

PENGARUH TERPAAN TAYANGAN TELEVISI TERHADAP SIKAP PENGGUNA PESAWAT TERBANG DI BANDARA JUANDA SURABAYA (Studi Pasca Kejadian Jatuhnya Pesawat Domestik Di Televisi Lima Tahun Terakhir)

THE INFLUENCE OF TELEVISION EXPOSURE ON USER ATTITUDES AIRCRAFT AT THE JUANDA AIRPORT IN SURABAYA (Study After Incident Of Domestic Plane Crash On Television Last Five Years)

Ary Setyawan¹, Reni Nuraeni, S.Sos., M.Si², Agus Aprianti, S.I.Kom., M.I.Kom³

¹Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

²Dosen Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

³Dosen Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ary.setyawann@gmail.com, ²rezn_ns@yahoo.com, ³agusaprianti@gmail.com

ABSTRAK

Pesawat terbang merupakan moda transportasi yang cocok untuk negara Indonesia. Indonesia sendiri memiliki ribuan pulau dan banyak pegunungan yang tersebar dari Sabang sampai Marauke. Dengan pesawat masyarakat Indonesia bisa menghemat waktu tenaga serta biaya yang dikeluarkan. Tetapi seiring dengan banyaknya minat masyarakat akan pesawat terbang tidak diiringi dengan tingkat keselamatan pesawat terbang. Lima tahun terakhir (2010-2015) terdapat tujuh kecelakaan pesawat. Hal tersebut tentu banyak media yang meliput kejadian tersebut khususnya media massa televisi. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh terpaan tayangan televisi mengenai jatuhnya pesawat terhadap sikap para pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya. Metode yang dipakai dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif kausal. Hasilnya yaitu terdapat pengaruh antara terpaan tayangan televisi dengan sikap yaitu sebesar 43,9%.

Kata Kunci: Terpaan Tayangan Televisi, Sikap, Pesawat Terbang

ABSTRACT

An airplane is the type of transportation suitable for Indonesia. Indonesia has thousands of islands and many mountains that spread from Sabang to Marauke. By plane Indonesian society can save time, effort and costs. But along with the number of aircraft the public interest would not be accompanied by the level of aircraft safety. The last five years (2010-2015) there were seven the plane crash. It was a lot of media who covered the incident of mass media, especially television. The purpose of this research to identify influence of television exposure on crash against the attitude of the aircraft at Juanda Airport in Surabaya. The method is used by using quantitative descriptive causal. The result is there is influence between exposure to television with an attitude that is 43,9%.

Keyword: Exposure to Impressions Television, Attitude, Aircraft.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu negara padat penduduk di dunia. Indonesia menempati posisi ke empat negara padat penduduk dengan jumlah 248,8 juta penduduk yang tersebar di berbagai pelosok di Indonesia (www.bps.go.id). Indonesia sendiri memiliki kontur yang terdiri dari gugusan pulau-pulau kecil, besar dan banyak pegunungan, oleh karena itu untuk menghubungkan dan membantu peningkatan pembangunan ekonomi di tiga puluh tiga propinsi yang ada di Indonesia tersebut, diperlukan sarana angkutan yang memadai, baik moda darat, laut maupun udara.

Ketiga moda transportasi tersebut harus dikembangkan untuk kepentingan dan kemakmuran seluruh rakyat Indonesia. Namun untuk menjangkau seluruh wilayah Indonesia yang memiliki kontur yang terdiri dari gugusan pulau-pulau kecil, besar dan banyak pegunungan, jenis alat transportasi yang sangat cocok untuk memenuhi mobilitas warga Negaranya yaitu dengan menggunakan moda transportasi udara atau pesawat terbang.

Sayangnya, banyaknya nama maskapai di Indonesia tidak di iringi dengan tingkat keselamatan penerbangan. Indonesia sendiri menempati 10 besar kecelakaan pesawat terbanyak di dunia. Berdasarkan data yang dimiliki oleh *Aviation Safety Network* yang merangkum kecelakaan pesawat sejak 1945, Indonesia ada di posisi ke sepuluh dengan jumlah kecelakaan yaitu sebanyak 94 kali dengan korban meninggal sekitar 1.908 orang (aviation-safety.net). Rentetan kejadian jatuhnya pesawat terbang di Indonesia tentunya membuat banyak media yang mengabarkan kabar terbaru seputar kejadian tersebut. Kebutuhan masyarakat akan sebuah informasi yang cepat dimanfaatkan betul oleh para pemilik media massa dalam menyampaikan informasi, edukasi, hiburan, dan ilmu pengetahuan kepada para khalayak luas. Untuk mencukupi kebutuhan khalayak tersebut, media massa aktif dalam memproduksi informasi yang cepat, hangat dan orisinal mengenai berbagai kejadian atau seputar informasi yang menarik bagi khalayak luas. Sebagaimana dikemukakan Marshall McLuhan di buku Ardianto komunikasi massa suatu pengantar, kita sekarang hidup dalam desa dunia (*global village*), karena media massa *modern* memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir setiap pelosok dunia (Ardianto, 2009: 2).

Terpaan pemberitaan jatuhnya pesawat terbang dari media masa televisi tentunya menimbulkan efek pada penonton televisi. Efek komunikasi massa itu sendiri merupakan setiap perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan perilaku nyata (Wiryanto, 2006: 39). Terpaan tayangan atas pemberitaan jatuhnya pesawat akan memberikan stimuli dalam bentuk sikap para pemirsa yang menyaksikan kejadian. Pada penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti sikap penonton televisi yang pernah melihat pemberitaan seputar pesawat jatuh di Indonesia.

Pada penelitian ini penulis menguji teori kultivasi yang di ciptakan oleh George Gerbner. Istilah kultivasi pertama kali dikemukakan pada tahun 1969 yang berasal dari kata kerja *to cultivate* yang berarti menanam. Teori kultivasi itu sendiri yaitu media massa menanamkan sikap dan nilai-nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Nurudin, 2007: 169).

Pengunjung Bandara Juanda Surabaya menjadi objek pada penelitian ini. Bandara Juanda itu sendiri merupakan bandara besar berkelas internasional yang memiliki arus lalu lintas udara yang cukup padat. Tapi sayang, laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Jatim pada awal tahun 2015 tepatnya di bulan Februari terjadi penurunan pengguna pesawat yaitu 15% dari bulan Januari khususnya pada turis yang berkunjung ke bandara Juanda Surabaya (kabar24.bisnis.com). Selain itu juga, pemilihan pada objek penelitian ini dilandasi karena kasus kecelakaan pesawat terakhir di akhir tahun 2014 yang berangkat dari Bandara Juanda Surabaya. Kepala BPS Jatim Sairi Hisbullah memperkirakan turunnya pamor bandara Juanda di sebabkan karena efek traumatis kecelakaan AirAsia QZ8501 yang disiarkan oleh media di pengunjung tahun 2014 lalu. Seperti banyak jurnal internasional menyebutkan media televisi memang cukup berperan penting dalam perubahan sikap para penontonnya dalam mengambil sikap setelah melihat pemberitaan pesawat jatuh. Selain itu juga di berbagai jurnal internasional, efek media mengenai kecelakaan pesawat mempengaruhi sektor industri pesawat yang berimbas pada penurunan keuangan beberapa industri pesawat terbang.

Sesuai paparan di atas, dengan melihat efek pada media massa televisi mengenai kecelakaan pesawat yang berimbas pada penurunan pengguna pesawat, apakah hal tersebut juga menjadikan faktor perubahan sikap pengguna pesawat di bandara Juanda Surabaya atau tidak, dengan judul penelitian **“Pengaruh Terpaan Tayangan Televisi Mengenai Pemberitaan Jatuhnya Pesawat Terhadap Sikap Pengguna Jasa Transportasi Udara Pesawat Terbang Di Bandara Juanda Surabaya (Study Pasca Pemberitaan Jatuhnya Pesawat Domestik Di Televisi Lima Tahun Terakhir)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh terpaan tayangan televisi mengenai jatuhnya pesawat terhadap sikap pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan tayangan televisi mengenai pemberitaan pesawat jatuh terhadap sikap pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya.

2. Dasar Teori dan Metode Penelitian

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Komunikasi Massa

Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca. Media massa dalam komunikasi massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah tabloid), buku dan film (Nurudin, 2007: 4-5).

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003: 188) dalam buku komunikasi massa suatu pengantar (Ardianto, 2009: 3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Jadi pada penelitian ini, media yang di maksud adalah televisi yang menyebarkan informasi kepada khalayak yang memberitakan berita seputar kejadian pesawat terbang yang jatuh.

2.1.2 Media Massa

Media massa (*mass media*) merupakan berbagai macam media atau wahana komunikasi massa seperti pers (secara sempit diartikan sebagai surat kabar, sedangkan secara luas sebagai media pemberitahuan), media cetak pada umumnya (majalah dan jurnal), dan berbagai media elektronik seperti radio, bioskop dan televisi yang mampu menjangkau masyarakat luas (Jefkins, 2004:420) dalam buku pengantar ilmu *broadcasting* dan *cynnematography* (Lamintang, 2013: 21). Karakteristik media massa ialah sebagai berikut :

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antar pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi dan umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya.

Bersifat terbuka, artinya pesan dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa (Cangra, 2008: 126-127).

2.1.3 Kelebihan Televisi

Sebagai media massa yang tumbuh belakangan, dan merupakan konvergensi dari media radio, surat kabar, industri musik, pertunjukan panggung, dan sebagainya, televisi memiliki kekuatan yang sangat besar dibandingkan jedis media massa lainnya. Kemampuan televisi mendominasi media lain karena media ini mempunyai sejumlah kelebihan, antara lain sebagai berikut:

1. Bersifat Dengar-Pandang

Tidak seperti halnya media radio yang hanya bisa dinikmati melalui indera dengar, media tv bisa dinikmati pula secara visual melalui indera pengelihatan. Faktor melihat itu menjadi sangat penting, karena seperti dikatakan oleh Confisius, “saya mendengar maka saya lupa; saya melihat maka saya ingat”, dan saya melakukan maka saya paham”. Dengan melihat sendiri, seseorang merasa terlibat secara langsung dalam suatu peristiwa sehingga memiliki kekuatan sugestif yang tinggi.

2. Menghadirkan Realitas Sosial

Televisi memiliki kemampuan menghadirkan realitas sosial seolah-olah seperti aslinya, atau dalam istilah Piliang sebagai hiperealitas. Kemampuan teknogogi kamera dalam merekam realitas sebagaimana aslinya, menjadikan tayangan televisi memiliki pengaruh sangat kuat pada diri khalayak.

3. *Simultaneous*

Media televisi adalah kemampuan menyampaikan segala sesuatu secara serempak sehingga mampu menyampaikan segala sesuatu secara serempak sehingga mampu menyampaikan informasi kepada banyak orang yang tersebar di berbagai tempat dalam waktu yang sangat persis.

4. Memberi Rasa Intim/ Kedekatan

Tayangan program tv secara umum disajikan dengan pendekatan yang persuasif terhadap khalayaknya. Dengan menggunakan sapaan yang memberi kesan dekat, tidak berjarak, bahasa tutur sehari-hari, *geture* yang wajar menciptakan suasana intim antara presenter program dengan khalayak.

5. Menghibur

Meskipun secara konseptual fungsi tv sama dengan media massa lainnya, yaitu informatif, edukatif, dan menghibur, namun fungsi terbesar dari media televisi adalah menghibur. Berbagai studi menunjukkan bahwa motif utama orang menonton televisi adalah mencari hiburan, setelah itu mencari informasi, dan paling akhir adalah mencari pengetahuan/ pendidikan (Badjuri, 2010: 14-16).

2.1.4 Terpaan Tayangan Televisi

Terpaan tayangan diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan, jenis isi media serta hubungan antara khalayak dengan media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan (Rakhmat, 2001: 66).

Terpaan media (*media exposure*) diukur dengan seberapa banyak waktu (berapa jam) dalam setiap harinya dihabiskan untuk menonton tayangan tersebut. Untuk masing-masing dari tiga aspek terpaan media (media televisi, media radio, media surat kabar) ini dibuatkan kategori, tingkat terpaan tergolong tinggi dan rendah. Dalam hal ini terpaan tayangan melalui media televisi, tergolong tinggi apabila lebih dari tiga jam sehari dalam menonton televisi, dan rendah apabila tiga jam atau kurang setiap harinya.

Penelitian terpaan tayangan media televisi yakni penelitian yang berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan maupun durasi penggunaan. Penulis merumuskan turunan variabel tayangan, yaitu :

1. Intensitas Tayangan

Intensitas tayangan, yaitu jumlah keseluruhan waktu yang digunakan oleh khalayak dalam program acara di media massa. Dalam intensitas terdapat frekuensi dan durasi (Ardianto, 2007: 168). Dari pengertian tersebut maka penulis menurunkan subvariabel menjadi dua indikator yaitu:

- a. Frekuensi Menonton Tayangan
Frekuensi yaitu seberapa sering khalayak menonton suatu program televisi (berapa kali dalam seminggu) atau seberapa sering khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap bulannya.
- b. Durasi Menonton Tayangan
Durasi yaitu berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap penayangannya.

2. Isi Pesan Tayangan

Isi pesan adalah suatu komponen proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa atau lambang lainnya disampaikan kepada orang lain. Isi pesan menurut DR. Sasa Djuasa Sendjaya didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur cerita, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh (narasumber) dan tema aktual dan kontekstual (Kuswandi, 2008: 121). Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti merumuskan indikator isi pesan yaitu :

- a. Struktur Pesan (*Message Structure*)
Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Struktur pesan terfokus pada tiga topik, yaitu (Tan, 1981: 135-136):
- b. Gaya Pesan (*Message Style*)
Gaya pesan adalah mengolah bahasa demi terciptanya gaya dalam upaya menjelaskan isi pesan demi tercapainya efektivitas komunikasi (Tan, 1981: 135). Gaya pesan dimaksudkan agar pesan yang disampaikan komunikator dapat dipahami oleh komunikan. Jika pesan yang disampaikan tersebut tidak dapat dipahami oleh komunikan maka komunikator dapat mengulang materi atau pesannya sampai komunikan mengerti dan memahami pesan yang disampaikan komunikator tersebut. Dan dengan adanya karakteristik pesan serta sumber evaluasi pesan maka komunikator dalam menyampaikan pesannya lebih terarah. Sehingga komunikasi tatap muka yang berlangsung lebih efektif. Namun komunikator juga harus menggunakan daya tarik pesannya agar komunikan dapat mengikuti kehendak komunikator.
- c. Daya Tarik pesan (*Message Appeals*)
Daya tarik pesan yaitu meyakinkan khalayak melalui pendekatan rasional dengan memberi bukti empiris dan logika atau pendekatan emosional untuk menarik emosi atau perasaan khalayak dalam suasana menyenangkan. Daya tarik pesan mengacu ada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (*rational and emotional appeals*).

2.1.4 Sikap

LaPiere mendefinisikan sikap sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respon terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan. Sedangkan Secord & Beckam mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya (Azwar, 2010: 5). Struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang, yaitu kognitif, afektif dan konatif (Azwar, 2010: 24-27):

a. Komponen Kognitif

Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Kepercayaan datang dari apa yang telah kita lihat atau apa yang telah diketahui. Berdasarkan apa yang telah kita lihat itu kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek. Sekali kepercayaan itu telah terbantuk, maka ia akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari objek tertentu. Pengalaman pribadi yang digeneralisasikan ini lalu membentuk stereotip. Apabila stereotip ini sudah berakar sejak lama, maka orang kemudian akan mempunyai sikap yang lebih didasarkan pada prediakt yang diletakkan oleh pola stereotipnya dan bukan didasarkan pada objek sikap tertentu. Sikap yang didasari pola stereotip semacam ini biasanya sangat sulit untuk menerima perubahan.

b. Komponen Afektif

Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Pada umumnya, reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi objek termaksud.

c. Komponen Konatif

Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Maksudnya, bagaimana orang berperilaku dalam situasi tertentu dan terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh bagaimana kepercayaan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut. Kecenderungan berperilaku secara konsisten, selaras dengan kepercayaan dan perasaan ini membentuk sikap individual. Karena itu, adalah logis untuk mengharapakan bahwa sikap seseorang akan dicerminkan dalam bentuk tendensi perilaku terhadap objek.

2.1.4 Teori Kultivasi

Penulis meneliti mengenai dampak apa yang terjadi setelah melihat tayangan televisi mengenai jatuhnya pesawat terbang di Indonesia terhadap sikap (kognitif, afektif dan konatif) yang dilakukan oleh para pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya, dengan penelitian tersebut, penulis memilih teori Kultivasi untuk menjadi acuan dalam melakukan penelitian. Dikutip dari buku komunikasi massa suatu pengantar (Ardianto et. al, 2007: 66-67), teori kultivasi media, khususnya televisi merupakan sarana utama untuk belajar tentang masyarakat dan kultur kita. Melalui kontak dengan televisi (dan media lain), kita belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaannya. Teori kultivasi berpendapat bahwa pecandu berat televisi membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan. Pernyataan tersebut di dukung oleh Williams yang mengomentari penelitian yang sama, bahwa orang yang merupakan pecandu berat televisi seringkali mempunyai sikap stereotip terhadap suatu hal yang dilihat dari televisi.

Para peneliti kultivasi menunjukkan bahwa perbedaan-perbedaan antara pemirsa penonton berat dengan pemirsa penonton ringan muncul bahkan pada sejumlah variabel penting, termasuk usia, pendidikan, membaca berita, dan jenis kelamin (Severin dan Tankard, 2009: 321). Artinya, ada faktor-faktor lain diluar tingkat keseringan menonton televisi yang mempengaruhi persepsi kita tentang dunia serta kesiapan kita untuk menerima gambaran dunia televisi sebagai dunia yang sebenarnya. Mereka yang cenderung penonton berat televisi akan memiliki pemikiran orientasi atau prespektif yang sama satu sama lain. Dan cara yang kedua yaitu resonansi, yaitu ketika apa yang disajikan oleh televisi sama dengan realitas aktual sehari-hari. Jadi, apa yang terjadi di masyarakat pada masa itu ikut di beritakan juga oleh media televisi. Menurut Gerbner, kondisi ini memberikan dosis ganda (Morison, 2013: 525).

Gerbner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai-nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Nurudin, 2007: 169).

Teori kultivasi menjadi acuan penulis sebagai landasan utama dalam melakukan penelitian. Teori Kultivasi seperti yang di katakan Gerbner salah satunya yaitu mereka yang sudah kehilangan kepercayaan akibat dampak dari menonton pemberitaan di televisi. Dalam penelitian ini penulis meneliti mengenai terpaan tayangan televisi mengenai pemberitaan pesawat jatuh di Indonesia selama rentan waktu lima tahun terakhir, apakah berdampak pada sikap para pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya atau tidak yang berdampak pada beralihnya ke jasa transportasi lainnya seperti darat dan laut. Teori ini menekankan bahwa dampak dari menonton televisi yang lama dapat mengakibatkan perilaku percaya atas apa yang penonton lihat di televisi, maka dari itu penulis ingin menguji teori tersebut apakah terpaan tayangan televisi mengenai jatuhnya pesawat terbang yang ada di Indonesia selama lima tahun terakhir akan berdampak pada perubahan sikap atas jasa transportasi udara yaitu pesawat terbang.

2.1.5 Metode Penelitian

Metode deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan dari studi deskriptif adalah memberikan kepada peneliti sebuah

riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri atau lainnya (Sekaran, 2007: 158-159). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penulis akan mendeskripsikan dampak terpaan tayangan televisi mengenai pemberitaan pesawat jatuh terhadap sikap pengguna pesawat.

Selain menggunakan metode penelitian deskriptif, peneliti juga menggunakan metode penelitian asosiatif kausal, yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel (Sanusi, 2011: 14), jadi dalam penelitian ini terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) yaitu terpaan tayangan televisi dan dependen (dipengaruhi) sikap.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (terpaan tayangan televisi) terhadap variabel terikat (sikap) yang dilakukan pada 70 responden yang merupakan pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya.

Tabel 3.1
Tabel Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,780	,329		2,374	,020
	X	,773	,106	,663	7,293	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Software SPSS for Windows version 22

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.1, dapat dirumuskan model persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = (0,780) + 0,773(X)$$

1. Konstanta () = (0,780). Ini menunjukkan harga konstan, yaitu jika variabel Terpaan Tayangan Televisi (X) = 0, maka besarnya rata-rata Sikap (Y) tetap sebesar (0,780)

Koefisien regresi untuk variabel bebas (X) = 0,773. Ini menunjukkan bahwa variabel terpaan tayangan televisi berpengaruh positif terhadap variabel sikap, atau dengan kata lain, jika variabel terpaan tayangan televisi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan variabel sikap sebesar 0,773.

3.2 Koefisien Determinasi

Pengujian determinan (R²) dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas. Nilainya adalah 0-1, jika (R²) semakin mendekati nol maka model semakin tidak baik.

Tabel 3.2
Tabel Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,663 ^a	,439	,431	,21517

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Software SPSS for Windows version 22

Pada tabel 3.2 dapat dilihat bahwa R sebesar 0,663 dan R square (R²) adalah 0,439. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh Terpaan Tayangan Televisi terhadap Sikap secara simultan. Cara untuk menghitung R square menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,663^2 \times 100\% \\
 &= 0,439 \times 100\% \\
 &= 43,9\%
 \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 43,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari terpaa tayangan televisi terhadap variabel terikat sikap sebesar 43,9%. Dan sisanya 56,1% , dipengaruhi oleh variabel lain. Dilihat dari hasil perhitungan dari semua subvariabel yang ada, subvariabel intensitas menonton mendapatkan nilai ang paing tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa para pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Surabaya memiliki tingkat durasi menonton yang tinggi dan termasuk ke dalam *heavy viewers* atau pecandu berat televisi. Oleh sebab itulah terpaa tayangan televisi dapat mempengaruhi sikap para penontonnya.

4. Kesimpulan

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 70 responden yaitu para pengguna pesawat terbang di Bandara Juanda Suarabaya. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukan terpaa tayangan televisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pengguna pesawat di Bandara Juanda Surabaya. Hal ini juga ditunjukan oleh besarrya koefisien determinasi sebesar 43,9% yang berarti sebesar 43,9% terpaa tayangan televisi mengenai pemberitaan pesawat terbang mempengaruhi sikap para pengguna pesawat di Bandara Juanda Surabaya dan sisanya sebesar 56,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Subvariabel Intensitas menonton menjadi salah satu faktor yang paling kuat dibandingkan subvariabel yang lain. Terbukti dari hasil penelitian ini bahwa durasi menonton televisi yang lama hingga lebih dari tiga jam, dapat mengakibatkan perubahan sikap bagi para penontonnya atas apa yang telah ia lihat di tayangan televisi. Hal tersebut sesuai dengan apa yang di katakan oleh Gerbner teori Kultivasi yang menyebutkan bahwa orang yang merupakan pecandu berat televisi seringkali mempunyai sikap stereotip terhadap suatu hal yang dilihat dari televisi (Ardianto et. al, 2007: 66-67).

Televisi memanglah menjadi kebutuhan sehari hari, karna televisi itu sendiri diperuntukkan untuk penyebaran informasi serta hiburan. Kelebihan televisi yang menghibur membuat banyak orang banyak menghabiskan waktunya untuk mengkonsumsi televisi. Televisi seolah menjadi hal yang wajib ditonton di sela sela waktu kesibukan. Tetapi banyak orang yang banyak menghabiskan waktunya untuk menonton tayangan televisi, sebaiknya jangan berlebihan. Pada penelitian ini terbukti bahwa televisi dapat merubah sikap para penontonya setelah mendapat efek dari tayangan televisi. Baiknya menonton televisi secukupnya, tanggap berbagai hal yang ada di tayangan televisi secara bijaksana, televisi hanyalah media massa untuk penyebaran informasi serta hiburan, alangkah baiknya untuk menanggapi tayangan di televisi secara bijaksana.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- [2] Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Pajajaran.
- [3] Wiryanto.2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta :PT.Grasindo.
- [4] Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [5] Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- [6] Lamintang, Franciscus Theojunior 2013. *Pengantar Ilmu Broadcasting Dan Cinematography*. Jakarta: Penerbit In Media.
- [7] Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- [8] Kuswandi, Wawan, 2008. *Komunikasi massa, Sebuah Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [9] Tan. Alexis S. 1981. *Mass communication theories and research*. Columbus: Grid Publishing.
- [10] Azwar, Saifudin. 2010. *Sikap Manusia, Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [11] Severin, J. Werner. James W. Tankard. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [12] Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakrta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- [13] Sekaran, Umar. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- [14] Sasuni, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.