

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN PROGRAM
SINETRON *GO BMX* MNCTV TERHADAP PERILAKU
IMITASI PENONTON TELEVISI**

(Survei pada Komunitas *ZTFFbmx (Zero Two Five Four)* Serang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

IQBAL

NIM. 6662111603

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG 2016**

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Iqbal
NIM : 6662111603
Tempat Tanggal Lahir : Lebak, 17 Agustus 1993
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH TERPAAN TAYANGAN PROGRAM SINETRON *GO BMX* MNCTV TERHADAP PERILAKU IMITASI PENONTON TELEVISI (SURVEI PADA KOMUNITAS ZTFF BMX SERANG BANTEN) adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Oktober 2016



LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Iqbal

NIM : 6662111603


Judul Skripsi : **PENGARUH TERPAAN TAYANGAN PROGRAM
SINETRON GO BMX MNCTV TERHADAP PERILAKU
IMITASI PENONTON TELEVISI (SURVEI PADA
KOMUNITAS ZTFFBMX SERANG BANTEN)**

Serang, Oktober 2016

Skripsi Ini Telah Disetujui Untuk Disajikan

Menyetujui,

Pembimbing I


Dr. Rahmi Winangsih., M. Si
NIP. 196810192005012001

Pembimbing II


Puspita Asri Praceka., M.I.Kom
NIP. 198407132008122002

Mengetahui
Dekan FISIP UNTIRTA


Dr. Agus Sjafari, M.Si
NIP. 197108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : IQBAL
NIM : 6662111603
Jusul Skripsi : PENGARUH TERPAAN TAYANGAN SINETRON GO BMX MNCTV
TERHADAP PERILAKU IMITASI PENONTON TELEVISI (SURVEI
PADA KOMUNITAS ZTFFBMX SERANG, BANTEN)

Telah Diuji Di Hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi Di Serang, Tanggal 4 Januari 2017
Dan Dinyatakan LULUS.

Serang 4 Januari 2017

Ketua Penguji:

Muhammad Jaiz, M.Pd
NIP.197106292003121001



Anggota:

Uliviana Restu, M.I.Kom
NIP.198107172006042003



Anggota:

Yearry Panji S, PhD
NIP.198212312008011016



Mengetahui,

Dekan Fisip Untirta

Dr. Agus Syafari. S. Sos. M. Si
NIP.197108242005011002

Ketua Program Studi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP.19681019005012001

ABSTRAK

IQBAL. NIM. 2111603. Skripsi. Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi. Pembimbing I: Dr. Rahmi Winangsih., M. Si dan Pembimbing II: Puspita Asri Praceka., M.I.Kom

Media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Akibatnya secara tidak langsung pemirsa telah melakukan proses belajar dalam mengingat pesan yang telah diterimanya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi. Penelitian ini menggunakan Teori Pembelajaran Sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura, yang diaplikasikan untuk memahami efek media massa. Teori ini menjelaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi melalui suatu proses pembelajaran hasil pengamatan. Metode yang adalah kuantitatif dengan statistik inferensial. Populasi pada komunitas ZTFFbmX Serang Banten sebanyak 113 orang, dan sampel yang diambil 88 sebagai responden dengan teknik simple random sederhana. Pengumpulan data melalui penyebaran angket, tehnik pengolahan dan analisis dengan bantuan *SPSS versi 22*. Hasil dari analisis ini, besarnya Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV pada penonton televisi diinterpretasikan berada pada interval sedang. Perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh komunitas ZTFFbmX diinterpretasikan berada pada interval sedang juga. Besarnya pengaruh Terpaan Tayangan Program sinetron *Go* BMX MNCTV terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi sebesar 28,4%. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, sehingga hasil yang diperoleh belum mendalam, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian mengenai dampak media massa dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat menggali lebih dalam.

Kata Kunci: Program Televisi, Perilaku Imitasi, Komunitas ZTFFbmX.

ABSTRACT

IQBAL. NIM. 2111603. Research Paper. The effect of Exposure to Impressions Go BMX MNCTV to the Behavior of Imitation Televisions Viewers. Preceptor I: Dr. Rahmi Winangsih., M. Si and Preceptor II: Puspita Asri Praceka., M.I.Kom

Mass media create a directional effect, immediately and directly to communicant. As a result indirectly viewers have learn proces to understand and remember the message which has been accepted. The purpose of this research is to find out, is there any effect of exposure to impressions Go BMX MNCTV to the behavior of Imitation televisions viewers. This research is use Social Learning Theory which be expanded by Albert bandura, which be aplied to knowing an effect of mass media. This theory is explained that viewers imitate something they watch on television through e process of observational learning. The metode that use on this research is a quantitative with statistic inferential. Population on this research is a ZTFFbmx community in Serang Banten, a number of populationon this research is 113 people, while the sample is 88 respondent which take by simple random sampling. Collecting data is through a questionnaires. The techniques of processing and analysis data is helping by SPSS 22 version. The result of this analysis, is the magnitude of exposure to impressions Go BMX MNCTV in tv viewers interpreted in average interval. The magnitude of Imitation behavior that shown by ZTFFbmx community interpreted in average interval too. The effectof exposure to impressions Go BMX on behavior imitation is 28,4%. This research is use quantitative data, so the result that obtainable not yet profound. Recommended to next researcher to conduct research about the effect of mass media by using qualitative metode that will be discover more deeper.

Keyword : Televisions Program, Imitations Behavior, ZTFFbmx Community.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan memanjatkan Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala karunia, rahmat dan Hidayah-Nya, saya selaku mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fisip Universitas Sultan Ageng Tirtayasa angkatan 2011 dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go BMX* MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi” Shalawat serta salam senantiasa kita sampaikan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Selama proses penelitian ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, saran, petunjuk serta dorongan, baik secara moril maupun spiritual dari berbagai pihak. Maka dari itu ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada pihak-pihak yang membantu, sehingga penelitian ini bisa di selesaikan. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis masih mampu tetap bernafas dan berfikir hingga hari ini.
2. Baginda Rasul Muhammad SAW, yang telah memberikan panutan bagaimana menjadi insan yang hidup dalam dunia gemerlap ilmu pengetahuan dan panutan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd, Selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

4. Bapak Dr. Agus Sjafari, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
5. Ibu Dr. Rahmi Winangsih, M.Si Selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan juga sebagai Dosen Pembimbing I dalam Penulisan Skripsi ini yang telah membimbing dengan sabar dan meluangkan banyak waktu serta memberikan bantuan dan arahan serta dukungan yang luar biasa
6. Ibu Puspita Asri Praceka., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membantu dan memberikan bimbingan serta arahan pada penulis selama penyusunan skripsi ini dengan sabar dan meluangkan banyak waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Seluruh Dosen Pengajar di program studi Ilmu Komunikasi atas sumbangsih Ilmu dan didiknya selama menjadi mahasiswa
8. seluruh staf dan pegawai di jurusan Ilmu Komunikasi atas Bantuan administrasi untuk kepentingan perkuliahan selama ini.
9. Kedua orang tua, kakak serta adik penulis atas doanya yang selalu menyertai agar penulisan skripsi ini dapat terselesaikan
10. Belinda seseorang yang spesial dan senantiasa memberikan do'a dan dukungan serta semangat sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan
11. Teman-teman seperjuangan Ayu Siti Rachma, Ahmad Zikri, Fahmi Malik, Teguh Nugraha, Andi Andas dan Keluarga, Ovan Fathurohman dan Keluarga, serta temen-teman *Diolas* yang tidak dapat disebut satu persatu

12. Adik-adik kelas Ananda Ayu, Diana Elwansyah beserta kawan-kawan lainnya yang memberikan dukungan dan menemani penulis selama proses bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini
13. Komunitas *Sparkling* yang telah memberikan pengalaman ilmu dalam bidang fotografi dan komunitas *ZTFFbmx* yang telah membantu serta memberikan kesempatan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, dan dapat memberikan sumbangsih bagi almamater tercinta.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Serang 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	7
2.1 Komunikasi Massa	7
2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa	8
2.1.2 Media Massa	10
2.1.3 Terpaan Media.....	11
2.1.4 Televisi	14
2.1.5 Karakteristik Televisi	16
2.1.6 Dampak Media Televisi	17

2.1.7	Perilaku.....	18
2.1.8	Perilaku Imitasi	19
2.1.9	Teori Pembelajaran Sosial.....	22
2.2	Kerangka Berfikir.....	25
2.3	Hipotesis/Asumsi Dasar	27
2.4	Operasionalisasi Variabel.....	28
2.5	Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Pendekatan dan Metode Penelitian	32
3.2	Ruang Lingkup/Fokus Penelitian	34
3.3	Lokasi Penelitian	34
3.4	Instrumen Penelitian.....	35
3.4.1	Kuesioner	35
3.4.2	Uji Validitas	36
3.4.3	Uji Reliabilitas	37
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.5.1	Populasi	39
3.5.2	Sampel.....	39
3.5.3	Hasil Uji Validitas	40
3.5.4	Hasil Uji Reliabilitas	42
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
3.6.1	Uji Homogenitas	44
3.6.2	Uji Normalitas	45
3.6.3	Analisis Korelasi	45
3.6.4	Analisis regresi.....	46
3.6.5	Uji Hipotesis.....	47
3.6.6	Jadwal Penelitian.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Media Nusantara Citra Televisi (MNCTV)	49
4.1.2 Program Sinetron <i>Go BMX</i>	50
4.2 Profil Komunitas ZTFFbmX.....	51
4.2.1 Deskripsi Data Responden	53
4.3 Analisis Data Peneliti.....	56
4.3.1 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 1	57
4.3.2 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 2.....	58
4.3.3 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 3.....	59
4.3.4 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 4.....	61
4.3.5 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 5.....	62
4.3.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 6.....	64
4.3.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 7.....	65
4.3.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 8.....	67
4.3.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 9.....	68
4.3.10 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 10.....	70
4.3.11 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 11.....	71
4.3.12 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 12.....	72
4.3.13 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 13.....	74
4.3.14 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 14.....	75
4.3.15 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 15.....	76
4.3.16 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 16.....	78
4.3.17 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 17.....	89
4.3.18 Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 18.....	81
4.3.19 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 19.....	82
4.3.20 Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 20.....	83
4.4 Analisis Skor Variabel X & Y.....	85
4.4.1 Pengukuran Gejala Pusat (Tendensi Sentral).....	88
4.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	90
4.5.1 Uji Homogenitas Dengan SPSS versi 22	90

4.5.2 Uji Normalitas dengan SPSS versi 22.....	91
4.5.3 Analisis Korelasi dengan SPSS versi 22.....	92
4.5.4 Analisis Regresi dengan SPSS versi 22	96
4.5.5 Penentuan Hipotesis	100
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V PENUTUP.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skor Penilaian Berdasarkan Skala <i>Ordinal</i>	36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	43
Tabel 3.6 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi R	46
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian	48
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status	54
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 1	57
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 2	58
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 3	60
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 4	61
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 5	63
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 6	64
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 7	66
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 8	67
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 9	68
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Pernyataan 10	70
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Pernyataan 11	71
Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Pernyataan 12	72
Tabel 4.15 Frekuensi Jawaban Pernyataan 13	74
Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Pernyataan 14	75
Tabel 4.17 Frekuensi Jawaban Pernyataan 15	76
Tabel 4.18 Frekuensi Jawaban Pernyataan 16	78
Tabel 4.19 Frekuensi Jawaban Pernyataan 17	79

Tabel 4.20 Frekuensi Jawaban Pernyataan 18	81
Tabel 4.21 Frekuensi Jawaban Pernyataan 19	82
Tabel 4.22 Frekuensi Jawaban Pernyataan 20	83
Tabel 4.23 Nilai Total Skor Keseluruhan Variabel X	85
Tabel 4.24 Nilai Total Skor Keseluruhan Variabel Y	87
Tabel 4.25 Tendensi Sentral	89
Tabel 4.26 Hasil Uji Homogenitas	91
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4.29 Hasil Uji Korelasi	95
Tabel 4.30 Hasil Uji Linearitas.....	96
Tabel 4.31 Output Variables Entered/Removed.....	97
Tabel 4.32 Model Summary	97
Tabel 4.33 Anova ^a	98
Tabel 4.34 Coefficients ^a	99

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan usia	53
Diagram 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status.....	54
Diagram 4.3 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 1	57
Diagram 4.4 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 2	58
Diagram 4.5 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 3	60
Diagram 4.6 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 4	62
Diagram 4.7 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 5	63
Diagram 4.8 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 6	65
Diagram 4.9 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 7	66
Diagram 4.11 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 9	67
Diagram 4.12 Frekuensi Jawaban Pernyataan 10	69
Diagram 4.13 Frekuensi Jawaban Pernyataan 11	70
Diagram 4.14 Frekuensi Jawaban Pernyataan 12	71
Diagram 4.15 Frekuensi Jawaban Pernyataan 13	73
Diagram 4.16 Frekuensi jawaban pernyataan 14	75
Diagram 4.17 Frekuensi Jawaban Pernyataan 15	77
Diagram 4.18 Frekuensi Jawaban Pernyataan 16	77
Diagram 4.19 Frekuensi Jawaban Pernyataan 17	79
Diagram 4.20 Frekuensi Jawaban Pernyataan 18	81
Diagram 4.21 Frekuensi Jawaban Pernyataan 19	82
Diagram 4.22 Frekuensi Jawaban Pernyataan 20	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4.2 Logo Komunitas ZTFFbmx	51
Grafik 4.1 Histogram	92
Grafik 4.2 P-Plot	93

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Surat Ijin Mencari Data	116
LAMPIRAN 2 Lembar Kuesioner	117
LAMPIRAN 3 Tabel Uji Validitas	121
LAMPIRAN 4 Tabel Uji Reliabilitas	123
LAMPIRAN 5 Tabel Uji Normalitas	124
LAMPIRAN 6 Tabel Analisis Korelasi	125
LAMPIRAN 7 Tabel Analisis Regresi	126
LAMPIRAN 8 Tabel Data Variabel X & Y.....	127
LAMPIRAN 11 Catatan Bimbingan Skripsi	132
LAMPIRAN 9 Gambar Sinetron <i>Go BMX</i>	135
LAMPIRAN 10 Dokumentasi Kegiatan Penelitian	136
LAMPIRAN 12 Riwayat Hidup Penulis.....	137

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang paling mendasar dalam kehidupan manusia. Manusia berkomunikasi untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki kepada orang lain, namun seiring bertambah waktu dan berkembangnya teknologi, saat ini komunikasi digunakan sebagai sarana dalam melakukan berbagai hal.¹ Saat ini komunikasi sudah beraneka ragam, mulai dari media yang sifatnya tradisional maupun modern. Ada banyak jenis komunikasi, dimana salah satu jenisnya yaitu komunikasi massa. Singkatnya, komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media massa sebagai penyalur pesannya.

Menurut McQuail dalam Bungin (2006: 33) komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung pada tingkat masyarakat luas. Pada tingkat ini komunikasi dilakukan dengan menggunakan media massa.² Media massa adalah media, saluran, sarana atau alat yang digunakan dalam proses komunikasi massa, atau komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak. Ada tiga jenis media massa yaitu, media massa cetak, media elektronik, dan media online. Media massa yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat adalah televisi. Televisi merupakan salah satu media massa yang paling populer di kalangan masyarakat semenjak kemunculannya pada tahun 1920-an.

¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), Hal 5.

² Burhan Bungin, *Sosiologi komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Prenada Media group, 2006), hal 33.

Televisi lebih menarik perhatian masyarakat karena mampu menampilkan gambar bergerak yang berhasil tampil didepan pemirsanya dengan bantuan teknologi optik dan elektronik. Televisi sebagai media yang muncul belakangan ini dibanding media cetak dan radio, ternyata ikut andil dalam sisi-sisi nilai kehidupan manusia. Media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis.³ Masyarakat semakin menunjukkan respon yang positif pada tayangan-tayangan yang ada di televisi. Pada era globalisasi ini, begitu banyak tayangan televisi dengan fungsi menghibur.

Menurut temuan lembaga survei AC Nielsen menyatakan hasil mengenai konsumen media, secara keseluruhan, bahwa konsumsi media di Indonesia menunjukkan televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), dari 2200 sampel (*responden*) di 11 kota di Indonesia di usia dari 5 tahun ke atas.⁴ Televisi menayangkan berbagai macam acara hiburan yang banyak disaksikan penonton dari mulai acara musik, *reality show*, dan sinetron. Salah satu program serial yaitu sinetron yang ditayangkan MNCTV, menampilkan sinetron remaja yang menceritakan tentang para remaja yang ahli bermain sepeda. Sinetron tersebut adalah *Go BMX* yang menceritakan kehidupan masyarakat sehari-hari tentang beberapa remaja yang sangat ahli mengendarai sepeda BMX yang bertujuan untuk ajang perlombaan atraksi BMX.

Sinetron ini mengedepankan olahraga BMX yang saat ini banyak diminati para remaja di Indonesia. Jadi bukan hanya mengandalkan jalan cerita, pemirsa

³ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Analisis Interaktif Budaya Massa* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal 22

⁴ <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi.html>, (Di akses pada 14/012/2015.Pukul: 11:47 WIB)

juga dihibur dengan atraksi para pemain dengan sepedanya.⁵ *Go BMX* sendiri diperankan langsung oleh para atlet sepeda BMX yang ada di Indonesia dan salah satunya adalah Heru Anwari yang berasal dari Kota Serang Banten. Tayangan *Go BMX* memberikan suguhan menarik atraksi sepeda BMX dengan keahlian khusus, para pemain sinetron ini direkrut dari atlet sepeda BMX yang sudah berpengalaman dan berprestasi. BMX sendiri singkatan dari *Bike Motorcross*, tayangan atraksi BMX dilakukan dengan rintangan-rintangan ada yang berbentuk *bowl, jumping, rail, flatland* dan lain sebagainya. Sinetron ini tayang pada pukul 18:30 wib dimana jam tayang dari 18.00-22.00 WIB dalam hasil penelitian Nielsen kebanyakan remaja menyaksikan acara sinetron, selain program pencarian bakat atau *reality show*.⁶

Tayangan tersebut diduga memberikan pengaruh kepada penontonnya, terutama bagi remaja yang dengan mudah menyerap apa saja informasi yang didapatkan dari menonton televisi. Keinginan anak remaja untuk menjadi seperti idola yang ditontonnya membuat mereka bersedia melakukan apa saja agar terlihat seperti sang idola, termasuk meniru adegan yang ada dalam televisi. Dervin dalam Onong (2003: 225). Media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Secara substansi tayangan tersebut memiliki kontribusi dalam memformulasikan pesan-pesan kepada pemirsa.

Akibatnya secara tidak langsung pemirsa telah melakukan proses belajar dalam mencerna serta mengingat pesan yang telah diterimanya. Perilaku meniru

⁵<http://lifestyle.sindonews.com/read/1044690/152/go-bmx-sinetron-penuh-aksi-mnctv-1>,(diakses pada Selasa, 15 September 2015 – 09:44 WIB)

⁶ http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Oct_2014-Ind.pdf, (Di akses pada 14/112/2015.Pukul: 14.17 WIB)

atau menyerupai merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya (Sarwono, 2009:8). Penulis tertarik melakukan penelitian ini dan ingin mengetahui sejauh mana terpaan tayangan sinetron *Go BMX MNCTV* dengan sikap atau perilaku yang ditimbulkan setelah menonton acara tersebut .

Agar penelitian ini berjalan dengan baik, penulis menggunakan teori pembeajaran sosial. Teori ini dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1963. Teori ini kini diaplikasikan pada perilaku konsumen kendati pada awalnya menjadi penelitian komunikasi massa yang bertujuan untuk memahami efek media massa. Berdasarkan hasil penelitian Albert Bandura, teori ini menjelaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi melalui suatu proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan). Penelitian ini dilaksanakan pada komunitas ZTFF BMX Kota Serang Banten. Dengan kelompok usia yang ditentukan peneliti adalah kategori remaja dengan usia 13 sampai 21 tahun, dimaksudkan agar penelitian ini bisa lebih terarah. Berdasarkan hal di atas, maka penulis tertarik untuk mengembangkan penelitian dengan judul: Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go BMX MNCTV* Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Apakah Terdapat Pengaruh dari Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi?

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi pokok masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa besar terpaan tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV pada penonton televisi?
2. Seberapa besar perilaku imitasi yang ditunjukkan penonton televisi?
3. Seberapa besar pengaruh terpaan tayangan *Go* BMX MNCTV terhadap perilaku imitasi penonton Televisi?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar terpaan tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV pada penonton televisi.
2. Untuk mengetahui seberapa besar perilaku imitasi yang ditunjukkan penonton televisi.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV terhadap perilaku imitasi penonton Televisi?

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna bagi semua pihak terutama bagi pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun hasilnya dapat bermanfaat dan berguna sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya dengan bidang kajian yang sejenis. Selain itu, diharapkan memberikan sumbangsih bagi disiplin ilmu terutama ilmu komunikasi dalam menelaah perubahan perilaku dari program-program yang disiarkan di televisi.

1.5.2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat, penelitian ini dapat dipergunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan bahkan masukan dalam memahami pengaruh terpaan media massa khususnya televisi yang menyajikan berbagai program acara yang disajikan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*). Ia lahir seiring dengan penggunaan alat-alat mekanik yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi.⁷ Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditunjukkan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh penyampai pesan (komunikator).⁸ Gerbner dalam Rahkmat, “*Mass communication is the technologically and and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*” Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.⁹

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak, (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembangkan, yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan *heterogen*. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses

⁷ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT. Grasindo. , 2004) hal: 67

⁸ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hal: 188

⁹ *Ibid*, Hal: 189

untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini. (Deddy Mulyana, 2000: 75)¹⁰

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau visual. Komunikasi massa akan lebih mudah dan lebih logis didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film dan buku. Menurut Effendy, Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio, televisi yang siarannya ditunjukkan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop.¹¹ Merangkum definisi-definisi diatas, disini komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Dalam definisi ini menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya penerima komunikasi massa pada saat tertentu tidaklah esensial.¹²

2.1.1. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001), terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan).

1. *surveillance* (pengawasan), penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan

¹⁰ *Ibid*, hal: 75

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hal: 13

¹² *Ibid*, hal: 14

sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga – harga saham dan bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya.

2. *interpretation* (penafsiran), fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi membeberkan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.¹³
3. *linkage* (keterkaitan), media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipersatukan atau dihubungkan oleh media.
4. *transmission of values* (penyebaran nilai), fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca.¹⁴
5. *entertainment* (hiburan), melalui berbagai program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. Sementara surat kabar dapat melakukan hal tersebut dengan memuat cerpen, komik, teka-teki silang

¹³ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, (Bndung: Rekatama Media, 2007), hal: 15

¹⁴ *Ibid*, hal: 16

(TTS) dan berita yang mengandung *human interest* (sentuhan manusiawi).¹⁵

2.1.2. Media Massa

Media massa adalah saluran komunikasi massa yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada khalayak. Media massa adalah kumpulan dari beberapa orang yang melembaga dari mulai pengumpulan sampai penyampaian pada pesan khalayak. Media yang digunakan bersifat massal, dapat menyebarkan pesan kepada khalayak dengan serempak tidak terhambat oleh waktu dan tempat.¹⁶ Menurut Denis McQuail dalam media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer.

Dari persepektif politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratisasi karena menyediakan arena dan saluran bagi masyarakat. Media massa sendiri merupakan “kependekan” dari media komunikasi massa. Media massa lahir untuk menjembatani komunikasi antar massa. Massa adalah masyarakat luas yang *heterogin*, tetapi saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan antar massa menjadi penyebab lahirnya media yang mampu menyalurkan hasrat, gagasan dan kepentingan masing-masing agar diketahui dan dipahami oleh orang lain (Pareno, 2005 :

¹⁵ *Ibid*, hal; 17

¹⁶ Morissan, *Teori komunikasi, Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Media Group) 2008, hal: 480

7). Banyak wacana yang membicarakan hubungan realita dengan media massa. Singkat kata, disebutkan bahwa yang kita baca, dengar, dan pandang di media massa merupakan konstruksi (bangunan) atas realita.¹⁷

Media massa menurut Effendy, dalam Ardianto, (2007: 9). Sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.¹⁸ McQuail menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya¹⁹

2.1.3. Terpaan Media

Menurut Bovee dan Arens, terpaan media (*media exposure*) berkaitan dengan beberapa banyak orang melihat program yang ditayangkan di suatu media. Pengertian *media exposure* menurut pendapat Larry Shore yang dikutip dalam Kriyantono sebagai berikut:

“media exposure is more complicated than access, because it's deal not only with whether a person is actually range of the particular mass media, but also whether a person is actually expose to the message, expose is hearing, seeing, reading or more generally experiencing with least a minimal amount of interest the media message”

Pendapat di atas menegaskan bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mengekspose media apabila ia hanya terlibat dalam lingkungan fisik media. *Media exposure* akan ada apabila khalayak secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media. Bentuk nyata dari *media*

¹⁷ *Ibid*, Hal 481

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003) hal: 174

¹⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi massa suatu pengantar*, (Jakarta: Erlangga 2005), hal:3

exposure adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaurkan diri (*experiencing*) dengan isi media. Apabila melihat, mendengar, membaca pesan dikatakan sebagai wujud nyata dari keberadaan *media exposure* seseorang, maka jelas bahwa *media exposure* merupakan perilaku audiens dalam menggunakan media.

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi²⁰

Terpaan media (*media exposure*), menurut Rosengren dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan (Rakhmat: 2001, 66). Sedangkan menurut Sari, dapat dioperasionalkan menjadi jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. (Sari, dalam Kriyantoto, 2009).²¹ Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan intensitas. berdasarkan pengertian terpaan media yang dijelaskan oleh Rosengren & Sari dalam Rakhmat (2009: 66), maka cara

²⁰ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), Hal: 209

²¹ *Ibid*, Hal: 210

mengukur terpaan media dari tayangan *Go BMX* melihat dari frekuensi, durasi dan intensitas. Berikut penjelasan ukuran terpaan media tersebut:

1. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. Dalam penelitian ini menggunakan media televisi diukur dari berapa kali seseorang menggunakan televisi dalam satu minggu (untuk meneliti program harian)
2. Durasi atau lamanya penayangan program, suatu program terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*). Suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan *Go BMX MNCTV*
3. Intensitas (perhatian) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menonton dalam kesadaran pada saat stimuli melemah. Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal pengaruh perhatian. Perhatian atau intensitas yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan sinetron *Go BMX*, apakah berkomunikasi melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut, (Rakhmat dalam *eJournal vol.1.,No 1 (2012)*).

2.1.4. Televisi

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang update, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. Dalam Baksin (2006:16) mendefinisikan: "Televisi merupakan hasilproduk teknologi tinggi (hi-tech) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan kekuatan sayng sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu".²² Menurut Ensiklopedia Indonesia dalam Parwadi (2004: 28) lebih luas lagi dinyatakan bahwa: " Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima" Dalam Morissan. (2004: 9)²³

Televisi adalah tempat kerja yang sangat kompleks yang melibatkan banyak orang dengan berbagai jenis keahlian. Juru kamera, editor gambar, reporter, ahli grafis, dan staff operasional lainnya harus saling berinteraksi dan berkomunikasi dalam upaya untuk menghasilkan siaran sebaik mungkin. Kata televisi berasal dari bahasa asing yang terdiri dari kata *tele* dan *visi*. Tele dalam bahasa Yunani berarti jarak, dan Visi dalam bahasa Latin berarti citra atau gambar. Media televisi merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Teori dan Filsafat Komunikasi, memberikan pengertian televisi adalah sebagai berikut:

²²Adit Kurniawan, *Hubungan Antara Terpaan Tayangan Jejak Petualang dengan Sikap Mahasiswa terhadap Keindahan Alam Indonesia*, (eJournal Unpad, 2012), Hal: 17

²³ *Ibid*, Hal: 18

Paduan Radio (*Broadcast*) dan Fil (*Moving Picture*). Para penonton dirumah tidak mungkin menangkap siaran televisi kalau tidak ada unsur radio dan tidak mungkin dapat melihat gambar-gambar yang bergerak pada layar pesawat televisi jika tidak ada unsur film²⁴. Pendapat lain menyebutkan, televisi dalam bahasa Inggris disebut *television*. Televisi terdiri dari istilah *tele* yang berarti jauh dan visi (*vision*) yang berarti penglihatan.²⁵

Televisi adalah media pandang sekaligus dengar (*audiovisual*). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi gambar tersebut. Televisi merupakan salah satu bentuk media sebagai alat komunikasi massa. Komunikasi massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak.²⁶ Jadi salah satu media komunikasi yang bersifat massa ini (*televisi*) merupakan media yang memiliki perpaduan antara audio dan visual, yang mana masyarakat dapat mendengar melalui audio dan melihat melalui visual.

²⁴ Onong Uchjana Effendy, *Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003) hal: 174

²⁵ *Ibid*, Hal: 178

²⁶ Rema Karyanti S, *Komunikasi Massa: Suatu pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005) hal:3

2.1.5. Karakteristik Televisi

Dibandingkan dengan media lainnya, televisi memiliki karakteristik yang lebih lengkap. Karakteristik tersebut mencakup karakteristik yang dimiliki radio, surat kabar, dan film. berikut karakteristik yang terdapat dalam media televisi:

1. *Audiovisual*, ini merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh televisi, televisi dapat berlangsung didengar sekaligus dapat dilihat gambarnya (gambar bergerak). Berbeda seperti radio yang hanya dapat didengar, berbeda dengan surat kabar yang hanya dapat dilihat tulisan dan gambarnya namun gambar yang disajikan hanya berupa foto (gambar tak bergerak).
2. Berfikir dalam gambar, karakteristik berikut ini, memiliki dua tahap visualisasi, pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikan sedemikian rupa, sehingga mengandung suatu makna. objek tersebut bisa berupa manusia, benda, atau sebuah kegiatan. gambar-gambar dapat dirangkai sedemikian rupa hingga memiliki makna tertentu.
3. Pengoperasian yang lebih kompleks, dibandingkan dengan radio, penyiaran televisi melalui proses yang lebih kompleks dimana memerlukan dukungan sumber daya manusia yang banyak, dukungan

teknis peralatan yang banyak dan lebih rumit serta memerlukan biaya yang besar (Ardianto, 2009: 137).²⁷

2.1.6. Dampak Media Televisi

Dampak atau pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat, sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya. Tetapi sejauh mana pengaruh yang positif atau sejauh mana yang negatif, belum diketahui banyak. Di Indonesia, meskipun tidak sebanyak di negara-negara yang sudah maju, penelitian telah dilakukan baik oleh Departemen Penerangan sebagai lembaga yang paling berkompeten, maupun oleh perguruan-perguruan tinggi.²⁸

Menurut Prof. Dr. R. Mar'at dari Universitas Padjajaran acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton; ini adalah hal yang wajar. Jadi, jika ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukan sesuatu yang istimewa, sebab salah satu sebab psikologi dari televisi ialah seakan-akan menghipnotisir penonton, sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi. Himmelwet berpendapat, menurutnya televisi membuat penonton pasif, mereka akan duduk di depan televisi menonton acara demi acara sehingga mengurangi kesempatan untuk melakukan tindakan Comstock; (1978). Media massa televisi memengaruhi pikiran dan tindakan khalayak.

²⁷ Prasisca Agustina, *Dampak Tayangan Drama Korea "BOYS BIFORE FLOWERS" di Televisi Dalam Perubahan Sikap dan Perilaku Remaja*, (eJournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id,2013), hal: 25

²⁸ Onong Uchjana Effendy, *Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003) hal: 191

Bukti sederhana terjadi pada seorang remaja laki-laki yang mengenakan topi seperti apa yang dipakai aktor dalam suatu tayangan komedi di televisi. Anak-anak lainnya pun segera menirunya. Budaya, sosial dan politik dipengaruhi oleh media (Agee. 2001).²⁹ Menurut Dominick dalam Ardianto (2007: 59) Media massa dapat membentuk kristalisasi opini publik untuk melakukan tindakan tertentu. Ia menyebutkan tentang dampak-dampak yang ditimbulkan oleh media massa, termasuk televisi yang menjadi agen sosialisasi (Penyebaran nilai-nilai) memainkan peranan penting dalam transmisi sikap, persepsi dan kepercayaan.³⁰

2.1.7. Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan manusia atau aktifitas organisme (mahluk Hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua mahluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. (Notoatmodjo,2007).

Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamat dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak disadari. perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi. (Wawan,

²⁹ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, (Bandung: Rekatama Media, 2007), Hal: 58

³⁰ *Ibid*, Hal: 59

2011). Perilaku ialah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap. (Walgito, 1990)³¹

2.1.8. Perilaku Imitasi

Perilaku imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya. (Sarwono, 2009: 8). Menurut kamus besar bahasa Indonesia, perilaku imitasi adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud di gerakan sikap. Perilaku manusia bukan sekedar respon pada stimuli, tetapi produk berbagai gaya yang mempengaruhinya secara spontan. Teori imitasi yang alamiah ini dalam perkembangannya secara bertahap ditinggalkan oleh para ahli psikologi dan digantikan dengan sejumlah kerangka teoritis yang mengemukakan bahwa kecenderungan untuk meniru orang lain adalah sesuatu yang dipelajari (*learned*) atau diperoleh melalui suatu proses pengkondisian agar orang melakukan peniruan terhadap perilaku tertentu.³²

Imitasi berasal dari bahasa Inggris *to imitate* yang berarti mencontoh, mengikuti suatu pola, istilah ini secara populer diartikan secara meniru. Imitasi atau meniru adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemanapun persepsi untuk mengolah informasi dari

³¹ Ns. Monica Septianingsih, *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku mencuci tangan pada anak sekolah dasar negeri 03 kartajaya padalarang*, <http://ejournal.stikesborromeus.ac.id> 2011

³² Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, (Bandung: Rekatama Media, 2007), Hal: 64

rasngsang dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.³³ Kata Imitasi Menurut seorang ahli (Gabriel Tarde dalam Rakhmat 2007: 66), arti imitasi berasal dari sebuah kata yaitu imitation, yang mempunyai arti peniruan. Meskipun seorang manusia mempunyai pola dasar sendiri yang sangat unik (individualis), tetap saja pada diri seseorang manusia mempunyai sebuah keinginan untuk meniru sesuatu seperti orang lain atau pada kelompok. Dengan demikian faktor imitasi merupakan suatu proses pada seseorang untuk mencontoh orang lain atau sebuah kelompok. Untuk bisa meniru, menurut Choros (Choros dalam Hurley, 2005) ada beberapa syarat-syarat tertentu, diantaranya:

1. Harus dapat menaruh minat kepada sesuatu hal yang akan diimitasi (ditiru). Minat adalah syarat dasar dari tiap individu untuk bisa melakukan imitasi. Maka akan mustahil melakukan imitasi kepada suatu objek yang tidak kita senangi.
2. Selain bisa menaruh minat, pada langkah selanjutnya merupakan mengagumi pada hal-hal yang akan diimitasi (ditiru). Makna dari mengagumi adalah suatu langkah yang umumnya lebih tinggi tingkatannya bila dibandingkan dengan hanya menyukai.
3. Harus ada penghargaan sosial yang tinggi terhadap suatu objek yang akan menjadi objek dari imitasi. Dimaksudkan agar imitasi yang diperoleh dapat mendatangkan penghargaan sosial di dalam lingkungannya.

³³ Anggun P. Pramitha, *Terpaan media dan budaya harajuku (studi korelasi Antara Terpaan Film Cartoon Naruto di Global Tv Terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Shinzen Cosplay Team di Surakarta*, (perpustakaan.uns.ac.id, 2013), hal: 38

4. Syarat yang paling terakhir adalah pada pihak yang akan melakukan suatu peniruan atau imitasi maka harus memiliki pengetahuan pada hal tentang pihak atau pada suatu yang akan diimitasi.

2.1.9. Teori Pembelajaran Sosial

Teori pembelajaran sosial (*social learning theory*), teori ini dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1986. Selama beberapa tahun kesimpulan Klapper dirasakan kurang memuaskan. Penelitian dimulai lagi dengan memakai pendekatan baru, yang dapat menjelaskan pengaruh media yang tidak dapat disangkal lagi, terutama televisi, terhadap remaja. Munculah teori baru efek media massa yaitu *social learning theory* (Teori pembelajaran sosial). Teori ini menegaskan bahwa pemirsa meniru apa yang di yang mereka lihat di televisi, melalui suatu proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan). Klapper mengnggap bahwa “ganjaran” dari karakter televisi diterima mereka sebagai perilaku antisosial, termasuk menjadi toleran terhadap perilaku perampokan dan kriminalitas, menggandrungi kehidupan glamour seperti di televisi.³⁴

Dollard dan Miller memandang pembelajaran sosial sebagai bentuk efisien pembelajaran stimulus-respons (model tersebut memberikan informasi yang membantu pengamat menciptakan respons yang tepat untuk dikuatkan). Teori belajar secara tradisional menyatakan bahwa belajar terjadi dengan cara menunjukkan tanggapan (*response*) dan mengalami efek-efek yang timbul. Tanggapan tidak akan diulangi kalau organisme mendapat hukuman

³⁴ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), 2007, hal: 64

(*punishment*) atau bila tanggapan tidak memimpinya ke tujuan yang dikehendaki. Jadi, perilaku diatur secara eksternal oleh kondisi stimulus yang ditimbulkan oleh kondisi-kondisi peneguhan. Lingkungan mempengaruhi perilaku dan sebaliknya, perilaku juga mempengaruhi lingkungan, dia menamakan konsepnya ini *reciprocal determinism* (aturan timbal balik) yang maksudnya lingkungan dan perilaku seseorang saling mempengaruhi satu sama lain.

Oleh karena itu untuk memahami tingkah laku sosial dan proses belajar sosial, kita harus mengetahui prinsip-prinsip psikologi belajar. Prinsip-prinsip belajar ini terdiri dari 4, yaitu: Dorongan (*drive*), Isyarat (*cue*), Tingkah laku balas (*response*), dan Ganjaran (*reward*). Empat prinsip ini saling mengkait satu sama lain dan saling dipertukarkan, yaitu dorongan menjadi isyarat, isyarat menjadi ganjaran, dan seterusnya. Dorongan adalah rangsangan yang sangat kuat terhadap organisme (manusia) untuk bertingkah laku. Stimulus-stimulus yang cukup kuat pada umumnya bersifat biologis seperti lapar, haus, seks, kejenuhan, dan sebagainya. Stimulus-stimulus ini disebut dorongan primer yang menjadi dasar utama untuk motivasi. Menurut NE. MILLER dan J. Dollard, semua tingkah laku (termasuk tingkah laku tiruan) didasari oleh dorongan-dorongan primer ini.

Isyarat adalah rangsangan yang menentukan bila dan di mana suatu respon akan timbul dan terjadi. Isyarat ini dapat disamakan dengan rangsangan diskriminatif. Di dalam belajar sosial, isyarat yang terpenting adalah tingkah laku orang lain, baik yang langsung ditujukan kepada orang tertentu maupun

yang tidak, misalnya: anggukan kepala merupakan isyarat untuk setuju, uluran tangan merupakan isyarat untuk berjabat tangan. Mengenai tingkah laku balas (*respon*), mereka berpendapat bahwa hirarki bawaan tingkah laku-tingkah laku pada saat manusia dihadapkan untuk pertama kali kepada suatu rangsang tertentu, maka respon (tingkah laku balas) yang timbul didasarkan pada hirarki bawaan tersebut. Setelah beberapa kali terjadi ganjaran dan hukuman, maka timbul tingkah laku balas yang sesuai dengan faktor-faktor penguat tersebut. Tingkah laku yang disesuaikan dengan faktor-faktor penguat tersebut disusun menjadi hirarki resultan (*resultant hierarchy of response*).

Di sinilah pentingnya belajar dengan cara coba dan ralat (*trial and error learning*). Dalam tingkah laku sosial, belajar coba ralat dikurangi dengan belajar tiruan di mana seseorang tinggal meniru tingkah laku orang lain untuk dapat memberikan respon yang tepat sehingga ia tidak perlu membuang waktu untuk belajar dengan coba dan ralat. Ganjaran adalah rangsangan yang menetapkan apakah tingkah laku balas diulang atau tidak dalam kesempatan yang lain. Menurut Miller dan Dollard, ada dua reward atau ganjaran, yakni ganjaran primer yang memenuhi dorongan primer dan ganjaran sekunder untuk memenuhi dorongan primer. Lebih lanjut mereka membedakan adanya 3 macam mekanisme tingkah laku tiruan, yakni:

Tingkah laku sama (*Same Behavior*). Tingkah laku ini terjadi apabila dua orang yang bertingkah laku balas (*berespon*) sama terhadap rangsangan atau isyarat yang sama. Contohnya, dua orang yang berbelanja di toko yang sama dan dengan barang yang sama. Tingkah laku yang sama ini tidak selalu

tiruan, maka tidak dibahas lebih lanjut. Tingkah laku tergantung (*Matched Dependent Behavior*). Tingkah laku ini timbul dalam interaksi antara dua pihak, di mana salah satu pihak mempunyai kelebihan (lebih pandai, lebih mampu, lebih tua dan sebagainya) dari pihak yang lain. Dalam hal ini pihak yang lain atau pihak yang kurang tersebut akan menyesuaikan tingkah laku (match) dan akan tergantung (depend) pada pihak yang lebih. Misalnya, kakak adik yang sedang menunggu ibunya, pulang dari pasar. Biasanya ibu mereka membawa coklat. Mendengar ibunya pulang, si kakak segera menjemput ibunya, kemudian diikuti oleh si adik. Ternyata mereka mendapatkan coklat (ganjaran). Adik yang semula hanya meniru tingkah laku kakaknya, di lain waktu meskipun kakaknya tidak ada, ia akan lari menjemput ibunya yang baru pulang dari pasar. Tingkah laku salinan (*Copying Behavior*).

Seperti tingkah laku tergantung, pada tingkah laku salinan, peniru bertingkah laku atas dasar isyarat yang berupa tingkah laku yang diberikan oleh model. Demikian juga dalam tingkah laku salinan ini. Pengaruh ganjaran dan hukuman sangat besar terhadap kuat atau lemahnya tingkah laku tiruan. Perbedaannya dengan tingkah laku tergantung adalah dalam tingkah laku tergantung ini si peniru hanya bertingkah laku terhadap isyarat yang diberikan oleh model pada saat itu saja, sedangkan pada tingkah laku salinan si peniru memperhatikan juga tingkah laku model di masa yang lalu maupun yang akan dilakukan di waktu mendatang. Hal ini berarti perkiraan tentang tingkah laku model dalam kurun waktu yang relatif panjang ini akan dijadikan patokan oleh

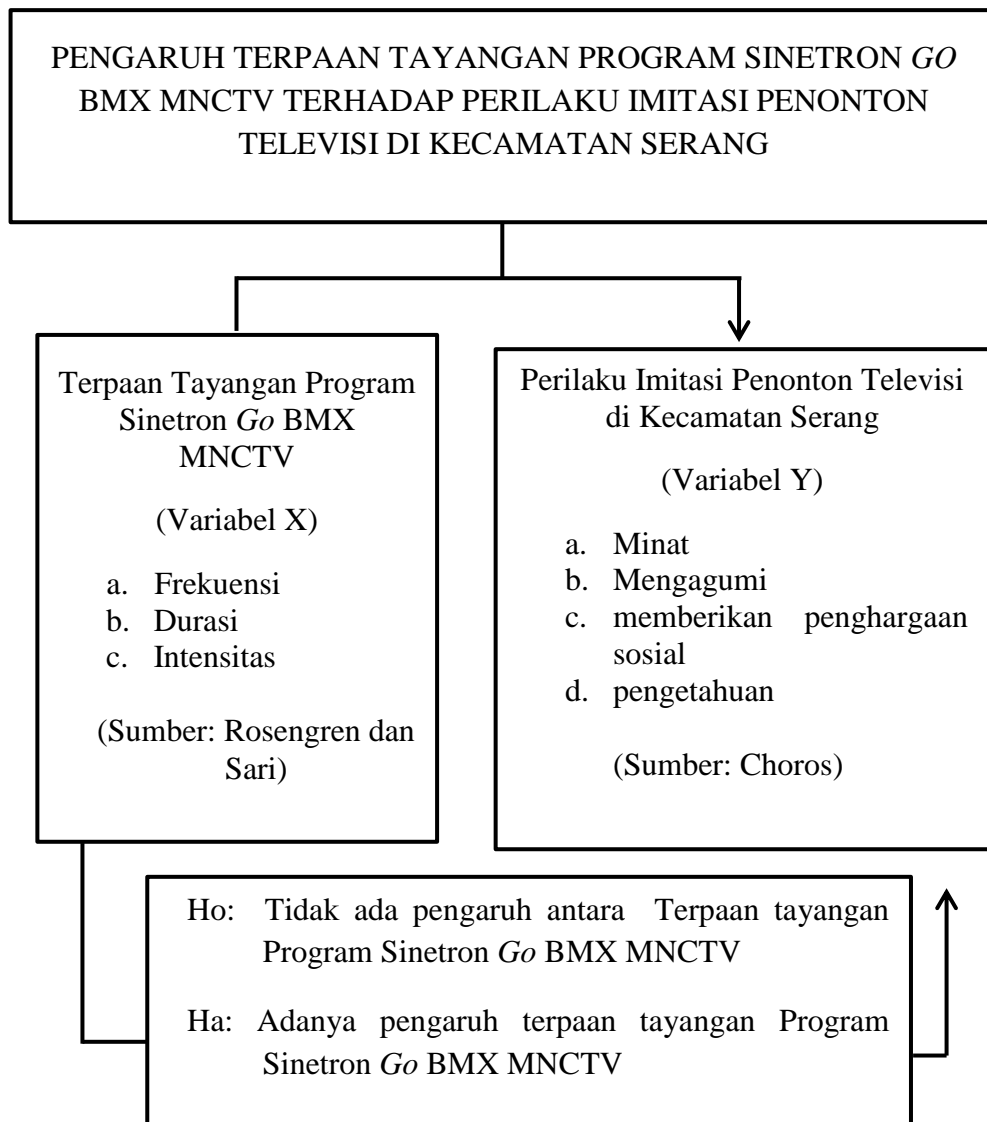
si peniru untuk memperbaiki tingkah lakunya sendiri di masa yang akan datang, sehingga lebih mendekati tingkah laku model.³⁵

2.2. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir, seperti halnya tujuan teori, adalah menjelaskan dan memprediksikan fenomena. Penjelasan dan prediksi fenomena secara sistematis digambarkan dengan variabel-variabel independen dan dependen yang dijelaskan atau dapat berupa hubungan korelasional dan hubungan sebab akibat. sesuai dengan fenomena sosial yang dijelaskan, bentuk hubungan variabel independen dan dependen dapat bersifat positif atau negatif (Indrianto dan Supomo 1999:63). Pada penelitian ini, teori pembelajaran sosial tersebut diharapkan dapat menjelaskan dan menghubungkan kedua variabel X Pengaruh terpaan tayangan *Go BMX MNCTV*, dan Variabel Y Perilaku Imitasi penonton televisi.

³⁵ Hurley, S & Nick Charter, *Perspectives on Imitation*, (Cambridge, MA: MIT press, 2005) hal: 36

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



2.3. Hipotesis/Asumsi Dasar

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³⁶ Maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.

Menurut *Webbster's New World Dictionary* dalam Kriyantono (2006), Hipotesis adalah teori, proporsi yang belum terbukti, diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta atau menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen). Karena masih bersifat sementara.³⁷

Berdasarkan kerangka berfikir, maka hipotesis penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ho : Tidak Ada Pengaruh Antara Terpaan Tayangan Program Sinetron
Go BMX MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi.

Ha : Adanya Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go BMX*
MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hal: 64

³⁷ Rachmat Kriyanto, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 2006, hal: 27

2.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Terpaan Tayangan Program Sinetron <i>GO BMX</i> MNCTV (Variabel X)	Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat keseringan menonton Televisi 2. Tingkat keseringan menonton tayangan <i>Go BMX</i> 	<i>Ordinal</i>
	Durasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berapa lama (jam/menit) Menonton tayangan <i>Go BMX</i> 	<i>Ordinal</i>
	Intensitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keseriusan terhadap tayangan sinetron <i>Go BMX</i> 2. Perhatian terhadap tayangan Sinetron <i>Go BMX</i> 	<i>Ordinal</i>
Perilaku Imitasi Penonton Televisi (Variabel Y)	Minat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki minat untuk seperti pemeran <i>Go BMX</i> 2. Memiliki minat untuk bisa melakukan gaya bersepeda seperti pemeran <i>Go BMX</i> 	<i>Ordinal</i>
	Mengagumi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengagumi pemeran <i>Go BMX</i> 2. Mengagumi keahlian yang dimiliki pemeran <i>Go BMX</i> 	<i>Ordinal</i>
	Memberikan penghargaan sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemeran <i>Go BMX</i> memiliki penghargaan sosial di masyarakat 	<i>Ordinal</i>
	Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan mengenai tayangan sinetron <i>Go BMX</i> 2. Pengetahuan mengenai Pemeran sinetron <i>Go BMX</i> 	<i>Ordinal</i>

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan beberapa penelitian yang sudah dilakukan peneliti lain pada waktu terdahulu, namun memiliki tujuan atau pembahasan yang hampir sama dengan penelitian yang sedang penulis lakukan saat ini. Selain itu penelitian terdahulu mempunyai kegunaan untuk memudahkan atau menjadi referensi tambahan dalam penyusunan penelitian yang sedang dilakukan:

Penelitian yang membahas mengenai Terpaan Media adalah penelitian milik Sri Lestari dengan judul Pengaruh Terpaan Berita Kebakaran di Televisi Terhadap perubahan Perilaku Ibu Rumah Tangga Dalam Menggunakan Barang Elektronik. Penelitian ini menjelaskan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015 di kelurahan Loa Bakung Samarinda. Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa variabel terpaan berita kebakaran (x) dan perubahan perilaku (y) memperoleh nilai $r = 0,239$ berada pada interval koefisien $0,20 - 0,399$ yakni terpaan berita kebakaran di televisi berpengaruh rendah terhadap perubahan perilaku ibu rumah tangga dalam menggunakan barang elektronik.

Pengaruh rendah tersebut diakibatkan terpaan berita kebakaran di televisi hanya berpengaruh kepada ibu rumah tangga dalam dimensi kognitif saja. sedangkan pada dimensi perilaku, lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan mereka yang rawan akan kejadian kebakaran. maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 Ditolak, artinya terdapat pengaruh antara terpaan berita kebakaran di televisi terhadap perilaku ibu rumah tangga dalam menggunakan barang elektronik di kelurahan Loa bakung Samarinda.

Persamaan dalam penelitian ini pada tujuan penelitian yang meneliti perilaku yang dihasilkan setelah menyaksikan tayangan yang ada di televisi, perbedaan dalam penelitian ini dalam teknik sampling yang digunakan yaitu dengan menggunakan cluster sampling.

Penelitian kedua milik Yessi Paradina Sella dengan judul Analisis Perilaku Imitasi di Kalangan Remaja setelah menonton Tayangan Drama seri Korea di Indosiar. Penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana perilaku yang ditunjukkan oleh remaja khususnya perilaku imitasi. Dalam penelitian ini dianalisis mengenai dampak yang dialami oleh remaja putri berupa perilaku imitasi yang didapatkan hasilnya setelah menonton tayangan televisi yaitu drama korea di Indosiar seperti cara berbusana dan memakai make up.

Kedua hal tersebut membawa perubahan perilaku mereka yang sejatinya masih dalam masa transisi anak-anak untuk berubah dengan cepat menjadi dewasa dengan mengikuti gaya berpakaian artisnya yang cenderung terbuka dalam memakai make up. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa remaja putri yang menjadi informan secara tidak disadari oleh individu masing-masing bahwa mereka telah melakukan perilaku meniru berkelanjutan dan mulai mengaplikasikannya kepada kehidupan sehari-hari mereka. Persamaan dalam penelitian ini pada tujuan penelitian yang meneliti perilaku yang dihasilkan setelah menyaksikan tayangan yang ada di televisi. Perbedaan dalam penelitian yaitu pada metode yang digunakan yaitu kualitatif.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	ITEM	Sri Lestari	Yessi Paradina Sella	Iqbal
1	Judul	Pengaruh Terpaan Berita Kebakaran di Televisi Terhadap perubahan Perilaku Ibu Rumah Tangga	Analisis Perilaku Imitasi di Kalangan Remaja setelah menonton Tayangan Drama seri Korea di Indosiar	Pengaruh Terpaan Tayangan <i>Go BMX MNCTV</i> Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi
2	Tahun	2015	2013	2016
3	Teori	Teori Agenda Setting	Teori Jarum Hipodermik	Teori Pembelajaran Sosial
4	Metode/ Paradigma	Kuantitatif /Positivisme	Kualitatif/ Konstruktivisme	Positivisme
5	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil analisis data, (x) dan (y) memperoleh nilai $r=0,239$ berada pada interval koefisien 0,20 - 0,399 yakni terpaan berita kebakaran di televisi berpengaruh rendah	Hasil penelitian yang secara tidak disadari mereka telah melakukan perilaku meniru berkelanjutan dan mulai mengaplikasikannya kepada kehidupan sehari-hari mereka	Besarnya pengaruh Terpaan Tayangan Program sinetron <i>Go BMX MNCTV</i> terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi sebesar 28,4%, sedangkan sisanya 71.6% dipengaruhi oleh faktor lain
6	Persamaan	Untuk mengetahui sejauh mana perilaku yang ditunjukkan setelah menonton acara televisi	Untuk mengetahui sejauh mana perilaku yang ditunjukkan setelah menonton acara televisi	Untuk mengetahui sejauh mana perilaku yang ditunjukkan setelah menonton acara televisi
7	Perbedaan	Teknik sampling menggunakan cluster sampling	Teknik sampling menggunakan snowball sampling	Teknik sampling menggunakan sampling random sederhana
8	Sumber	ejournal.ilkom.fisip.unmul.ac.id	ejournal.ilkom.co.id	

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data kuantitatif serta pola berfikir deduktif. Pola berfikir deduktif adalah pola berfikir yang melibatkan konsep-konsep, gagasan atau ide-ide yang kemudian mengembangkan sebuah ukuran yang digunakan untuk mengamatinya secara nyata. Sehingga yang menjadi kunci dari pendekatan deduktif adalah pengujian teori guna memperbaiki atau mengembangkan bangunan khazanah teori. Dengan kata lain, penelitian ini menggunakan teori sebagai sumber pokok yang menyediakan jawaban penelitian, memberikan gagasan tentang penelitian dan interpretasi data yang harus dilakukan.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu di dasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.³⁸ Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana tujuan dalam pendekatan kuantitatif yaitu mengukur hubungan yang ditimbulkan dari variabel X terhadap variabel Y. Menurut Sugiono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Hal: 2

hipotesis yang ditetapkan.³⁹ Metode kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat di generalisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Dalam riset kuantitatif, periset dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Artinya, periset tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak hatinya sendiri. Semuanya harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip-prinsip reabilitas dan validitas dengan kata lain, periset berusaha membatasi konsep atau variabel yang diteliti dengan cara mengarahkan riset dalam *setting* yang terkontrol, lebih sistematis dan berstruktur dalam sebuah desain riset.⁴⁰

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *survei*, yaitu metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data nya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik. Peneliti menggunakan jenis *survei* eksplanatif karena sesuai dengan masalah yang akan diteliti, periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi ataupun mempengaruhi terjadinya sesuatu. Periset tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya.

³⁹ *Ibid*, hal:16

⁴⁰ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), Hal: 56

Dengan kata lain, periset ingin menjelaskan hubungan antara dua variabel. Periset dituntut untuk membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Analisis data menggunakan uji statistik inferensial.⁴¹

3.2. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan dasar pijakan untuk mencermati hakikat fenomena atau gejala alam semesta, yang dapat di pandang sebagai realitas tunggal, dan dapat pula dipandang sebagai realitas ganda (jamak). Pandangan pertama mengembangkan pola pikir positivistik yang melahirkan paradigma ilmiah yang lazim diikuti oleh penelitian kuantitatif. (Licoln dalam ratna, 2010:38).

Paradigma kuantitatif merupakan satu pendekatan penelitian yang dibangun berdasarkan filsafat positivisme. Positivisme adalah satu aliran filsafat yang menolak unsur metafisik dan teologik dari realitas sosial. Karena penolakannya terhadap unsur metafisis dan teologis, positivisme kadang-kadang dianggap sebagai sebuah varian dari Materialisme (bila yang terakhir ini dikontraskan dengan Idealisme). Studi penelitian kuantitatif adalah fenomena dan hubungan-hubungan umum antara fenomena-fenomena (*general relations between phenomena*). Yang dimaksud dengan fenomena di sini adalah sejalan dengan prinsip *sensory experience* yang terbatas pada *external appearance given in sense perception*. Karena pengetahuan itu bersumber dari fakta yang diperoleh melalui

⁴¹ *Ibid*, Hal: 60

pancaindera, maka ilmu pengetahuan harus didasarkan pada eksperimen, induksi dan observasi⁴²

3.3. Ruang Lingkup/Fokus Penelitian

Ruang lingkup adalah batasan-batasan area penelitian yang akan dilakukan dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka peneliti membuat batasan mengenai hal-hal yang diteliti hanya mengenai masalah yang akan dipecahkan dalam penelitian ini. Berdasarkan paparan diatas, ruang lingkup penelitian mengenai pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go BMX MNCTV* terhadap perilaku imitasi penonton televisi yang dilakukan pada komunitas ZTFFbmx Serang Banten dengan menggunakan Teori Pembelajaran Sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura, yang diaplikasikan untuk memahami efek media massa Peneliti ingin mengetahui apakah mereka melakukan perilaku – perilaku meniru seperti yang di katakan dalam teori di atas dan fakot apa yang mempengaruhi nya.

3.4. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian dalam penyusunan skripsi ini berada di Kota Serang Banten, tepatnya Jl. Lkr. Rau, Cimuncang, dimana lokasi ini dijadikan tempat berkumpul dan latihan komunitas ZTFFbmx.

3.5. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka dalam penelitian harus ada dan menggunakan alat ukur yang baik. Alat ukur dalam

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Hal: 34

penelitian dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan peneliti. Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan selanjutnya ditentukan oleh indikator yang diukur.⁴³

3.5.1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Jenis angket yang peneliti gunakan yaitu angket tertutup dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti.⁴⁴ Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda X atau √.

Peneliti menggunakan skala *ordinal* sebagai skala pengukurannya. Dalam skala *ordinal* akan dibuat serangkaian pernyataan dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Setiap responden diminta menjawab atau mengisi pernyataan dalam kuesioner yang mengacu pada pengukuran skala *ordinal*. Pada skala *ordinal* umumnya menggunakan 5 pilihan jawaban yang terdiri dari “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat setuju”.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2012), Hal:102

⁴⁴ *Ibid*, Hal: 142

Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 pilihan jawaban. Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban keragu-raguan dari responden bila disediakan jawaban ditengah. Peneliti menganggap bahwa jawaban ragu-ragu adalah jawaban yang tidak konsisten sehingga tidak perlu dicantumkan. Disediakan jawaban ditengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang. Jawaban ragu-ragu ini mencakup juga cukup sering, cukup puas, agak, sedang, dan lainnya.⁴⁵ Adapun skala pengukuran adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor Penilaian Berdasarkan Skala *Ordinal*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Kriyantono, 2009)

3.5.2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian instrumen dilakukan dengan teknik analisis item instrumen. Yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item variabel pertanyaan independen dengan skor total pertanyaan variabel tersebut dengan menggunakan koefisien

⁴⁵ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana, 2009), hal 137

korelasi (r). Apabila angka korelasi yang diperoleh diatas angka r tabel maka pernyataan itu valid. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS versi 22 untuk menguji kevaliditasan tiap item pertanyaan. Untuk menguji kevaliditasan instrumen, teknik yang akan digunakan adalah koefisien korelasi *product moment* (Riduan, 2011), yaitu :

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber : (Riduan, 2011)

Instrumen dikatakan valid jika r hitung mempunyai nilai lebih besar daripada r tabel dengan tingkat toleransi 0,05 atau 5% untuk $n = 88$, diketahui $dk = n - 2$ dengan r tabel yaitu 0,213

Kriteria yang akan diterapkan adalah :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel , maka instrumen adalah valid;
- b. Jika r hitung $<$ r tabel , maka instrumen adalah tidak valid.

3.5.3. Uji Reliabilitas

Disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan dan tetap. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* hasil pengujian dapat dilihat pada tabel *Reliability Statistik*, lalu hasil tersebut dibandingkan dengan tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha, jika nilai Alpha hitung lebih besar dari 0,6 yang artinya item pertanyaan yang

ada didalam seluruh variabel tersebut reliabel. Sebagai alat ukur yang digunakan, analisis ini dilakukan menggunakan komputer dengan program SPSS 22. Pengujian kekonsistenan instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *alpha cronbach*, karena instrumen menggunakan jawaban yang berskala (Juanda, 2009:106).

$$r \text{ hitung} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Sumber : (Riduan, 2011)

Dimana :

- r = koefisien reabilitas.
- k = jumlah butir pertanyaan.
- σ_i = ragam butir pertanyaan ke -i
- σ^2 = ragam total skor tes, yang dihitung dari n responden.

Perhitungan reliabilitas hanya dapat dilakukan apabila semua item sudah teruji valid. Instrumen dapat dikatakan andal (*reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan reliabilitas minimum sebesar 0,6 atau lebih (Maholtra dalam Wardhana, 2005). Kriteria yang akan diterapkan adalah:

- a. Jika nilai koefisien alpha hitung $> 0,6$,maka instrumen adalah reliabel;
- b. Jika nilai koefisien alpha hitung $< 0,6$,maka instrumen adalah tidak reliabel.

3.6. Populasi dan Sampel Penelitian

3.6.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁶

Populasi untuk penelitian ini adalah Komunitas ZTFF BMX yang ada di Kota Serang. Dalam pengelompokan usia 13-21 tahun dan berjenis kelamin laki-laki yang tercatat dalam data anggota komunitas ZTFF BMX, tahun 2016. Data populasi yang diperoleh sebanyak: 113

3.6.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang diambil dari sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi yang akan dijadikan sampel penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rancangan Sampling Probabilitas (*Probability Sampling*) dan teknik yang digunakan yaitu sampling random sederhana, jadi setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel⁴⁷ Peneliti menggunakan rumus *Slovin* untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang sudah diketahui dengan presisi/estimasi 5%

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2012), Hal:80

⁴⁷ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009) hal: 154

$$\text{Rumus Slovin} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presisi/estimasi 5%

$$n = \frac{113}{1 + 113(0.05)^2}$$

$$n = \frac{113}{1 + 0.2825}$$

$$n = \frac{113}{1.2825}$$

$$n = 88,1 = 88 \text{ Responden}$$

Jumlah sampel yang diperoleh adalah 88,1 maka dibulatkan menjadi 88 orang dengan ketentuan responden yang mengetahui, dan yang menonton tayangan tersebut.

3.6.3. Hasil Uji Validitas

Peneliti menggunakan program *SPSS versi 22* untuk melakukan uji validitas data pada setiap pernyataan yang terdapat pada kuesioner atau angket penelitian. Peneliti membagi pernyataan menjadi dua bagian dalam kuesioner, yaitu pernyataan tentang Pengaruh terpaan tayangan *Go BMX MNCTV* sebagai variabel X, dan Perilaku imitasi penonton televisi sebagai variabel Y. *Output* data program *SPSS versi 22* untuk uji validitas pada variabel (X) dan variabel (Y) dapat dilihat pada tabel 3.2 dan tabel 3.3

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas variabel X

Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r Tabel (signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 1	0,322	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 2	0,714	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 3	0,383	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 4	0,660	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 5	0,612	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 6	0,788	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 7	0,640	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 8	0,823	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 9	0,579	0,213	<i>Valid</i>

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas variabel Y

Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i> (r hitung)	r Tabel (signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 10	0,573	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 11	0,548	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 12	0,689	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 13	0,578	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 14	0,682	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 15	0,497	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 16	0,702	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 17	0,647	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 18	0,708	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 19	0,781	0,213	<i>Valid</i>
Pertanyaan 20	0,674	0,213	<i>Valid</i>

Output data program SPSS versi 22 di atas merupakan hasil uji validitas dari nilai skor tiap pernyataan variabel X dan Y. Nilai data hasil uji validitas dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation*. Setiap pernyataan dianggap valid. Apabila *r* hitung pada kolom *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai *r* tabel.

r tabel dicari dengan $n=88,1$ (dengan pembulatan 88 responden) pada taraf signifikan 5% sehingga menghasilkan 0,213. maka disimpulkan berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai untuk setiap pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.6.4. Hasil Uji Reliabilitas

Alat ukur dinyatakan reliabel apabila konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama walaupun digunakan berulang kali. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	10

	N	%
C Valid	30	100,0
ases Excluded ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	12

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Berdasarkan perhitungan reliabilitas semua item sudah teruji valid. Instrumen dapat dikatakan andal (*reliable*). Dengan hasil yang dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha* 0,751 tabel 3.4 variabel X, dan 0,758 pada variabel Y. Maka dapat diketahui bahwa keduanya memiliki nilai koefisien alpha hitung $> 0,6$ sehingga dapat dinyatakan data tersebut *reliabel* dan dapat dijadikan alat ukur selanjutnya.

3.7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka dilakukan pengaturan mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikan. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan statistik dengan bantuan *SPSS versi 22*. Analisis data dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis, dan menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian. Menurut Riduan (2011:184), dikarenakan menggunakan skala interval, maka sebelum melakukan

pengujian harus dipenuhi persyaratan analisis (uji asumsi klasik) terlebih dahulu, dengan asumsi bahwa data harus:

- a. Homogen, artinya data yang akan diuji adalah sejenis atau bersifat homogen, sehingga perlu uji homogenitas.
- b. Normal, artinya data yang dihubungkan berdistribusi normal, maka perlu uji normalitas.
- c. Bersifat linier, data yang dihubungkan berbentuk garis linier, maka perlu uji linieritas.
- d. Berpasangan, artinya data yang dihubungkan mempunyai pasangan yang sama sesuai dengan subyek yang sama. Kalau salah satu tidak terpenuhi untuk persyaratan analisis korelasi atau regresi tidak dapat dilakukan.
- e. Apabila uji korelasi kedua variabel menunjukkan mempunyai hubungan fungsional dan sebab akibat, maka akan dilanjutkan dengan uji regresi.

3.7.1. Uji Homogenitas

Uji homogenitas yang akan diterapkan adalah pengujian data dengan metode pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila data yang diperoleh mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha 0,05 ($sig. > \alpha$). Hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan sekaligus homogen.

Kriteria yang akan diberlakukan adalah :

- a. Jika $.sig > 0,05$, maka data merupakan data homogen;
- b. Jika $.sig < 0,05$, maka data merupakan data tidak homogen.

3.7.2. Uji Normalitas

Uji normalitas data untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi secara normal, maka uji yang akan diterapkan adalah uji *Kolmogorov Smirnov Test* (Riduan,2011). Menurut Singgih (dalam Wardhana, 2005) data dikatakan berdistribusi normal apabila mempunyai signifikansi lebih dari alpha (α) atau 0,05.

Kriteria yang akan diberlakukan adalah :

- a. Jika χ^2 hitung $> 0,05$, maka distribusi data normal;
- b. Jika χ^2 hitung $< 0,05$, maka distribusi data tidak normal.

3.7.3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui pembuktian hipotesis penelitian, dimana hipotesis penelitian ini merupakan hipotesis untuk mencari hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dan data berbentuk interval (Riduan,2011:227). Analisis yang dipakai adalah analisis korelasi *Pearson Product Momen*, seperti di bawah ini :

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

Sumber : (Riduan,2011:227)

Korelasi ini dilambangkan dengan r dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila $r = -1$, berarti korelasinya negatif sempurna. Apabila $r = 0$, berarti tidak ada korelasi. Dan apabila $r = 1$, berarti korelasinya sempurna positif (sangat kuat). Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut :

Tabel 3.6.
Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Riduan (2011:228)

Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien diterminan sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Sumber : Riduan (2011:228)

Dimana :

KP = besarnya koefisien penentu (determinan)

r = koefisien korelasi

3.7.4. Analisis Regresi

Perbedaan analisis korelasi dengan analisis regresi adalah analisis korelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel X dengan variabel Y, apabila analisis regresi adalah untuk memprediksikan sebesar jauh perubahan nilai variabel Y, bila variabel X dinaikkan atau diturunkan (Sugiyono, 2010:260). Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Sumber : (Sugiyono, 2010:260)

Dimana :

Y = Perilaku Imitasi

a = harga konstan (harga Y ketika X=0)

b = koefisien regresi (arah peningkatan atau penurunan)

X = Terpaan Tayangan *Go* BMX

3.7.5. Uji Hipotesis

Selanjutnya untuk mengetahui bahwa hipotesis penelitian diterima atau ditolak, maka perlu membandingkan antara *t hitung* dengan *t table* dengan rumus sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Riduan (2011:228)

Dimana :

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Untuk mencari nilai t tabel, maka digunakan tabel distribusi normal dua arah yaitu dengan rumus $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dengan $n = 88$ maka $df = 86$, dengan $\alpha = 0,05$, maka t tabel adalah 1,671.

Kriteria penerimaan hipotesis adalah :

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak atau hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Terpaan Tayangan *Go* BMX terhadap Perilaku Imitasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Media Nusantara Citra Televisi (MNCTV)

MNCTV adalah sebuah stasiun televisi swasta terestrial nasional di Indonesia. Namanya yang sekarang dipergunakan sejak 20 Oktober 2010. MNCTV merupakan stasiun televisi swasta ketiga di Indonesia setelah RCTI dan SCTV. MNCTV didirikan oleh Mbak Tutut dan dulu sebagian besar sahamnya dimiliki oleh PT Cipta Lamtoro Gung Persada. Pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2010, MNCTV tidak menyiarkan acara olahraga. Namun, pada tahun 2010 hingga 2013, MNCTV kembali menyiarkan acara olahraga dengan menyiarkan Liga Utama Inggris, dan kembali lagi menyiarkan liga tersebut untuk musim 2016-2017 bersama RCTI hingga 3 tahun ke depan. Pada tahun 2011, MNCTV juga memiliki hak siar dalam ajang sepak bola Liga Prima Indonesia, bersama RCTI dan Global TV.

Pada tahap awal pendiriannya, TPI berbagi saluran dengan televisi milik pemerintah, TVRI. Perlahan-lahan mereka mengurangi misi edukatif, dengan juga menyiarkan acara lain, termasuk kuis dan sinetron sebagai selingan. TPI berpisah saluran dengan TVRI di pertengahan 90-an. Program edukasi pun tergusur, dan TPI fokus di program acara musik dangdut, seolah acara lain yang disebut 'makin Indonesia' dalam motto barunya seakan tenggelam oleh hingar bingar acara dangdut di TPI. Bahkan TPI sebagai

kependekan dari Televisi Pendidikan Indonesia sudah tidak berlaku lagi. Sejak 20 Oktober 2010, TPI resmi berganti nama menjadi MNCTV. Perubahan ini terjadi dikarenakan TPI tidak sesuai dengan konteks tertulis pada televisi tersebut yaitu menjadi salah satu televisi yang berbaur pendidikan di Indonesia, dan oleh karena itu nama TPI berubah menjadi MNCTV untuk mengubah citra TPI di mata masyarakat.⁴⁸

4.1.3. Program Sinetron *Go BMX*

Go BMX merupakan sinetron atau Serial Drama yang berasal dari Indonesia dengan genre remaja. Serial Drama ini disutradarai oleh Arya Sinulingga dan naskahnya ditulis oleh Harry Tanoesudibjo bersama Syafril Nasution. *Go BMX* adalah sinetron Indonesia yang ditayangkan di MNCTV. Sinetron ini diperankan para atlet sepeda BMX dari beberapa wilayah yang ada di Indonesia, seperti Okke Oktavianus, Vebby palwinta, dan Armando Jordy, Heru Anwari, Januar, Adol dan Rachman. Sinetron ini mulai ditayangkan pada tanggal 14 September 2015.

Go BMX bercerita tentang niat Udin yang awalnya untuk membeli angkot untuk abahnya, supaya abah dan emaknya hidup dalam kecukupan dan tidak bergantung pada orang lain. Udin yang memiliki kemampuan atraktif mengendarai sepeda BMX mencoba mencari penghasilan dengan mengikuti lomba lomba namun selalu ditentang oleh Dadang, ayah Udin. Dadang tak ingin anaknya bermain sepeda, apapun alasannya. Udin memiliki 3 orang teman yang selalu mensupportnya. Sedangkan Jack seorang pemuda tidak

⁴⁸.wikipedia.org/wiki/MNCTV#TPI, <http://www.mnctv.com>, diakses 9 september 2016, pukul 05:30

pernah menyukai Udin. Ditambah masa lalu, Rojali ayah Jack yang selalu berseteru dengan ayah Dadang karena mereka mempunyai cerita masa lalu. Jack juga menyukai Saskia, cewek tercantik di kampung yang selalu menjadi idola. Segala cara dilakukan oleh Jack untuk membuat Udin buruk di mata Saskia, dan kalah di setiap perlombaan.⁴⁹

4.2. Profil Komunitas ZTFFbmx

Gambar 4.2 Logo Komunitas ZTFFbmx



ZTFFbmx adalah komunitas olahraga jenis sepeda yang populer digunakan dalam atraksi ekstrem yang memacu adrenalin, Komunitas BMX sudah ada di kota serang sekitar 14 tahun yang lalu, sedangkan ZTFFbmx berdiri dari tahun 2009. Berawal dari keinginan sekelompok anak muda yang ingin membangkitkan komunitas BMX di Kota Serang, akhirnya terbentuklah sebuah komunitas bernama ZTFFbmx. ZTFF merupakan singkatan dari (*Zero Two Five Four*) atau bisa diartikan sebagai (0254) yang merupakan kode area telepon untuk

⁴⁹ wikipedia.org/wiki/Go_BMX di akses 9 september 2016, pukul 05:39

wilayah kota serang dan sekitarnya. Kebersamaan menjadi landasan terbentuknya komunitas ini. Anggota ZTFF hingga kini 113 orang. mereka berasal dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa yang tersebar di beberapa wilayah di Banten dan sekitarnya. Komunitas ini lebih banyak diminati oleh kawan-kawan muda kota Serang yang kebanyakan terdiri dari pelajar.

Komunitas ini menjadikan sepeda tidak hanya sekedar alat transportasi, tetapi juga aneka kreasi dan hobby. Segala hal yang berhubungan dengan BMX mereka salurkan dalam komunitas ini. Kebersamaan menjadi landasan terbentuknya komunitas ini. Sebab sebelumnya komunitas sepeda BMX di Serang masih terpecah-pecah. Hingga akhirnya disatukan menjadi ZTFFbmx,” latihan setiap hari sabtu dan minggu pukul 4-6 sore di Gedung RTC Lantai atas. Jika ingin bergabung, komunitas ini tidak memungut biaya pendaftaran. Cukup datang membawa sepeda dari masing-masing *rider* ke RTC Park.

4.2.1. Deskripsi Data Responden

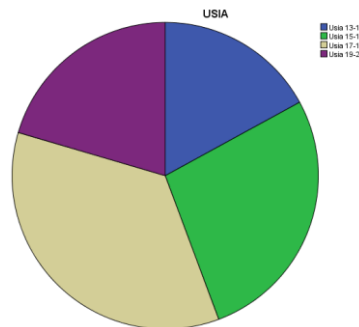
Data responden merupakan data pribadi yang wajib diisi oleh masing-masing responden sebelum memulai pengisian dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam angket tersebut. Hasil analisis data responden dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 13-14	15	17,0	17,0	17,0
	Usia 15-16	24	27,3	27,3	44,3
	Usia 17-18	31	35,2	35,2	79,5
	Usia 19-20	18	20,5	20,5	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan usia



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan kisaran usia 13-14 tahun berjumlah 15 responden dengan 17%, usia 15-16 tahun 24 responden 27%, usia 17-18 berjumlah 31 responden 35%, dan usia 19-20 berjumlah 18 responden 20% dari total keseluruhan 88. Dari hasil penelitian, usia yang lebih banyak ditemukan adalah responden dengan usia dari 17-18 tahun yang berjumlah 31 responden 35%. Berdasarkan

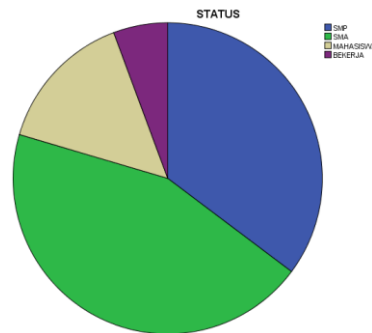
aspek usia dalam masa remaja secara global berlangsung antara usia 12-21 tahun, dimana pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Monks, 2009). Dalam hal ini bagi remaja menonton adalah hal yang menyenangkan dibandingkan dengan membaca, televisi mampu menayangkan acara-acara yang menarik dan memiliki banyak unsur hiburan bagi pemirsa, terutama bagi remaja yang lebih banyak meluangkan waktu dirumah dan belum memiliki aktifitas kerja, selain itu klasifikasi responden berdasarkan usia yang ditentukan peneliti sebagai sampel dalam komunitas ZTFFbmX dimana kategori remaja adalah masa peralihan dimana perubahan secara fisik dan psikologis yang terjadi pada remaja meliputi intelektual, kehidupan emosi, dan kehidupan sosial (Hurlock, 2003).

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar SMP	31	35,2	35,2	35,2
Pelajar SMA	39	44,3	44,3	79,5
Mahasiswa	13	14,8	14,8	94,3
Sudah Bekerja	5	5,7	5,7	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.2 klasifikasi responden berdasarkan status tingkat pendidikan dan yang sudah bekerja menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMP berjumlah 31 responden 35%, tingkat pendidikan sekolah menengah atas (SMA) 39 responden 44%, Mahasiswa 13 responden (14%), dan yang tidak melanjutkan pendidikan atau memilih untuk bekerja berjumlah 5 responden (5%) dari data populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 responden.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan paling banyak responden yang ditemui adalah responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas, dengan rincian sebanyak 31 responden dengan persentase 35% adalah pelajar SMP, dan Sekolah menengah atas sebanyak 39 dengan persentase 44% dari 88. Masa SMP dan SMA atau setara remaja sebagai periode yang penting bagi perubahan – perubahan yang dialami masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya menurut (Hurlock 2003)

4.3. Analisis Data Peneliti

Peneliti menganalisis Variabel X dan Variabel Y dengan cara menelaah setiap pertanyaan dari setiap indikator yang sudah ditentukan dalam kuesioner. Peneliti menggunakan skala *ordinal* untuk mengukur tanggapan responden. Setiap responden diminta menjawab atau mengisi pertanyaan dalam kuesioner yang mengacu pada pengukuran skala *ordinal*. Pada skala *ordinal* umumnya menggunakan 5 pilihan jawaban yang terdiri dari “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat setuju”. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 pilihan jawaban.

Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban keragu-raguan dari responden bila disediakan jawaban ditengah. Peneliti menganggap bahwa jawaban ragu-ragu adalah jawaban yang tidak konsisten sehingga tidak perlu dicantumkan. Disediakan jawaban ditengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang. Jawaban ragu-ragu ini mencakup juga cukup sering, cukup puas, agak, sedang, dan lainnya. Adapun skala pengukuran adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	: Skor 4
Setuju	: Skor 3
Tidak Setuju	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju	: Skor 1

4.3.1. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 1

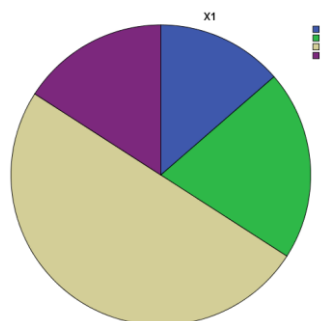
Pada indikator frekuensi pertanyaan 1 yakni: “Seberapa sering Anda menonton televisi?” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	13,6	13,6	13,6
	2	18	20,5	20,5	34,1
	3	44	50,0	50,0	84,1
	4	14	15,9	15,9	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.3 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 1



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.3 menunjukkan hasil jawaban pertanyaan 1 “seberapa sering menonton televisi?” dari 88 responden menjawab sangat jarang 12 responden 13%, yang menjawab jarang 18 responden 20%, yang menjawab sering 44 responden 50%, dan sangat sering menjawab 14 responden atau 15%. Berdasarkan Teori Terpaan Media, banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu

sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan (Rakhmat 2001:66). Peneliti menyimpulkan bahwa jawaban yang dihasilkan dari responden yang menjawab sering berjumlah 44 responden atau 50%, dan menjawab sangat sering 14 atau 15%, berarti banyaknya responden yang sering menyaksikan televisi.

4.3.2. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 2

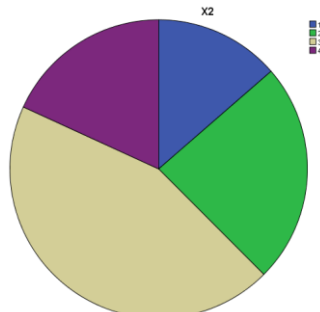
Pada indikator frekuensi pertanyaan 2 yakni: Apakah Anda sering menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX* ?” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	13,6	13,6	13,6
	2	21	23,9	23,9	37,5
	3	39	44,3	44,3	81,8
	4	16	18,2	18,2	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.4 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 2



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.4 dari pertanyaan pada indikator frekuensi pertanyaan 2 “Apakah anda sering menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX*?” dengan persentase jawaban sangat jarang berjumlah 12 responden 13%, menjawab jarang 21 responden 23%, menjawab sering 39 responden 44%, dan menjawab sangat sering 16 responden 18%. Pada indikator frekuensi peneliti menyimpulkan dari hasil yang didapatkan dari lapangan dengan jawaban yang sering menyaksikan sebanyak 39 orang atau 44% dari 88 responden mereka mengkonsumsi isi media yaitu tayangan sinetron *Go BMX* dengan sering.

Berarti indikator frekuensi dengan pertanyaan di atas, tingkat keseringan mereka menyaksikan tayangan tersebut. Dalam hal ini mereka memberikan jawaban yang spontan berdasarkan teori terpaan media seperti dikatakan (Rosengren dalam Rakhmat: 2001, 66) Terpaan media (*media exposure*), Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. Dalam penelitian ini menggunakan media televisi diukur dari berapa kali seseorang menggunakan televisi dalam satu minggu (untuk meneliti program harian)

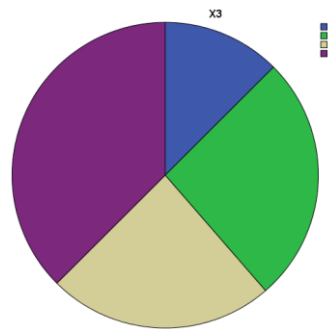
4.3.3. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 3

Pada indikator frekuensi pertanyaan 3 yakni: Apakah Anda sering menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX* ?” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	12,5	12,5	12,5
2	23	26,1	26,1	38,6
3	21	23,9	23,9	62,5
4	33	37,5	37,5	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.5 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 3

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.5 dapat diketahui bahwa untuk pertanyaan 3 pada indikator frekuensi “Dalam satu minggu berapa kali anda menyaksikan sinetron *Go BMX*?” dari 88 responden yang menjawab satu kali dalam seminggu berjumlah 11 responden 12%, menjawab dua kali dalam seminggu 23 responden 26%, menjawab empat kali dalam seminggu 21 responden 23%, dan yang menjawab enam kali dalam seminggu 33 responden 37%. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. (Rosengren dalam Rakhmat: 2001,

66). Dalam penelitian ini menggunakan media televisi diukur dari berapa kali seseorang menggunakan televisi dalam satu minggu (untuk meneliti program harian). Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden sering menyaksikan tayangan tersebut.

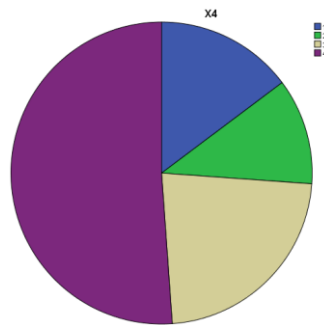
4.3.4. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 4

Pada indikator durasi atau lamanya penayangan program, suatu program terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*). Suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan tersebut Menurut Ardianto dan Erdinaya 2005). Pertanyaan pada indikator durasi pertanyaan 4 yakni: Berapa lama Anda menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX* dalam satu episode?" tanggapan responden dapat di lihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	14,8	14,8	14,8
2	10	11,4	11,4	26,1
3	20	22,7	22,7	48,9
4	45	51,1	51,1	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.6 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 4

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.6 pada pertanyaan dari indikator durasi “Berapa lama Anda menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX* dalam satu episode?” dengan persentase jawaban responden yang menjawab 10 menit 13 responden 14%, menjawab 20 menit 10 responden 11%, menjawab 30 menit 20 responden 22%, dan menjawab 60 menit 45 responden 51%. Peneliti menyimpulkan dari hasil di atas, durasi atau lamanya penayangan program sinetron *Go BMX* dalam satu episode, dengan jawaban 60 menit dengan persentase 45 responden atau 51%. Mayoritas responden bertahan lama saat menyaksikan tayangan tersebut dengan jumlah waktu 60 menit satu kali tayang.

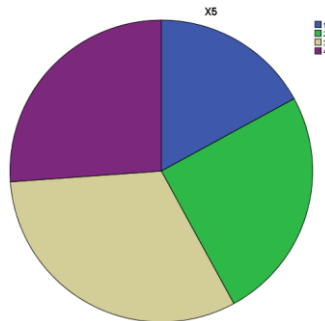
4.3.5. Tanggapan responden berdasarkan pertanyaan 5

pertanyaan pada indikator durasi pertanyaan 5 yakni: Berapa lama Anda menyaksikan satu segmen setelah iklan pada tayangan sinetron *Go BMX*? ” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.7 Frekuensi jawaban pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	17,0	17,0	17,0
	2	22	25,0	25,0	42,0
	3	28	31,8	31,8	73,9
	4	23	26,1	26,1	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.7 Frekuensi jawaban pertanyaan 5

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.7 pada pertanyaan ke lima dari indikator durasi “Berapa lama Anda menyaksikan satu segmen setelah iklan dalam tayangan sinetron *Go BMX*?” dengan persentase sebagai berikut: menjawab 1-2 menit berjumlah 15 responden 17%, menjawab 3 – 4 menit 22 responden 25%, menjawab 5 – 6 menit 28 responden 31%, dan menjawab 7 - 8 menit berjumlah 23 responden 26%.

Dari indikator durasi atau lamanya penayangan program menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam satu segmen, pertanyaan ini lebih rinci dari pertanyaan sebelumnya. Disimpulkan oleh peneliti dari hasil jawaban responden memilih jawaban 5 – 6 menit sebanyak 28 responden lebih banyak,

adapun yang menjawab 7 – 8 menit menduduki tingkat kedua yaitu 23 responden 26%. Kedua jawaban tersebut dikatakan positif, dikarenakan responden yang dijadikan sampel menyaksikan tayangan tersebut dengan durasi yang lama (*durable program*). Suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan tersebut Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005).

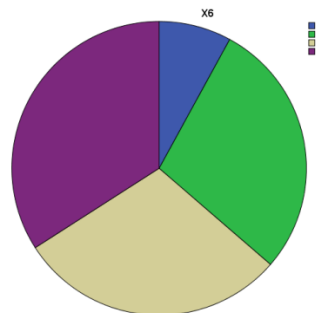
4.3.6. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 6

Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal pengaruh perhatian. Perhatian atau intensitas yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan sinetron Go BMX, apakah mereka melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut. pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 6 yakni: “Apakah Anda serius saat menyaksikan tayangan sinetron Go BMX? ” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	8,0	8,0	8,0
	2	25	28,4	28,4	36,4
	3	26	29,5	29,5	65,9
	4	30	34,1	34,1	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.8 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 6

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.8 pada indikator intensitas pertanyaan 6 “Apakah Anda serius saat menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX?*” dengan persentase jawaban responden yang menjawab tidak serius berjumlah 7 responden 8%, menjawab kurang serius 25 responden 28%, menjawab serius 26 responden 29%, dan yang menjawab sangat serius 30 responden 34%. Peneliti menyimpulkan dari keseluruhan responden yang dijadikan sampel yang menjawab 25 responden 25% menjawab serius, dan yang menjawab sangat serius 30 responden 34%, artinya dalam tingkat keintensitasan mereka pada tayangan tersebut dikatakan cukup intens dengan pertanyaan tingkat keseriusan mereka pada tayangan *Go BMX* yang mereka saksikan pada saat tayang.

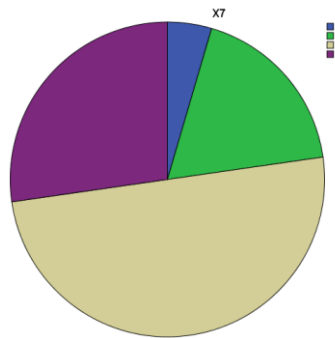
4.3.7. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 7

Pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 7 yakni: “Apakah Anda memperhatikan setiap percakapan yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX?* ” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4,5	4,5	4,5
	2	16	18,2	18,2	22,7
	3	44	50,0	50,0	72,7
	4	24	27,3	27,3	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.9 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 7

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.9 responden yang menjawab tidak memperhatikan berjumlah 4 responden 4%, yang menjawab kurang memperhatikan 16 responden 18%, menjawab memperhatikan 44 responden 50%, dan yang menjawab sangat memperhatikan 24 responden 27%. Dari sebanyak 88 responden mayoritas anggota komunitas ZtffBMX memperhatikan setiap percakapan yang dilakukan pemeran dalam tayangan sinetron *Go BMX*, sebanyak 44 responden 50% menjawab memperhatikan dan 24 responden 27% menjawab sangat memperhatikan.

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun

mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.

4.3.8. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 8

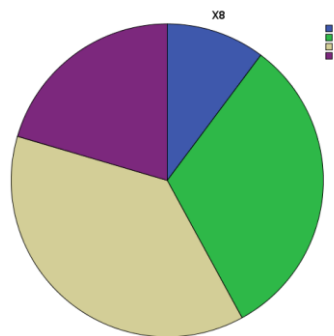
pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 8 yakni: “Apakah anda memperhatikan jalan cerita tayangan sinetron *Go* BMX? ” tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	10,2	10,2	10,2
	2	28	31,8	31,8	42,0
	3	33	37,5	37,5	79,5
	4	18	20,5	20,5	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.10 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 8



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.10 pada indikator intensitas “Apakah Anda memperhatikan jalan cerita tayangan sinetron *Go* BMX?” dengan persentase jawaban dari 88 responden menjawab tidak memperhatikan

9 responden 10%, menjawab kurang memperhatikan 28 responden 31%, menjawab memperhatikan 33 responden 37%, dan menjawab sangat memperhatikan 18 responden 20%. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.

Dari persentase di atas responden lebih banyak menjawab memperhatikan jalan cerita tayangan tersebut 33 responden 37% dan yang menjawab sangat memperhatikan 18 responden 20%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota komunitas ZTFFbmx memperhatikan jalan cerita tayangan tersebut.

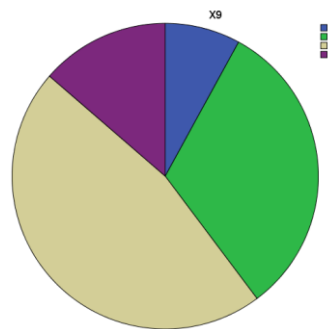
4.3.9. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 9

Pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 9 yakni: “Apakah Anda memperhatikan pemeran saat melakukan trik *Flatland* dalam tayangan sinetron *Go BMX?* ” *Trik Flatland* adalah mengendarai sepeda BMX dengan gaya bebas yang dilakukan pada permukaan datar. tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	8,0	8,0	8,0
	2	28	31,8	31,8	39,8
	3	41	46,6	46,6	86,4
	4	12	13,6	13,6	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.11 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 9

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.11 pada indikator intensitas “Apakah anda memperhatikan pemeran saat melakukan trik *Flatland* dalam tayangan sinetron *Go BMX*?” dengan persentase responden yang menjawab tidak memperhatikan 7 responden 8%, menjawab kurang memperhatikan 28 responden 31%, menjawab memperhatikan 41 responden 46%, dan yang menjawab sangat memperhatikan 12 responden 13%.

Perhatian atau intensitas yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan sinetron *Go BMX*. *Media exposure* akan ada apabila khalayak secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media. Bentuk nyata dari *media exposure* adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaurkan diri (*experiencing*) dengan isi media. Apabila

melihat, mendengar, membaca pesan dikatakan sebagai wujud nyata dari keberadaan *media exposure* seseorang, maka jelas bahwa *media exposure* merupakan perilaku audiens dalam menggunakan media (Larry Shore).

4.3.10. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 10

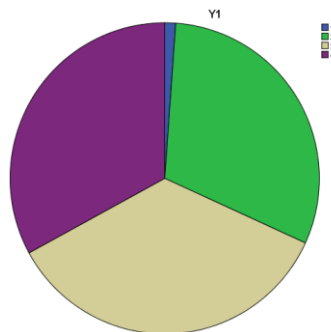
Pada indikator minat pernyataan 10 yakni: “Memiliki minat untuk menjadi salah satu pemeran sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Pernyataan 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,1	1,1	1,1
	2	27	30,7	30,7	31,8
	3	31	35,2	35,2	67,0
	4	29	33,0	33,0	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.12 Frekuensi Jawaban Pernyataan 10



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.12 pada indikator minat pernyataan 10 “Memiliki minat untuk menjadi salah satu pemeran sinetron *Go BMX*” dengan persentase data responden yang menjawab sangat tidak setuju 1

responden 1%, yang menjawab tidak setuju 27 responden 30%, yang menjawab setuju 31 responden 35%, dan yang menjawab sangat setuju 29 responden 33%. Minat adalah syarat dasar dari setiap individu untuk bisa melakukan imitasi. Maka akan mustahil melakukan imitasi kepada suatu objek yang tidak kita senangi. (Choros dalam Hurley, 2005) Dapat disimpulkan dari jawaban dari pernyataan di atas 27 orang menjawab setuju dan 29 responden menjawab sangat setuju, jadi sebagian dari anggota ZTFFbmX menaruh minat untuk menjadi salah satu pemeran dalam tayangan sinetron *Go BMX*.

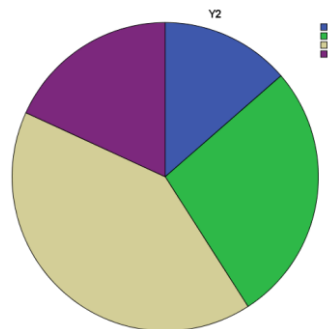
4.3.11. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 11

Pada indikator minat pernyataan 11 yakni: “memiliki minat untuk menguasai keahlian bermain sepeda BMX”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Pernyataan 11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	13,6	13,6	13,6
2	24	27,3	27,3	40,9
3	36	40,9	40,9	81,8
4	16	18,2	18,2	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.13 Frekuensi Jawaban Pernyataan 11

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.13 di atas pada indikator minat pernyataan 11 “memiliki minat untuk menguasai keahlian bermain sepeda BMX” dengan persentase jawaban dari 88 orang yang menjawab sangat tidak setuju 12 responden 13%, yang menjawab tidak setuju 24 responden 27%, menjawab setuju berjumlah 36 responden 40%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang atau 18%. Peneliti menyimpulkan dari tabel di atas, mereka lebih banyak menjawab sangat setuju dan setuju. Menaruh minat kepada sesuatu hal yang akan diimitasi (ditiru). Minat adalah syarat dasar dari tiap individu untuk bisa melakukan imitasi (Choros dalam Hurley, 2005)

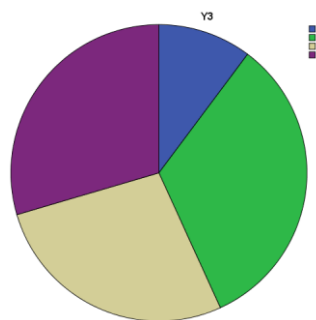
4.3.12. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 12

Pada indikator minat pernyataan 12 yakni: “memiliki minat untuk menjadi atlet sepeda BMX”. Tanggapan responden dapat di lihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Pernyataan 12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	10,2	10,2	10,2
2	29	33,0	33,0	43,2
3	24	27,3	27,3	70,5
4	26	29,5	29,5	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.14 Frekuensi Jawaban Pernyataan 12

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.14 di atas, pada indikator minat pernyataan 12 “memiliki minat untuk menjadi atlet sepeda BMX” dengan persentase jawaban dari 88 orang yang menjawab sangat tidak setuju 9 responden 10%, yang menjawab tidak setuju 29 responden 33%, yang menjawab setuju berjumlah 24 responden 27%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 responden 29%. Hasil persentase di atas pada indikator minat, dengan jawaban terbanyak 24 responden menjawab setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju, dalam hal ini sebagian besar anggota komunitas ZTFFbmX memiliki minat untuk menjadi atlet seperti dalam tayangan sinetron *Go BMX*.

4.3.13. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 13

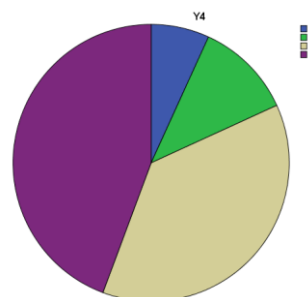
Pada indikator mengagumi pernyataan 13 yakni: “mengagumi semua pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.15 Frekuensi Jawaban Pernyataan 13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	6,8	6,8	6,8
2	10	11,4	11,4	18,2
3	33	37,5	37,5	55,7
4	39	44,3	44,3	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.15 Frekuensi Jawaban Pernyataan 13



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.15 di atas pada indikator mengagumi pernyataan 13 “mengagumi semua pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*” dengan persentase jawaban dari 88 responden yang menjawab sangat tidak setuju 6 responden 6%, yang menjawab tidak setuju 10 responden 11%, yang menjawab setuju berjumlah 33 responden 37%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 responden 44%. Selain bisa

menaruh minat, pada langkah selanjutnya mengagumi pada hal-hal yang akan diimitasi (ditiru).

Makna dari mengagumi adalah suatu langkah yang umumnya lebih tinggi tingkatannya bila dibandingkan dengan hanya menyukai, (Choros dalam Hurley, 2005) Dalam indikator mengagumi kebanyakan mereka menjawab sangat setuju sebanyak 39 orang dan jawaban setuju sebanyak 37 orang, pada jawaban di atas banyak nya dari anggota komunitas ini mengagumi semua pemeran dalam tayangan tersebut.

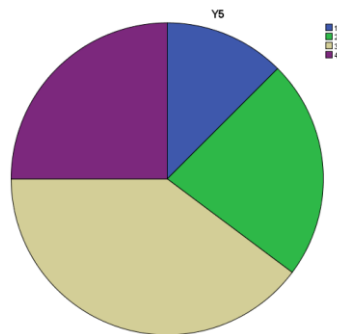
4.3.14. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 14

Pada indikator mengagumi pernyataan 14 yakni: “mengagumi salah satu pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Pernyataan 14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	12,5	12,5	12,5
2	20	22,7	22,7	35,2
3	35	39,8	39,8	75,0
4	22	25,0	25,0	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.16 Frekuensi Jawaban Pernyataan 14

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.16 di atas pada indikator mengagumi pernyataan 14 “mengagumi salah satu pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*” dengan persentase jawaban dari 88 orang yang menjawab sangat tidak setuju 11 responden 12%, yang menjawab tidak setuju 20 responden 22%, yang menjawab setuju berjumlah 35 responden 39%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 22 responden 25%. Makna dari mengagumi adalah suatu langkah yang umumnya lebih tinggi tingkatannya bila dibandingkan dengan hanya menyukai, (Choros dalam Hurley, 2005). Dengan demikian faktor imitasi merupakan suatu proses pada seseorang untuk mencontoh orang lain atau sebuah kelompok, dari pernyataan di atas hasil yang didapatkan dari jawaban responden dengan sebanyak 35 orang menjawab setuju dan 25 orang menjawab sangat setuju.

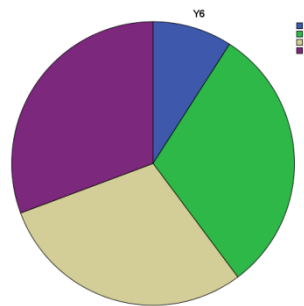
4.3.15. Tanggapan Responden Berdasarkan Pertanyaan 15

Pada indikator mengagumi pernyataan 13 yakni: “mengagumi keahlian pemeran dalam melakukan trik *flatland*”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.17 Frekuensi Jawaban Pernyataan 15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	9,1	9,1	9,1
2	27	30,7	30,7	39,8
3	26	29,5	29,5	69,3
4	27	30,7	30,7	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.17 Frekuensi Jawaban Pernyataan 15

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.17 di atas pada indikator mengagumi pernyataan 15 “mengagumi keahlian pemeran dalam melakukan trik *flatland*” dengan persentase jawaban dari 88 orang yang menjawab sangat tidak setuju 8 responden 9%, yang menjawab tidak setuju 27 responden 30%, menjawab setuju sejumlah 26 orang atau sekitar 29,5% dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 responden 30%. Dari hasil di atas menunjukkan meskipun hasil tidak setuju terbilang cukup banyak pada pertanyaan ini, tetapi yang menjawab setuju dan sangat setuju bila di gabung lebih banyak dan menghasilkan jawaban yang positif, artinya anggota komunitas ZTFFbmx terbilang banyak yang mengagumi trik tersebut, dan sebagian anggota yang menjawab tidak setuju, kemungkinan menyukai trik lain pada permainansepeda

BMX. Makna dari mengagumi adalah suatu langkah yang umumnya lebih tinggi tingkatannya bila dibandingkan dengan hanya menyukai (Choros dalam Hurley, 2005).

4.3.16. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 16

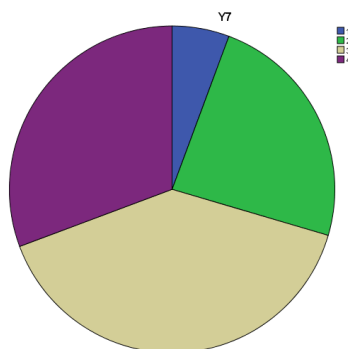
Pada indikator penghargaan sosial pernyataan 16 yakni: “pemeran sinetron Go BMX memiliki prestasi dalam olahraga sepeda BMX”. Tanggapan responden dapat di lihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.18 Frekuensi Jawaban Pernyataan 16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5,7	5,7	5,7
	2	21	23,9	23,9	29,5
	3	35	39,8	39,8	69,3
	4	27	30,7	30,7	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.18 Frekuensi Jawaban Pernyataan 16



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.18 di atas pada indikator memberikan penghargaan sosial pernyataan 16 “pemeran sinetron Go BMX

memiliki prestasi dalam olahraga sepeda BMX” dengan persentase jawaban dari 88 orang yang menjawab sangat tidak setuju 5 responden 5%, yang menjawab tidak setuju 21 responden 23%, yang menjawab setuju berjumlah 35 responden 39%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 responden 30%. Menurut (Choros dalam Hurley, 2005). Harus ada penghargaan sosial yang tinggi terhadap suatu objek yang akan menjadi objek dari imitasi. Dimaksudkan agar imitasi yang diperoleh dapat mendatangkan penghargaan sosial di dalam lingkungannya. Dapat disimpulkan dari jawaban responden mengenai penghargaan sosial yang dimiliki para pemain sinetron tersebut dengan jawaban sangat setuju dan setuju lebih banyak, yang berarti sebuah penghargaan sosial merupakan hal penting bagi anggota komunitas ini.

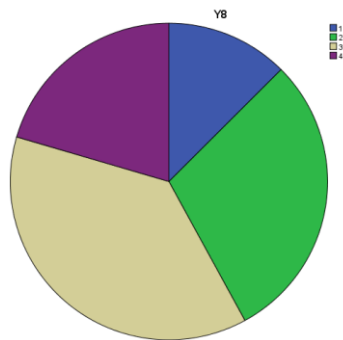
4.3.17. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 17

Pada indikator mengagumi pernyataan 17 yakni: “pemeran sinetron Go BMX memiliki prestasi dalam olahraga sepeda BMX”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.19 Frekuensi Jawaban Pernyataan 17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	12,5	12,5	12,5
2	26	29,5	29,5	42,0
3	33	37,5	37,5	79,5
4	18	20,5	20,5	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.19 Frekuensi Jawaban Pernyataan 17

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.19 di atas pada indikator yang sama yaitu memberikan penghargaan sosial pernyataan 17 “pemeran sinetron *Go* BMX memiliki penghargaan sosial di mata masyarakat” dengan persentase jawaban dari 88 orang yang menjawab sangat tidak setuju 11 responden 12%, yang menjawab tidak setuju 26 responden 29%, yang menjawab setuju berjumlah 33 responden 37%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 responden (20%).

Menurut choros penghargaan sosial adalah salah satu faktor penyebab adanya perilaku imitasi. Pada pernyataan ini sebanyak 33 orang mengaku setuju bahwa pemeran *Go* BMX memiliki penghargaan di mata masyarakat, hal ini yang menjadi salah satu alasan mereka menyukai dan mengagumi pemeran dalam sinetron tersebut dan berujung pada kemungkinan adanya perilaku imitasi. Berdasarkan hasil di atas dapat dilihat besarnya minat anggota BMX untuk mendapat penghargaan di mata masyarakat, hal ini menunjukkan semakin besar kemungkinan anggota ZTFFbmX melakukan perilaku imitasi.

4.3.18. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 18

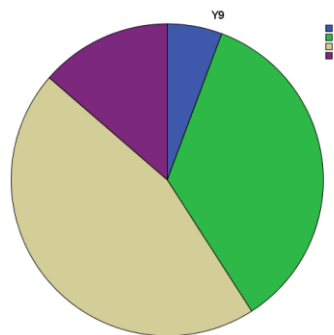
Pada indikator mengagumi pernyataan 18 yakni: “pemeran sinetron Go BMX memiliki prestasi dalam olahraga sepeda BMX”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.20 Frekuensi Jawaban Pernyataan 18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5,7	5,7	5,7
2	31	35,2	35,2	40,9
3	40	45,5	45,5	86,4
4	12	13,6	13,6	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.20 Frekuensi Jawaban Pernyataan 18



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.20 di atas pada indikator mengetahui pernyataan 18 “Mengetahui jam tayang sinetron Go BMX” dengan persentase jawaban dari 88 responden yang dijadikan sampel, yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 5 orang atau (5%), yang menjawab tidak setuju berjumlah 31 orang atau (35%), yang menjawab setuju berjumlah 40 orang yaitu (45%), dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 orang atau (13%).

Syarat yang paling terakhir adalah pada pihak yang akan melakukan suatu peniruan atau imitasi maka harus memiliki pengetahuan pada hal tentang pihak atau pada suatu yang akan diimitasi. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan mereka sangat tinggi mengenai jam tayang sinetron tersebut.

4.3.19. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 19

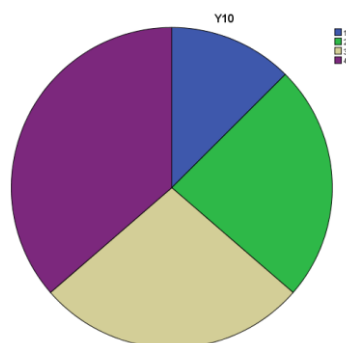
Pada indikator mengagumi mengetahui 19 yakni: “Mengetahui jalan cerita sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.21 Frekuensi Jawaban Pernyataan 19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	12,5	12,5	12,5
	2	21	23,9	23,9	36,4
	3	24	27,3	27,3	63,6
	4	32	36,4	36,4	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.21 Frekuensi Jawaban Pernyataan 19



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.21 di atas pada indikator mengetahui pernyataan 19 “Mengetahui jalan cerita sinetron *Go BMX*” dengan

persentase jawaban dari 88 responden yang dijadikan sampel, yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah responden 12%, yang menjawab tidak setuju berjumlah 21 responden 23%, yang menjawab setuju berjumlah 24 responden 27%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 responden 36%. Peneliti menyimpulkan atas jawaban responden menyatakan mengetahui jalan cerita pada tayangan tersebut. Dengan demikian tingkat pengetahuan mereka terhadap suatu objek yang akan diimitasi telah terpenuhi sehingga dorongan untuk berperilaku seperti model yang ada dalam tayangan tersebut.

4.3.20. Tanggapan Responden Berdasarkan Pernyataan 20

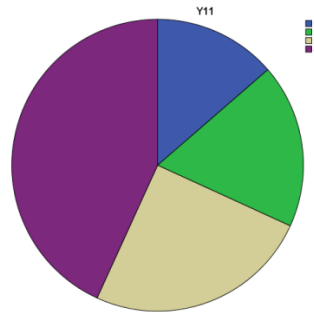
Pada indikator mengagumi mengetahui 20 yakni: “Mengetahui mengetahui pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden dapat di lihat pada tabel distribusi frekuensi dan diagram pie charts sebagai berikut:

Tabel 4.22 Frekuensi Jawaban Pernyataan 20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	13,6	13,6	13,6
	2	16	18,2	18,2	31,8
	3	22	25,0	25,0	56,8
	4	38	43,2	43,2	100,0
	Total	88	100,0	100,0	

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Diagram 4.22 Frekuensi Jawaban Pernyataan 20



Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel dan diagram pie charts 4.21 di atas pada mengetahui pernyataan 20 “Mengetahui mengetahui pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*” dengan persentase jawaban dari 88 responden yang dijadikan sampel, yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 12 responden 13%, yang menjawab tidak setuju berjumlah 16 responden 18%, yang menjawab setuju berjumlah 22 responden 25%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 responden 43%. Perilaku imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya. (Sarwono, 2009: 8) disimpulkan dari jawaban responden di atas, dengan tingkat pengetahuan mengenai pemeran yang ada dalam tayangan yang dijadikan objek dari imitasi pada penelitian ini.

4.4. Analisis skor variabel X & Y

Setelah menganalisis pertanyaan-pertanyaan di atas, peneliti menjumlahkan skor dari masing-masing pertanyaan dari variabel X dan variabel Y, dengan memberikan deskripsi dari masing-masing pertanyaan. Maka penulis mengukur persentase masing-masing variabel, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.23 Nilai Total Skor Keseluruhan Variabel X

No	Pertanyaan Variabel X	Skor
1	Seberapa sering anda menonton Televisi?	236
2	Apakah anda sering menyaksikan tayangan sinetron <i>Go BMX</i> ?	235
3	Dalam satu minggu berapa kali anda menyaksikan sinetron <i>Go BMX</i> ?	252
4	Berapa lama anda menyaksikan tayangan sinetron <i>Go BMX</i> dalam satu episode?	273
5	Berapa lama anda menyaksikan tayangan sinetron <i>Go BMX</i> satu segmen setelah iklan?	235
6	Apakah anda serius saat menyaksikan tayangan sinetron <i>Go BMX</i> ?	255
7	Apakah anda memperhatikan setiap percakapan yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i> ?	264
8	Apakah anda memperhatikan jalan cerita tayangan sinetron <i>Go BMX</i> ?	236
9	Apakah anda memperhatikan saat melakukan adegan trik <i>Flatland</i> dalam tayangan <i>Go BMX</i> ?	234
Total		2202

Analisis nilai skor total variabel X (Riduan & Sunarto, 2009)

Nilai terendah : $9 \times 88 \times 1$ (skor terendah) = 792

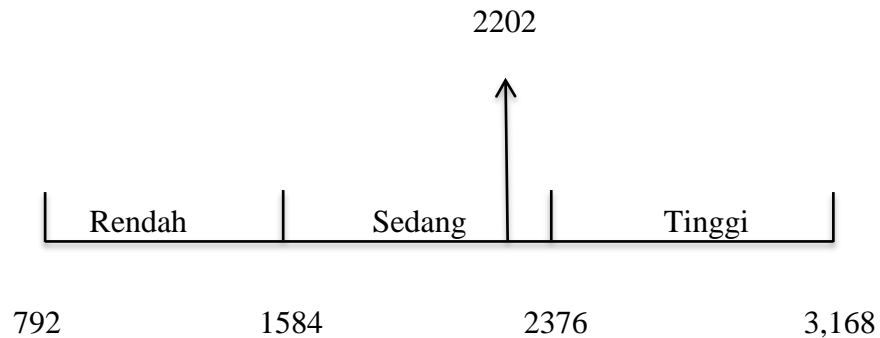
Nilai tertinggi : 9 (pertanyaan) \times 88 (responden) \times 4 (skor tertinggi) = 3,168

Range : $3,168$ (nilai tertinggi) $-$ 792 (nilai terendah) = 2,376

Interval : $2,376 \text{ (range)} \div 3 \text{ (kelas)} = 792$

Skor total X : 2202

Persentase : $2202 / 3168 \times 100\% = 69,5\%$



Berdasarkan pada tabel 4.23 nilai total skor keseluruhan variabel X hasil dari analisis terpaan tayangan sinetron *Go BMX* diperoleh skor keseluruhan 2202. Jika diinterpretasikan dalam garis kontinum, skor 2202 berada pada interval 1584 – 2376 (sedang). Dapat disimpulkan bahwa dari pertanyaan dengan indikator frekuensi, durasi dan intensitas yang diperoleh dari 88 responden yang dijadikan sampel oleh peneliti, dapat dikatakan mereka mengekspose media secara sungguh-sungguh dan membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media. Bentuk nyata dari *media exposure* adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaurkan diri (*experiencing*) dengan isi media. (Ardianto & Erdinaya 2005: 2)

Tabel 4.24 Nilai Total Skor Keseluruhan Variabel Y

No	Pernyataan Variabel Y	Skor
10	Memiliki minat untuk menjadi salah satu pemeran dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>	264
11	Memiliki minat untuk memiliki keahlian bermain sepeda BMX	232
12	Memiliki minat untuk menjadi atlet sepeda BMX	243
13	Mengagumi semua pemeran yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>	281
14	Mengagumi salah satu pemeran yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>	244
15	Mengagumi keahlian pemeran dalam melakukan trik bermain sepeda BMX	248
16	Pemeran <i>Go BMX</i> memiliki prestasi dalam olahraga sepeda BMX	260
17	Pemeran <i>Go BMX</i> memiliki penghargaan sosial di mata masyarakat	234
18	Mengetahui jam tayang sinetron <i>Go BMX</i>	235
19	Mengetahui jalan cerita tayangan sinetron <i>Go BMX</i>	253
20	Mengetahui pemeran yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>	262
Total		2756

Analisis nilai skor total variabel Y (Riduan & Sunarto, 2009)

Nilai terendah : 11 (pertanyaan) x 88 (responden) x 1 (skor terendah) = 968

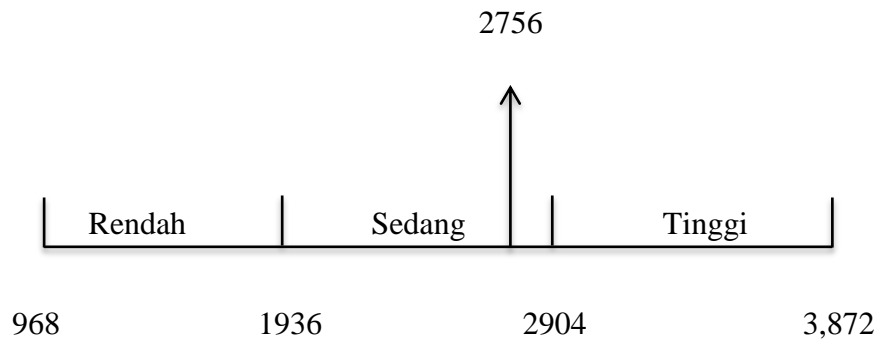
Nilai tertinggi : 11 (pertanyaan) x 88 (responden) x 4 (skor tertinggi) = 3,872

Range : 3,872 nilai tertinggi) – 968 (nilai terendah) = 2,904

Interval : 2,904 (range) ÷ 3 (kelas) = 968

Skor total Y : 2756

Persentase : $2756/3872 \times 100\% = 71.17\%$



Berdasarkan pada tabel 4.24 nilai total skor keseluruhan variabel Y, hasil dari analisis perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh komunitas ZTFFbmx diperoleh skor keseluruhan 2756. Jika diinterpretasikan dalam garis kontinum, dengan skor 2756 berada pada interval 1584 – 2376 (sedang). Dapat disimpulkan dari hasil analisis di mereka mempunyai sebuah keinginan untuk meniru sesuatu seperti orang lain atau pada kelompok. Dengan demikian faktor imitasi merupakan suatu proses pada seseorang untuk mencontoh orang lain atau sebuah kelompok. (Gabriel Tarde, dalam Rakhmat 2007: 66).

4.4.1. Pengukuran gejala pusat (Tendensi Sentral)

Beberapa penjelasan kelompok yang telah diobservasi dengan data kuantitatif, selain dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel dan gambar, dapat juga dijelaskan menggunakan teknik statistik yang disebut, modus, media mean sebagai berikut:

Tabel 4.25 Tendensi sentral

No Pertanyaan	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi	Maximum	Minimum
1	2,68	3,00	3	0,904	1	4
2	2,67	3,00	3	0,931	1	4
3	2,86	3,00	4	1,063	1	4
4	3,10	4,00	4	1,104	1	4
5	2,67	3,00	3	1,047	1	4
6	2,90	3,00	4	0,971	1	4
7	3,00	3,00	3	0,802	1	4
8	2,68	3,00	3	0,917	1	4
9	2,66	3,00	3	0,815	1	4
10	3,00	3,00	3	0,830	1	4
11	2,64	3,00	3	0,937	1	4
12	2,76	3,00	2	0,994	1	4
13	3,19	3,00	4	0,895	1	4
14	2,77	3,00	3	0,968	1	4
15	2,82	3,00	2	0,977	1	4
16	2,95	3,00	3	0,883	1	4
17	2,66	3,00	3	0,945	1	4
18	2,67	3,00	3	0,784	1	4
19	2,88	3,00	4	1,048	1	4
20	2,98	3,00	4	1,083	1	4

Dari pengukuran tendensi sentral tersebut, dapat diketahui nilai mean (rata-rata) setiap poin pertanyaan, nilai median (nilai tengah) data, modus (nilai yang sering muncul) dan standar deviasi (sebaran data atau jumlah simpangan data), dengan skor maksimum 4 dan skor minimum 1, dapat dilihat pada tabel 4.25.

4.5. Hasil Pengolahan dan Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka dilakukan pengaturan mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikan. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan statistik dengan bantuan *SPSS versi 22*. Analisis data dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis, dan menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian.

4.5.1. Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas yang telah diterapkan adalah pengujian data dengan metode pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila data yang diperoleh mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha 0,05 ($sig. > \alpha$). Hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan sekaligus homogen.

Kriteria yang akan diberlakukan adalah :

- a. Jika $.sig > 0,05$, maka data merupakan data homogen;
- b. Jika $.sig < 0,05$, maka data merupakan data tidak homogen.

Tabel 4.26 Hasil Uji Homogenitas**Test of Homogeneity of Variances**

Variabel_Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,639	14	66	,092

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel perilaku imitasi (Y) berdasarkan variabel Terpaan tayangan (X) = .sig 0,092 > 0,05, artinya data variabel perilaku imitasi (Y) berdasarkan variabel terpaan media (X) mempunyai varian yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan sekaligus homogen

4.5.2. Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji normalitas data untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi secara normal, maka uji yang akan diterapkan adalah uji *Kolmogorov Smirnov Test* (Riduan,2011). Menurut Singgih (dalam Wardhana, 2005) data dikatakan berdistribusi normal apabila mempunyai signifikansi lebih dari alpha (α) atau 0,05. Kriteria yang akan diberlakukan adalah :

- a. Jika χ^2 hitung > 0,05 , maka distribusi data normal;
- b. Jika χ^2 hitung < 0,05 , maka distribusi data tidak normal.

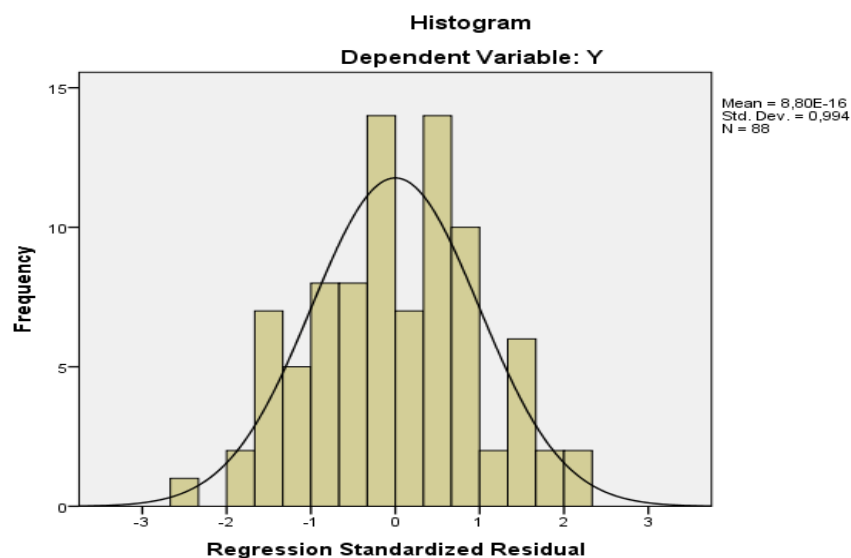
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas

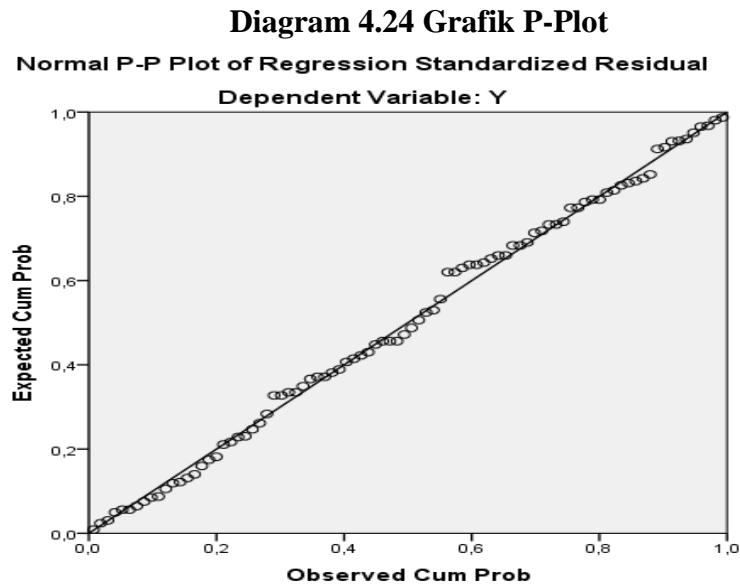
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,30276659
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,033
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas pada tabel di atas terlihat bahwa nilai *Sign Asymp.sig (2-tailed)* menunjukkan angka sebesar $0,200 > 0 (0,05)$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Diagram 4.23 Grafik Histogram



Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik p-plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang seimbang dan normal. Sedangkan pada grafik p-plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya berada pada sekitar garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi kriteria normalitas.

4.5.3. Hasil Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui pembuktian hipotesis penelitian, dimana hipotesis penelitian ini merupakan hipotesis untuk mencari hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dan data berbentuk interval (Riduan,2011:227). Analisis yang dipakai adalah analisis korelasi *Pearson Product Momen*, seperti di bawah ini :

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

Sumber : (Riduan,2011:227)

Korelasi ini dilambangkan dengan r dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq +1)$. Apabila $r = -1$, berarti korelasinya negatif sempurna. Apabila $r = 0$, berarti tidak ada korelasi. Dan apabila $r = 1$, berarti korelasinya sempurna positif (sangat kuat). Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut :

Tabel 4.28 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiono (2011:231)

Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Sumber : Riduan (2011:228)

Dimana :

KP = besarnya koefisien penentu (determinan)

r = koefisien korelasi

Tabel 4.29 Hasil Uji Korelasi

		Variabel_X	Variabel_Y
Variabel_X	Pearson Correlation	1	,533**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	88	88
Variabel_Y	Pearson Correlation	,533**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

berdasarkan nilai signifikansi dari output di atas dengan terpaan tayangan X dengan perilaku imitasi Y dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y dapat dilihat pada tabel di atas dengan nilai 0,533. Dimana semakin besar nilai variabel X maka semakin besar nilai variabel Y. Interpretasi nilai Koefisien korelasi 0,533 menunjukkan hubungan yang sedang berada pada rentang 0,40 – 0,599

Selanjutnya dilakukan uji linearitas untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel predictor (X) dengan variabel kriterium (Y). setelah dibahas pada bab sebelumnya uji linearitas merupakan syarat sebelum dilakukannya uji regresi

Tabel 4.30 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku imitasi * Terpaan tayangan	Between Groups	(Combined)	1150,902	21	54,805	3,288	,000
		Linearity	640,390	1	640,390	38,417	,000
		Deviation from Linearity	510,512	20	25,526	1,531	,100
	Within Groups		1100,189	66	16,670		
	Total		2251,091	87			

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni, melihat nilai signifikansi dan nilai F. Berdasarkan nilai signifikansi: Dari output diatas, diperoleh nilai signifikansi = 0,100 lebih besar dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan linear yang signifikan.

Berdasarkan nilai F: Dari output di atas, diperoleh nilai F hitung = 1,531. dan nilai F tabel = 0,395. Berarti $1,531 > 0,395$, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel terpaan tayangan (X) dan Perilaku imitasi (Y).

4.5.4. Hasil Analisis Regresi

Perbedaan analisis korelasi dengan analisis regresi adalah analisis korelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel X dengan variabel Y, apabila analisis regresi adalah untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel Y, bila variabel X dinaikkan atau diturunkan (Sugiyono, 2010:260). Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Sumber : (Sugiyono, 2010:260)

Dimana :

- Y = Perilaku Imitasi
 a = harga konstan (harga Y ketika X=0)
 b = koefisien regresi (arah peningkatan atau penurunan)
 X = Terpaan Tayangan *Go* BMX

Tabel 4.31
Output Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Variabel_X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Variabel_Y

b. All requested variables entered.

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Dari output dapat dilihat bahwa variabel independen yang dimasukkan ke dalam model adalah variabel X (Terpaan Tayangan) dan variabel dependen adalah (Perilaku Imitasi) dan tidak ada variabel yang dikeluarkan (*removed*) sedangkan regresi menggunakan Enter.

Tabel 4.32 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,533 ^a	,284	,276	4,328

a. Predictors: (Constant), Variabel_X

b. Dependent Variable: Variabel_Y

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

R Adalah korelasi berganda, yaitu korelasi antara variabel X dan Y . Dalam regresi sederhana angka R ini menunjukkan korelasi sederhana (korelasi Pearson) antara variabel X terhadap Y . Angka R didapat 0,533, artinya korelasi antar variabel Terpaan Tayangan dengan Perilaku Imitasi sebesar 0,533. Hal ini berarti terjadi hubungan yang cukup karena masih berada di tengah dan belum mendekati 1.

R Square atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi . Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,284, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Terpaan Tayangan Terhadap Perilaku Imitasi sebesar 28,4%, sedangkan sisanya 71.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 4.33 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640,390	1	640,390	34,192	,000 ^b
	Residual	1610,701	86	18,729		
	Total	2251,091	87			

a. Dependent Variable: Variabel_Y

b. Predictors: (Constant), Variabel_X

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Pada bagian ini menlejaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel X terhadap variabel Y , dari output tersebut terlihat bahwa F hitung = 34,192 dengan tingkat signifikansi/probabilitas $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi.

Tabel 4.34 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,731	2,369		7,485	,000
	X	,543	,093	,533	5,847	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

Output Coefficients

Unstandardized Coefficients adalah nilai koefisien yang tidak terstandarisasi atau tidak ada patokan. Nilai ini menggunakan satuan yang digunakan pada data dalam variabel dependen. Koefisien B terdiri nilai konstan (harga Y jika X=0) dan koefisien regresi (nilai yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X)

Pada tabel 4.34 coefficient, pada kolom b pada Constanta (a) adalah 17,731, sedangkan nilai b adalah 0,543, sehingga persamaan regresinya ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 17,731 + 0,543 X$$

Dimana :

Y = Perilaku Imitasi

a = harga konstan (harga Y ketika X=0)

b = koefisien regresi (arah peningkatan atau penurunan)

X = Terpaan Tayangan *Go BMX*

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X . perubahan ini merupakan penambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif (Sugiyono, 2010:260). Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

Hubungan positif berarti apabila skor untuk variabel terpaan tayangan sinetron *Go BMX MNCTV* tinggi, maka skor variabel Y perilaku imitasi juga akan ikut tinggi.

4.5.5. Penentuan Hipotesis

Selanjutnya untuk mengetahui bahwa hipotesis penelitian diterima atau ditolak, dengan membandingkan antara t *hitung* dengan t *tabel* dengan rumus sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Riduan (2011:228)

Dimana :

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Untuk mencari nilai t tabel, maka digunakan tabel distribusi normal dua arah yaitu dengan rumus $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dengan $n = 88$ maka $df = 86$, dengan $\alpha = 0,05$, maka t tabel adalah 1,671.

Kriteria penerimaan hipotesis adalah :

- a. Jika t hitung $>$ t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak atau hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Terpaan Tayangan *Go* BMX terhadap Perilaku Imitasi.
- b. Jika t hitung $<$ t tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima atau hipotesis alternatif (H_a) ditolak, artinya ada tidak ada pengaruh yang signifikan antara Terpaan Tayangan *Go* BMX terhadap Perilaku Imitasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $5,847 >$ t tabel $1,671$, dan nilai signifikansi (*sig.*) $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara terpaan tayangan sinetron *Go* BMX MNCTV yang signifikan terhadap perilaku imitasi penonton televisi yang dijadikan sampel yaitu, komunitas ZTFFbmx.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil survey menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan kepada 88 responden berjenis kelamin laki-laki dengan usia 13 -21 yang tercatat sebagai anggota pada komunitas ZTFFbmx Serang, dimana pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Monks, 2009). Maka tahapan berikutnya penulis akan kembali menganalisis berdasarkan sub-indikator pengukuran variabelnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*), teori ini dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1986. Social learning theory (Teori pembelajaran sosial). Teori ini menegaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi, melalui suatu proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan).

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang update, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. Baksin (2006:16). Menurut Dominick dalam Ardianto (2007: 59) Media massa dapat membentuk kristalisasi opini publik untuk melakukan tindakan tertentu. Ia menyebutkan tentang dampak-dampak yang ditimbulkan oleh media massa televisi.⁵⁰ Dalam penelitian mengenai dampak media massa ini tergolong dalam *transmission of values* (penyebaran nilai), bisa juga disebut *sosialization* (sosialisasi). yang mengacu kepada cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Perilaku ialah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap. (Walgito, 1990)⁵¹

Perilaku imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya. (Sarwono, 2009: 8). Dalam hal ini penulis meneliti khalayak setelah diterpa Sinetron, yaitu *Go BMX* yang menceritakan kehidupan masyarakat sehari-hari tentang beberapa remaja yang sangat ahli mengendarai sepeda BMX. Sehingga peneliti memberikan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go BMX* MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi” berdasarkan analisis dari sub-bab sebelumnya, hasil yang didapatkan setelah peneliti menganalisis Variabel X dan

⁵⁰ *Ibid*, Hal: 59

⁵¹ Ns. Monica Septianingsih, *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku mencuci tangan pada anak sekolah dasar negeri 03 kartajaya padalarang*, <http://ejournal.stikesborromeus.ac.id> 2011

Variabel Y dengan cara menelaah setiap pertanyaan dari setiap indikator berdasarkan teori terpaan media Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media.

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi⁵² Terpaan tayangan sinetron Go BMX sebagai Variabel X pada indikator frekuensi menunjukkan hasil jawaban pertanyaan 1: “seberapa sering menonton televisi?” dari 88 responden menjawab sangat jarang 12 (13%), jarang 18 (20%), sering 44 (50%), sangat sering 14 (15%). Pada indikator frekuensi pertanyaan 2 yakni: Apakah Anda sering menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX* ?” dengan persentase jawaban sangat jarang berjumlah 12 (13%), jarang 21 (23%), sering 39 (44%), sangat sering 16 (18%). Pada indikator frekuensi pertanyaan 3 yakni: Dalam satu minggu berapa kali Anda menyaksikan sinetron *Go BMX*?” satu kali 11 (12), dua kali 23 (26%), empat kali 21 (23%), enam kali 33 responden 37%.

Pada indikator durasi atau lamanya penayangan program, suatu program terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*). Suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan tersebut Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005). pertanyaan pada indikator durasi pertanyaan 4 yakni: Berapa lama Anda

⁵² Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), Hal: 209

menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX* dalam satu episode?. 10 menit 13 (14%), 20 menit 10 (11%), 30 menit 20 (22%), 60 menit 45 (51%). Pada indikator durasi pertanyaan 5 yakni: Berapa lama Anda menyaksikan satu segmen setelah iklan pada tayangan sinetron *Go BMX*? ” 1-2 menit 15 (17%), 3-4 menit 22 (25%), 5-6 menit 28 (31%), 7-8 menit 23 (26%).

Pada Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal pengaruh perhatian. Perhatian atau intensitas yang dibeikan khalayak untuk menonton tayangan sinetron *Go BMX*, apakah komunikasi melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut. pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 6 yakni: “Apakah Anda serius saat menyaksikan tayangan sinetron *Go BMX*? ” tidak serius 7 (8%), kurang serius 25 (28%), serius 26 (29%), sangat serius 30 (34%). Pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 7 yakni: “Apakah Anda memperhatikan setiap percakapan yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*? ” tidak memperhatikan 4 responden (4%), kurang memperhatikan 16 (18%), memperhatikan 44 (50%), sangat memperhatikan 24 (27%).

Pertanyaan pada indikator intensitas pertanyaan 8 yakni: “Apakah Anda memperhatikan jalan cerita tayangan sinetron *Go BMX*? ” memperhatikan 9 (10%), kurang memperhatikan 28 (31%), memperhatikan 33 (37%), sangat memperhatikan 18 (20%). Pada indikator intensitas “Apakah Anda memperhatikan pemeran saat melakukan trik *Flatland* dalam tayangan sinetron *Go BMX*?” memperhatikan 7 (8%), kurang memperhatikan 28 (31%), memperhatikan 41 (46%), sangat memperhatikan 12 (13%). Dari nilai total skor

keseluruhan variabel X hasil dari analisis terpaan tayangan sinetron *Go BMX* diperoleh skor keseluruhan 2202, jika diinterpretasikan dalam garis kontinum, skor 2202 berada pada interval 1584 – 2376 (sedang). Variabel Terpaan Tayangan Program sinetron *Go BMX* pada komunitas ZTFFbmx Kota Serang yang terdiri dari sub variabel diantaranya Frekuensi, durasi dan intensitas. Sub variabel yang paling dominan adalah durasi. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator durasi berperan besar dalam meningkatkan terpaan tayangan sinetron *Go BMX* pada komunitas ZTFFbmx Kota Serang. Semakin banyak waktu yang diluangkan maka akan semakin meningkat terpaan yang dirasakan. Durasi atau lamanya penayangan program, suatu program terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*). Suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan, dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa responden menyaksikan tayangan tersebut dengan durasi yang lama sehingga mereka dapat dipengaruhi oleh tayangan tersebut.

Perilaku Imitasi sebagai variabel Y Pada indikator minat pernyataan 10 yakni: “Memiliki minat untuk menjadi salah satu pemeran sinetron *Go BMX*”. menjawab sangat tidak setuju 1 (1%), tidak setuju 27 (30%), setuju (35%), sangat setuju 29 (33%). Pada indikator minat pernyataan 11 yakni: “memiliki minat untuk menguasai keahlian bermain sepeda BMX”. sangat tidak setuju 12 (13%), tidak setuju 24 (27%), setuju 36 (40%), sangat setuju 16 (18%). Pada indikator minat pernyataan 12 yakni: “memiliki minat untuk menjadi atlet sepeda BMX”.

Tanggapan responden yang menjawab sangat tidak setuju 9 (10) tidak setuju 29 (33%), setuju 24 (27%), sangat setuju 26 (29%).

Pada indikator mengagumi pernyataan 13 yakni: “mengagumi semua pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden yang menjawab sangat tidak setuju 6 responden (6%), tidak setuju 10 (11%), setuju 33 (37%), sangat setuju 39 (44%). Pada indikator mengagumi pernyataan 14 yakni: “mengagumi salah satu pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*”. Tanggapan responden yang menjawab sangat tidak setuju (11 12%), tidak setuju 20 (22%), setuju 35 (39%), sangat setuju 22 (25%). Pada indikator mengagumi pernyataan 13 yakni: “mengagumi keahlian pemeran dalam melakukan trik *flatland*”. sangat tidak setuju 8 (9%), tidak setuju 27 (30%), setuju 26(29) sangat setuju 27 (30%).

Pada indikator penghargaan sosial pernyataan 16 yakni: “pemeran sinetron *Go BMX* memiliki prestasi dalam olahraga sepeda *BMX*”. Tanggapan responden yang menjawab sangat tidak setuju 5 responden 5%, yang menjawab tidak setuju 21 responden 23%, yang menjawab setuju berjumlah 35 responden 39%, dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 responden 30%. Pada indikator penghargaan sosial pernyataan 17 yakni: “pemeran sinetron *Go BMX* memiliki prestasi dalam olahraga sepeda *BMX*”. Tanggapan responden menjawab sangat tidak setuju 11 responden 12%, yang menjawab tidak setuju 26 responden 29%, yang menjawab setuju berjumlah 33 responden 37%, sangat setuju 18 (20%). Pada indikator penghargaan sosial pernyataan 18 yakni: “pemeran sinetron *Go BMX* memiliki prestasi dalam olahraga sepeda *BMX*”. Tanggapan responden

yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 5 (5 tidak setuju berjumlah 31 (35%), setuju 40 (45%), sangat setuju 12 (13%).

Pada indikator mengetahui 19 yakni: “Mengetahui jalan cerita sinetron *Go BMX*”. sangat tidak setuju (12%), tidak setuju 21 (23%), setuju 24 (27%), sangat setuju 32 (36%). Pada indikator mengetahui pernyataan 20 yakni: “Mengetahui mengetahui pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*”. sangat tidak setuju 12 (13%), tidak setuju 16 (18%), setuju 22 responden (25%), sangat setuju 38 (43%). Nilai total skor keseluruhan variabel Y, hasil dari analisis perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh komunitas ZTFFbmx diperoleh skor keseluruhan 2756 jika diinterpretasikan dalam garis kontinum, dengan skor 2756 berada pada interval 1584 – 2376 (sedang).

Perilaku imitasi atau peniruan yang ditimbulkan berupa cara berpakaian, gaya hidup yang seperti yang ada dalam tayangan tersebut, melakukan trik bermain sepedah seperti yang ada dalam tayangan *Go BMX* dan lain sebagainya, dan yang paling dominan berada pada indikator mengagumi dengan pernyataan yakni: Mengagumi pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Go BMX*, makna dari mengagumi adalah suatu langkah yang umumnya lebih tinggi tingkatannya bila dibandingkan dengan hanya menyukai. Kata Imitasi berasal dari bahasa Inggris *to imitate* yang berarti mencontoh, mengikuti suatu pola, istilah ini secara populer diartikan secara meniru. Imitasi atau meniru adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemanapun

persepsi untuk mengolah informasi dari rangsangan dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.⁵³

Selanjutnya peneliti melakukan uji homogenitas dan Uji normalitas, dengan nilai signifikansi $.sig\ 0,092 > 0,05$, artinya data bisa dikatakan homogen atau sejenis. Uji normalitas data penelitian untuk mengetahui data berdistribusi secara normal atau tidak, dengan hasil yang terlihat pada nilai *Sign Asymp.sig (2-tailed)* menunjukkan angka sebesar $0,200 > 0 (0,05)$ sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal dan dapat dilakukan uji selanjutnya, yaitu uji korelasi. Uji korelasi untuk mengetahui pembuktian hipotesis penelitian, dimana hipotesis penelitian ini merupakan hipotesis untuk mencari hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dengan data yang berbentuk interval, dengan hasil nilai signifikansi kedua variabel $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan, dan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y, dari Interpretasi nilai Koefisien korelasi $0,533$ menunjukkan hubungan yang sedang berada pada rentang $0,40 - 0,599$.

Selanjutnya dilakukan uji linearitas untuk mengetahui apakah ke dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak, sebelum melakukan uji regresi. Uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni, melihat nilai signifikansi dan nilai F. Berdasarkan nilai signifikansi, diperoleh nilai signifikansi = $0,100$ lebih besar dari $0,05$, yang artinya terdapat hubungan linear yang signifikan, berdasarkan nilai F diperoleh nilai F hitung $1,531$ dan nilai F tabel = $0,395$. Berarti $1,531 > 0,395$, dapat disimpulkan bahwa terdapat

⁵³ Anggun P. Pramitha, *Terpaan media dan budaya harajuku (studi korelasi Antara Terpaan Film Cartoon Naruto di Global Tv Terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Shinzen Cosplay Team di Surakarta*, (perpustakaan.uns.ac.id, 2013), hal: 38

hubungan yang linear secara signifikan antara variabel terpaan tayangan (X) dan Perilaku imitasi (Y). Setelah melakukan uji linearitas penulis melanjutkan uji regresi. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel X dengan variabel Y, apabila analisis regresi adalah untuk memprediksikan sebesar jauh perubahan nilai variabel Y, bila variabel X dinaikkan atau diturunkan (Sugiyono, 2010:260).

Dengan hasil besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,533 dan besarnya persentase pengaruh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y yang disebut determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan *R*. dari output di peroleh koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,284 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terpaan tayangan sinetron *Go BMX MNCTV* terhadap variabel Perilaku imitasi terikat (partisipasi) adalah sebesar 28,4%, sedangkan sisanya 71.6% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya untuk mengetahui bahwa hipotesis penelitian diterima atau ditolak, dengan membandingkan antara *t hitung* dengan *t table*, dengan hasil analisis regresi diperoleh nilai *t hitung* sebesar $5,847 > t \text{ tabel } 1,671$, dan nilai signifikansi (*sig.*) $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara terpaan tayangan sinetron *Go BMX MNCTV* yang signifikan terhadap perilaku imitasi penonton televisi yang dijadikan sampel yaitu, komunitas ZTFFbmX.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai terpaan tayangan program sinetron go bmx mnctv terhadap perilaku imitasi penonton televisi (survei pada komunitas ZTFFbmx Kota Serang), maka pada bab 5 ini penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis besarnya Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go* BMX MNCTV pada penonton televisi dalam penelitian ini diperoleh skor keseluruhan 2202. Jika diinterpretasikan berada pada interval sedang. Berdasarkan hasil tersebut indikator durasi memiliki nilai jawaban yang paling tinggi yaitu 73,8%, dengan demikian indikator durasi berperan besar dalam meningkatkan terpaan tayangan sinetron *Go* BMX pada komunitas ZTFFbmx Kota Serang, Semakin banyak waktu yang diluangkan maka akan semakin besar terpaan tayangan tersebut.
2. Berdasarkan hasil dari analisis Perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh komunitas ZTFFbmx diperoleh skor keseluruhan 2756. Jika diinterpretasikan berada pada interval sedang. dengan pertanyaan dari indikator mengagumi memiliki nilai jawaban yang paling tinggi yaitu 81,8%. Dengan demikian indikator mengagumi berperan besar dalam meningkatkan perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh komunitas ZTFFbmx Kota Serang.

3. Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan dari bab sebelumnya di dapatkan hasil besarnya persentase pengaruh variabel bebas X Terpaan Tayangan Program sinetron *Go BMX MNCTV* terhadap variabel terikat Y Perilaku Imitasi Penonton Televisi sebesar 28,4%, sedangkan sisanya 71.6% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *Go BMX MNCTV* Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi (survei pada komunitas ZTFFbmX) penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian mengenai komunikasi massa melalui terpaan media televisi pada Sinetron *Go BMX MNCTV* masih terbatas, masih banyak hal yang perlu digali melalui penelitian yang lebih mendalam. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif, sehingga hasil yang diperoleh belum mendalam, sehubungan dengan itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian mengenai penggunaan media massa dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat menggali lebih dalam mengenai penggunaan media massa televisi.
2. Sinetron *Go BMX* dapat menjadi contoh bagi sinetron lain, agar tidak hanya fokus kepada konflik cerita tetapi juga memasukan bidang olahraga kedalamnya, meski hanya berpengaruh sedikit, setidaknya hal tersebut dapat membantu memperkenalkan kreativitas anak bangsa dalam bidang olahraga sepedah *BMX*.

3. Selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang ilmu komunikasi mengenai efek yang ditimbulkan media yang berhubungan dengan perilaku yang dihasilkan setelah mengakses media massa.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro, 2007 *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Bndung: Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2004. *Sosiologi komunikasi teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media group
- Bungin, Burhan, 2006, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media group
- Priyanto, Duwi, 2009. *Belajar Olah Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi OFFSET
- Hurley, S & Nick Charter, 2005, *Perspectives on Imitation*, (Cambridge, MA: MIT press
- Karyanti, Rema, 2005, *Komunikasi Massa: Suatu pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Morissan, 2008. *Teori komunikasi Individu Hingga massa*, Jakarta: Media Group
- McQuail, Denis, 2005, *Teori Komunikasi massa suatu pengantar*, Jakarta: Erlangga
- Nurdin, 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Riduan, 2010, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, bandung: Bandung Alfabeta
- Sentosa , Slamet, 2009. *Dinamika Kelompok* Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono, 2011. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Banadung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Statistika untuk Peneliti*, Bandun: Alfabeta
- Severin , Werner J. -James W., 2005, *Teori Komunikasi, Sejarah metode, dan Terapan di dalam Media massa*, Jakarta: Kencana
- Sugiyono, 2012, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Uchjana Effendy, Onong, 2003, *Ilmu Teori Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo

Sumber lain:

Kurniawan, Adit, *Hubungan Antara Terpaan Tayangan Jejak Petualang dengan Sikap Mahasiswa terhadap Keindahan Alam Indonesia*, (eJournal Unpad)

Paradina Yessi, 2013, *Analisis Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea*. (ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id)

Ns. Monica Septianingsih, *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku mencuci tangan pada anak sekolah dasar negeri 03 kartajaya padalarang*, (<http://ejournal.stikesborromeus.ac.id>)

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi.html>

http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter

<http://lifestyle.sindonews.com/read/1044690/152/go-bmx-sinetron-penuh-aksi-mnctv-1>


LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT PERMOHONAN IJIN MENCARI DATA

04/2016

fkip-untirta.ac.id/kurikulum/online/ijin-mencari-data.html?print=nama&no=110



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi: 1. Ilmu Administrasi Negara
 2. Ilmu Komunikasi
 3. Ilmu Pemerintahan

Jalan Raya Jakarta KM 4 Phone (0254) 280330 Ext. 228, Fax. 0254-281245 Pakupatan Serang Banten
 url: <http://www.fkip-untirta.ac.id>, Email: kontak@fkip-untirta.ac.id

Nomor : 26A /UN.43.6.2/PG/2016 02 Agustus 2016
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Mencari Data

Kepada Yth.
 Komunitas ZTFF BMX (Zero Two Five Four) Serang Banten
 di
 Tempat


Dengan Hormat,
 Sehubungan dengan diselenggarakannya kegiatan riset mahasiswa kami di Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka kami yang bertanda tangan di bawah ini memberikan tugas kepada mahasiswa berikut ini untuk mencari data yang dibutuhkan,

Nama	: Iqbal
NIM	: 6662111603
Semester	: 10
Mata Kuliah	: SKRIPSI
Judul	: Pengaruh Terpaan Tayangan Go BMX MNCTV Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi (Survei pada Komunitas ZTFF BMX)
Data diperlukan	: Pengisian Angket Penelitian

Untuk itu kami berharap dan memohon kepada Bapak/ Ibu untuk dapat memberikan izin guna mencari data yang dibutuhkan mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi
 Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmi Wahidiah, M.Si
 NIP. 196810192005012001

LAMPIRAN 2

LEMBAR KUESIONER

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN PROGRAM SINETRON GO BMX
MNCTV TERHADAP PERILAKU IMITASI PENONTON TELEVISI
(Survei pada Komunitas ZTFFbmx (Zero Two Five Four) Serang)**

A. Petunjuk pengisian

- Dimohon saudara mengisi Identitas Responden yang telah tersedia
- Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya
- Jawablah setiap pertanyaan yang diajukan secara jujur dan benar
- Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang anda anggap benar

▪ Keterangan Variabel X:

- a = Skor 4
- b = Skor 3
- c = Skor 2
- d = Skor 1

▪ Keterangan Variabel Y:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

B. Identitas Responden

- Nama :
- Jenis kelamin : Laki-Laki/Perempuan
- Usia :
- Pekerjaan :
- Pendidikan :

C. Variabel X (Terpaan Tayangan sinetron *Go* BMX MNCTV)

1. Seberapa sering anda menonton Televisi?
 - a. Sangat Sering
 - b. Sering
 - c. Jarang
 - d. Sangat Jarang
2. Apakah anda sering menyaksikan tayangan sinetron *Go* BMX?
 - a. Sangat sering
 - b. Sering
 - c. Jarang
 - d. Sangat Jarang
3. Dalam satu minggu berapa kali anda menyaksikan sinetron *Go* BMX?
 - a. Enam kali dalam satu minggu
 - b. Empat kali dalam satu minggu
 - c. Dua kali dalam satuminggu
 - d. Satu kali dalam satu minggu
4. Berapa lama anda menyaksikan tayangan sinetron *Go* BMX dalam satu episode?
 - a. 60 (enam puluh) menit
 - b. 30 (tiga puluh) menit
 - c. 20 (dua puluh) menit
 - d. 10 (sepuluh) Menit
5. Berapa lama anda menyaksikan satu segmen setelah iklan menyaksikan tayangan sinetron *Go* BMX?
 - a. 8 menit – 7 menit
 - b. 6 menit – 5 menit
 - c. 4 menit – 3 menit
 - d. 2 menit – 1 menit
6. Apakah anda serius saat menyaksikan tayangan sinetron *Go* BMX?
 - a. Sangat serius
 - b. serius
 - c. Kurang Serius
 - d. Tidak Seius
7. Apakah anda memperhatikan setiap percakapan yang ada dalam tayangan sinetron *Go* BMX?

- a. Sangat memperhatikan
- b. Memperhatikan
- c. Kurang memperhatikan
- d. Tidak memperhatikan

8. Apakah anda memperhatikan jalan cerita tayangan sinetron *Go BMX*?

- a. Sangat memperhatikan
- b. Memperhatikan
- c. Kurang memperhatikan
- d. Tidak memperhatikan

9. Apakah anda memperhatikan saat melakukan adegan trik *Flatland* dalam tayangan *Go BMX*?

- a. Sangat memperhatikan
- b. Memperhatikan
- c. Kurang memperhatikan
- d. Tidak Memperhatikan

D. Variabel Y Perilaku Imitasi

No	Pernyataan	Keterangan			
		SS	S	TS	STS
1	Memiliki minat untuk menjadi salah satu pemeran dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>				
2	Memiliki minat untuk memiliki keahlian bermain sepeda BMX				
3	Memiliki minat untuk menjadi atlet sepeda BMX				
4	Mengagumi semua pemeran yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>				
5	Mengagumi salah satu pemeran yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>				
6	Mengagumi keahlian pemeran dalam melakukan trik bermain sepeda BMX				
7	Pemeran <i>Go BMX</i> memiliki prestasi dalam olahraga sepeda BMX				
8	Pemerna <i>Go BMX</i> memiliki penghargaan sosial di mata masyarakat				
9	Mengetahui jam tayang sinetron <i>Go BMX</i>				
10	Mengetahui jalan cerita tayangan sinetron <i>Go BMX</i>				
11	Mengetahui pemeran yang ada dalam tayangan sinetron <i>Go BMX</i>				

LAMPIRAN 3

TABEL HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X

Correlations

		Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3	Pertanyaan 4	Pertanyaan 5	Pertanyaan 6	Pertanyaan 7	Pertanyaan 8	Pertanyaan 9	Skor_Total
Pertanyaan_1	Pearson Correlation	1	.188	-.093	.114	.119	.133	.444 ^{**}	.126	-.009	.383 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.079	.386	.292	.271	.218	.000	.242	.937	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_2	Pearson Correlation	.188	1	.024	-.045	.264 [*]	.445 ^{**}	.200	.428 ^{**}	.335 ^{**}	.533 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.079		.826	.677	.013	.000	.062	.000	.001	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_3	Pearson Correlation	-.093	.024	1	.374 ^{**}	.754 ^{**}	.075	.121	.120	.158	.505 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.386	.826		.000	.000	.485	.260	.265	.142	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_4	Pearson Correlation	.114	-.045	.374 ^{**}	1	.377 ^{**}	.267 [*]	.156	.339 ^{**}	.384 ^{**}	.637 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.292	.677	.000		.000	.012	.147	.001	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_5	Pearson Correlation	.119	.264 [*]	.754 ^{**}	.377 ^{**}	1	.204	.274 ^{**}	.249 [*]	.230 [*]	.674 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.271	.013	.000	.000		.057	.010	.019	.031	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_6	Pearson Correlation	.133	.445 ^{**}	.075	.267 [*]	.204	1	.206	.596 ^{**}	.420 ^{**}	.612 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.218	.000	.485	.012	.057		.054	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_7	Pearson Correlation	.444 ^{**}	.200	.121	.156	.274 ^{**}	.206	1	.078	.105	.436 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.062	.260	.147	.010	.054		.469	.328	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_8	Pearson Correlation	.126	.428 ^{**}	.120	.339 ^{**}	.249 [*]	.596 ^{**}	.078	1	.330 ^{**}	.581 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.242	.000	.265	.001	.019	.000	.469		.002	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_9	Pearson Correlation	-.009	.335 ^{**}	.158	.384 ^{**}	.230 [*]	.420 ^{**}	.105	.330 ^{**}	1	.524 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.937	.001	.142	.000	.031	.000	.328	.002		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Skor_Total	Pearson Correlation	.383 ^{**}	.533 ^{**}	.505 ^{**}	.637 ^{**}	.674 ^{**}	.612 ^{**}	.436 ^{**}	.581 ^{**}	.524 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

TABEL HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y

		Correlations									
		Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3	Pertanyaan 4	Pertanyaan 5	Pertanyaan 6	Pertanyaan 7	Pertanyaan 8	Pertanyaan 9	Skor Total
Pertanyaan_1	Pearson Correlation	1	.188	-.093	.114	.119	.133	.444**	.126	-.009	.383**
	Sig. (2-tailed)		.079	.386	.292	.271	.218	.000	.242	.937	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_2	Pearson Correlation	.188	1	.024	-.045	.264*	.445**	.200	.428**	.335**	.533**
	Sig. (2-tailed)	.079		.826	.677	.013	.000	.062	.000	.001	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_3	Pearson Correlation	-.093	.024	1	.374**	.754**	.075	.121	.120	.158	.505**
	Sig. (2-tailed)	.386	.826		.000	.000	.485	.260	.265	.142	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_4	Pearson Correlation	.114	-.045	.374**	1	.377**	.267*	.156	.339**	.384**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.292	.677	.000		.000	.012	.147	.001	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_5	Pearson Correlation	.119	.264*	.754**	.377**	1	.204	.274**	.249*	.230*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.271	.013	.000	.000		.057	.010	.019	.031	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_6	Pearson Correlation	.133	.445**	.075	.267*	.204	1	.206	.596**	.420**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.218	.000	.485	.012	.057		.054	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_7	Pearson Correlation	.444**	.200	.121	.156	.274**	.206	1	.078	.105	.436**
	Sig. (2-tailed)	.000	.062	.260	.147	.010	.054		.469	.328	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_8	Pearson Correlation	.126	.428**	.120	.339**	.249*	.596**	.078	1	.330**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.242	.000	.265	.001	.019	.000	.469		.002	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Pertanyaan_9	Pearson Correlation	-.009	.335**	.158	.384**	.230*	.420**	.105	.330**	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.937	.001	.142	.000	.031	.000	.328	.002		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Skor Total	Pearson Correlation	.383**	.533**	.505**	.637**	.674**	.612**	.436**	.581**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 4

TABEL HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	10

TABEL HASIL UJI RELIABILITAS BARIABEL Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	12

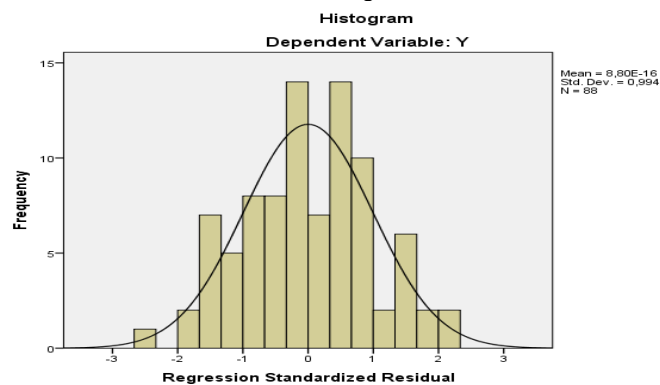
LAMPIRAN 5

TABEL HASIL UJI NORMALITAS

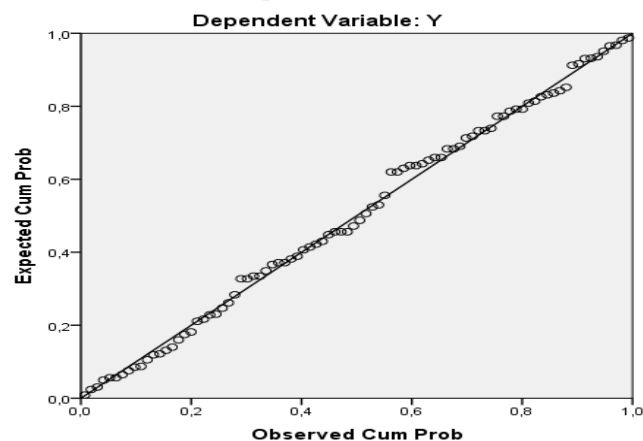
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,30276659
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,033
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



LAMPIRAN 6

TABEL HASIL ANALISIS KORELASI

Correlations

		Variabel_X	Variabel_Y
Variabel_X	Pearson Correlation	1	,533**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	88	88
Variabel_Y	Pearson Correlation	,533**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku imitasi * Terpaa n tayanga n	Between	(Combined)	1150,902	21	54,805	3,288	,000
	Groups	Linearity	640,390	1	640,390	38,417	,000
		Deviation from Linearity	510,512	20	25,526	1,531	,100
	Within Groups		1100,189	66	16,670		
	Total		2251,091	87			

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 22

LAMPIRAN 7

TABEL HASIL ANALISIS REGRESI

Output Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Variabel_X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Variabel_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,533 ^a	,284	,276	4,328

a. Predictors: (Constant), Variabel_X

b. Dependent Variable: Variabel_Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640,390	1	640,390	34,192	,000 ^b
	Residual	1610,701	86	18,729		
	Total	2251,091	87			

a. Dependent Variable: Variabel_Y

b. Predictors: (Constant), Variabel_X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,731	2,369		7,485	,000
	X	,543	,093	,533	5,847	,000

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 8

TABEL DATA VARIABEL X

NO RESPONDEN	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	TOTAL
1	3	3	3	4	3	1	3	3	2	26
2	2	1	4	4	2	3	2	4	3	23
3	1	1	4	4	4	2	4	2	4	22
4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	29
5	3	3	2	4	2	3	3	3	3	29
6	2	2	1	2	1	2	2	2	4	15
7	4	4	2	3	3	4	4	4	3	30
8	2	3	3	3	3	3	2	2	4	25
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	31
10	2	2	1	1	1	1	2	2	2	16
11	4	4	4	4	4	2	4	1	4	33
12	3	3	4	2	3	3	3	4	2	26
13	3	3	4	4	4	1	3	2	2	26
14	3	1	3	4	3	3	3	3	3	23
15	3	1	2	4	2	2	3	4	2	22
16	3	4	4	2	4	4	3	4	4	29
17	3	2	3	4	3	1	3	1	3	28
18	1	2	4	1	2	2	4	1	2	15
19	4	3	2	3	3	4	4	2	3	25
20	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
21	3	4	2	3	4	4	3	4	3	31
22	2	4	1	1	1	1	2	2	4	15
23	1	4	3	4	3	4	4	4	4	31
24	3	3	2	2	3	3	3	2	1	22
25	3	3	4	4	3	2	3	2	2	25
26	2	1	3	4	1	3	2	1	3	23
27	3	1	4	4	4	3	3	2	2	24
28	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
29	3	3	4	4	3	3	3	1	3	28
30	3	3	2	1	2	2	3	2	2	18
31	3	3	4	4	4	3	3	3	2	29
32	2	2	2	4	2	3	2	3	3	23
33	1	3	4	4	3	3	4	2	2	26
34	1	3	2	3	2	4	4	3	3	25
35	3	3	2	4	3	4	3	3	3	28
36	1	2	2	1	2	2	4	1	2	17

37	4	3	2	3	3	4	4	3	3	29
38	2	3	4	3	4	3	2	3	3	27
39	4	1	4	4	3	4	4	4	3	31
40	2	2	3	3	2	1	2	2	2	19
41	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
42	4	3	2	2	2	3	4	2	2	24
43	3	3	4	4	4	2	3	3	2	28
44	1	2	3	4	3	3	1	3	3	23
45	3	1	3	4	1	2	3	2	2	21
46	3	3	4	2	4	4	3	4	3	30
47	3	2	1	4	1	4	3	3	3	24
48	2	2	2	1	2	2	2	1	2	16
49	1	1	4	4	4	2	4	2	2	24
50	2	3	1	3	1	3	2	3	3	21
51	3	3	3	4	2	4	3	3	3	28
52	2	2	2	1	2	2	2	1	2	16
53	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
54	4	3	1	3	1	3	4	3	3	25
55	2	4	4	3	4	4	2	4	3	30
56	2	2	3	1	1	2	2	2	1	16
57	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
58	3	3	2	2	2	3	3	2	1	21
59	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
60	2	4	4	3	4	4	4	4	3	32
61	1	2	2	1	2	2	1	2	1	14
62	1	4	3	4	3	4	1	4	4	28
63	3	3	2	2	2	3	3	2	4	24
64	3	3	1	4	1	2	3	3	2	22
65	1	2	4	4	1	3	1	3	3	22
66	3	1	4	4	4	2	3	2	2	25
67	2	3	4	4	4	4	4	3	3	31
68	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
69	3	2	2	1	2	2	3	2	2	19
70	3	3	4	4	4	2	3	3	2	28
71	4	3	1	3	1	4	4	3	3	26
72	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
73	2	4	3	3	3	4	2	4	3	28
74	3	2	1	1	1	2	3	2	1	16
75	1	4	4	4	3	4	4	4	4	32
76	3	3	2	1	2	3	3	2	1	20
77	3	3	3	4	3	2	3	3	2	26

78	3	2	1	4	1	3	3	3	3	23
79	3	1	4	4	4	2	3	2	2	25
80	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
81	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
82	3	2	4	1	2	2	3	2	2	21
83	3	1	2	4	2	2	3	2	2	21
84	3	4	1	2	1	4	3	4	1	23
85	2	2	3	4	3	4	2	3	3	26
86	3	2	2	2	2	2	3	1	2	19
87	4	3	4	3	4	1	4	3	3	29
88	4	2	2	4	2	3	4	3	3	27

TABEL DATA VARIABEL Y

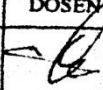

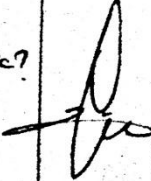
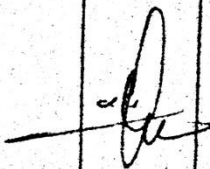

NO RESPONDEN	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	TOTAL
1	2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	4	31
2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	29
3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	25
4	4	1	3	3	4	4	4	3	3	4	4	37
5	3	3	4	3	3	1	4	3	3	4	2	33
6	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	19
7	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	42
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
9	4	1	2	4	4	2	4	4	3	3	3	34
10	2	2	2	4	1	2	2	2	2	1	1	21
11	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	40
12	4	3	2	2	3	3	3	4	3	1	2	30
13	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	4	30
14	2	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3	27
15	4	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	28
16	4	4	3	3	2	1	4	2	4	4	4	35
17	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	37
18	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	19
19	4	3	4	3	2	4	2	3	3	4	2	34
20	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	31
21	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	26
22	2	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	20
23	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	41
24	4	3	2	2	3	3	3	4	1	4	1	30
25	2	2	1	4	3	2	1	1	2	1	2	21

26	4	3	3	2	4	4	1	4	3	3	3	34
27	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	4	30
28	4	4	3	4	4	4	2	3	3	1	1	33
29	3	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4	35
30	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	30
31	3	3	3	4	3	1	3	3	2	4	4	33
32	2	1	4	4	2	3	2	4	3	4	4	33
33	4	1	4	4	4	2	4	2	4	4	3	36
34	3	3	4	3	3	4	3	2	3	2	4	34
35	3	3	2	4	2	3	3	3	3	1	2	29
36	2	2	1	3	1	2	2	2	4	2	3	24
37	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	37
38	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	33
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	37
40	2	2	1	3	1	1	2	2	2	4	4	24
41	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	2	37
42	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	4	35
43	3	3	4	4	4	1	3	2	2	3	4	33
44	3	1	3	4	3	3	3	3	3	2	4	32
45	3	1	2	4	2	2	3	4	2	4	2	29
46	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	40
47	3	2	3	4	3	1	3	1	3	4	1	28
48	2	2	4	1	2	2	4	1	2	2	3	25
49	4	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	34
50	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	33
51	3	4	2	3	4	4	3	4	3	1	1	32
52	2	4	1	1	1	1	2	2	4	3	4	25
53	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	38
54	3	3	2	2	3	3	3	2	1	4	4	30
55	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	4	33
56	2	1	3	4	1	3	2	1	3	4	4	28
57	3	1	4	4	4	3	3	2	2	3	4	33
58	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	37
59	3	3	4	4	3	3	3	1	3	2	1	30
60	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	4	30
61	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	4	35
62	2	2	2	4	2	3	2	3	3	4	4	31
63	4	3	4	4	3	3	4	2	2	2	3	34
64	1	3	2	3	2	4	4	3	3	2	4	31
65	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	1	31
66	4	2	2	3	2	2	4	1	2	2	3	27

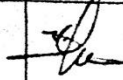

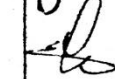
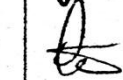
67	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	36
68	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	35
69	4	1	4	4	3	4	4	4	3	3	3	37
70	2	2	3	3	2	1	2	2	2	4	4	27
71	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	39
72	4	3	2	2	2	3	4	2	2	4	4	32
73	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	4	35
74	4	2	3	4	3	3	1	3	3	3	4	33
75	3	1	3	4	1	2	3	2	2	4	2	27
76	3	3	4	2	4	4	3	4	3	1	4	35
77	3	2	1	4	1	4	3	3	3	2	1	27
78	2	2	2	1	2	2	2	1	2	4	4	24
79	4	1	4	4	4	2	4	2	2	1	3	31
80	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	4	28
81	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	1	31
82	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	22
83	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	3	35
84	4	3	1	3	1	3	4	3	3	4	3	32
85	2	4	4	3	4	4	2	4	3	3	1	34
86	2	2	3	1	1	2	2	2	1	3	4	23
87	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	38
88	3	3	2	3	2	3	3	2	1	4	3	29

LAMPIRAN 9








CATATAN BIMBINGAN
 Pembimbing I : Rahmi Winingsih, Dra, M.Si
 Pembimbing II : Puspita Asti Proceka, S.Sos, M.I.Kom

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
	22 Okt	Pertama bab 1. baca buku metode penelitian daca penelitian terdahulu tentang pengaruh tayangan dan imitasi	
	23/15 /12	terbaca bab I — kelengkapan sifat bab II - III	
	23/2 16	kelompok penerjemah paradigma apa? Penerjemah bab 1 - 3 . Indikator 1	
	27/4 16	Paradigm. Operasionalisasi Variabel (. Dasar pustaka	
	29/4 16	penyusunan bab I - III	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing
 sebanyak 14 kali tatap muka).

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
	11/5 16	Rhaden bab 3	
	30/5-16	Ace sidang online	J.
	23/5-16	Ace Sidang Online	
	3/6-16	penyusunan bab I-III	J.
	21/06 ¹⁶	Pemahaman bab 1-3	
	24/6-16	Perbit bab III, kuesioner guru	J.
	27/6-16	Ace bebrk, questioner	J.
	10/16 18	Angketas bab a	
	26/16 18	Pemahaman bab a	J.
	29/16-18	penyusunan bab IV literatur	J.

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
	7/16 9	Pembah bab 4	
	9/16 9	Pembah bab 4, konsep rek 5. abstrak	
	17/16 9	Pengantar ke bab $u \times v$	
	16/16 9	bagian ke dep x belah	
	20/16 9	Kejuruan akhir perantara kata perantara ke belah bering minta cek.	
	27/16 9	Ace ditng	
	28/16 9	Ace Sidos	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

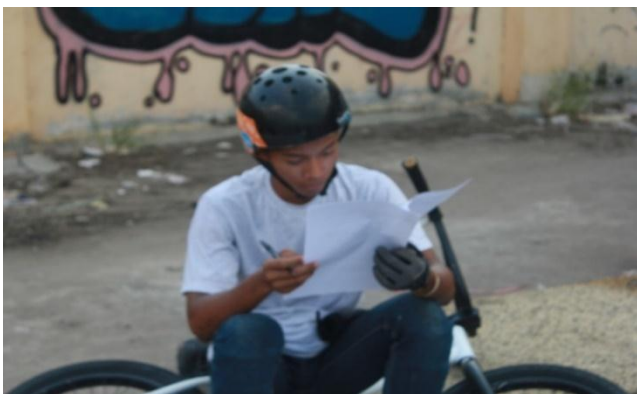
LAMPIRAN 10

GAMBAR SINETRON GO BMX



LAMPIRAN 11

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Iqbal
 Alamat : Kp. Baros Masjid RT/RW 014/010 Serang
 Kode Pos : 42173
 Nomor Telepon/Hp : 087772255226
 Email : Mochiqbal426@gmail.com
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Tanggal Kelahiran : 17 Agustus 1993
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Agama : Islam



RIWAYAT PENDIDIKAN

1999-2005 : SDN GUNUNGANTEN 1
 2005-2008 : SMPS BANTEN RAYA
 2008-2011 : SMAN 1 BAROS
 2011-2016 : UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

DATA KEMAMPUAN

Fotografi

CorrelDRAW

Adobe Photoshop

PENGALAMAN KERJA

Frash Graduate