

TERPAAN ISI RUBRIK MODIFIKASI TABLOID MOTOR PLUS DENGAN SIKAP MEMODIFIKASI

*Cecep Gunawan
Politeknik Negeri Jakarta*

Abstrak

MODIFIKASI TABLOID paparan KONTEN rubrik PLUS MOTOR DENGAN SIKAP MODIFY. The latar belakang untuk mengetahui bagaimana untuk hidangan informasi tentang memodifikasi sepeda motor di tabloid. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui informasi tentang hubungan hidangan memodifikasi sepeda dengan pembaca yang memiliki motor. Metode penelitian, metode survei penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel, populasi penelitian adalah mereka yang datang ke pusat penjualan suku cadang sepeda motor dengan sampel 30 responden mengacu pada pendapat Gay. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data tentang informasi yang diperoleh dari responden dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden, termasuk jenis kelamin, usia, dan jurusan. berdasarkan distribusi frekuensi, persentase dan kategorisasi dan analisis hubungan dengan menggunakan analisis melalui SPSS (Produk dan Layanan Solusi statistik) versi 17,0. Penelitian analisis, inferensial diperoleh dari koefisien korelasi (r) = 0,442 menunjukkan hubungan yang signifikan. Hasil R Square sebesar 0.195364, menurut pendapat Guilford, eksposur signifikan dimodifikasi Motor tabloid konten rubrik Ditambah memodifikasi sikap pengaruh. Referensi: 16 buku + 1 + 2 + 3 tesis kamus situs internet.

Abstrak

MODIFICATION OF CONTENT rubric exposure TABLOID PLUS MOTOR WITH ATTITUDE MODIFY. The background to know how to dish information about modifying the motorcycle in the tabloids. The purpose of the study, to determine the relationship dish information about modifying the bike with the readers who have motor. Metode research, quantitative survey research methods. Population and sample, the study population are those who come to the center of motorcycle parts sales with a sample of 30 respondents referred to the opinion Gay. The data collection technique is to use primary data and secondary data. Primary data is data about the information obtained from respondents by distributing questionnaires to 30 respondents, including gender, age and majors. based on frequency distribution, percentages and categorization and analysis of the relationship by using analysis through SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 17.0. Research, inferential analysis obtained from the correlation coefficient (r) = 0.442 indicating a significant relationship. The results of R Square of 0.195364, according to the opinion of Guilford, exposure significantly modified the content rubric tabloid Motor Plus modifying influence attitudes. References: 16 books + 1 + 2 thesis dictionary + 3 internet sites

PENDAHULUAN

Media massa merupakan sarana informasi dan hiburan yang dibutuhkan

oleh manusia. Oleh karena itu, media massa dapat memberikan efek kepada khalayak baik secara kognitif, afektif maupun konatif. Efek kognitif merupakan suatu reaksi tertentu dari media massa yang berupa perubahan keyakinan, dan pengetahuan. Melalui media massa kita

*Cecep Gunawan
Terpaan Isi Rubrik Modifikas Tabloidi*

memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Dengan kata lain, tujuan komunikator adalah untuk menyampaikan informasi. Efek afektif meliputi penilaian evaluatif dan emosional. Tujuan dari komunikasi massa tidak hanya bersifat informatif, tetapi dapat menimbulkan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Efek konatif berupa perubahan behavior atau perilaku. Konatif atau behavioral yang merupakan akibat pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Menurut teori belajar sosial dari Bandura, bahwa orang cenderung meniru perilaku yang diamatinya. Stimulus menjadi teladan bagi perilakunya.

Media massa surat kabar telah membuktikan kemampuannya menyebarkan informasi yang luar biasa cepatnya. Bukan sekedar informasi tetapi juga memberikan efek tertentu bagi pembacanya.

Penelitian ini ingin mencoba melihat efek media massa betapa merebaknya komunitas motor dengan model dan gaya dengan selera masing-masing motor dimodifikasi, perkumpulan motor dari masing-masing jenis dan merek motor punya ciri khas tersendiri. Kita bisa lihat Motor mio dimodifikasi menjadi Vespa Piaggio ada pula yang merubah motornya menjadi Motor Gede (moge).

Modifikasi dikalangan pencinta motor sudah tidak bisa dipisahkan, karena dengan modifikasi pecinta motor bisa menyalurkan aspirasi sesuai selera yang diinginkan.

Modifikasi bertujuan untuk membuat motor tidak standar seperti keluar dari pabrik aslinya. Pergantian tersebut agar lebih menarik atau yang sedang trend sekarang ini. Grup Band papan atas Sheila on 7 pun ketika syuting video klip semua personilnya menggunakan Motor matik yang sudah dimodifikasi.

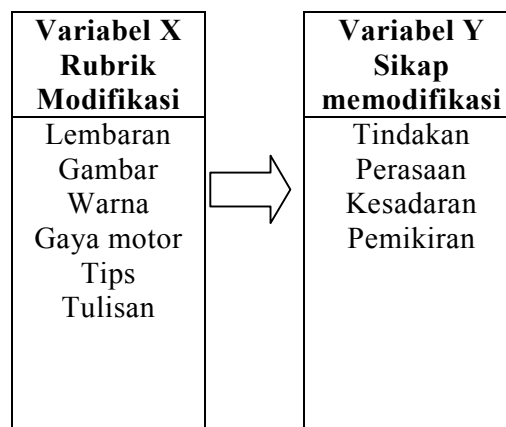
Kehadiran tabloid Motor Plus merupakan sesuatu yang dirasakan begitu

penting bagi kalangan pencinta motor untuk mengetahui trik-trik modifikasi motor mudah sekali didapatkan. Tabloid-tabloid Motor pada saat ini banyak memuat Rubrik Modifikasi bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualannya.

RUMUSAN MASALAH

Kami melakukan penelitian dengan menetapkan rumusan masalah sebagai berikut: “TERPAAN ISI RUBRIK MODIFIKASI TABLOID MOTOR PLUS DENGAN SIKAP MEMODIFIKASI”

Dengan Model Konstelansi Masalah



Gambar 1. Model Konstelansi masalah

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui terpaan isi Rubrik Modifikasi di Tabloid Motor Plus dengan sikap memodifikasi.
2. Mengetahui hubungan antara terpaan isi rubrik modifikasi di Tabloid Motor Plus dengan sikap memodifikasi

TINJAUAN PUSTAKA

Informasi yang didapatkan dari media tercetak tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dapat menimbulkan perasaan atau keinginan untuk mengikuti apa yang didapatkan dari informasi tersebut. Untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan apakah ada terpaan antara Isi rubrik Modifikasidi tabloid Motor Plus

dengan sikap memodifikasi motor, peneliti tertarik untuk meneliti pemilik motor yang berbelanja ke Jl. Otista Jakarta Timur. Penetapan lokasi penelitian di daerah Otista Jakarta Timur didasari karena banyaknya toko onderdil modifikasi motor dan bengkel modifikasi motor.

Bagi Eunsun (2005:9) sebuah proses komunikasi terjadi dengan adanya “kontek” yang melatarbelakanginya. Dan ditegaskan pada pada buku yang sama, halaman 377, yang melatarbelakanginya harus diaplikasikan dengan teknik persuasi. Lebih lanjut dinyatakan, *the techniques of persuasion that are valid for commercial selling are also the same as those valid in politics*. Maksudnya teknik persuasi selain terbukti handal didunia perdagangan dan bisnis, terbukti juga dalam perpolitikan.

Pool mendefinisikan komunikasi massa sebagai, “komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi” (wiryanto 2000, 1). Di sini terlihat bahwa komunikasi terjadi tidak secara langsung melainkan melalui media sebagai penyampai informasi tersebut.

Menurut ardiyanto dan erdinaya, (2004:3) ada bermacam-macam bentuk komunikasi massa, di mana menurut tandan wright dalam liliwari komunikasi massa adalah yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (tepenjar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.

Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi,

memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, dan lembaga sensor lain dalam media. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung.

Model Sirkuler Osgood & Schramm menurut kami. Proses encoding itu di dalam diri komunikator, di dalam komunikasi tahap I : perencanaan untuk mewujudkan Motif Komunikasi. Bukan hanya encoding = memilih lambang komunikasi yang dilakukan juga menentukan etika, estetika, materi, lambang, dan rasa keadilan. Proses encoding dilakukan di dalam diri komunikan, di dalam proses komunikasi tahap III. Bukan hanya diencoding tetapi juga *encoding*. Didalam kehidupan bernegara dan bermasyarakat. Model Sirkuler terjadi di dalam Negara/masyarakat yang demokratis.

Orang-orang yang memegang kekuasaan negara dan masyarakat mempunyai hak yang sama. Juga mengenai pernyataan pendapat, untuk berkomunikasi. Komunikasi dimana komunikator dan komunikan mempunyai kedudukan yang sama disebut dialog. Mengenai pendapat *Schramm* komunikasi benar-benar tidak ada ujungnya, proses komunikasi tanpa akhir adalah tidak tepat. Tiap proses komunikasi dapat diakhiri oleh komunikator atau komunikan kapan saja mereka kehendaki.

Dari pengertian di atas kami memahami proses encoding itu di dalam diri komunikator, di dalam komunikasi tahap I : perencanaan untuk mewujudkan Motif Komunikasi. Bukan hanya encoding = memilih lambang komunikasi yang dilakukan juga menentukan etika, estetika, materi, lambang, dan rasa keadilan. Proses encoding dilakukan di dalam diri komunikan. Tiap proses komunikasi dapat diakhiri oleh komunikator atau

komunikasikan saja mereka kehendaki.

Model Sirkuler Osgood & Schramm menurut kami sebagai berikut:

- a. Proses *encoding* itu ada di dalam diri komunikator, di dalam proses komunikasi tahap I : Perencanaan untuk mewujudkan Motif Komunikasi. Bukan hanya *encoding* = memilih lambang komunikasi yang dilakukan juga menentukan etika, estetika. Materi, lambang, dan rasa keadilan.
- b. Proses *decoding* dilakukan di dalam diri komunikasikan, di dalam proses komunikasi tahap III. Bukan hanya *decoding* tetapi juga *encoding*.
- c. Di dalam kehidupan bernegara dan bermasyarakat. Model Sirkuler terjadi di dalam negara / masyarakat yang demokratis. Orang-orang yang memegang kekuasaan negara dan masyarakat mempunyai hak yang sama. Juga mengenai pernyataan pendapat, untuk berkomunikasi. Komunikasi dimana komunikasikan mempunyai kedudukan yang sama disebut dialog.
- d. Mengenai pendapat Schramm komunikasi benar-benar tidak ada ujungnya, proses komunikasi tanpa akhir adalah tidak tepat. Tiap proses komunikasi dapat diakhiri oleh komunikator atau komunikasikan saja mereka kehendaki.

Dari pengertian di atas penulis memahami Proses *decoding* dilakukan di dalam diri komunikasikan, di dalam proses komunikasi tahap III. Bukan hanya *decoding* tetapi juga *encoding*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey yang bersifat korelasional. Menurut Neuman (2000:250) Pada penelitian survey tak sama dengan eksperimen. Pada penelitian survey responden menyebar, sedangkan penelitian eksperimen terpusat atau dikondisikan dalam kelas.

Populasi dan Sampel Agar penelitian lebih akurat atau mencerminkan populasi sesungguhnya,

maka jumlah responden ditambah menjadi 30 responden. (Supranto;2003:

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.
Tabel Silang
Terpaan Isi Rubrik Modifikasi Pada
Tabloid Motor Plus dengan
Sikap memodifikasi
n = 30

No	Terpaan (X) Sikap (Y)	Besarnya		Sedang		Kecil		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sangat Setuju	8	26,7	1	3,3	0	0	9	30
2	Setuju	8	26,7	6	20	4	13,3	18	60
3	Tidak Setuju	1	3,3	1	3,3	1	3,3	3	10
TOTAL		17	56,7	8	26,7	5	16,6	30	100

Dari tabel silang di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden (26,7%) menyatakan bahwa Terpaan Isi Rubrik modifikasi tabloid MOTOR PLUS Edisi Juli 2011 pada kategori besar dan dengan Sikap memodifikasi pada kategori setuju dan sangat setuju.

Analisis Data Inferensial

Analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan di antara dua variabel atau lebih

dari dua variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien korelasi.

Berikut ini adalah hasil pengolahan data penelitian Terpaan Isi Rubrik Modifikasi Tabloid MOTOR PLUS Edisi Juli 2011 dengan Sikap Memodifikasi menggunakan metode korelasi *Pearson* sebagai berikut,

Tabel 2

Kami menggunakan uji signifikansi r dengan tingkat kepercayaan 0,05 dengan r tabel seperti yang diketahui untuk ($n = 30$ adalah 0,361), dapat dilihat kriteria pengujiannya, seperti dibawah ini :

- jika r hitung $<$ r tabel, maka H_0 diterima
- jika r hitung $>$ r tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Sudah jelas nilai hasil perhitungan, yaitu $r_{xy} = 0,442 > r_{tabel} = 0,361$. Karena itu H_0 ditolak yaitu tidak ada hubungan Terpaan isi Rubrik Modifikasi Tabloid MOTOR PLUS Edisi Juli 2011 dengan Sikap memodifikasi dan H_1 diterima yaitu ada hubungan Terpaan isi Rubrik Modifikasi Tabloid MOTOR PLUS Edisi Juli 2011 dengan Sikap memodifikasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, Terpaan Isi Rubrik Modifikasi Tabloid MOTOR PLUS Edisi Juli 2011 memiliki hubungan nyata namun sedang dengan Sikap memodifikas

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Dari Dari hasil analisis pembahasan maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Pada variabel Terpaan Isi Rubrik modifikasi frekuensi tertinggi responden dengan kategori besar yaitu 17 (56,7%), kategori sedang sebanyak 8 (26,7%) dan kategori kecil 5 (16,6%) dan variabel sikap memodifikasi komunitas motor di Pamulang frekuensi tertinggi pada kategori sangat setuju yaitu 9 responden (30%), kategori setuju sebanyak 18 responden (60%) dan kategori tidak setuju 3 responden (10%).

1. Pada analisis inferensial hasil perhitungan, yaitu $r_{xy} = 0,442 > r_{tabel} = 0,361$. Karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu ada hubungan Terpaan Isi Rubrik Modifikasi Tabloid Motor Plus dengan Sikap memodifikasi. Dari tabel silang di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden (26,7%) menyatakan bahwa Terpaan Isi Rubrik modifikasi tabloid MOTOR PLUS Edisi Juli 2011 pada kategori besar dan dengan Sikap memodifikasi.

SARAN

1. Dengan di atas hendaknya, pihak tabloid motor plus tetap memuat rubrik modifikasi dengan gambaran di atas peyajian isi rubrik modifikasi menunjukkan adanya sikap dari pembaca tabloid Motor plus banyak yang menyukai maka hendaklah di pertahankan.
2. Harapan kami pada penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dan apabila ada penelitian lain yang ingin meneliti masalah ini, setidaknya peneliitian ini dapat lebih di kembangkan dan disempurnakan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiati Komala, 2004; *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Effendy, Onong Uchyana: 2000, Ilmu Komunikasi: Teori dan Ptaktek: PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Junaidhi, Kurniawan, 1991, Ensiklopedi Pers Indonesia, Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Muhtadi, Saeful Asep 1991, Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek: PT Logos Wacana Ilmu, Jakarta
- Rakhmat, Jalaludin 23005, Metode Penelitian Komunikasi; PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Wijaya, H.A.W, 2000, Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi, Jakarta; rineka Cipta.