumentasi, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam dari para informan yang dilakukan melalui pertanyaan secara lisan kepada informan yang dilakukan oleh peneliti.
3. Penyebaran Angket adalah instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk tujuan mengumpulkan informasi dari responden.

Adapun bentuk pengumpulan data sekunder, yang dilakukan adalah :

1. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan metode survei sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai pembuat alat penelitian data pustaka.
2. Penelitian Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan berbagai literature seperti buku, karangan ilmiah dan sebagainya.

3. Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan atau dokumen yang ada di lokasi penelitian dan sumber lain yang dianggap relevan dengan subjek penyelidikan.

JENIS DAN SUMBER DATA

Data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut :

- 1) Data Primer, di peroleh dari sumber yang akan di wawancarai, yaitu : Karang Taruna Desa Batukarang, Warga Masyarakat Desa Batukarang dan Tokoh Adat Desa Batukarang.
- 2) Data Sekunder, yaitu data yang diharapkan melengkapi dari hasil penelitian atau objek yang di wawancarai. Dalam hal ini meliputi data hasil kajian dokumentasi kegiatan, program kerja dan literature lain yang relefan.

ANALIS DATA

Analisis data setelah aktivitas data seluruh responden atau sumber data yang dikumpulkan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif dapat menggunakan dua cara yaitu : statistik deskriptif dan inferensial.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan statistik deskriptif untuk teknik datanya, karena peneliti hanya ingin menggambarkan pengamatan pada satu variabel yang diteliti tanpa mengambil kesimpulan dari hasil pengujian dua variabel atau lebih.

Berikut ini adalah analisis teknis dari data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji validitas data, uji reliabilitas data dan uji product moment :

a. Uji Validitas Data

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesalahan suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang berarti kurang valid memiliki validitas.

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat peneliti simpulkan bahwa uji validitas

berguna untuk mengetahui apakah suatu indikator yang berupa pertanyaan berada pada variabel yang tepat. Dalam penelitian ini, butir pertanyaan dapat dikatan valid jika nilai r hitung yang merupakan nilai dari *corrected item total correction* > dari r tabel. r tabel dapat diproleh melalui df (*degree of freedom*) = $n - k$.

UJI RELIABILITAS DATA

Uji reliabilitas data adalah keterandalan indikator. Maksud dari keterandalan tersebut yaitu ketika indikator atau pengukuran yang digunakan reliable atau reliabilitasnya tinggi, berarti indikator ini apabila diulang kembali penelitiannya akan memberi hasil akhir yang sama. Adapun uji reliabilitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat cronbach alpha kuisisioner penelitian lebih dari atau sama dengan 0,6. Dengan membandingkan r hitung dengan tingkat signifikansi 5%.

UJI PRODUCT MOMENT

Dalam penelitian kuantitatif, salah satu teknik analisis data yang tidak boleh dilewatkan yaitu pengujian hipotesis. Adapun untuk dapat menjawab hipotesis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji product moment dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran x

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran y

$\sum xy$ = Jumlah hasil kali skor x dan y yang berpasangan

$\sum x^2$ = Jumlah skor dikuadratkan dalam sebaran x

$\sum y^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran y

n = Jumlah sampel

Hasil korelasi kemudian ditafsirkan berdasar kriteria skala korelasi sebagai berikut :

Tabel 1.
Kategori Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Interpretasi
0.91 - 1.00	Korelasi Sangat Tinggi
0.71 - 0.90	Korelasi Tinggi
0.41 - 0.70	Korelasi Sedang
0.21 - 0.40	Korelasi Kurang
0.00 - 0.20	Tidak ada Korelasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Desa Batukarang merupakan salah satu dari 8 Desa yang ada Kecamatan Payung di Kabupaten Karo yang berjarak 4 Km dari Payung sebagai Ibu Kota Kecamatan Payung, 27 Km dari Kabanjahe sebagai Ibu Kota Kabupaten dan 90 Km dari Medan Ibu Kota Provinsi.

Desa Batukarang dengan luas \pm 13,70 Km² yang terdiri dari Persawahan : 4,5 Km², Perladangan/Kebun : 3,5 Km², Pemukiman : 0,2 Km², Pekarangan/Halaman : 0,5 Km² dan Hutan Rakyat : 5 Km² berada pada ketinggian rata-rata 1.000-1.500 m diatas permukaan Laut dengan temperature 16^o C-17^o C.

VISI DAN MISI DESA BATUKARANG

Perencanaan strategis adalah proses yang sistematis dan berkelanjutan pengambilan keputusan dan risiko yang berkelanjutan, dengan memanfaatkan sebanyak antisipasif pengetahuan, pengorganisasian sistematis dan upaya untuk melaksanakan keputusan ini dan mengukur hasil melalui umpan balik yang akurat dan ditargetkan.

Dalam rangka meningkatkan efisiensi

dan efektivitas program, untuk dapat eksis dan unggul dalam persaingan yang semakin sengit di lingkungan yang berubah sangat cepat, maka salah satu yang konsisten dan berkelanjutan meningkatkan profesionalisme dan kinerja yang berorientasi pada hasil pencapaian

Dari uraian tersebut, mengacu pada Visi dan Misi Kabupaten Karo maka Desa Payung mempunyai visi: "Masyarakat sejahtera didukung oleh pengolahan pertanian yang tepat guna".

Adapun misi untuk mendukung terwujudnya visi Kecamatan Merdeka adalah : "Masyarakat sejahtera didukung oleh sumber daya manusia yang modern".

DATA PENELITIAN

Wayne N Thompson menyatakan bahwa pesan akan menarik perhatian jika berhubungan dengan kebutuhan individu. Berikut ini adalah hasil penelitian pertanyaan kuisisioner penelitian :

a. Variabel Terpaan Program Indonesian Idol

Tabel 2.
Indonesian Idol merupakan program acara pencarian bakat dibidang tarik suara

X1		Freq uenc y	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	0	0	0	0
	kurang setuju	2	6.7	6.7	6.7
	setuju	12	40.0	40.0	46.7
	sangat setuju	16	53.3	53.3	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 3.
Tema acara Indonesian Idol

X2		Frequ ency	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	2	6.7	6.7	6.7
	kurang setuju	2	6.7	6.7	13.4
	setuju	16	53.3	53.3	66.7
	sangat setuju	10	33.3	33.3	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 4.
Kemasan acara Indonesian Idol yang khas

X3		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
	kurang setuju	1	3.3	3.3	3.3
	setuju	8	26.7	26.7	30.0
	sangat setuju	21	70.0	70.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 5.
Konsistensi Konten Acara Indonesian Idol

X4		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
	kurang setuju	0	0.0	0.0	0.0
	setuju	12	40.0	40.0	40.0
	sangat setuju	18	60.0	60.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 6.
Rasa penasaran yang timbul karena sikap Host

X5		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
	kurang setuju	2	6.7	6.7	6.7
	setuju	18	60.0	60.0	66.7
	sangat setuju	10	33.3	33.3	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 7.
Ketepatan Jam tayang Indonesian Idol

X6		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	3	10.0	10.0	10.0
	kurang setuju	5	16.7	16.7	26.7
	setuju	14	46.7	46.7	73.4
	sangat setuju	8	26.6	26.6	100.0

	total	30	100.0	100.0	
--	-------	----	-------	-------	--

Tabel 8.
Alur program Indonesian Idol

X7		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	1	3.3	3.3	3.3
	kurang setuju	7	23.4	23.4	26.7
	setuju	10	33.3	33.3	60.0
	sangat setuju	12	40.0	40.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 9.
Durasi tayangan program Indonesian Idol

X8		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
	kurang setuju	0	0.0	0.0	0.0
	setuju	12	40.0	40.0	40.0
	sangat setuju	18	60.0	60.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 10.
Pemahaman Pesan

X9		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	3	10.0	10.0	10.0
	kurang setuju	5	16.7	16.7	26.7
	setuju	15	50.0	50.0	76.7
	sangat setuju	7	23.3	23.3	100.0
	total	30	100.0	100.0	

b. Variabel Minat Menonton

Setelah menguraikan frekuensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang menyangkut variabel terpaan program acara Indonesian Idol, selanjutnya adalah menguraikan frekuensi jawaban responden menyangkut variabel Minat menonton.

Variabel minat menonton pada penelitian ini terdiri dari beberapa dimensi diantaranya perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap program Indonesian Idol. Berikut ini adalah jawaban responden

atas variabel Y :

Tabel 11.
Tertarik pada program Indonesian Idol

Y1		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	1	3.3	3.3	3.3
	kurang setuju	3	10.0	10.0	13.3
	setuju	15	50.0	50.0	63.3
	sangat setuju	11	36.7	36.7	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 12.
Menyukai Acara Indonesian Idol

Y2		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	3	10.0	10.0	10.0
	kurang setuju	7	23.3	23.3	33.3
	setuju	12	40.0	40.0	73.3
	sangat setuju	8	26.7	26.7	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 13.
**Konsisten dalam menyaksikan program
Indonesian Idol**

Y3		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	2	6.7	6.7	6.7
	kurang setuju	6	20.0	20.0	26.7
	setuju	14	46.7	46.7	73.4
	sangat setuju	8	26.6	26.6	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 14.
**Mengerti isi sajian program Indonesian
Idol sebagai acara pencarian bakat**

Y4		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	2	6.7	6.7	6.7
	kurang setuju	6	20.0	20.0	26.7
	setuju	13	43.3	43.3	70.0
	sangat setuju	9	30.0	30.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 15.
**Memaknai program Indonesian Idol
sebagai acara yang melahirkan artis**

Y5		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	3	10.0	10.0	10.0
	kurang setuju	3	10.0	10.0	20.0
	setuju	12	40.0	40.0	60.0
	sangat setuju	12	40.0	40.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 16.
**Memaknai program Indonesian Idol
sebagai acara yang menampilkan
kebudayaan peserta**

Y6		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
	kurang setuju	2	6.7	6.7	6.7
	setuju	12	40.0	40.0	46.7
	sangat setuju	16	53.3	53.5	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 17.
**Memaknai program Indonesian Idol
sebagai acara untuk mendukung salah
satu peserta**

Y7		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	1	3.3	3.3	3.3
	kurang setuju	2	6.7	6.7	10.0
	setuju	14	46.7	46.7	56.7
	sangat setuju	13	43.3	43.3	100.0
	total	30	100.0	100.0	

Tabel 18.
**Memaknai program Indonesian Idol
sebagai acara untuk mendukung peserta
melalui voting**

Y8		Fre que ncy	%	Valid %	Cumula tive %
valid	tidak setuju	2	6.7	6.7	6.7
	kurang setuju	6	20.0	20.0	26.7
	setuju	13	43.3	43.3	70.0
	sangat setuju	9	30.0	30.0	100.0
	total	30	100.0	100.0	

	9	30.0	30.0	100.0	9
	30	100.0	100.0		30

Tabel 19.
Memaknai program Indonesian Idol sebagai alasan menambah minat menonton

Y9		Fre que ncy	%	Valid %	Cumulat ive %
valid	tidak setuju	2	6.7	6.7	6.7
	kurang setuju	2	6.7	6.7	13.4
	setuju	16	53.3	53.3	66.7
	sangat setuju	10	33.3	33.3	100.0
	total	30	100.0	100.0	

ANALISIS SKOR VARIABEL

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel x dan variabel y . Nilai skor butir pertanyaan variabel x dan y dalam penelitian ini dijelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 20.
Nilai skor butir pertanyaan variabel X dan Y

X		Y	
X1	104	Y1	96
X2	94	Y2	85
X3	110	Y3	88
X4	108	Y4	89
X5	98	Y5	93
X6	87	Y6	104
X7	93	Y7	99
X8	98	Y8	89
X9	86	Y9	94
Jumlah	878	Jumlah	837

Tabel 21.
Distribusi Skor Nilai Variabel X dan Y

	X	Y	XY	X ²	Y ²	
X1	104	Y1	96	9984	10816	9216
X2	94	Y2	85	7990	8836	7225
X3	110	Y3	88	9680	12100	7744
X4	108	Y4	89	9612	11664	7921
X5	98	Y5	93	9114	9604	8649
X6	87	Y6	104	9048	7569	10816
X7	93	Y7	99	9207	8649	9801
X8	98	Y8	89	8722	9604	7921
X9	86	Y9	94	8084	7396	8836
	Σx =878	Σy =837	Σxy = 81441	Σx ² =86238	Σy ² =78129	

Setelah mengetahui distribusi nilai yang diperlukan dalam perhitungan product moment, langkah selanjutnya adalah memasukan nilai-nilai tersebut kedalam rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Diketahui : } \sum x &= 878 \\ \sum y &= 837 \\ \sum xy &= 81441 \\ \sum x^2 &= 86238 \\ \sum y^2 &= 78129 \\ n &= 30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Ditanya : } r_{xy} &= \dots ? \\ \text{Jawab : } & \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \times \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \\ &= \frac{30(81441) - (878)(837)}{\sqrt{\{30(86238) - 770884\} \times \{30(78129) - 700569\}}} \end{aligned}$$

$$r_{xy} = 0,52$$

Setelah memperoleh nilai *r*, tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan nilai tersebut berdasarkan kategori

koefisien korelasi yang menyatakan bila r berada pada 0,41 - 0,70 maka korelasi bernilai sedang. Nilai koefisien korelasi (r) hitung dalam penelitian ini adalah 0,52 berarti pengaruh terpaan Indonesian Idol terhadap minat menonton masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung bernilai sedang.

Setelah mendapatkan nilai r dan mengetahui tingkat korelasi antara kedua variabel dalam penelitian, perlu dilakukan uji signifikansi korelasi *product moment* untuk menguji apakah hipotesis penelitian dapat diterima atau ditolak. Uji signifikansi ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} yang diperoleh dari $df = n - k = 30 - 2 = 28$, signifikansi (α) 5% yaitu 0,379 dengan memperhatikan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$, H_0 diterima.
2. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$, maka H_1 diterima

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu $0,52 > 0,379$ yang berarti hipotesis penelitian ini diterima karena H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa memang benar terdapat pengaruh antara variabel terpaan program Indonesian Idol terhadap minat menonton masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo dengan nilai kurang. Untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut dilakukan dengan menghitung nilai koefisien determinan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,52)^2 \times 100\% \\ &= 0,2704 \times 100\% \\ &= 27,04\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel terpaan program Indonesian Idol terhadap minat menonton di kalangan masyarakat Desa Batukarang hanya sebesar 27,04%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel terpaan program Indonesian Idol terhadap minat menonton di kalangan masyarakat Desa Batukarang hanya sebesar 27,04%.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Sebuah program acara yang ditayangkan oleh televisi dapat mampu

mempengaruhi emosional dan psikologis penontonnya manakala program tersebut sesuai dengan keadaan dasar penonton. Program televisi yang diartikan sebagai rangsangan (stimulus) diterima oleh khalayak penontonnya dengan penerimaan yang berbeda-beda satu sama lain. Perbedaan itu terjadi karena adanya organism (pengolahan rangsangan) yang terjadi pada diri individu penonton. Setelah adanya pengolahan tersebut, maka penonton akan kembali mengirimkan pesan berupa respon atau reaksi.

Menurut teori SOR ini, respon atau efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Pada penelitian ini, teori SOR dijelaskan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari terpaan program Indonesian Idol terhadap minat menonton dikalangan masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo. Proses pengolahan stimulus (organism) yang terjadi pada diri masyarakat Desa Batukarang menentukan bentuk respon berupa minat menonton.

TERPAAN PROGRAM INDONESIA IDOL

Terpaan program Indonesian Idol yang diuraikan menjadi 3 (tiga) indikator yaitu konsep program, frekuensi penggunaan dan durasi penggunaan dalam penelitian ini mendapatkan total skor 878 yang diperoleh dari jumlah skor masing-masing jawaban responden pada 9 pertanyaan di variabel X ini.

Adapun persentase terpaan program Indonesian Idol dalam penelitian dapat diperoleh dengan menggunakan perhitungan berikut ini :

$$\begin{aligned} \text{Variabel X (\%)} \\ &= \frac{\text{Total Skor Var X}}{\text{Total Skor Var X + Y}} \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{Variabel X (\%)} = \frac{878}{878 + 837} \times 100\%$$

$$\text{Variabel X (\%)} = \frac{878}{1715} \times 100\%$$

$$\text{Variabel X (\%)} = 51,20\%$$

MINAT MENONTON MASYARAKAT DESA BATUKARANG KECAMATAN PAYUNG KABUPATEN KARO

Minat diartikan sebagai motif yang menunjukkan arah perhatian individu kepada obyek yang menarik serta menyenangkan. Seperti yang telah diketahui bersama, dari hasil tabel frekuensi penelitian dapat dilihat bahwa minat menonton dikalangan masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo tergolong sedang.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai skor pada variabel Y, total skor dari 9 (Sembilan) pertanyaan di variabel minat menonton ini adalah 837. Adapun persentase dari hasil total skor pada variabel Y ini, diperoleh sebagai berikut :

$$\text{Variabel Y (\%)} = \frac{\text{Total Skor Var Y}}{\text{Total Skor Var Y} + X} \times 100\%$$

$$\text{Variabel Y (\%)} = \frac{837}{837 + 878} \times 100\%$$

$$\text{Variabel Y (\%)} = \frac{837}{1715} \times 100\%$$

$$\text{Variabel Y (\%)} = 48,80\%$$

DOKUMENTASI PENELITIAN



5. SIMPULAN

Pengaruh antara variabel terapan program Indonesian Idol terhadap minat menonton masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo adalah sebesar 27,04%. Hasil ini didukung oleh hasil pengujian hipotesis menggunakan

rumus korelasi product moment yang memperoleh rhitung sebesar 0,52 atau berada pada kategori korelasi sedang (0,21 – 0,70).

Skema yang paling awal dari teori S-O-R adalah stimulus atau yang diartikan rangsangan atau pesan. Dalam penelitian ini, rangsangan dimaksud adalah terpaan program Indonesian Idol. Untuk melihat terpaan program Indonesian Idol tersebut, penulis dalam penelitian ini menguraikannya ke dalam 3 (tiga) indikator yaitu Konsep program, Frekuensi penggunaan dan Durasi penggunaan.

Adapun hasil dari pengumpulan data penelitian diperoleh, terpaan program Indonesian Idol dikalangan masyarakat Desa Batukarang Kecamatan Payung Kabupaten Karo sebesar 51.20% yang ditafsirkan dari total skor sebesar 1715 poin. Kegemaran masyarakat menonton program-program yang sedang menjadi trendsetter juga bisa menjadi salah satu faktor diperolehnya nilai tersebut.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto & Erdinayah. 2004. *Komunikasi Masa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Atmadi. 2001. *Bunga Rampai (Catatan Pertumbuhan dan Perkembangan Sistem Pers Indonesia*. Jakarta : Pantja Simpati.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact Pengantar Media Massa*. Jaakarta : Salemba Humanika.
- Darwanto. 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Daryanto. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Defleur, Melvin D. 2009. *Individual Differences Theory of Mass Communication Effect*. New York: Columbia University Press, Terj. Atur Danto,
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- _____, 1993. *Media Massa dan Periklanan*. Bandung : Alumni.
- _____, 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung : Alumni.
- Hakim, Rustam. 1987. *Komunikasi Grafis*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta : Kanisius.
- Little John, Stephen W. & Foss, Karen A. 2005. *Theories Of Human Communication, (8 ed. Canada: Wadsworth)*. Terj. Tri Nugroho Adi.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____, 2005. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mc.Quail, Dennis. 1987. *Teori-Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul Janah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____,1989. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____,1986. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rivers, William L. Dkk. 2004. *Editorial*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rogers, Everet. 1976. *Communication and Development: Critical Perspektif*, Sage Publication.

[Rukmananda](#), Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta : Grasindo.

Singarimbun, Masri. 1982. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.

Soenarto, Kamanto. 2007. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta : Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Straubhaar dan La Rose. 2000. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology, Cengage Learning*.

Wahyudi, JB. 1996. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafitty.

Wibisono, Christianto.1991. *Pengetahuan Dasar Jurnalistik*. Jakarta: Media Sejahtera.

Woodworth & Marquis.1991. *Psychology III, Suatu Pengantar Kedalam Ilmu Jiwa*.

Bandung : Jemmars.

Yulia, Anna. 2005. *Cara Menumbuhkan Minat Baca Anak*. Jakarta : PT. Elekmedia Kompetino