

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi tidak hanya terpaku pada komunikasi antarpribadi, tetapi juga pada kapasitas komunikasi massa yang luas. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Media massa memiliki berbagai fungsi, di antaranya penyebaran nilai, mempengaruhi, dan membius. Media massa mempengaruhi khalayak untuk mengikuti apa yang disediakan media sejalan dengan besarnya pengaruh media terhadap khalayak. Media massa dapat mempengaruhi khalayak baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*afektif*) dan tingkah laku (*conative*) (Sudirman, 2008:8).

Media massa memberikan pengaruh yang besar kepada masyarakat, seperti dalam program acara *Ranking 1* di *Trans TV*. Acara ini mempengaruhi peserta khususnya siswa untuk lebih giat belajar dan mendorong khalayak untuk lebih memperkaya ilmu pengetahuan agar menjadi *Ranking 1*. Contoh lain dalam media *online* adalah *fanspage facebook* Mario Teguh yang mempengaruhi sebagian orang untuk menyetujui kata-kata bijak dan motivasi yang diberikan dalam setiap *update status*.

Saat ini jejaring sosial merupakan media yang banyak digandrungi masyarakat khususnya siswa SMA. Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial

yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, dan lain-lain.

Adapun macam-macam situs jejaring sosial di antaranya *www.facebook.com*, *www.friendster.com*, *www.twitter.com*, *www.koprol.com*. Banyak sekali jejaring sosial yang tumbuh dan berkembang sekarang, namun peneliti umumnya hanya memfokuskan pada satu situs saja. Salah satu situs jejaring sosial terbesar di kalangan masyarakat dunia, yaitu *www.facebook.com*

Jejaring sosial *facebook* sebagian besar digandrungi banyak kalangan termasuk kalangan siswa khususnya siswa kelas XII IPA di SMAN 1 Rengasdengklok Karawang. Siswa menggunakan akun *facebook* untuk menambah pergaulan, mendapatkan motivasi belajar, dan mencari informasi seputar ujian nasional (UN). Penggunaan *facebook* tidak hanya sekadar obrolan antara teman sepermainan, di *facebook* juga bisa mendapatkan motivasi dan kata-kata bijak seperti *fanspage facebook* Mario Teguh.

Fanspage facebook Mario Teguh juga mempengaruhi sebagian orang yang menyukai *fanspage* tersebut, terbukti dengan pemberian “like” dan komentar pada setiap *update status* Mario Teguh. Pemberian “like” berarti menyetujui dan menerima pesan yang disampaikan, namun tidak sedikit juga yang menolak dan tidak menyetujui pesan tersebut, diantaranya dengan mengutarakan melalui komentar. Seperti pada sebagian siswa kelas XII IPA, hampir setiap *update status* Mario Teguh sering memberikan “like” dan komentar.

Berdasarkan pengamatan, peneliti melihat siswa kelas XII, sebagian besar tidak percaya diri menghadapi UN. Mereka cenderung pesimis dengan hasil kelulusan. Rendahnya motivasi membuat siswa khawatir dan takut menghadapi ujian akhir nasional. Menjelang ujian para siswa tidak lagi mengikuti pelajaran tambahan, sebagian siswa juga malas belajar di rumah. Hanya di sekolahlah mereka semangat dan rajin belajar.

Para siswa menyetujui kata-kata bijak dan motivasi dalam setiap *update status* Mario Teguh. Mereka juga mendapatkan dorongan untuk giat belajar dan optimis menghadapi ujian nasional (UN). Setiap malam menjelang waktu istirahat, Mario Teguh selalu memberikan kata-kata dan do'a agar setiap jiwa manusia dilingkupi kebahagiaan dan ketenangan. Kata-kata tersebut mampu “menyihir” siswa untuk lebih siap menghadapi masa depan yang cerah.

Efek isi pesan *fanspage* tersebut juga timbul setelah membaca *update status* Mario Teguh. Tidak jarang siswa pun mengikuti kata-kata yang diucapkan Mario Teguh. Tak hanya itu sebagian siswa juga memotivasi siswa lain dengan kata-kata yang ada dalam *update status* tersebut. Hal tersebut memungkinkan adanya efek yang cukup besar untuk siswa.

Seperti *update status* yang terdapat pada salah satu akun *facebook* milik kelas XII IPA “galau mau UN”. Kalimat “galau mau UN” mulai ramai ketika Mario Teguh membahas tentang kebimbangan, kegelisahan jiwa muda dalam menentukan pilihan hidup. Ini merupakan contoh bahwa para siswa membutuhkan motivasi untuk lebih percaya diri menghadapi UN. Untuk mengetahui apakah isi pesan *fanspage* facebook berpengaruh tidaknya terhadap motivasi belajar siswa,

maka peneliti tertarik untuk mengkajinya secara akademis. Daya tarik itulah yang menjadi latar belakang pengkajian yang peneliti lakukan.

Peneliti mengambil responden dari kalangan siswa kelas XII IPA SMAN 1 Rengasdengklok Karawang angkatan 2006-2009 yang berpopulasi 210 orang untuk membuktikan apakah siswa mendapatkan motivasi setelah membaca *update status* dari *fanspage facebook* Mario Teguh. Peneliti mengambil responden ini dikarenakan siswa kelas XII IPA tengah mempersiapkan ujian nasional.

Masalah ini penting untuk diteliti karena siswa akan menghadapi ujian nasional dan perlunya motivasi untuk persiapan dalam menghadapi UN. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti berpengaruh tidaknya isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN. Untuk lebih memperjelas ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana respon siswa terhadap isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh?
2. Bagaimana motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN ?

3. Bagaimana pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN. Secara rinci tujuannya adalah :

- a. Untuk mengetahui respon siswa terhadap isi pesan *fanspagefacebook* Mario Teguh.
- b. Untuk mengetahui motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN sebelum membaca isi pesan *fanspage* Mario Teguh.
- c. Untuk membuktikan berpengaruh tidaknya isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap Motivasi belajar siswa.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi proses kejournalistikan secara praktis di kalangan mahasiswa jurnalistik khususnya dan masyarakat jurusan lain serta masyarakat pada umumnya. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi acuan bagi mahasiswa jurnalistik setelah turun langsung di lapangan agar memahami secara baik tentang pentingnya informasi yang bisa didapat dari berbagai jejaring sosial yang ada.

b. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi perangsang bagi penelitian lebih lanjut dan lebih sempurna dalam upaya mengkaji, mendalami, dan mengembangkan paradigma pesan media, serta dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di ilmu kejournalistikan. Penelitian juga dapat dijadikan kajian penelitian selanjutnya.

D. Kerangka Pemikiran

Respon menurut Effendy dalam “Komunikasi Massa” adalah sikap atau perilaku seseorang dalam proses komunikasi, ketika menerima suatu pesan yang ditunjukkan kepadanya. Respon bisa juga diartikan tanggapan, reaksi, dan jawaban. Dalam kamus bahasa Inggris respon adalah jawaban, balasan, tanggapan, dan reaksi.

Respon menurut istilah komunikasi massa, lebih dikenal dengan istilah tanggapan. Respon menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya dan tergantung pada kualitas yang berkomunikasi dengan organisme. Karakteristik komunikator (sumber), menentukan perubahan sikap seperti kredibilitas kepemimpinan dan gaya berkomunikasi.

Dengan demikian respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu. Bukan semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan yang menimbulkan suatu prasangka dapat juga disebut respon. Jadi dapat kita katakan dalam rentetan ini adalah suatu respon terhadap kegiatan yang mendahuluinya, misalnya *fanspage facebook* Mario Teguh yang memberikan rangsangan terhadap masyarakat.

Respon masyarakat sangat erat kaitannya dengan sikap yang diberikan atau ditimbulkan oleh masyarakat. Sikap merupakan produk dari proses sosialisasi, di mana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsangan yang ditimbulkan, sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Sikap mengarah pada suatu objek tertentu. Berarti penyesuaian diri terhadap objek tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kesediaan untuk bereaksi dari orang tersebut terhadap objek.

Fanspage merupakan salah satu fasilitas yang terdapat di *facebook*. *Fanspage* adalah halaman tentang sesuatu yang besar, seperti artis, pejabat, motivator, dan lain-lain. Berbeda dengan grup yang hanya sebatas kumpulan beberapa orang saja atau berkelompok, karakteristik *fanspage* mencakup karakteristik komunikasi massa. Dalam *fanspage*, komunikannya heterogen terdiri dari beberapa orang yang beragam, tidak saling mengenal. Massa dalam *fanspage facebook* Mario Teguh terdiri dari orang-orang yang berbeda, kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat.

Komunikasi dalam komunikasi massa, khususnya *fanspage facebook* Mario Teguh adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama, meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tidak saling mengenal, tidak terorganisasikan.

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non-pribadi. Pesan komunikasi yang disampaikan dalam *fanspage facebook* Mario Teguh terbuka untuk semua orang yang menyukai *fanspage*

tersebut. Seseorang yang ingin membutuhkan informasi tentang kata-kata bijak dan motivasi hidup bisa didapatkan dalam *fanspage facebook* Mario Teguh.

Kebutuhan informasi yang pada akhirnya melahirkan sikap audiens terhadap media massa merupakan salah satu bentuk umpan balik atau respon terhadap sejumlah pesan-pesan media massa untuk memperoleh respon yang baik dari masyarakat. Oleh karena itu, media sosial khususnya *fanspage facebook* Mario Teguh lebih memberikan peluang yang besar untuk memberikan rangsangan terhadap siswa dalam setiap *update statusnya*.

Kata-kata bijak dan motivasi dalam setiap *update status* Mario Teguh dapat membentuk sikap yang berpangkal pada pembawaan sikap dari unsur kepribadian, sikap yang berkaitan dengan motif dan mendasari tingkah laku seseorang dan pengertian sikap sebagai suatu keyakinan, kebiasaan, pendapat atau konsep. *Fanspage facebook* Mario Teguh dapat diakses di mana pun dan kapan pun selama tersedia akses koneksi terhadap internet.

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang, karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan sikap, dan tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.

Semua orang sudah sepakat kalau media massa merupakan alat yang sangat efektif untuk menyebarkan opini secara luas, media massa juga dianggap sebagai alat yang tidak bisa dianggap sepele ketika akan mempengaruhi khalayak, baik khalayak kecil maupun besar. Begitu pun dengan *fanspage facebook* Mario Teguh yang dianggap berhasil menyebarkan opini dari Mario Teguh kepada khalayak.

Berdasarkan data *fanspage facebook* Mario Teguh memiliki penggemar lebih dari tujuh juta pengguna facebook. Seringkali mereka ikut berkomentar dan memberikan “like” pada setiap *update status* Mario Teguh. *Fanspage facebook* Mario Teguh dinobatkan sebagai *facebook page* nomor 3 paling aktif interaksi anggotanya oleh Brian Ward (*Profil Fanspage facebook* Mario Teguh, 13 Juni 2011). Tingkat pertama dan kedua, diberikan kepada *Jesus Dialy* dan *The Bible*.

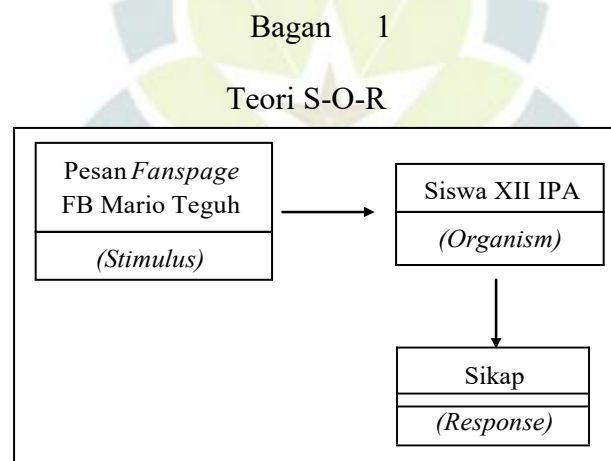
Pada penelitian ini penulis akan menggunakan teori komunikasi yang digunakan mengacu pada teori S-O-R atau *Stimulus-Organism-Response* (Effendy, 254-255). Teori ini semula dari psikologi dan komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen, sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi (Effendy, 2003:254-255).

Menurut teori stimulus respon ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khususnya, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan reaksi komunikasi. Jadi, unsur-unsur dalam teori ini adalah :

1. Pesan (*Stimulus*, S)
2. Komunikan (*Organism*, O)
3. Efek (*Respon*, R)

Untuk mengukur pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa, maka perlu diketahui melalui respon siswa kemudian dapat diketahui berpengaruh tidaknya isi pesan *fanspage facebook* tersebut terhadap motivasi belajar siswa.

Menurut Mar'at (1982) dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya", bahwa dalam menelaah sikap terdapat 3 variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Jika digambarkan secara skematis dan dihubungkan dengan permasalahan dalam penelitian ini adalah :



Sumber : Mar'at, 1982: 27

Berdasarkan pada gambar di atas, maka dapat dikatakan bahwa stimulus diadopsi sebagai pesan *fanspage facebook* Mario Teguh yang memberikan rangsangan terhadap siswa kelas XII IPA di SMAN 1 Rengasdengklok, kemudian siswa memberikan sikap (respon), apakah siswa menerima pesan dalam *fanspage* atau menolak dengan asumsi yang berbeda tentang isi pesan *fanspage* tersebut, dan pada akhirnya akan mengetahui apakah *fanspage facebook* Mario Teguh

mempengaruhi terhadap sikap, pendapat, dan khususnya motivasi belajar siswa yang akan menghadapi UN.

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan sikap adalah aspek “*How*” bukan “*What*” dan “*Why*”, jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.

Pembentukan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

- a. Stimulus yang diberikan kepada organism dapat diterima atau ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti ini berarti bahwa stimulus sebut tidak efektif dalam mempengaruhi organism (komunikan), maka tidak ada perhatian dari komunikan.
- b. Langkah berikutnya adalah jika stimulus tidak mendapat perhatian dari komunikan, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus, kemampuan dari komunikan inilah yang dapat melanjutkan pada proses berikutnya.
- c. Pada langkah terakhir adalah bahwa komunikan dapat menerima secara baik apa yang telah diolah, sehingga terjadi kesediaan untuk pembentukan perilaku.

Teori stimuli-response ini dapat diterapkan diantaranya pada program acara *Mario Teguh The Golden Ways*, dimana komunikator memberikan rangsangan pada khalayak dengan stimulus-stimulus yang disampaikan, dan stimulus tersebut direspon oleh khalayaknya. Begitu pun dengan isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh, dimana komunikator memberikan stimulus, pesan-pesan melalui tulisan yang setiap waktu bisa dibaca dan diulang, kemudian setelah membaca *update status* yang berisi pesan tentang berbagai persoalan

seperti menentukan pilihan, memperbaiki sikap, dan berpikir positif tentang masa depan, komunikasi merespon dengan memberikan “like”, mengomentari, atau bahkan bisa mengubah pendapat dan sikap mereka.

Salah satu teori yang menjelaskan mengenai perubahan sikap adalah teori stimuli-response, yang menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya dan tergantung pada rangsangan yang diberikan oleh komunikator kepada komunikannya. Karakteristik dari komunikator sangat membantu keberhasilan dari perubahan sikap, seperti kredibilitas, cara menyampaikan pesan dan kemampuan dalam komunikasi.

Motivasi sangat dibutuhkan oleh siapa pun, karena dukungan merupakan salah satu faktor yang bisa membuat seseorang menjadi lebih semangat dan percaya diri. Para siswa yang akan menempuh ujian nasional pun sangat membutuhkan semangat dan dorongan untuk lebih giat belajar dan optimis menghadapi UN. Mereka cenderung takut, khawatir, dan tidak percaya diri dengan hasil belajar selama pra UN.

Salah satu cara melepas ketakutan tersebut yaitu dengan berselancar di media sosial *facebook*. Para siswa bisa *chatting* dengan teman-temannya, mencari informasi mengenai UN dan beberapa universitas yang akan mereka tempuh untuk meneruskan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Kekhawatiran, dan ketakutan menghadapi UN bisa mereka atasi, salah satunya dengan membaca isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh. Pesan tersebut menjelaskan meskipun menghadapi UN yang akan menentukan kelulusan, para siswa harus tenang, karena setelah UN ada hal yang lebih besar

lagi dibanding UN, yaitu ketika mereka menghadapi dunia kampus, dunia kerja. Seperti kata yang diucapkan Mario Teguh kepada para siswa, “UN, *cool* aja” .

Kata tersebut mampu menyihir siswa menjadi lebih tenang, dan percaya diri, ketika menghadapi soal UN mereka bisa mengatasinya karena pra UN mereka telah belajar dengan giat, sehingga hasil yang akan didapatkan pun maksimal, yaitu kelulusan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk membuktikan pesan yang disampaikan melalui internet kepada khalayak apakah berpengaruh terhadap pendapat khalayak. Khususnya isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh memberikan pengaruh atau tidak kepada siswa kelas XII untuk lebih giat belajar dan memotivasi dirinya dalam menghadapi UN.

E. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu di SMAN 1 Rengasdengklok Karawang. Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena di lokasi tersebut tersedia data dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini. Selain itu lokasi yang penulis pilih terjangkau oleh peneliti sehingga akan memperlancar proses penelitian yang akan penulis laksanakan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Karena metode ini ditujukan untuk meneliti

hubungan diantara variabel-variabel (Rahmat, 2009:27). Memungkinkan tampaknya hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka dari hasil perhitungan atau pengukuran tentang pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN yang didapat dari hasil penyebaran angket.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data atau keterangan yang diperoleh langsung dari hasil wawancara kepada siswa atau orang yang terlibat di dalamnya. Yaitu beberapa jawaban dari hasil pertanyaan yang diajukan kepada responden secara langsung.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data penunjang yang sumbernya diperoleh dari data lain terkait penelitian. Termasuk sumber data sekunder yaitu buku, skripsi, arsip, dan sebagainya yang sesuai dengan permasalahan penelitian.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam keseluruhan objek penelitian, penelitian populasi hanya dapat dilakukan bagi populasi terhingga dan subjeknya tidak terlalu banyak. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII IPA SMAN 1 Rengasdengklok Karawang yang berjumlah 210 siswa.

Radiani (2004) dalam Bungin (2010: 105), memberikan gambaran rumus jalan pintas untuk perhitungan besaran sampel, yaitu :

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

Keterangan :

n = Populasi

N = Jumlah sampel yang akan didapat

d^2 = Nilai presisi 90%, atau $d = 0,1$

Yang diambil adalah :

$$n = \frac{210}{210(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{210}{210(0,01) + 1}$$

$$n = 67,74 \text{ (dibulatkan menjadi 68)}$$

Maka jumlah sampel yang diambil adalah 68 orang. Sampel 68 orang tersebut, peneliti peroleh dengan menggunakan teknik purposive.

Persyaratan dari teknik yang dipakai, yaitu :

- Siswa kelas XII IPA SMAN 1 Rengasdengklok Karawang, karena mereka yang menjadi objek penelitian.
- Siswa kelas XII IPA yang memiliki akun *facebook*, karena penulis akan meneliti *fanspage facebook* Mario Teguh.
- Mengetahui dan menyukai atau menjadi penggemar *fanspage facebook* Mario Teguh.

5. Kerangka Konsep

Konsep penelitian ini mencakup konsep 2 variabel, yaitu pesan *fanspage facebook* Mario Teguh dan Motivasi belajar siswa.

Bagan 2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Unit Analisis
Variabel X	Respon	1. Perhatian	Pengetahuan
			Minat
		2. Pemahaman	Menyimak
			Pemahaman
			Pengertian
	Pesan	3. Penerimaan	Kepuasan
			Menyukai
		4. Kualitas	Penerimaan
			Ketertarikan
			Kedalaman materi
5. Kuantitas	Penggunaan bahasa		
	Aktualitas tema		
	Sugesti		
			Kredibilitas narasumber
			Frekuensi menyukai pesan
			Berkomentar
			Merasa terganggu atau tidak

Variabel Y	Motivasi	1. Pra	Semangat belajar Rasa percaya diri Intensitas belajar
		2. Sesudah	Semangat belajar Rasa percaya diri Intensitas belajar

6. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang memerlukan pengujian secara empiris.

Dalam penelitian ini hipotesis umum yang diajukan penelitian adalah sebagai berikut :

Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa.

F. Teknik Pengumpulan Data

Setelah sumber data ditentukan, maka langkah selanjutnya adalah pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas beberapa cara, yaitu :

1. Observasi

Observasi atau pengamatan dilakukan sebelum melakukan penelitian, langkah ini dilakukan untuk menjelaskan dan memberi rincian tentang gejala-

gejala yang terjadi. Pengamatan ini dilakukan pada siswa kelas XII IPA di SMAN 1 Rengasdengklok Karawang.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan sebelum penelitian bersamaan dengan melakukan observasi untuk mendapatkan data yang lebih akurat dari siswa. Wawancara ini dilakukan oleh peneliti kepada siswa kelas XII IPA, Ketua OSIS.

3. Angket

Selain teknik wawancara secara langsung yang dilakukan peneliti sebagai metode pengumpulan data, peneliti juga mengajukan pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam bentuk angket isian (kuesioner) yang disebarkan kepada sejumlah siswa yang menjadi sampel penelitian, dengan tujuan untuk mendapatkan kejelasan secara tertulis terkait data primer tentang pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN.

4. Kepustakaan

Kepustakaan bertujuan untuk melengkapi data yang diperoleh dalam wawancara dan angket. Langkah ini ditunjang dengan merujuk pada referensi buku, skripsi, arsip, dan lainnya.

G. Analisis dan Pengolahan Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan

kegiatan penelitian. Analisis data yang bersifat kuantitatif menggunakan pendekatan statistika dengan langkah sebagai berikut:

1. Kualifikasi Data

Kualifikasi data dilakukan jika seluruh kuesioner sudah terjawab oleh responden dan kemudian hasil pengumpulan data tersebut dikualifikasikan menurut masing-masing kategori. Setiap soal mempunyai 5 pilihan jawaban dengan nilai a (5), b (4), c (3), d (2), dan e (1).

2. Tabulasi Data

Tabulasi data dibuat dan digunakan untuk mengetahui jumlah nilai total dari sampel. Tabulasi data adalah bagian terakhir dari pengolahan data.

3. Analisis Parsial

Analisis parsial dilakukan dengan menganalisis variabel X dan variabel Y secara terpisah. Analisis parsial dilakukan untuk memudahkan melakukan analisis koefisien korelasi. Adapun langkah-langkah yang harus ditempuh sebagai berikut:

- a. Membuat kolom-kolom alternatif jawaban, serta membuat frekuensi jawaban yang sudah diperoleh dari responden.
- b. Mencari nilai f (frekuensi) dengan jalan menjumlahkan secara total dari setiap alternatif jawaban.
- c. Mencari frekuensi seluruh (n) dari jumlah seluruh responden.
- d. Untuk mencari skor frekuensi masing-masing jawaban menggunakan rumus:

$$P = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

f = Frekuensi jawaban

n = Jumlah responden

- e. Melakukan analisis dan penafsiran berdasarkan pada data yang ada, penafsiran tersebut berpedoman pada standar :

0% = Tidak ada sama sekali

0,1%-9% = Sedikit sekali

10%-39% = Sebagian kecil

40%-49% = Hampir setengahnya

50% = Setengahnya

51%-59% = Lebih dari setengahnya

60%-89% = Sebagian besar

90-99% = Hampir seluruhnya

100% = Seluruhnya

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh terhadap motivasi belajar siswa dalam menghadapi ujian nasional dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menghitung koefisien korelasi dengan rumus *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(\sum x^2) - (\sum x)^2} \sqrt{(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

- 2) Uji Hipotesis

- a) Menghitung nilai t hitung dengan rumus

$$t = \frac{v}{\dots}$$

- b) Mencari nilai tabel dengan nilai signifikan 5%

- c) Langkah selanjutnya tidak dilakukan secara manual, melainkan menggunakan software SPSS. Untuk memudahkan perhitungan menggunakan SPSS dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :
Masukkan data, melalui menu *Data View*, kemudian Klik *Variable View* untuk memberi nama pada variabel penelitian > Klik *Analyze* > Klik *Correlate* > Klik *Bivariate* > Klik Variabel X dan Y untuk dipindahkan ke kolom Variables > klik Oke, option, klik continue > klik oke, maka akan didapatkan hasil korelasinya.

- 3) Pengajuan hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, tidak ada pengaruh yang signifikan

- b) Hipotesis ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, ada pengaruh yang signifikan

- 4) Menafsirkan harga koefisien korelasi dengan kriteria sebagai berikut :

$P < 0,20$ = korelasi kecil

$0,20 < P < 0,40$ = korelasi rendah

$0,41 < P < 0,70$ = moderat

$0,71 < P < 0,90$ = korelasi erat

$0,90 < P < 1$ = korelasi sangat erat

5) Dalam bukunya A. Hasan Gaos (1983:117), untuk menguji pengaruh variabel X (isi pesan *fanspage facebook* Mario Teguh) terhadap variabel Y (motivasi belajar siswa dalam menghadapi UN) dengan rumus :

$$E = 100 (1-K) \quad \text{dimana} \quad K = \sqrt{1- r^2}$$

Keterangan :

E = besarnya pengaruh

K = lack correlation (tidak adanya korelasi)

1 = angka konstan

r = koefisien korelasi yang dicari

H. Penarikan Kesimpulan

Menurut Arikunto (210:385) menarik kesimpulan penelitian harus mendasarkan diri atas semua data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian. Dengan kata lain penarikan kesimpulan harus didasarkan atas data bukan angan-angan atau keinginan peneliti.

I. Studi Pustaka

Syahrul Mubarak, Fak. Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Syaif Hidayatullah Jakarta Jurusan KPI. Judul penelitian ini adalah “Analisis program Mario Teguh Golden ways di Metro TV”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya yang dianggap akurat kemudian menuangkannya dalam penulisan skripsi dengan cara menjabarkan, menerangkan, dan memberikan gambaran.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa perbedaan terlihat antara episode yang ditayangkan secara *live* (siaran langsung) dengan yang ditayangkan secara *tapping* (rekaman) dalam hal proses produksi dan pasca produksinya.

Penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, terletak pada objek dan sasaran penelitian. Jika dalam penelitian ini fokus kepada proses penayangan di televisi, penelitian yang peneliti lakukan fokus pada *fanspage* program Mario teguh di media sosial *facebook* dan pengaruhnya terhadap motivasi belajar siswa menghadapi UN.

