

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini telah banyak bermunculan tayangan televisi yang bersifat dokumentasi untuk mengisi dan menambah jenis tayangan acara di televisi. Tayangan yang bersifat dokumentasi adalah sebuah tayangan yang dikemas melalui video rekaman yang telah ada sebelumnya. Tayangan ini telah banyak ditayangkan oleh beberapa stasiun televisi swasta Indonesia, antara lain TRANS7, GLOBAL TV, dan ANTV. Tayangan seperti ini telah memberikan banyak informasi, edukasi dan hiburan bagi khalayak sesuai dengan fungsi komunikasi massa itu sendiri.

Salah satu tayangan acara yang bersifat dokumentasi yang banyak disenangi oleh khalayak dan menjadi trendsetter adalah ON THE SPOT yang ditayangkan oleh TRANS7. ON THE SPOT adalah program informatif yang menayangkan berbagai hal unik yang terkadang tidak terpikirkan oleh kita sebelumnya dengan disertai penjelasan ringan.

ON THE SPOT sebenarnya bukan tayangan televisi baru, Tetapi merupakan tayangan televisi yang berubah konsep. ON THE SPOT tadinya merupakan tayangan televisi yang menayangkan video klip music, tetapi ON THE SPOT kemudian berubah menjadi program dokumenter yang mengambil potongan klip video dari situs youtube.

ON THE SPOT dengan konsep dokumentasi informasi dikemas dengan menampilkan fenomena, peristiwa, kejadian, dan sebagainya di setiap episodenya dengan satu tema, dan di dalam satu tema tersebut akan ditampilkan 7 contoh fenomena, peristiwa, kejadian dan sebagainya seperti 7 fenomena alam teraneh, 7 hewan terunik di dunia berwarna ungu, 7 hewan terpinar di dunia, dan lain-lain. Angka 7 tersebut melambangkan bahwa tayangan ini di bawah naungan stasiun televisi swasta TRANS7.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa tayangan ON THE SPOT memiliki fungsi komunikasi massa. Fungsi dari komunikasi massa itu sendiri yaitu untuk menyiarkan informasi (to inform), untuk mendidik (to educate), dan untuk menghibur (to entertaint). Adapun fungsi lain terhadap fungsi komunikasi massa seperti mempengaruhi (to influence), membimbing (to guide), mengeritik (to criticize), dan lain-lain, hanya merupakan tambahan saja terhadap ketiga fungsi sebelumnya.

Fungsi komunikasi massa ini sendiri dapat diperoleh dari teknologi yang sedang berkembang melalui media baik itu media elektronik maupun cetak, seperti televisi, radio, surat kabar, computer, majalah, handphone, dan sebagainya. Media tersebut merupakan media komunikasi massa yang sering dipakai oleh manusia sebagai pemenuhan kebutuhannya, sehingga media tersebut mulai dianggap menjadi bagian dari kebutuhan primer.

Televisi adalah salah satu bentuk teknologi saat ini yang banyak digunakan oleh manusia. Televisi juga merupakan salah satu media

komunikasi massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi komunikasi massa yang sama.

Televisi bukanlah barang mewah lagi karena sudah merupakan kebutuhan setiap orang. Rata-rata orang di dunia ini telah mempunyai televisi di rumahnya karena televisi dianggap dapat memuaskan kebutuhan penggunanya dalam menyampaikan informasi, edukasi dan hiburan karena memiliki audio dan visual yang dipadu-padankan. Orang-orang tidak puas dengan hanya mendengar suara saja, tetapi dengan kehadiran televisi orang-orang akan merasa lebih puas karena adanya suara dan gambar yang ditampilkan.

Sebagai salah satu media elektronik, televisi mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Banyaknya televisi dengan berbagai macam harga dan tampilan yang semakin menarik disertai dengan beraneka ragam jenis tayangan membuat khalayak pada umumnya memiliki perangkat elektronik ini.

Melalui televisi, tayangan ON THE SPOT yang ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi swasta nasional Indonesia yakni TRANS7 mampu meraih kesuksesan di tahun 2011 dan kehadirannya cukup berpengaruh di jam primetime. Tayangan ON THE SPOT telah mampu bersaing dan mengalahkan tayangan televisi lainnya dengan perubahan konsep menjadi dokumentasi informasi.

Tayangan ON THE SPOT merupakan tayangan yang mempunyai sisi positif karena cukup bermanfaat dalam memberikan informasi kepada khalayak yang berada di Indonesia. Tayangan ON THE SPOT memang patut untuk diacungi jempol dan hal ini memperlihatkan bahwa informasi yang disajikan oleh tayangan ON THE SPOT dapat menarik perhatian dari masyarakat luas di Indonesia.

Peranan media terutama televisi sangat besar, media sebagai alat komunikasi massa dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mahasiswa dalam memperoleh pengetahuan dan wawasan, terutama mahasiswa IAIN Sunan Ampel. IAIN Sunan Ampel merupakan salah satu institut agama islam tertua di Indonesia. Oleh karena itu, mahasiswa IAIN Sunan Ampel dianggap layak untuk memberikan tanggapan (respon) terhadap tayangan ON THE SPOT karena telah banyak memberikan kontribusi baik secara ilmiah ataupun non-ilmiah. Selain itu, mahasiswa dianggap sebagai salah satu khalayak yang aktif dalam pemilihan tayangan di televisi.

Mahasiswa cenderung akan mencari informasi yang dapat menambah wawasan dan pengetahuannya. Tayangan ON THE SPOT merupakan salah satu tayangan televisi yang bermanfaat dan dapat dijadikan alternatif untuk menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menyusun karya ilmiah dengan judul **“PENGARUH TAYANGAN ON THE SPOT TRANS7 TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA”**

B. RUMUSAN MASALAH

Dari konteks penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Tayangan ON THE SPOT TRANS7 Terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Sejauh mana tingkat pengaruh Tayangan ON THE SPOT TRANS7 Terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Tayangan ON THE SPOT TRANS7 Terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengaruh Tayangan ON THE SPOT TRANS7 Terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat atau nilai guna yang bisa diambil dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan tentang persepsi khususnya bagi penulis atau peneliti lainnya yang berkompeten dengan masalah ini. Dan dapat menambah wacana akademik tentang persepsi terhadap sebuah tayangan hiburan di televisi.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada siapa saja yang memiliki perhatian terhadap perkembangan tayangan edukasi televisi dalam negeri. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau masukan bagi TRANS7 mengenai pengaruh tayangan ON THE SPOT serta untuk menayangkan acara-acara televisi yang lebih berkualitas di masa yang akan datang.
- b. Sebagai bahan referensi dan pustaka bagi mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

E. KAJIAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Dari hasil kajian penelitian terdahulu maka peneliti menjadikan hasil penelitian tersebut sebagai referensi untuk mengkaji topik dalam penelitian ini, dan sebagai perbandingan dari penelitian yang telah peneliti lakukan.

Adapun kajian hasil penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa :

Tabel 1.1
Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

1	Nama	ROSYIDAH
	Judul	PERSEPSI MASYARAKAT KUPANG GUNUNG SURABAYA TERHADAP TAYANGAN “DAHSYAT” DI RCTI
	Jenis, Tahun, dan Metode Penelitian	Skripsi, 2011, Kualitatif,
	Hasil Temuan Penelitian	Motif masyarakat menonton program acara musik DAHSYAT di RCTI adalah untuk mencari referensi dan informasi mengenai musik dan lagu hits di Indonesia, motif untuk hiburan, motif karena menggemari presenter dan bintang tamunya dan motif untuk berinteraksi
	Tujuan Penelitian	Untuk memahami motif yang melatar belakangi masyarakat dalam menonton acara DAHSYAT dan untuk memahami dan mendeskripsikan masyarakat memanfaatkan acara DAHSYAT dalam perilaku sehari-hari.
	Perbedaan	Jika dalam penelitian sebelumnya telah menganalisis motif masyarakat dalam menonton suatu tayangan, maka penelitian ini menganalisis pengaruh yang timbul terhadap persepsi mahasiswa setelah menonton suatu tayangan.

F. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah penentuan suatu *construct* (hal-hal yang sulit diukur) sehingga menjadi variabel atau variabel-variabel yang dapat diukur. Penentuan variabel dalam suatu penelitian berkisar pada kedua variabel dibawah ini :

1. Variabel bebas (independent variabel), yang disebut juga variabel X, adalah variabel yang kedudukannya mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas (X) adalah program tayangan ON THE SPOT TRANS7. On The Spot adalah program informatif yang menayangkan berbagai hal unik yang terkadang tidak

terpikirkan oleh kita sebelumnya dengan disertai penjelasan ringan. Mengetahui berbagai informasi yang unik dari berbagai belahan dunia memang menjadi daya tarik tersendiri. Inilah yang disuguhkan oleh program On The Spot. Cuplikan-cuplikan hal terunik tersebut diurutkan dalam segmen 7 hal versi On The Spot. On The Spot ditayangkan setiap hari Senin sampai hari Jumat pukul 19:15 WIB dan setiap hari Sabtu pukul 19:45 WIB di Saluran Televisi TRANS7.

2. Variabel tergantung (dependent variabel), yang disebut juga variabel Y, variabel yang kedudukannya dipengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel tergantung (Y) adalah persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (sensory stimuli)².

G. KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

1. Kerangka Teori

Setiap hari kita tidak dapat terhindarkan dari siaran program televisi, tidak sedikit program televisi yang bisa menghibur sekaligus member informasi bagi pemirsanya. Ukuran bagus atau tidaknya suatu program televisi tergantung dari banyak atau tidaknya pemirsa yang menonton program tersebut, pemirsa membutuhkan suatu hiburan dan informasi dari

² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 50.

sebuah tayangan, jika program tersebut tidak menarik pemirsanya, maka tentu saja program tersebut tidak memiliki respon positif bagi pemirsanya.

Sebagaimana yang diketahui, bahwa kebutuhan manusia memiliki motif yang berbeda-beda. Maka, setiap orang memiliki latar belakang, pengalaman dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan tersebut tentunya berpengaruh pada pemilihan konsumsi terhadap sebuah media. Katz, blumler, Gurevitch mencoba merumuskan asumsi dasar dari teori ini, yaitu : Khalayak dianggap aktif, dimana penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan. Point kedua ialah, dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif yang mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak. Point ketiga, media massa harus bersaing dengan sumber – sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Dimana kebutuhannya ialah untuk memuaskan kebutuhan manusia, hal ini bergantung kepada khalayak yang bersangkutan. Point keempat, banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Point kelima adalah Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media secara spesifik.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemirsa menonton sebuah program tergantung kebutuhan. Beberapa motif kebutuhan yang menyebabkan khalayak menggunakan media menurut McQuail (dalam Miller, 2002:244) adalah information (kebutuhan akan informasi dari lingkungan sekitar), personal identity (kebutuhan untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan seseorang), integration and social interaction (dorongan untuk menggunakan media dalam rangka melanggengkan

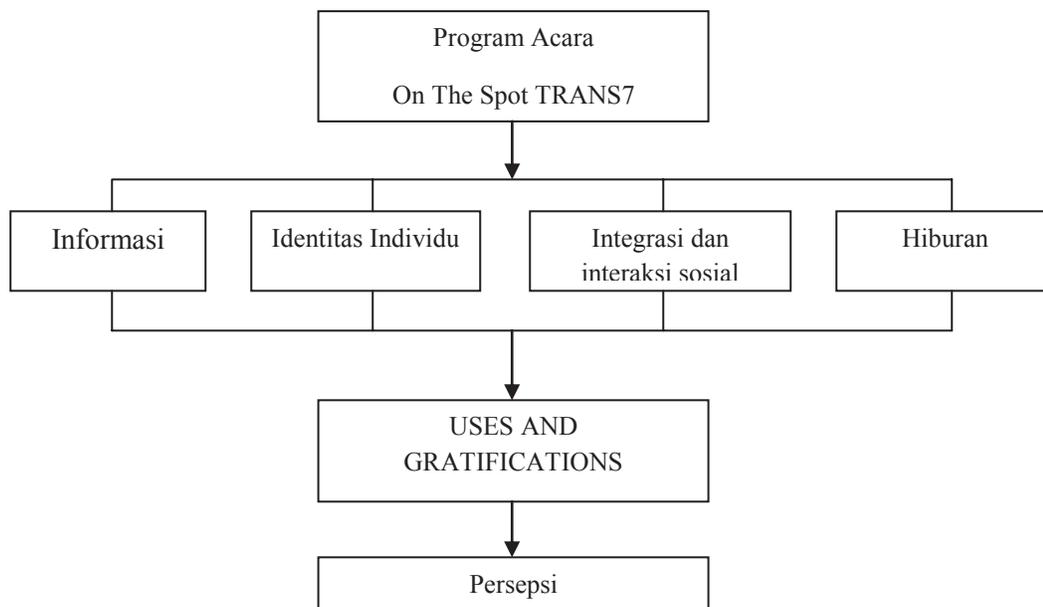
hubungan dengan individu lain) dan entertainment (kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan dan menghibur diri).

Maka, teori yang relevan mengenai penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*. Konsep dasar teori ini menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch adalah memeliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terapan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Dari teori-teori diatas, peneliti membuat kerangka pemikiran yang dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian sebagai berikut :

Bagan 1.1

Kerangka Teori



2. Hipotesis

Hipotesa adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang di pertanyakan.³ Dari pengertian menerangkan bawa hipotesa adalah dugaan yang mungkin salah atau benar, dia akan ditolak jika salah satu palsu dan akan diterima jika faktor-faktor membenarkan.⁴ Berdasarkan judul penelitian, hipotesa yang dapat penulis kemukakan adalah :

H_0 : Tidak adanya Pengaruh Tayangan On The Spot TRANS7 terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

H_a : Adanya Pengaruh Tayangan On The Spot TRANS7 terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

H. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menekankan analisisnya pada data-data numerical atau angka yang diolah dengan metode statistika serta dilakukan pada penelitian infrensial atau dalam rangka pengujian hipotesis, sehingga diperoleh signifikansi pengaruh antara variabel yang diteliti.⁵ Dalam hal ini peneliti mencoba mengukur data-data pada pengaruh tayangan On The Spot Trans7 terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

³ Sanapiah Faisal, *Penelitian Pendidikan*,(Surabaya: Usaha Nasional, 1982), hlm. 62.

⁴ Sutrisno Hadi, *Metode Research*,(Yogyakarta: Andi Ofset, 1991), hlm. 63.

⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 5.

Adapun jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok.⁶ Penelitian survey dapat digunakan untuk banyak tujuan. Dalam penelitian kali ini, penelitian survey dilakukan menggunakan metode eksplanatory (penjelasan), yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah responden penelitian yang memberikan jawaban melalui angket. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya 2012/2013.
- b. Objek penelitian adalah aspek keilmuan komunikasi yang menjadi kajian penelitian. Objek penelitian ini tentang persepsi dalam hal ini terhadap Tayangan On The Spot TRANS7.
- c. Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berlokasi di jl. Ahmad Yani No. 117.

⁶ Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1991), hlm. 3.

3. Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel tahun ajaran semester genap 2012/2013 yaitu Mahasiswa Semester 2, 4, 6, 8 yang berjumlah 2.198 orang. Semester 2, 4, 6, 8 dipilih karena dipandang masih aktif melakukan kegiatan di kampus, dan penelitian ini dilakukan ketika tahun ajaran semester genap.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili). Dengan jumlah populasi yang telah diketahui, maka peneliti menggunakan rumus Taro Yamane untuk menentukan jumlah sampel.⁹

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

⁷ Sugiyono, *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 115.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

⁹ Jallaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 82.

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

d : Presisi yang ditetapkan

Jika populasi sebanyak 2.198 orang dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{2.198}{2.198(0,1)^2 + 1} = 96 \text{ mahasiswa}$$

Populasi dalam penelitian ini mempunyai unsur yang heterogen, tersebar dalam beberapa strata atau sub populasi dimana jumlah subjek yang terdapat dalam setiap strata berbeda. Oleh karena itu peneliti menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* (pengambilan sampel *acak stratifikasi proporsional*) yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.¹⁰ Dari jumlah sampel yang sudah dihitung kemudian ditentukan jumlah masing-masing sampel menurut strata secara proposional dengan rumus.¹¹

$$n_i = \frac{N_i \cdot n}{N}$$

Keterangan

n_i : jumlah sampel tiap strata

n : jumlah sampel keseluruhan

N_i : jumlah populasi tiap strata

N : ukuran populasi

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 118.

¹¹ Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 25.

Strata yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Semester 2, 4, 6, 8 semua jurusan yang terdapat di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya. Adapun perincian jumlah sampel berdasarkan Semester 2, 4, 6, 8 yang terdapat di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penentuan Sampel Penelitian

No	Semester	Sub Populasi	Sampel
1	2	640	$\frac{640 \cdot 96}{2.198} = 28$
2	4	553	$\frac{553 \cdot 96}{2.198} = 24$
3	6	502	$\frac{502 \cdot 96}{2.198} = 22$
4	8	503	$\frac{503 \cdot 96}{2.198} = 22$
Jumlah		2.198	96

Sumber : Rektorat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2012

4. Variabel dan Indikator Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas(X) atau biasa disebut *Variabel Independen* dan variabel terikat(Y) atau biasa disebut *Variabel Dependen*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Program ON THE SPOT. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya. Adapun rincian indikator dari setiap variabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Variabel X

No.	Variabel	Indikator
1.	Program Tayangan ON THE SPOT TRANS7 (X)	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi Tayangan Program • Waktu Penayangan • Kemasan Program • Program hiburan

Tabel 1.4
Variabel Y

No.	Variabel	Indikator
1.	Persepsi Mahasiswa (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman tentang objek • Menyimpulkan informasi • Menafsirkan pesan

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Pengumpulan data primer

1) Angket

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, angket menggunakan pertanyaan tertutup. Peneliti telah menyediakan alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden tanpa kemungkinan memberikan jawaban lain.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹² Skala Likert didesain untuk menelaah

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 132.

seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral / ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).¹³ Peneliti membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan objek, lalu responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Skala Likert banyak digunakan dalam riset pemasaran yang menggunakan metode survei dan dapat dikategorikan sebagai skala interval.¹⁴

b. Pengumpulan data sekunder

1) Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya untuk mengetahui lebih jelas persepsi mahasiswa tersebut.

2) Studi dokumentasi

Pengumpulan data yang diperoleh dari arsip-arsip atau dokumen-dokumen yang dimiliki institut. Data tersebut berupa profil IAIN Sunan Ampel Surabaya dan jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya semester 2, 4, 6, 8 periode 2012 – 2013.

¹³ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm.32.

¹⁴ Riduwan, Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 79.

3) Studi kepustakaan

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara membaca dan mempelajari berbagai literatur, buku, jurnal, penelitian terdahulu, internet dan sumber bacaan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan masalah penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Analisis regresi linear sederhana dipergunakan jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai – nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu. Adapun rumus regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah¹⁵

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Persepsi mahasiswa

X = Program informatif

α = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus:

¹⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 184.

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Agar lebih mudah serta jelas untuk diikuti dan dipahami, maka dalam penyusunan laporan ini dilakukan penyusunan atas beberapa bab yang diantaranya terbagi menjadi beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I :

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi operasional, kerangka teori dan hipotesis, metode penelitian, sistematika pembahasan, dan jadwal penelitian.

BAB II :

KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini akan diuraikan secara detail tentang kajian pustaka dan kajian teori. Di dalamnya dijabarkan mengenai pengaruh, tayangan On The Spot, Persepsi, teori uses and gratifications.

BAB III :

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini akan diuraikan deskripsi subjek, objek, lokasi dan data penelitian. Subjek penelitian berisi tentang gambaran profil responden. Objek penelitian berisi tentang kajian ilmu yang akan dibahas. Lokasi penelitian menggambarkan tempat penelitian yang dilakukan. Sedangkan deskripsi data penelitian berisi tentang data diperoleh dari angket dengan format yang disesuaikan dengan rumus statistik.

BAB IV :

ANALISIS DATA

Pada bab ini berisikan tentang pengujian hipotesa dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V :

PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang simpulan dan rekomendasi yang diajukan oleh peneliti.

J. Jadwal Penelitian

Tabel 1.5

Jadwal Kegiatan Penelitian

NO.	Uraian Kegiatan Penelitian	Waktu Dalam 6 Bulan					
		I	II	III	IV	V	VI
1.	Pra Lapangan	X					
2.	Membuat Proposal		X				
3.	Pengumpulan Data			X	X		
4.	Analisis Data					X	
5.	Menulis Laporan						X