BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat perkembangan teknologi komunikasi, informasi, dan teknologi media massa (media cetak, media elektronik, dan multimedia) turut mengalami kemajuan yang berkembang dengan cukup pesat. Hal ini menjadikan semakin terdorongnya perkembangan di dunia program acara pertelevisian. Televisi sudah menjadi gaya hidup dan *trendsetter* bagi sebagian masyarakat Indonesia. TV tidak lagi dianggap sebagai barang mewah. Dengan hadirnya media TV di ruang tamu dengan beraneka ragam acaranya, masyarakat dapat mengetahui dan mendapatkan berbagai informasi secara tepat di wilayah lainnya. Bahkan pemirsa juga dapat memilih dan memilah program acara yang ditayangkan oleh stasiun – stasiun televisi sesuai seleranya.[1]

Televisi tidak dapat dipungkiri adalah merupakan sarana penyampaian informasi yang paling besar pengaruhnya dalam penyampaian suatu informasi yang ada. Perkembangan siaran televisi di Indonesia, didahului oleh kuatnya posisi tayangan televisi sebagai media hiburan. Karena tuntutan publik, terjadi reposisi siaran televisi di negeri ini, bukan hanya sebagai media hiburan tetapi juga media informasi, media pembentuk dan penyalur opini publik, media pendidikan dan media bisnis.

[1] Wawan kuswandi. *Komunikasi massa analisis interaktif budaya massa* (Jakarta : Rineka Cipta, 2008), hlm. 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Siaran TV juga mempunyai daya jangkau yang luas dan mampu menembus batasan wilayah geografis, sistem politik, sosial, dan budaya masyarakat pemirsa. Televisi memiliki potensi sebagai salah satu unsur yang bisa mempengaruhi sikap, pandangan, gaya hidup, orientasi, dan motivasi masyarakat.

Dengan berkembangnya dunia pertelevisian yang begitu pesat, hal itu berpengaruh dalam menciptakan dan membangun format acara yang mampu merebut perhatian khalayak. Begitu halnya dengan format acara *talk show*, saat ini program acara tersebut banyak diminati oleh khalayak. Oleh karena itu para praktisi *talk show* di Indonesia berusaha menampilkan sebuah acara *talk show* dengan mengangkat tema semenarik mungkin dan berusaha menampilkan isi rangkaian acara yang dikupas sedemikian rupa. Sehingga tidak menjadi acara *talk show* yang acaranya hanya berdiskusi atau wawancara saja, tetapi juga diisi dengan berbagai macam hiburan didalamnya.

Banyak program *talk show* yang mengandung format hiburan namun tetap tidak mengesampingkan materi pesannya melalui dialog, seperti diantaranya sekian banyak program acara serupa yang ada di televisi yaitu program acara *talk show* kick Andy yang ditayangkan di Metro TV. Acara tersebut pertama kali ditayangkan pada tanggal 1 Maret 2006 dan hingga di tahun ini masih tetap bertahan dengan format acara yang disuguhkan.

Program acara *talk show* ini memiliki tema yang berbeda tiap minggunya yang semuanya dapat dijadikan sebagai, inspirasi, motivator, sekaligus menghibur masyarakat indonesia. Kick Andy yang telah tayang di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metro TV sejak Tahun 2006 tidak pernah sepi dari penghargaan. Acara yang ditayangkan sekali seminggu setiap Jumat pukul 21.30 WIB dan Minggu pukul 15.30 itu selalu menampilkan tokoh-tokoh yang penuh *inspiratif.* Program yang mengusung *tagline* "menonton dengan hati", pernah menerima penghargaan dua kali dari Panasonic Award, Dompet Dhuafa, Kuntowijoyo Award, dan tiga kali berturut-turut menyandang predikat program televisi terbaik versi rating publik dari Yayasan Sains dan Estetika (SET), yang diketuai Garin Nugroho.[2] Dari berbagai macam gelar yang diberikan, sehingga membuat Kick Andy meraih penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (Muri). sebagai satu-satunya program televisi yang menghadirkan sisi humanisme, inspiratif, dan motivator disetiap episodenya.

Fenomena yang terjadi saat ini ternyata Kick Andy mampu membius antusias menonton Mahasiswa Fakultas Dakwah khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi. Sebagai motivasi dalam belajar dan beraktifitas untuk bersikap positif dan berfikir kreatif, seperti halnya dengan narasumber Kick Andy yang dihadirkan disetiap episodenya dengan tema yang berbeda.

Dari penjelasan tersebut asumsi peneliti berpendapat bahwa Kick Andy merupakan acara yang menggugah, bermanfaat dan dapat dijadikan alternatif sebagai motivasi untuk terus semangat dan selalu bersikap positif. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti "Korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

---

[2] www.kickandy.com (di akses pada : kamis, 22 september 2011 / 16.28 WIB)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah :

- Apakah ada korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Seberapa besar korelasi yang ditimbulkan antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah adalah :

- Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Untuk mengetahui seberapa besar korelasi yang ditimbulkan antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi berbagai pihak diantaranya :

1. Teoritis

Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perkembangan dan penerapan teori-teori tentang penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya pada kajian tentang korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya. Bagi fakultas Dakwah, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai refrensi untuk menambah teori tentang penelitian komunikasi dan sebagai wawasan keilmuan ilmu komunikasi.

2. Praktis

Sebagai syarat dalam menempuh strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dan menjadikan masukan dalam hal suguhan penyajian serta membantu pihak penyelenggara siaran televisi, agar dapat memproduksi program *talk show* dengan lebih baik lagi yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak sebagai hiburan dan informasi dan juga tidak mengesampingkan edukasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

					yaitu motif indentitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, motif informasi dan motif hiburan lebih tinggi daripada nilai *gratification sought* nya.		

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Jenis Karya	Tahun Pen.	Metode Penelitian	Hasil Temuan	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1.	Dian Eka Hp	Skripsi	2010	Kuantitatif Deskriptif	kebutuhan audien dapat terpenuhi setelah menonton *talkshow* Kick Andy di Metro TV.	untuk mengetahui motif mahasiswa Surabaya menonton *talk show* Kick Andy.	Terletak pada motif
2.	Wahyu Nurmayati	Skripsi	2003	Deskriptif	Perlu adanya peningkatan kualitas media dalam menyajikan sinetron sebagai sarana hiburan.	sejauh mana harapan khalayak terhadap media (GS) dan sejauh mana harapan tersebut dapat terpenuhi (GO).	Kesenjangan kepuasan khalayak.
3.	Stefanie Halim	Skripsi	2009	Metode Survey	pemirsa merasa terpuaskan karena *gratification obtained* pada empat indikator motif penelitian	Untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap tayangan *talk show* kick Andy.	Terletak pada tingkat kepuasan.

F. Definisi Operasional

Penjelasan konsep dalam penelitian ini diperlukan untuk menghindari kesesatan, perbedaan pengertian ataupun penafsiran mengenai variabel-variabel penelitian yang diketengahkan antara konsep peneliti dengan pembaca.

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah sejumlah gejala atau faktor atau unsur yang menentukan atau mempengaruhi ada atau munculnya gejala atau faktor unsur lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

(*Talk show* kick Andy Metro TV).

Talk show adalah merupakan sebuah acara yang berkonsep dialog serta wawancara langsung dengan yang bersangkutan. Kick Andy merupakan sebuah nama program *talk show,* yang dipandu oleh seorang jurnalis yaitu Andy F. Noya, yang dinilai sebagai program televisi yang inspirasitif, motivator, sekaligus menghibur masyarakat indonesia.

Metro TV adalah sebuah stasiun TV swasta Indonesia. Resmi mengudara sejak 25 November 2000 di Jakarta dan merupakan statiun TV berita pertama di Indonesia. Stasiun TV ini awalnya memiliki konsep agak berbeda dengan yang lain, sebab selain mengudara selama 24 jam setiap hari, stasiun TV ini hanya memusatkan acaranya pada siaran warta berita saja. Tetapi dalam perkembangannya, kemudian juga memasukkan unsur hiburan dalam program - programnya.[3]

[3] http://wikipedia.org (diakses pada : Kamis, 22 September 2011, 16.36 WIB).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah suatu variabel yang merupakan akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah :

(Motivasi Belajar).

Menurut Santrock, motivasi adalah proses yang memberi semangat, arah, dan kegigihan perilaku. Artinya, perilaku yang memiliki motivasi adalah perilaku yang penuh energi, terarah, dan bertahan lama.

Sejalan dengan pernyataan Santrock di atas, Brophy menyatakan bahwa motivasi belajar lebih mengutamakan respon kognitif, yaitu kecenderungan untuk mencapai aktivitas akademis yang bermakna dan bermanfaat serta mencoba untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas tersebut.[4]

3. Karakteristik Responden

merupakan ciri khas yang dimiliki oleh setiap individu yang berbeda satu dengan individu lain. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

G. Kerangka Teori dan Hipotesis

1. Komunikasi

Untuk memahami proses komunikasi dalam penelitian ini menggunakan teori yang diungkapkan oleh *Harold D. Laswell.* Bahwa

[4] http://adesanjaya.blogspot.com//motivasi-belajar-siswa.html.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab lima pertanyaan sederhana sebagai berikut :

- *Who* : Sumber (komunikator)
- *Says What* : Pesan yangdisampaikan.
- *In which channe* : Media yang digunakan
- *To Whom* : Komunikasi atau khalayak sasaran
- *With what effect* : Perubahan yang terjadi sebagai akibat dari pesan yang diterima seseorang berupa perubahan sikap dan tingkah laku.[5]

2. Komunikasi Massa.

Komunikasi massa merupakan salah satu tingkatan proses komunikasi. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat secara luas. Komunikasi massa dilakukan langsung melalui media massa seperti radio, majalah, surat kabar, dan TV. Sifat isi pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa menyangkut kepentingan orang banyak, tidak bersifat pribadi.

Komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan - pesan secara luas, dan secara terus- menerus menciptakan makna - makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda - beda dengan melalui berbagai cara.[6]

---

[5] Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya 2001), hlm. 147.

[6] De Fluer & Dennis. *Understanding Mass Comunication,* Houghton Miff Company, Amerika : 1985.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ciri komunikasi massa ditentukan oleh sifat unsur-unsur yang dicakupnya, yakni sifat komunikator dan sifat efek. Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut menurut Alexis S Tan adalah :

- *To inform* (memberi informasi)
- *To educate* (mendidik)
- *To persuade* (mempersuasi)
- *To entertain* (menghibur)

Sebagaimana diketahui komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa Jadi membahas komunikasi massa tidak akan lepas dari media massa sebagai media utama dalam proses komunikasi massa itu sendiri.

3. Televisi Sebagai Media Massa.

Untuk menyampaikan informasi diperlukan medium dalam penyampainnya. Hal itu dapat dilakukan oleh media massa yang menjangkau khalayak yang berada di berbeda tempat. Media massa sendiri berupa koran, majalah, radio dan televisi.[7] Menurut Effendy yang dimaksud dengan televisi adalah televisi siaran yang merupakan media dan jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesanya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya bersifat heterogen.

---

[7] Deddy Iskandar Muda. *Jurnalistik Televisi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peranan televisi juga sangat besar dalam membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum. termasuk pendapat umum untuk menyukai produk - produk industri tertentu, disebabkan program siaran yang disajikan semakin lama semakin menarik, meskipun memerlukan biaya yang tinggi. sehingga tidak mengherankan kalau khalayak penonton, betah duduk berlama-lama di depan pesawat televisi.

4. Teori S-O-R

S-O-R adalah singkatan dan *Stimulus - Organism - Response.* Menurut teori ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Maksudnya adalah keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula.

Unsur – unsur dalam model ini adalah :[8]

- Pesan (Stimulus, S)
- Komunikan (Organism, O)
- Efek (Response, R)

Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya sikap manusia, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

- Perhatian
- Pengertian
- Penerimaan

[8] Onong Uchjana Effendy. *Ilmu teori dan filsafat komunikasi* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 254.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teori *Uses and Gratifications*

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *Uses and Gratifications*. Model *Uses and Gratifications* untuk pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati.

Jika dalam penelitian mengenai efek komunikasi massa sebelumnya berbicara mengenai apa yang dilakukan media terhadap *audience,* maka dalam pendekatan ini akan berbicara mengenai apa yang dilakukan orang terhadap media. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*use*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Dalam hala ini, sebagian perilaku *audience* akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*need*) dan kepentingan (*interests*) individu.[9]

Konsep dasar model ini diringkas oleh para pendirinya Katz, Blumer, dan Gurevitch. Dengan model ini yang diteliti ialah (1) sumber sosial dan psikologis dari (2) kebutuhan, yang melahirkan (3) harapan-harapan dari (4) media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan (5) perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam media lain), dan menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki.

[9] S. Djuarsa Sendjaja. *Teori komunikasi* (Universitas terbuka, 1994), hlm. 211.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*).

Teori ini ditampilkan oleh Albert Bandura yang mengkaji proses belajar melalui media massa sebagai tandingan terhadap proses belajar tradisional.[10] Albert Bandura menyatakan bahwa *Social Learning Theory* mengganggap media massa sebagai agen sosialisasi yang utama disamping keluarga, pengajar dan sahabat karib. Dalam belajar sosial dibagi menjadi 4 langkah :

- Perhatian (*attention*) kepada suatu peristiwa.
- Proses retensi (*retentional proces*), peristiwa yang menarik dimasukkan dalam benak sehingga menjadi ingatan (*memory*).
- Proses reproduksi motor (*motor reproduction process*), hasil ingatan menjadi bentuk perilaku.
- Proses motivisional (*motivasional process*), perilaku akan berwujud apabila terdapat nilai peneguhan.

HIPOTESIS

Ha = Terdapat korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2010 dan 2011.

Ho = Tidak terdapat korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2010 dan 2011.

[10] Onong. *Ilmu teori dan filsafat komunikasi..... hlm.* 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode korelasional. Metode korelasional bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variabel lain.[11] Dalam penelitian ini adalah Korelasi antara *talk show* Kick Andy Metro TV dengan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2010 dan 2011. Metode ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan diantara variabel - variabel tersebut.

2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2010 dan 2011, yang menonton *talk show* Kick Andy Metro TV. Dipilihnya mahasiswa sebagai subjek dari penelitian ini dikarenakan peserta di acara *off air* Kick Andy lebih banyak didominasi oleh para mahasiswa, karena dianggap mempunyai intelektual dan pemikiran lebih wajar, bijak dan moderen dalam menanggapi suatu permasalahan.

Objek Penelitian ini hanya dibatasi pada program acara *talk show* Kick Andy yang ditayangkan di Metro TV setiap hari jum'at Pukul 21.30 – 23.00 WIB. Dan pada tayangan ulangnya pada hari minggu pukul 14.30 – 16.00 WIB.

---

[11] Jalaluddin Rakhmat. *Metode penelitian komunikasi : dilengkapi contoh analisis statistik* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya. Lokasi penelitian terletak di JL. Jendral. A. Yani. No. 117. Surabaya.

3. Teknik Sampling

Menurut Y. Slamet yang dimaksud dengan populasi adalah kumpulan unsur - unsur survey yang memilki spesifikasi tertentu.[12] Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2010 dan 2011 yang berjumlah 241 orang, dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 dan 2011.

Tahun Angkatan	Jumlah
2010	115
2011	126
Total	**241**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini besar sampel diukur dengan rumus yang diberikan oleh Taro Yamane:[13]

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

$$= \frac{241}{241(0,1)^2+1} = 71 \text{ Orang}$$

[12] Y. Slamet, M.Sc. *Teknik Pengambilan Sampel, Untuk Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Surakarta : PT. Pabelan, 2001), hlm. 2.

[13] Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung : Remadja Rosda Karya, 2001), hlm. 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

d = Presisi (10%)

1 = Angka konstan

4. Variabel dan Indikator Penelitian.

Tabel 1.2
Variabel Operasional

Variabel Teoritis	Indikator Variabel
1. Variabel Bebas (X) *Talk Show* kick Andy Metro TV	a. Tingkat perhatian terhadap Kick Andy. b. Frekuensi menonton Kick Andy. c. Curahan waktu menonton Kick Andy.
2. Variabel Terikat (Y) Motivasi Belajar	a. Ulet (tidak mudah putus asa) b. Berfikir kreatif c. Percaya diri
3. Karakteristik Responden	a. Jenis kelamin b. Angkatan atau semester

Variabel operasional merupakan penjabaran lebih lanjut tentang konsep yang telah dikelompokkan dalam kerangka konsep. Definisi operasional adalah suatu petunjuk pelaksanaan mengenai cara-cara untuk mengukur variabel – variabel. Definisi operasional juga merupakan suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi alamiah yang amat membantu peneliti lain yang akan menggunakan variabel yang sama.[14]

1. Variabel Bebas (X). Kick Andy Metro TV, meliputi :

Indikator variabel bebas dalam penelitian ini dilihat dari penggunaan media. Menurut Jalaluddin, penggunaan media adalah jumlah waktu yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu dan konsumen media dan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.[15] Dalam penelitian ini meliputi :

a. Tingkat Perhatian Terhadap Kick Andy, meliputi :
   - Sebelum menonton : Digambarkan dengan aktivitas pencarian informasi Kick Andy oleh responden dan setelah mendapat informasi apakah responden sengaja meluangkan waktu untuk menontonnya atau tidak.
   - Selama menonton : Menunjuk pada aktivitas responden saat menonton acara Kick Andy.
   - Setelah menonton : Menunjuk pada aktivitas khalayak setelah menonton Kick Andy, apakah responden memperbincangkannya dengan orang lain dalam interaksi sosialnya.
b. Frekuensi, yaitu tingkat keseringan responden dalam menonton Kick Andy dalam satu bulan, dikategorikan menjadi empat tingkatan, yaitu:
   - Sangat tinggi : jika menonton 4 kali atau lebih dalam sebulan

[14] Singarimbun Masri, dan Sofyan Effendy. *Metode penelitian survey* (Jakarta : LP3ES. 2006), hlm. 46.

[15] Jalaluddin Rakhmat. *Metode penelitian komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya. 2005), hlm. 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Tinggi : jika responden menonton 3 kali dalam sebulan
- Rendah : jika responden menonton 2 kali dalam sebulan
- Sangat rendah : jika responden menonton 1 kali dalam sebulan

c. Curahan Waktu, adalah waktu rata-rata yang diberikan responden dalam sekali menonton Kick Andy, yang dinyatakan dalam satuan menit. Dalam hal ini dikategorikan menjadi empat tingkatan, yaitu :

- Sangat tinggi : jika responden mencurahkan waktu selama 46-90 menit sekali menonton.
- Tinggi : jika responden mencurahkan waktu selama 31-45 menit sekali menonton.
- Rendah : jika responden mencurahkan waktu selama 16-30 menit sekali menonton
- Sangat rendah : jika responden mencurahkan waktu selama 1-15 menit sekali menonton

2. Variabel Terikat (Y). Motivasi Belajar, menurut Sardiman indikator motivasi belajar yaitu terdiri dari :[16]

a. Ulet (tidak mudah putus asa), setelah menonton kick Andy mahasiswa memiliki sifat positif dalam jiwanya yang begitu tangguh dan kuat dalam menghadapai masalah belajar.

b. Berfikir kreatif, mahasiswa mampu berfikir kreatif dengan mencerminkan kelancaran, keluwesan (*fleksibilitas*), dan originalitas dalam berfikir, serta kemampuan untuk

[16] A.M, Sardiman. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta : Rajawali Press. 2000), hlm. 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan, memperkaya memperinci suatu gagasan dalam belajar, setelah menonton *talk show* kick Andy.

c. Percaya diri, mahasiswa mempunyai kepercayaan akan kemampuan yang dimilikinya, serta dapat memanfaatkannya secara tepat untuk mewujudkan cita – citanya.

3. Karakteristik Responden, terdiri dari :

a. Jenis kelamin : Jenis kelamin mahasiswa (pria / wanita)

b. Angkatan : Tahun masuk mahasiswa, yaitu (2010 & 2011)

5. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner yaitu dengan menyebarkan angket langsung kepada responden, yang disebut dengan data primer. Selanjutnya adalah teknik observasi dengan pengamatan langsung di lokasi penelitian, dan kepustakaan melalui literatur, catatan dan artikel-artikel yang relevan sebagai data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer.

6. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis kedalam beberapa bentuk penyajian yaitu :

Analisis Tabel Tunggal

Merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel kedalarn kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan Iangkah awal dalam menganalisa data yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdiri dan kolom, sejurnlah frekuensi dan presentase untuk setiap kategori.[17]

Analisa Tabel Silang

Merupakan salah satu tekhnik yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui apakah variabel yang satu memiliki hubungan dengan variabel yang lainnya. Sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut bersifat positif atau negatif.[18]

Uji Hipotesis

Yaitu pengujian data statistik untuk mengetahui data hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis yang digunakan adalah Korelasi Spearman (*Spearman Correlations*) dimana data dan veriabel yang diteliti harus ditetapkan peringkatnya (diranking), dengan rumus :[19]

$$Rho\ 1 - \frac{6 - \sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

I. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam skripsi ini dibagi menjadi 5 bab, dimana masing – masing bab tersusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum penelitian yang didalamnya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dalam penelitian.

---

[17] Singarimbun Masri, dan Sofyan Effendy. *Metode penelitian survey* (Jakarta : LP3ES. 2006), hlm. 266.

[18] *Ibid.* Singarimbun, hlm. 273.

[19] Abdul Muhid. *Analisis statistik SPSS for Windows* (Surabaya : Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel Surabaya. 2010), hlm. 216.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II : KAJIAN TEORITIS.

Pada bab ini berisi tentang teori yang dihasilkan untuk membahas keterkaitan antara judul penelitian dan teori yang digunakan.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Pada bab ini berisikan tentang teknik – teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penulisan penelitian. Berisi tentang gambaran umum subyek, obyek dan lokasi penelitian . Dan deskripsi data - data yang diperoleh dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA.

Pengujian Hipotesis dan pembahasan hasil penelitian

BAB V : PENUTUP.

Rangkuman dari keseluruhan fokus penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id