

- Intercultural Relations, 9, 247-269
- Osher Lifelong Learning Institute. (2012). Colorado State University Online Plus. Retrieved March 28, 2012, from <http://www.online.colostate.edu/osher/index.dot>
- Phillipson, C. (1999). Population ageing the sociological tradition. *Education and Ageing*, 27 (2), 30-35.
- Principi, A., Chiatti, C., & Lamura, G. (2012). The engagement of older people in civil society organizations. *Educational Gerontology*, 38, 83-106.
- Razijn, R. (2002). The potential of older adults to enhance community quality of life: links between positive psychology and productive aging. *Ageing International*, 27 (2), 30-55.
- Rowe, J. W., & Kahn, L. R. (1997). Successful ageing. *The Gerontologist Society of America*, 37 (4), 433-440.
- Ruben, B. (1976). Assessing communication competency for intercultural adaptation. *Group and Organizational Studies*, 1, 334-354
- Sanders, T., & Putnam, R. (2006). Social capital and civic engagement of individuals over fifty in the United States. In L. Wilson, & S. Simson, *Civic Engagement and the Baby Boomer Generation: Research, Policy, and Practice Perspectives* (pp. 21-42). New York, New York, USA: Haworth Press.
- Schneider, A., & Ingram, H. (1993). The social construction of target populations: implications for politics and policy. *American Political Science Review*, 87 (2), 334-47.
- Seeman, T., & Crimmins, E. (2001). Social environment effects on health and aging: integrating epidemiologic and demographic approaches and perspectives. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 954, 88-117.
- Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1987). The model of relational competence: a review of assumptions and evidence. Beverly Hills, CA: Sage
- Stening, B. W. (1979). Problems in cross cultural contact: a literature review. *International Journal of Intercultural Relations*, 3, 269-313
- Statistic Bureau. (2011, April 30). Portal site of official statistics of Japan. Retrieved January 29, 2012, from Statistics Bureau: <http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/ListE.do?lid=000001063433>
- Thomas, A. (2003). Intercultural competence: principles, problems, concepts. *Erwagen, Wissen, Ethik*, 14(1), 137-50.
- Vincent, J. A. (2003). Demography, politics, and old age. *British Society for Gerontology Annual Conference*. New Castle.
- Walker, A. (2002). A strategy for active ageing. *International Social Security Association Review*, 55, 121-139.
- Welleford, E. A., & Netting, E. F. (2012). Integrating aging and civic engagement into the curriculum. *Educational Gerontology*, 38 (4), 234-256.
- World Health Organization. (2011, May 17). World health statistics 2011. Retrieved February 15, 2012, from World Health Organization: http://www.who.int/whosis/whostat/EN_WHS2011_Full.pdf

PENGARUH TERPAAN MEDIA TERHADAP SIKAP KAUM IBU DALAM PENDIDIKAN ANAK

Retno Widyaningrum

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi ITKP, Jakarta
wawied@hotmail.com

Abstract

In the current era of globalization, the mass media is a means to obtain the information and entertainment that has become a necessity that can not be separated again in everyday life. Current information and entertainment has become a commodity that can generate money for the managers of mass media. In line with the growth of communication technology, mass media has grown to be an industry that is vital for a country. One important characteristic of the current era of globalization is the rapid development of communication, such as the emergence of a satellite dish, cable TV, internet, teleconferencing, etc., which results in loss of borders of a country due to the reach of the mass media are almost limitless.

Keywords: Mass Media, Television

Latar Belakang

Dalam studi media, dikenal istilah terpaan media (media exposure). Terpaan media itu menyangkut seberapa banyak media berhasil menjangkau publik, berapa banyak jumlah orang yang membaca koran, mendengarkan radio, atau menonton televisi.

Mengingat terpaan media massa yang dapat menimbulkan efek positif maupun negatif maka perlu satu keterampilan baru bagi seseorang agar bisa bertahan dan relatif bebas dari pengaruh media yang bersifat negatif dengan menggunakan media secara sadar dan selektif serta berpikir secara kritis tentang pesan-pesan media (media literacy).

Lingkungan sosial individu ikut menentukan kebutuhan apa yang akan dicari dalam menggunakan media baik media massa maupun non media massa, dimana berdampak pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan dalam diri orang yang menggunakan media.

Dalam rangka melakukan pengamatan secara empiris terhadap terpaan media tersebut, akan digunakan kaum ibu sebagai obyek penelitian. Kaum ibu dipilih karena ibu merupakan guru terbaik dalam pendidikan anak.

Begitu banyak problematika kontemporer yang menyita perhatian kita saat ini. Permasalahan itu begitu memprihatinkan ketika pelaku utamanya adalah anak-anak muda yang masih tumbuh berkembang. Tawuran antarpelajar, misalnya, sering kali mencuat, bahkan sampai menimbulkan kematian jiwa. Aksi-aksi keke-

rasan jalanan juga dilakukan anak-anak muda. Pun, anak-anak muda merupakan sebagian dari pelaku utama kasus penyalahgunaan obat-obatan terlarang dan kriminalitas.

Menyaksikan fakta yang terjadi, beberapa solusi coba ditawarkan. Kunci utama mengatasi kenakalan remaja adalah dengan cara mendidik mereka secara baik. Wacana pendidikan moral sudah lama bergaung meskipun sebenarnya masih mengalami kesulitan dalam penerapannya. Pendidikan agama juga tidak terlepas dari upaya revitalisasi agar memberikan makna bagi pembentukan moralitas. Tak ketinggalan pula anjuran memberikan keteladanan sebagai sarana pembangunan karakter dan pendidikan anak-anak.

Tentu saja, pendidikan terhadap anak akan efektif jika dilakukan semenjak dini. Anak pada usia 0-6 tahun dikatakan berada dalam usia emas (golden age). Menurut Elizabeth B Hurlock (1978), anak mengalami tahapan perkembangan fisik, perkembangan motorik, perkembangan bicara, perkembangan emosi, perkembangan sosial, perkembangan bermain, perkembangan kreativitas, dan perkembangan moral pada usia emas tersebut. Jadi, pada titik inilah perhatian kita perlu ditujukan dalam upaya melahirkan generasi masa depan Indonesia yang berkualitas.

Pendidikan anak usia dini yang saat ini cenderung diformalkan tentu layak diapresiasi. Tapi, pernahkah kita berpikir bahwa pendidikan anak pada usia dini mem-

butuhkan guru yang terbaik? Guru yang terbaik untuk mendidik anak-anak agar memiliki ketangguhan akal, fisik, dan hati tidak lain adalah seorang ibu. Ibu yang sebenarnya menjadi pendidik utama dan pertama yang dimulai sejak anak menghembuskan nafas dalam kehidupan ini. Bahkan, pendidikan yang dilakukan ibu sudah berlangsung ketika anak masih dalam kandungan.

Seorang ibu yang memiliki kedekatan psikologis dengan anaknya. Mulai dari dalam rahim hingga lahir dalam kehidupan di dunia ini. Kedekatan psikologis itu merupakan modal dasar bagi ibu untuk mendidik anaknya. Kasih sayang dan perhatian intensif yang diberikan ibu akan mampu membentuk kepribadian anak.

Pengalaman dari negeri Jepang yang menarik diperhatikan. Seorang perempuan Jepang bernama Nobo Asakawa yang pernah menjadi duta besar di Paris pernah mengatakan bahwa kekuatan Jepang dewasa ini adalah karena para ibu memperhatikan sepenuhnya anak-anak mereka (Muhammad Thalib:1999). Jadi, ibu sudah selayaknya diposisikan sebagai manusia yang mulia dengan mendidik anaknya secara baik.

Kaum ibu dewasa ini merupakan khalayak yang sangat aktif dalam menggunakan media massa baik cetak, maupun elektronik (Rahmat, 2001, p.97), yang mana hal ini akan sangat membantu dalam mengidentifikasi alasan-alasan atau motif-motif mereka dalam mengkonsumsi media, mulai dari tingkat perhatian dan frekuensi.

Kaum ibu diharapkan dapat mempunyai pondasi yang kuat dalam menerima terpaan media sehingga pengetahuan, sikap dan perilaku mereka diharapkan tidak terbawa arus yang dapat merugikan anak-anak dalam pertumbuhan mental yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma masyarakat Indonesia. Kaum ibu dapat dididik dengan mendiskusikan tentang peran media sehingga dapat memahami dengan baik, selektif dan kritis dalam mengkonsumsinya.

Perumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana distribusi terpaan media kaum ibu? 2. Bagaimana sikap kaum ibu terhadap pendidikan anak? 3. Apakah terdapat hubungan antara terpaan media dan sikap kaum ibu terhadap pendidikan anak?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui bagaimana distribusi terpaan media kaum ibu. 2. Untuk mengetahui bagaimana sikap kaum ibu terhadap

pendidikan anak. 3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara terpaan media dan sikap kaum ibu terhadap pendidikan anak.

Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris “communication” berasal dari kata Latin “communication” yang bersumber dari kata “communis” yang dapat diartikan menjadi “sama makna”.

Tubbs dan Moss (1996) mendefinisikan komunikasi sebagai proses menciptakan makna di antara dua orang atau lebih. Konteks komunikasi tersebut terdiri dari komunikasi dua orang, wawancara, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik, komunikasi organisasional, komunikasi massa, dan komunikasi antar budaya. Selanjutnya dikatakan bahwa kriteria komunikasi yang efektif secara sederhana digambarkan sebagai keberhasilan seseorang menyampaikan apa yang dimaksudkannya kepada orang lain.

Dalam proses komunikasi, sumber informasi berperan penting sebagai pihak yang memiliki dan menyampaikan informasi kepada komunikan, mengingat besarnya jumlah informasi yang diproduksi, didistribusikan, disimpan, dan diterima, akan semakin menyulitkan individu untuk menemukan informasi yang relevan. Selain itu, ketika mencari atau memperoleh informasi (information seeking), orang cenderung untuk menghindari informasi yang tidak sesuai dengan “image of reality” yang dimilikinya karena dianggap mengganggu dan mengancam keseluruhan sistem yang telah ada pada dirinya (Donohew dan Tipton dalam Sendjaja, 1994).

Sumber informasi dapat berupa penyuluh, pekerja sosial, media massa, atau lembaga publikasi hasil penelitian. Taylor et al. (1977 dalam Rakhmat 2004) memberikan tiga kriteria untuk menetapkan seseorang atau organisasi sebagai sumber informasi yang baik, yaitu dapat diandalkan, dapat dipercaya, serta mudah dijangkau.

Selanjutnya agar komunikasi terjalin dengan efektif, dimana pesan dapat dipahami oleh orang lain, sumber informasi harus memperhatikan pendidikan, pengalaman, dan kebiasaan khalayak. Pesan semacam ini diharapkan mampu membuat khalayak mengerti, karena merasa ada keuntungan atau kemudahan dari pesan tersebut (Kincaid dan Schramm, 1985 dalam Rakhmat 2004).

Terpaan Media

Terpaan media itu menyangkut seberapa banyak media berhasil menjangkau publik, dan berapa banyak jumlah orang yang membaca koran, mendengarkan ra-

dio, atau menonton televisi.

Menurut Blumler penggunaan sebuah isi media menimbulkan harapan tertentu dari pengguna media massa atau sumber-sumber lain, yang berakibat pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan-keterlibatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain yang mungkin tidak diinginkan (Rahmat, 2002). Berdasar asumsi bahwa penggunaan isi sebuah media massa mendorong terciptanya pemenuhan kebutuhan (gratifikasi media atau kepuasan) atau akibat yang tidak diinginkan (ketidakpuasan), maka penggunaan isi sebuah media massa diprediksi akan menimbulkan dampak tertentu dalam diri khayalak berupa gratifikasi media atau tingkat kepuasan yang diperoleh sebagai akibatnya. Dalam konteks ini pembuktian secara empiris diperlukan mengingat pola penggunaan yang berbeda pada khayalak yang berbeda akan menimbulkan dampak gratifikasi media yang berbeda pula.

Teori yang relevan dengan terpaan media ini adalah Teori kultivasi (cultivation theory). Pertama kali dikenalkan oleh Professor George Gerbner, Dekan emiritus dari Annenberg School for Communication di Universitas Pennsylvania. Riset pertamanya pada awal tahun 1960 dan tentang Proyek Indikator Budaya (Cultural Indicators Project) untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Dimana Gerbner dan koleganya di Annenberg School for Communication ingin mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan dan dipersepsikan penonton televisi. Tradisi pengaruh media dalam jangka waktu panjang dan efek yang tidak langsung menjadi kajiannya. Argumentasi awalnya adalah, “televisi telah menjadi anggota keluarga yang penting, anggota yang bercerita paling banyak dan paling sering” (Severin dan Tankard, 2001.)

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para pemirsa televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur lingkungannya. Dengan kata lain untuk mengetahui dunia nyata macam apa yang dibayangkan, dipersepsikan oleh pemirsa televisi. Atau bagaimana media televisi mempengaruhi persepsi pemirsa atas dunia nyata. Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Artinya, selama pemirsa kontak dengan televisi, mereka akan belajar tentang dunia (dampak pada persepsi), belajar bersikap dan nilai-nilai orang.

Sikap

Lois Thurstone (salah seorang tokoh terkenal di bidang pengukuran sikap), Rensis Likert (juga seorang

pionir di bidang pengukuran sikap), dan Charles Osgood menyatakan sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada objek tersebut.

Secara lebih spesifik, Thurstone sendiri memformulasikan sikap sebagai derajat efek positif atau negatif terhadap suatu objek psikologis. Kelompok pemikiran ke dua terkenal di bidang Psikologi Sosial dan Psikologi Kepribadian yaitu LaPierre (1934 dalam Allen, Guy, & Edgley, 1980) mendefinisikan sikap sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respons stimuli sosial yang telah terkondisikan.

Kelompok ketiga adalah kelompok yang berorientasi kepada skema triadik (triadic scheme). Secord dan Backman mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Sedangkan menurut Calhoun dan Acocella, “An Attitude is a cluster of ingrainedbeliefs an feeling about a certain object and predisposition to act toward that object in a certain way”. Berdasarkan definisi tersebut, suatu sikap mengandung tiga komponen yakni:

- komponen kognitif (keyakinan);
- komponen afektif (emosi/perasaan);
- komponen perilaku (tindakan).

Dari berbagi definisi di atas kita dapat menyimpulkan beberapa hal tentang sikap.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpikir, berpersepsi, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai.

sikap bukanlah sekedar rekaman masa lampau, namun juga menentukan apakah seseorang harus setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu.

sikap mengandung aspek evaluatif.

Sikap timbul dari pengalaman; tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar

Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan.

Sikap tidak berarti sendiri, melainkan senantiasa mengandung relasi tertentu terhadap suatu objek.

Berdasarkan uraian di atas tentang pengertian sikap, maka dalam makalah ini yang dimaksud dengan sikap adalah kecenderungan berperilaku pada seseorang dan kesediaan bereaksi individu terhadap suatu obyek tertentu

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan deskriptif dan paradigma positivistik, studi yang sifatnya mengambil sampel kejadian pada suatu saat tertentu saja serta mempunyai tujuan untuk mengeksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan mendeskripsikan fenomena yang berkenaan dengan masalah yang diteliti (Noeng, M, 2000:33). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan menentukan kriteria yang diteliti dengan total sampel 100 responden.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Selanjutnya data diolah dengan menggunakan tabel prosentase kemudian dilakukan analisa dan interpretasi secara deskriptif

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kaum ibu di wilayah Jakarta Timur. Jumlah Populasi diketahui berdasarkan jumlah Kepala Keluarga di Jakarta Timur yaitu sebanyak 49,768 Kepala Keluarga.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive accidental sampling dengan bantuan instrumen berupa kuesioner/angket.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive accidental sampling. Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono 1999:77-78). Jumlah sampel diperoleh sampel sebanyak 100 kaum ibu.

Sampel ditentukan sebanyak 100 orang. Jumlah ini diambil berdasarkan kaidah penentuan jumlah sampel menurut Slovin. Tingkat kesalahan pengambilan sampel diambil 10 %. Jumlah sampel dan tingkat kepercayaan ini dipilih karena sifat populasi yang homogen. Sehingga sampel yang ditentukan dianggap dapat mewakili populasi. Rumus yang digunakan adalah (Umar, 2003: 78):

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

n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel

Data dan Instrumentasi

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah jumlah, frekuensi konsumsi media oleh kaum ibu, serta meleak media (visual) kaum ibu yaitu pemahaman mereka terhadap poster yang merupakan obyek penelitian. Data primer diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber informasi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian.

Untuk keperluan pengumpulan data, digunakan instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan dan pernyataan yang disusun oleh peneliti untuk dijawab oleh subyek penelitian. Kuesioner dibagi menjadi tiga bagian. Bagian pertama untuk data mengenai karakteristik kaum ibu. Bagian kedua untuk data mengenai terpaan media kaum ibu yang terdiri dari jumlah media dan frekuensi media yang dikonsumsi. Bagian terakhir untuk meleak visual kaum ibu mengenai poster yang disajikan.

Instrumen berbentuk skala penilaian yang terdiri dari empat pilihan yang masing-masing memiliki nilai yang berbeda, yaitu:

- Nilai 5 yang berarti selalu/sangat setuju
- Nilai 4 yang berarti sering/setuju
- Nilai 3 yang berarti jarang/ragu-ragu
- Nilai 2 yang berarti kadang-kadang/tidak setuju
- Nilai 1 yang berarti tidak pernah/sangat tidak setuju

Kemudian data hasil olah instrumen dihitung nilai rata-ratanya dan dinilai dengan kriteria sebagai berikut:

- 4 - 5 = sangat baik
- 3 - 3,9 = baik
- 2 - 2,9 = sedang
- 1 - 1,9 = kurang

Definisi Operasional Variabel

Untuk memberikan batasan yang jelas dan memudahkan pengukuran, definisi serta operasionalisasi variabel dijelaskan sebagai berikut:

Terpaan media (media exposure) dioperasionalkan sebagai "jumlah media yang dikonsumsi kaum ibu dan frekuensi kaum ibu dalam menonton tv, film, membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio atau menggunakan internet. Jumlah media diukur dengan menggunakan pertanyaan media apa saja yang dikonsumsi kaum ibu. Frekuensi diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan kategori selalu, sering, jarang, kadang-kadang dan tidak pernah. Topik yang diminati diukur dengan pertanyaan mengenai topik

yang sering dilihat, didengar dan atau dibaca.

Pengkategorian ditentukan berdasarkan jumlah skor jawaban responden pada jenis media yang dikonsumsi, frekuensi konsumsi dan topik yang dimintai dalam media tersebut.

Peranan ibu dalam pendidikan telah berkembang sejalan dengan perkembangan psikologi dan pengakuan atas hak-hak wanita dalam berbagai bidang. Sikap ibu terhadap pendidikan anak merupakan pernyataan dukungan atau ketidakdukungannya terhadap pendidikan anaknya. Evaluasi dari sikap meliputi pengetahuan dan reaksinya terhadap tingkat pendidikan, mutu pendidikan, pengadaan biaya pendidikan dan kebiasaan belajar anak.

Sikap kaum ibu diukur berdasarkan skala ordinal menggunakan ukuran Likert dengan 5 kategori, yaitu setuju, cukup setuju, netral, kurang setuju, dan tidak setuju. Pengkategorian ditentukan berdasarkan jumlah skor tanggapan responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan.

Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara berpedoman pada kuesioner, pengumpulan data sekunder, serta observasi lapangan. Pengumpulan data dibantu oleh beberapa orang kaum ibu yang terlebih dahulu dilatih untuk melakukan pendampingan pengisian kuesioner dan wawancara dengan responden.

Analisis Data

Data yang sudah diperoleh dari hasil sampling, selanjutnya diolah dan dipilah-pilah sesuai dengan ke 2 variabel yang menjadi fokus penelitian.

Untuk menjawab permasalahan penelitian no 1 dan 2 menggunakan nilai rata-rata yang akan diinterpretasikan sebagai berikut

Untuk permasalahan penelitian no 3 data yang sudah dikelompokkan tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan inferensial.

Hasil Penelitian

Terpaan Media Kaum Ibu

Nilai-rata-rata yang diperoleh dari hasil perhitungan nilai rata-rata Terpaan Media Kaum Ibu adalah 3,1 dengan demikian dapat dikatakan bahwa terpaan media kaum ibu adalah Baik.

Sikap Kaum Ibu Terhadap Pendidikan Anak

Nilai-rata-rata yang diperoleh dari hasil perhitungan nilai rata-rata Sikap Kaum Ibu terhadap Pendidikan Anak adalah 2,9 dengan demikian dapat dikatakan bahwa Si-

kap Kaum Ibu terhadap Pendidikan Anak adalah Sedang.

Hubungan antara terpaan media dan sikap kaum ibu terhadap pendidikan anak

Deskripsi mengenai hubungan antara terpaan media dan sikap kaum ibu terhadap pendidikan anak dilakukan dengan analisis hipotesis penelitian berikut ini.

Analisis hipotesis penelitian dilakukan melalui pengujian terhadap hipotesis yang digunakan dalam penelitian secara bertahap.

Perhitungan korelasi dengan program SPSS pada lampiran menghasilkan data sebagai berikut.

Tabel 1
Correlations

		Y	X1
Pearson Correlation	Y	1,000	,863
	X1	,863	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000
	X1	,000	.
N	Y	98	98
	X1	98	98

Dari tabel di atas dapat dilihat koefisien korelasi antara Terpaan Media (X) Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak (Y) $r_{y1} = 0,863$. Angka tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif yang sangat erat antara Terpaan Media (X) dengan Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak (Y).

Dengan menggunakan angka korelasi tersebut di atas dapat diperoleh angka koefisien determinasi $r_{y1}^2 = 0,863^2 = 0,745$ atau 74,5 %. Hal ini berarti varian yang terjadi pada variabel Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak (Y) 74,5 % ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel Terpaan Media (X), atau dapat diartikan pengaruh Terpaan Media terhadap Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak sebesar 74,5% sedangkan sisanya 25,5% ditentukan oleh faktor lain.

Pembahasan

Hal yang sangat dominan dalam pengambilan Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak adalah sikap positif mereka terhadap Terpaan Media Mereka Bersikap baik terhadap pendidikan anak karena memiliki terpaan media yang tinggi. Dalam artian, semakin sering dan semakin banyak mereka mengkonsumsi media maka sikap mereka terhadap pendidikan anak akan semakin baik.

Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak tidak dapat dilepaskan dengan Terpaan Media mereka. Sikap ibu

terhadap pendidikan anak merupakan sikap yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor Terpaan Media.

Terpaan Media mempunyai kontribusi pengaruh yang besar terhadap Sikap Ibu Terhadap Pendidikan Anak. Walaupun telah memiliki prosentase pengaruh yang besar namun Terpaan Media para ibu tetap harus diperhatikan. Bila konsumsi media terlalu banyak dan terlalu sering maka akan dapat menyebabkan kebingungan

Dengan hasil penelitian ini diharapkan para ibu dapat mengetahui pentingnya peran media dalam kehidupan mereka. Sehingga mereka lebih bijak untuk memanfaatkan waktu yang ada dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan media seperti, membaca majalah, menonton Tv dsb.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan penelitian lanjutan untuk mengungkapkan variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap Terpaan Media

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

Terpaan media kaum ibu memperoleh nilai rata-rata 3,1 yang dapat diartikan baik.

Sikap kaum ibu terhadap pendidikan anak memperoleh skor 2,9 yang dapat diartikan sedang.

Terdapat hubungan positif dengan tingkat korelasi sangat kuat antara Terpaan Media dengan Sikap ibu terhadap Pendidikan Anak. Analisis hubungan antara Terpaan Media dengan Sikap ibu Terhadap Pendidikan Anak. Sedangkan koefisien determinasinya adalah 0,745 berarti bahwa keputusan membeli konsumen 74,5% ditentukan oleh ekuitas merek dan 25,5% ditentukan oleh variabel lain.

Saran

Penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel bebas yang diduga mempengaruhi Sikap Kaum Ibu Terhadap Pendidikan Anak yaitu Terpaan Media, sehingga hasil analisisnya masih terbatas pada variabel tersebut. Padahal selain variabel tersebut masih banyak faktor lain yang juga dapat mempengaruhi Sikap Kaum Ibu Terhadap Pendidikan Anak, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Peneliti menyarankan agar ada penelitian lain yang menggunakan faktor atau variabel lain yang tidak diungkapkan dalam penelitian ini merupakan peluang bagi penelitian lain tentang Sikap Kaum Ibu Terhadap Pendidikan Anak, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih memuaskan.

Daftar Pustaka

- Anonim, 1976, Communications Handbook Agricultural Communicators in Education, NCSU. USA.
- Azwar S, 1997, Reliabilitas dan Validitas, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baran, S. J., and D. K. Davis., 2003, Introduction to mass communication: Media literacy. and culture. Mountain View, CA: Mayfield.
- David Loudon, Albert J.Delta Bitta, 1988, Consumer Behaviour, USA: Mc Graw-Hills.
- Dewi R, 1966, Pengaruh Iklan Radio Terhadap Sikap Konsumen di Kodya Bandung, Thesis, Universitas Padjadjaran Bandung.
- Dyer G, 1986, Advertising as Communication, London: Routledge
- Heinich, R., Molenda. M., dan Russell, J.D. (1985), Instructional and the New Technologies of Instruction, New York: Macmillan Publishing Company.
- Hurlock, Elizabeth. B. (1978). Child Development, Sixth Edition. New York : Mc.Graw Hill, Inc
- Kemp, J.E. (1975), Planning and Producing Audio-visual Materials, 3rd ed. New York: Thomas Y. Crowell.
- McQuail's, Denis. 2001. Mass Communication Theory. London. 4th edition: SAGE Publications, Inc.
- Mulyana, Deddy M.A., Ph.D., Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Potter, W. James, 2001, Media Literay, Sage Publication, USA.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Rossister JR dan L Percy, 1997, Advertising Communications & Promotion Managemen. Singapore: McGraw-Hill Book Co-Singapore.
- Sendjaja, Sasa D., 1994, Teori komunikasi, Jakarta : Universitas Terbuka.
- Severin, Werner J and James W. Tankard. 2001, Communication Theories; Origin, Methods, and Uses in the Mass Media. Fifth Edition. University of Texas at Austin: Addison Wesley Longman Inc.
- Sugiyono. 1999. Metode Penelitian Administrasi, Bandung: CV. Alfabeta.
- Tubbs, S., Moss, S. 2000. Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Umar, Husein SE, MM, MBA, 2003, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: Rajawali Pers.

PENGARUH EVENT ESMOD FASHION FESTIVAL 2012 TERHADAP CITRA ESMOD JAKARTA

Sri Rahayu

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
email

Abstract

The problem in this study is how much influence the ESMOD Fashion Festival 2012 Event on the image ESMOD Jakarta on students of SMK Negeri 30 Jakarta Department of dressmaking . The purpose of this study was to determine the influence of ESMOD Fashion Festival 2012 Event on the image ESMOD Jakarta on students of SMK Negeri 30 Jakarta Department of dressmaking .

Theory is used for solving the problem is the overlapping of Interest theory that explains the communication process will run well when the communication between the actors involved much in common in terms of frame of reference . Sources need to first recognize the characteristics of the individual , social and cultural rights of the recipient before he delivered the message to be conveyed . The second uses the model of Fishbein Multi Attribute describing the event activities . Fishbein model explains the formation of attitudes in response to the attributes . Fishbein models showed that the attitude of an object depends on the probability that an object has certain attributes and the attributes diinginkan level and at the level of the attributes desired . Confidence of the object is then formed , because the attributes that exist at the object .

This research is explanatory research, which aims to examine the effect of two variables: the independent variable (Event ESMOD Fashion Festival 2012) and the dependent variable (Image ESMOD Jakarta) . Samples taken are students of SMK Negeri 30 Jakarta as many as 30 of the student population of 30 students . Sampling based on total sampling . Data were collected through questionnaires answered by the respondents , any answer in the questionnaire that was answered by the respondents were given a score based on a Likert scale . The score sheet is inserted into the coding (coding sheet) . For purposes of data analysis techniques used Pearson Product Moment with SPSS (Statistical Package for Social Science) .

From the analysis of the coefficient of determination between the ESMOD Fashion Festival 2012 Event of the ESMOD Jakarta Image obtained a value of 0.678 or 67.8 % . ESMOD Fashion Festival Event means to give effect to the image ESMOD Jakarta of 67.8 % , while the remaining 32.2 % is influenced by other factors .

Keywords: Event, Explanatory Research

Latar Belakang Masalah

Humas dalam sebuah perusahaan swasta yang berorientasi profit tidak saja menjalin hubungan baik dengan masyarakat, tetapi juga membantu pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk/jasa perusahaan. Event merupakan salah satu kegiatan humas diantara sekian banyak tugas humas lainnya yang dapat menarik perhatian masyarakat khususnya segmen perusahaan. Karena tujuan sebuah event adalah menarik publik, baik publik loyal ataupun publik baru, maka sebuah Event tentu harus dibuat dengan baik dan beda dengan acara yang telah ada sebelumnya, ataupun yang ada pada perusahaan lain. Jika tidak maka sebuah Event hanyalah menjadi kegiatan yang hanya menghabiskan

cost, oleh karena itu seorang humas harus dapat mendorong dan menggerakkan seluruh anggota untuk saling bekerja sama dan menjalin hubungan baik dalam rangka mewujudkan suatu kegiatan sesuai tujuan yang diharapkan.

Kegiatan Event juga memerlukan perencanaan yang matang mulai dari tema yang akan diangkat, lokasi penyelenggaraan, waktu penyelenggaraan dan budget yang akan digunakan. Humas perlu mengetahui publik atau konsumen perusahaan sehingga dapat menentukan tema yang tepat dan disukai oleh publik. Begitu juga penentuan lokasi, tentu lokasi harus strategis, luas, dan nyaman, sehingga memberikan kenyamanan. Setelah semuanya tersusun dan terencana dengan matang maka