PENGARUH TAGLINE PRIMAGAMA “TERDEPAN DALAM PRESTASI “ TERHADAP MINAT BELAJAR SISWA PRIMAGAMA

Yudha Sumantri

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
aprilia2014@windowslive.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini ini didasari oleh kaberadaan Primagama yang merupakan satu-satunya bimbingan belajar di Indonesia yang terpilih mendapat penghargaan bergengsi. Dengan Tagline “Terdepan dalam Prestasi”, Primagama berusaha untuk menjaring minat di benak khalayak. Tagline atau Slogan adalah suatu perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. Tagline sangat penting untuk dunia Komunikasi. Dengan Tagline atau slogan dari suatu lembaga tersebut akan mudah diingat publik dan akan lebih dikenal. Oleh karena itu, masyarakat publik akan lebih mudah mengingat dan juga mudah dikenal. Tagline memberikan efek yang luar biasa yang bisa dirasakan secara langsung oleh khalayak terhadap Primagama. Kekuatan Tagline pada lembaga bimbingan belajar Primagama “Terdepan Dalam Prestasi “ digunakan untuk menarik minat para calon siswa-nya.. Oleh sebab itu, untuk dapat melaksanakan kegiatan komunikasi yang efektif dalam rangka memberikan kesan kualitas pada program pendidikannya, maka Primagama perlu menggali lebih jauh lagi faktor–faktor apa yang mempengaruhi terciptanya hal-hal tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian siswa terhadap tagline/slogan Primagama dan ujntuk mengetahui minat belajar siswa yang kursus dilembaga pendidikan Primagama serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tagline Primagama terhadap minat belajar Primagama cabang Mayestik.

Sebagai landasan dari penelitian ini, digunakan teori Stimulus Organisme Response. Teori ini menggambarkan bahwa media massa mempunyai efek yang amat kuat Teori ini perlu didukung dengan konsep kreatif penggunaan tagline sebagai media pemasaran, yakni: Penggunaan Media, Tampilan Fisik, Isi Pesan, Selain itu, penulis juga menggunakan teori Minat Belajar, yang menjelaskan bahwa minat merupakan moment-moment dari kecenderungan jiwa yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap paling efektif (perasaan, emosional) yang didalamnya terdapat elemen-elemen efektif (emosi) yang kuat. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Minat besar pengaruhnya terhadap aktivitas belajar, terkait dengan konsep minat belajar yaitu: Melahirkan perhatian yang serta merta, Memudahkan terciptanya konsentrasi, Memperkuat melekatnya bahan pelajaran dalam ingatan, Memperkecil kebosanan belajar dalam diri sendiri.

Metode penelitian yang digunakan adalah bersifat eksplanatif. Objek penelitiannya adalah siswa bimbingan belajar Primagama cabang Mayestik, yang berjumlah 80 orang. Sedang teknik pengambilan samplingnya menggunakan Simple Random Sampling. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan tehnik penyebaran angket pada responden dan kepustakaan dari literatur yang ada. Kemudian data yang dikumpulkan dianalisa secara kuantitatif dan diinterpretasikan untuk memperoleh gambaran mengenai variabel yang diamati. Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan tehnik pearson correlation. dan regresi linier.

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh bahwa tagline Primagama “Terdepan Dalam Prestasi” mempunyai kontribusi sebesar 16,6% dalam upaya menciptakan minat belajar siswa Primagama. Selebihnya, minat belajar siswa Primagama sebesar 83,4% terbentuk akibat dari pengaruh beberapa faktor lainnya di luar dari penelitian ini. Selain itu persamaan regresi ($\hat{Y}$ = 31,726 + 0,392 X) dapat diintrepetasikan bahwa setiap perubahan satu satuan penyajian tagline Primagama (X) maka akan terjadi peningkatan sebesar 0,392 satuan minat belajar siswa Primagama (Y) sejalan dengan konstanta sebesar 31,726. Hal ini sejalan dengan nilai korelasi sebesar 0,407, yang berarti ada hubungan yang Sedang dan arah hubungannya positif.

Kata kunci : Tagline, Slogan, Minat, Media

ABSTRACT

The background of this research is based on the Primagama which is the only tutoring in selected Indonesian receive the prestigious award . With the tagline “ Leadership Achievement “, Primagama trying to attract interest in the minds of audiences. Tagline or slogan is a word or phrase is interesting, striking , and memorable to convey something. Tagline Communications are very important for the world . With a tagline or slogan of the agency will be easy to remember and will be known to the public . Therefore, the general public will be easier to remember and also easily recognizable. Tagline give a remarkable effect that can be felt directly by the public against Primagama . Tagline force on tutoring agencies Primagama “Leading In Achievement” is used to attract its prospective students. Therefore, in order to implement effective communication activities in order to give the impression of the quality of the education program, then Primagama need to explore further the factors that influence the creation of such matters. Based on this, the study aims to determine the students ‘ assessment of the tagline / slogan Primagama and ujntuk know the students’ interest as well Primagama education courses instituted to determine how much influence the learning interest Primagama tagline Primagama Mayestik branch. As the basis of this study , used the theory Stimulus Organism Response . This theory suggests that mass media has a powerful effect this theory needs to be supported with the use of creative concepts tagline as a marketing medium, namely: Media Usage, Physical Features, Content Messaging, In addition , the authors also use Interest Learning theory , which explains that the interest is moments of the directional trend of intensive soul to an object that is considered the most effective (feelings, emotional) in which there are effective elements (emotion) is strong. Interest is high liver tendency towards something that arises because of the need , perceived or not perceived or desire certain things . Great interest influence on learning activities , related to the concept of learning interest , namely : Childbirth attention immediately, Facilitate the creation of concentration , strengthen attachment of learning materials in memory , boredom Decreases in self- learning.

The method used is to be explanatory. The research object is tutoring students Primagama Mayestik branch , which amounts to 80 people. ‘re Taking sampling technique using Simple Random Sampling . Techniques of data collection is done by distributing questionnaires to the respondents technique and literature from the existing literature. Then the data is collected and interpreted quantitatively analyzed to obtain an overview of the observed variables . After that hypothesis testing using Pearson correlation techniques . and linear regression.

Based on the research and data analysis has been done , it is obtained that Primagama tagline “Leading In Achievement” has a contribution of 16.6 % in fostering student interest Primagama . The rest , Primagama student interest at 83.4 % is formed due to the influence of other factors outside of the study . In addition to the regression equation (y = 31.726 + 0.392 X) can diintrepetasikan that any change in one unit serving tagline Primagama (X) there will be an increase of 0,392 units of student interest Primagama (Y) in line with the constant of 31.726 . This is consistent with the correlation value of 0.407, which means there are relations Medium and positive relationship direction.

Keywords: Tagline, Slogan, Interest, Media

Tumbuhnya berbagai bimbingan belajar menjadi fenomena menarik dan menjadi catatan tersendiri bagi dunia pendidikan di Indonesia. Ketidak-puasan terhadap kondisi pembelajaran di sekolah diyakini sebagai salah satu penyebab tumbuh suburnya bimbingan belajar tersebut. Sekolah yang memiliki otoritas sebagai tempat untuk menyelenggarakan pendidikan sering dipertanyakan perannya. Hal ini adalah salah satu masalah yang ada dalam dunia pendidikan di Indonesia.

Sebagai alternatif belajar di luar sekolah banyak siswa yang menggantungkan harapannya pada bimbingan belajar untuk mendapatkan materi yang tidak diajarkan di sekolah. Apalagi beberapa tahun belakangan ini muncul standart nilai kelulusan melalui UN (Ujian Nasional) yang dibuat oleh Depdiknas.

Hal tersebut mendorong lembaga bimbingan belajar karena banyaknya celah dalam sistem penyelenggaraan pendidikan nasional tersebut menjadi alasan munculnya lembaga bimbingan belajar, lembaga bimbingan belajar saling bersaing mendapat peserta, hingga ada lembaga yang berani meluncurkan program “tak lulus uang kembali”. Itu berarti lembaga tersebut akan mengembalikan pembayaran bimbingan yang sudah dibayarkan pesertanya apabila perserta dinyatakan tidak lulus dalam ujian.

Pada awal berdirinya, lembaga bimbingan belajar memiliki target dapat mengantar pesertanya lulus ujian saringan masuk perguruan tinggi negeri di perguruan tinggi ternama di Indonesia, seperti UI, ITB, Unpad dan UGM. Mengingat tingkat persaingan masuk perguruan

tinggi negeri yang semakin ketat, ikut serta dalam bimbingan belajar seakan menjadi kebutuhan mutlak bagi siswa siswi SMU. Namun kini target tersebut kemudian meluas menjadi tak hanya persiapan masuk perguruan tinggi negeri, tapi juga untuk masuk SMP atau SMU.

Dengan meluasnya pasar lembaga bimbingan alasannya ialah semakin tingginya standart kelulusan nasional sekolah yang ditetapkan Depdiknas (Departemen Pendidikan Nasional). Alasan lainnya ialah kesibukan kedua orang tua dalam bekerja sehingga tidak mempunyai waktu untuk mendampingi dan membimbing belajar putra-putrinya.

Dengan target tersebut, lembaga bimbingan belajar memiliki peran membekali pesertanya untuk bisa mengerjakan soal-soal ujian dengan benar dan dalam waktu cepat. Artinya, di bimbingan belajar bukan lagi ditanamkan konsep dasar, maupun asal usul rumus, melainkan langsung kepada bagaimana mengaplikasikan rumus dalam menjawab soal ujian dengan anggapan konsep sudah diberikan di sekolah.

Di Indonesia ada beberapa lembaga bimbingan belajar yang memiliki nama besar dan banyak diantara pesertanya berhasil mengeyam pendidikan di perguruan tinggi terkemuka, baik di dalam maupun di luar negeri. Sebut saja beberapa nama seperti Ganesa Operation (GO), Sony Sugema College (SSC), Primagama, dan Nurul Fikri.

Primagama adalah suatu Lembaga Bimbingan Belajar yang lahir di kota pelajar Yogyakarta pada tanggal 10 Maret 1982 dan berkantor Pusat di Yogyakarta. Selama 30 tahun sebagai pendamping siswa dalam belajar telah banyak mengalami perkembangan dan penyempurnaan dalam berbagai hal. Sehinnga langkah pencapaian target Primagama adalah mengantarkan peserta didik mencapai kesuksesan dalam jenjang pendidikan.

Primagama harus lebih komprehensip dalam mendampingi belajar siswa, sesuai dengan perkembangan dunia pendidikan dan kebutuhan siswa maupun orangtua siswa. Untuk itu, Primagama telah menyiapkan inovasi-inovasi baru dalam pelayanan yang makin qualified. Dengan dukungan 766 kantor cabang, kurang lebih 20.511 Instruktur Smart (baca: tentor, guru), 3.540 para SDM profesional atau karyawan, 400 mitra usaha yang ikut mengelola usaha ini. Di butuhkan manajemen yang modern dan solid untuk bekerja sama dengan Primagama yang sedemikian besar. (www.Primagama.com)

Dengan tagline atau slogan “Terdepan Dalam Prestasi” saat ini semakin percaya diri melangkah ke depan untuk membuktikan bahwa Primagama memang layak menjadi yang terbesar, terdepan dan terunggul.

Oleh karena itu, keberadaan tagline atau slogan “Terdepan Dalam Prestasi” Primagama, merupakan salah satu cara untuk memudahkan masyarakat dalam mengenal brand Primagama. Tagline yang kuat, akan membantu suatu merek dalam meningkatkan awareness khalayak terhadap brand Primagama. Selain itu, tagline dapat memperkuat strategi positioning dari brand Primagama tersebut. Dengan menggunakan kalimat yang sederhana dan mudah di ingat maka tagline sudah dapat mewakili bagian yang penting dari asosiasi pelayanan jasa konsultan pendidikan berkualitas yang ingin dikembangkan oleh suatu Primagama.

Oleh karenanya tagline yang dibuat oleh Primagama merupakan upaya untuk menawarkan kualitas jasa-nya kepada khalayak. Maka peranan tagline diharapkan dapat mempengaruhi sikap, pendapat, dan prilaku konsumen dalam menilai kualitas jasa Primgama tersebut.

Melalui proses penyajian tagline atau slogan “Terdepan Dalam Prestasi” diharapkan khalayak dapat mengetahui kelebihan jasa layanan pendidikan berkualitas yang ditawarkan dan mampu menyaingi lembaga konsultan pendidikan sejenisnya yang telah lama berada di sekitar lingkungan masayarakat. Namun permasalahan dalam penelitian ini, berdasarkan hasil wawancara kecil yang penulis lakukan kepada beberapa siswa Primagama menyatakan bahwa tagline yang diasumsikan kurang sederhana untuk diucapkan, kurang mudah diingat, dan kurang memperkuat merek.

Oleh karenanya, untuk mendukung pelayanan akademik dengan basic IT, Primagama telah menggandeng PT. Microsoft Indonesia agar proses pembelajaran lebih efisien dengan model bimbel online (ini satu-satunya dan pertama bagi bimbel di Indonesia). Para siswa Primagama akan mendapatkan layanan belajar di rumah melalui layanan online melalui situs (www.primagamaplus.com).

Situs tersebut memberi layanan berupa module, video pembelajaran, try out online, games edukatif, konsultasi online, dan chatting antar siswa. Tidak hanya itu Primagama selalu meng-up grade sarana dan prasarana belajar, Instruktur Smartnya, sarana evaluasi belajar dan sebagainya.

Langkah ini dilakukan untuk melengkapi langkah-langkah inovasi sebelumnya seperti test potensi dan bakat anak dengan finger print (DMI Primagama) yang bisa diperoleh secara gratis, maupun konsep remedial, enrichement, dan consulting. Selain itu juga terus dikembangkan model-model pembelajaran dengan pendekatan logika semacam fisitaru (fisika tanpa rumus) matematika gasing (gampang asik dan menyenangkan) dan sebagainya.

Dari sisi prestasi manajemen, tidak dapat dipungkiri prestasi gemilang Primagama memang telah mendapat penghargaan dari beberapa pihak antara lain: Sertifikat ISO 1998, Superbrand, Marketing Award, Franchise Award, Top Brand for Kid Award dan sebagainya. Ini menunjukkan bahwa kesungguhan manajemen Primagama tidak main-main dan Primagama merupakan satu-satunya bimbingan belajar di Indonesia yang terpilih mendapat penghargaan bergengsi.

Tagline atau Slogan adalah suatu perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. Tagline sangat penting untuk dunia Komunikasi. Dengan Tagline, iklan atau slogan dari suatu lembaga tersebut akan mudah diingat publik dan akan lebih dikenal. Oleh karena itu, masyarakat publik akan lebih mudah mengingat dan juga mudah dikenal.

Penggunaan Tagline yang berhasil terlihat dari seberapa jauh masyarakat mengenal Tagline tersebut. Bila Tagline itu berhasil, maka hanya dengan mendengar slogannya, orang – orang akan mengetahui jenis produk apa yang memakai slogan tersebut.

Tagline memberikan efek yang luar biasa yang bisa dirasakan secara langsung oleh khalayak terhadap merek. Kekuatan Tagline memang tidak diragukan lagi. Itulah sebabnya, banyak dilihat sebagian lembaga atau merek produk di pasaran menggunakan berbagai Tagline atau slogan agar lebih banyak khalayak yang mengetahui dan mengingatnya. Daya ingat khalayak terhadap Tagline pun cukup lama, itupun masih tergantung kepada bagaimana pengiklan mengkomunikasikannya.

Salah satu lembaga bimbingan belajar Primagama menggunakan Tagline atau slogan “ Terdepan Dalam Prestasi “ guna menarik minat para calon siswa-nya.

PEMBATASAN MASALAH

Ruang lingkup penelitian ini adalah “ Pengaruh Tagline Primagama “ Terdepan Dalam Prestasi “ Terhadap Minat Belajar Siswa Primagama “. Berdasarkan pendapat tersebut, maka masalah penelitian akan dibatasi pada:

Dalam penelitian ini materi yang akan dibahas oleh penulis adalah yang berada dalam cakupan bidang Humas, sesuai dengan bidang ilmu yang dijalani oleh penulis, yaitu mengenai Tagline Primagama “Terdepan Dalam Prestasi “ dan minat belajar calon siswa.

Dalam penelitian ini penulis hanya akan meneliti hubungan Tagline Primagama dengan minat belajar siswa Primagama. Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan lembaga Primagama Cabang Mayestik sebagai khalayak yang diteliti, hal itu dilakukan karena penulis ingin mengetahui apakah Tagline Primagama tersebut memang mempengaruhi minat belajar siswa-nya.

Berdasarkan hal tersebut, penulis membatasi ruang lingkup penelitian, berikut ini dijelaskan tentang pemahaman di judul sebagai berikut :

PENGARUH

Pengertian pengaruh menurut Effendy (2003:51), adalah: “Upaya mengembangkan sifat-sifat yang sudah ada pada diri manusia” Jadi maksud dari definisi tersebut yakni, pengaruh merupakan dampak akibat dari suatu pesan baik disengaja maupun tidak disengaja yang dapat mengakibatkan perkembangan didalam diri manusia. Perkembangan tersebut dapat meliputi perkembangan pengetahuan, pola hidup, dan penilaian atau opini.

Pengaruh didalam komunikasi dikenal dengan istilah efek komunikasi. Dimana efek komunikasi ini menurut Effendy (2003:55) adalah;

“Efek yang bersifat kognitif, yaitu berkaitan dengan pikiran atau penalaran. Maksudnya tahap ini baru pada tahap penerima pesan mengetahui tentang informasi yang disampaikan.

Efek yang bersifat afektif, yaitu berkaitan atau bersangkutan dengan perasaan. Maksudnya pada tahap ini penerima pesan sudah ada keterlibatan emosi dengan isi pesan.

Efek konatif / behaviour, yaitu berkaitan dengan niat, tekad, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan.”

TAGLINE

Menurut Kotler (2007: 262): ““Tagline merupakan bagian dari iklan yang bertujuan agar iklan tersebut mudah diingat oleh konsumen. Tagline dalam suatu promosi merek produk dan jasa memegang peranan penting.” Selain itu, menurut Jeffkins (2003:56), “ Tagline atau Strapline adalah baris kalimat penutup (the pay offline), dan ini dapat digunakan sebagai alat untuk menciptakan citra suatu perusahaan atau lembaga. Hal ini telah menjadi praktek yang umum mencantumkan Tagline dalam suatu Lembaga atau perusahaan.”

MINAT

Kartono (2004:109) mengemukakan bahwa: “Minat merupakan perhatian; kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.” selanjutnya secara jelas Kartono (2004:110) juga menambahkan bahwa “Minat adalah suatu momen kecenderungan-kecenderungan yang terarah secara intensif pada obyek yang dianggap penting.”

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini ialah:

(1)Seberapa Intens siswa/siswi Primagama Cabang Mayestik membaca tagline/slogan Primagama? (2) Seberapa tinggi minat belajar siswa yang kursus dilembaga pendidikan Primagama? (3)Seberapa besar pengaruh tagline Primagama terhadap minat belajar Primagama cabang Mayestik ?”

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui intensitas siswa membaca tagline/ slogan Primagama. Untuk mengetahui minat belajar siswa yang kursus dilembaga pendidikan Primagama . Untuk mengetahui besar pengaruh tagline Primagama terhadap minat belajar Primagama cabang Mayestik

MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian dapat menambah pengetahuan, apakah teori-teori yang dikemukakan oleh ahli komunikasi pada umumnya terutama yang berkaitan dengan masalah periklanan dan diharapkan pula dapat dijadikan referensi yang bermanfaat bagi penelitian yang sejenis serta untuk membuktikan teori-teori yang penulis gunakan berhubungan dengan kenyataan yang ada di lapangan (obyek penelitian).

Penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dan data lebih lanjut bagi lembaga bimbingan belajar Primagama di dalam meningkatkan kualitasnya agar sesuai dengan Tagline yang dibuatnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Penulis melakukan penelitian terhadap penelitian-penelitian lain sebelumnya, yaitu penelitian oleh Yudha Hardinata dengan judul “Pengaruh Tagline Iklan Minyak Goreng SunCo di Televisi Terhadap Brand Awareness di Benak Warga RW.11 KAV DKI Pondok Kelapa, Jakarta” Dengan rumusan penelitiannya adalah seberapa besar pengaruh tagline iklan minyak goreng SunCo di televisi terhadap brand awareness ibu-ibu warga RW.11 KAV DKI Pondok Kelapa-Jakarta.

Adapun teori yang dipakai oleh Yudha Hardinata yaitu teori Stimulus Organisme Response. Teori ini menggambarkan bahwa pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus.

Selain itu untuk dapat menggambarkan proses terbentuknya brand awareness maka penulis menggunakan teori selective influence. Teori ini mempelajari tentang bagaimana khalayak merespon pesan-pesan iklan dari media massa. Serta model AIDCA, dalam perencanaan sebuah media periklanan biasanya digunakan beberapa model kerangka berpikir. Model AIDCA sering dijadikan pedoman untuk memahami sikap dan perilaku konsumen. Dalam hal ini, sikap yang diteliti hanya sampai pada tahap kognitif berupa terbentuknya brand awareness, yang terdiri dari tahapan Unware of brand, Brand recognition, Brand recall dan Top of mind,

Metode penelitian yang digunakan adalah bersifat eksplanatif. Objek penelitiannya adalah warga RW.11 KAV DKI Pondok Kelapa, yang berjumlah 85 orang. Sedang tehnik pengambilan samplingnya menggunakan simple random sampling. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan tehnik penyebaran angket pada responden dan kepustakaan dari literatur yang ada. Kemudian data yang dikumpulkan dianalisa secara kuantitatif dan diinterpretasikan untuk memperoleh gambaran mengenai variabel yang diamati. Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan tehnik pearson product momen.

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil analisa koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa tagline iklan minyak goreng SunCo di televisi mempunyai kontribusi sebesar 59,3% dalam upaya menumbuhkan brand awareness ibu-ibu warga RW.11 KAV DKI Pondok Kelapa-Jakarta. Selebihnya, sebesar 40,7% terbentuk akibat dari pengaruh beberapa faktor lainnya di luar dari penelitian ini.

Perbedaan antara penelitian Yudha Hardinata dengan penulis adalah teori yang dipakai dalam meneliti, Yudha Hardinata menggunakan selective influence sedangkan penulis menggunakan teori Minat Belajar, yang menjelaskan bahwa minat merupakan moment-moment dari kecenderungan jiwa yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap paling efektif (perasaan, emosional) yang didalamnya terdapat elemen-elemen efektif (emosi) yang kuat. Terdapat kesamaan di dalam penelitian yaitu metode yang dipakai sama-sama menggunakan Eksplanatif dengan pendekatan data Kuantitatif serta analisis tehnik pearson product momen.

KERANGKA TEORI

Peneliti menggunakan teori-teori berikut sebagai dasar kerangka penelitian :

Teori Stimulus Organisme Respons (S - O - R)

Menurut Irwanto, teori Stimulus Organisme Respons adalah “Asosiasi atau koneksi antara suatu rangsangan tertentu (stimuli) dengan reaksi tertentu (Respon).

Prinsip teori ini sebernarnya merupakan prinsip yang sederhana, yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan – pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reksi komunikan. Dalam teori ini terdapat tiga elemen penting, yaitu : Pesan (stimuli, S), Penerima (Organisme, O) dan Efek (Respon, R)

Prinsip S-O-R pada dasarnya merupakan suatu prinsip yang sangat sederhana dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Dengan demikian dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan – pesan media dan reaksi audience.

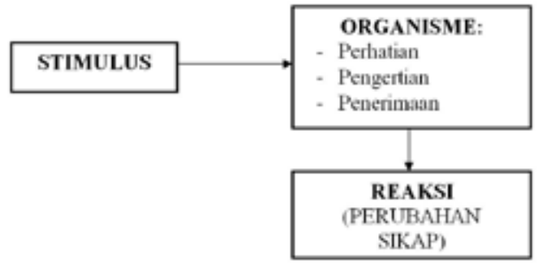
Minat merupakan bentuk respon yang dapat diamati, respons secara tidak langsung berasal dari stimuli akan tetapi diantarai oleh keadaan dalam organisme manusia, khalayak khususnya Calon siswa Primagama cabang mayestik.pesan iklan (stimulus) yang terdiri dari warna, typografi, ilustrasi, dan lain-lain dapat memberikan rangsangan pada alat indera untuk membaca pesan; kemudian pesan tagline tersebut dipahami, diterima dan mengaktifkan proses kesadaran.

Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa dalam keadaan internal organisme dalam diri manusia dapat disimpulkan dari pengamatan atas stimuli dan respon tersebut. Dengan kata lain, organismie merupakan konsep kotak hitam yang hanya dapat diamati melalui stimuli yang menghasilkan respons. Stimuli dapat diartikan sebagai hal yang ditangkap oleh panca indera kita, dapat berupa gelombang cahaya, gelombang suara atau objek sikap lainnya.

Persepsi merupakan komponen dasar dari bentuk sikap. Menurut Saifuddin Azwar, “sikap adalah reaksi perasaan dimana sikap merupakan keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek dilingkungan sekitarnya.”(Saifuddin, 2003:21)

Sikap dan perilaku saling berhubungan satu sama lain, dimana perilaku merupakan sebuah manifestasi dari sikap, dimana hubungan tersebut dapat dinyatakan kuat atau lemah, yaitu terkadang sikap dan perilaku bertolak belakang (sikap positif, namun perilaku negatif) atau sebaliknya sikap dan perilaku seimbang (sikap positif, perilaku positif).

Sikap mengandung komponen kognitif, afektif dan konatif (komponen perilaku). Hovland dan kawan–kawan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi persuasif. Asumsi dasar yang melandasi studi Hovland adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu diperhatikan, dipahami, dan diterima. Seperti yang



Gambar 1 : S-O-R

terlihat pada gambar 1, maka terlihat mengandung tiga elemen unsur, yaitu stimulus (S) merupakan pesan, organisme (O) adalah pihak penerima pesan receiver, respons (R) adalah akibat atau pengaruh yang terjadi yang dinyatakan dari perasaan menyukai atau tidaknya terhadap pesan setelah melalui proses perhatian, pemahaman dan penerimaan yang dilakukan receiver. Teori S-O-R sendiri mengandung tiga elemen atau unsur, yaitu :

Stimulus (S), dalam penelitian ini stimulus adalah Tagline PT. Primagama sebagai media pemasaran. Dalam sebuah konsep kreatif penggunaan Tagline sebagai media pemasaran, yakni :

Menggunakan media yang tepat :Frekuensi dan Intensitas

Pesan memiliki tampilan fisik yang baik: Kalimat Tagline tersebut menarik dan Mendukung informasi tentang produk.

Isi pesan mudah dipahami: Informatif dan Akurat

Pesan yang disampaikan menarik untuk membacanya: Gaya bahasa dapat dimengerti dan Menggunakan bentuk visual kreatif. (Rusell and Lane, 2001 : 268)

Organisme (O), yakni khalayak. Dalam hal ini adalah siswa Primagama Cabang Mayestik Jakarta Selatan

Respon (R), yakni pembentukan minat siswa Primagama Mayestik untuk mengikuti bimbingan belajar.

Teori Stimulus Organisme Response (S-O-R) menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus, dalam penelitian ini penulis menerapkan teori di atas dan diaplikasi pada judul penelitian tentang pengaruh Tagline Primagama terhadap minat belajar siswa Primagama cabang mayestik.

TEORI MINAT BELAJAR

Menurut Kartono (1995:110), minat merupakan moment-moment dari kecenderungan jiwa yang terarah

secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap paling efektif (perasaan, emosional) yang didalamnya terdapat elemen-elemen efektif (emosi) yang kuat. Minat juga berkaitan dengan kepribadian. Jadi pada minat terdapat unsur-unsur pengenalan (kognitif), emosi (afektif), dan kemampuan (konatif) untuk mencapai suatu objek, seseorang suatu soal atau suatu situasi yang bersangkutan dengan diri pribadi (Buchori, 1985:63)

Menurut Hardjana (1994:27), minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Minat dapat diartikan kecenderungan untuk dapat tertarik atau terdorong untuk memperhatikan seseorang sesuatu barang atau kegiatan dalam bidang-bidang tertentu (Lockmono, 1994:62).

Minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan sebagai hasil dari keikutsertaan dalam suatu kegiatan. Karena itu minat belajar adalah kecenderungan hati untuk belajar untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, kecakapan melalui usaha, pengajaran atau pengalaman (Hardjana, 1994:28).

Menurut Gie (1998:43), minat berarti sibuk, tertarik, atau terlihat sepenuhnya dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu. Dengan demikian, minat belajar adalah keterlibatan sepenuhnya seorang siswa dengan segenap kegiatan pikiran secara penuh perhatian untuk memperoleh pengetahuan dan mencapai pemahaman tentang pengetahuan ilmiah yang dituntutnya di sekolah.

Minat besar pengaruhnya terhadap aktivitas belajar. Siswa yang berminat terhadap biologi akan mempelajari biologi dengan sungguh-sungguh seperti rajin belajar, merasa senang mengikuti penyajian pelajaran biologi, dan bahkan dapat menemukan kesulitan–kesulitan dalam belajar menyelesaikan soal-soal latihan dan praktikum karena adanya daya tarik yang diperoleh dengan mempelajari biologi. Siswa akan mudah menghafal pelajaran yang menarik minatnya. Minat berhubungan erat dengan motivasi. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan, begitu juga minat, sehingga tepatlah bila minat merupakan alat motivasi.

Proses belajar akan berjalan lancar bila disertai minat. Oleh karena itu, guru perlu membangkitkan minat siswa agar pelajaran yang diberikan mudah siswa mengerti (Hasnawiyah, 1994:51).

Kondisi kejiwaan sangat dibutuhkan dalam proses belajar mengajar. Itu berarti bahwa minat sebagai suatu aspek kejiwaan melahirkan daya tarik tersendiri untuk memperhatikan suatu obyek tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian psikologi menunjukkan bahwa kurangnya minat belajar dapat mengakibatkan kurangnya rasa ketertarikan pada suatu bidang tertentu, bahkan dapat melahirkan sikap penolakan kepada guru (Slameto, 1995:37).

Minat merupakan salah satu faktor pokok untuk meraih sukses dalam studi. Penelitian-penelitian di Amerika Serikat mengenai salah satu sebab utama dari kegagalan studi para pelajar menunjukkan bahwa penyebabnya adalah kekurangan minat (Gie, 1998:44).

Menurut Gie (1998:44), arti penting minat dalam kaitannya dengan pelaksanaan studi adalah Minat melahirkan perhatian yang serta merta, Minat memudahnya terciptanya konsentrasi., Minat memperkuat melekatnya bahan pelajaran dalam ingatan, dan Minat memperkecil kebosanan belajar dalam diri sendiri.

Adapun unsur-unsur atau indikator untuk melihat kajian dari minat itu sendiri adalah : (1) Penguasaan teknik belajar. (2) Menggunakan sistem belajar yang menyenangkan. (3) Mengikuti pendidikan teoritis. (4)Pendidikan praktek . (5) Mengikuti instruksi. (6) Mengembangkan kemampuan. (7) Belajar sambil bermain. (8) Menggunakan teknik belajar yang tidak monoton. (Gie, 1998:45)

Minat melahirkan perhatian spontan yang memungkinkan terciptanya konsentrasi untuk waktu yang lama dengan demikian, minat merupakan landasan bagi konsentrasi. Minat bersifat sangat pribadi, orang lain tidak bisa menumbuhkannya dalam diri siswa, tidak dapat memelihara dan mengembangkan minat itu, serta tidak mungkin berminat terhadap sesuatu hal sebagai wakil dari masing-masing siswa (Gie, 1998:46).

Minat dan perhatian dalam belajar mempunyai hubungan yang erat sekali. Seseorang yang menaruh minat pada mata pelajaran tertentu, biasanya cenderung untuk memperhatikan mata pelajaran tersebut. Sebaliknya, bila seseorang menaruh perhatian secara kontinyu baik secara sadar maupun tidak pada objek tertentu, biasanya dapat membangkitkan minat pada objek tersebut.

Kalau seorang siswa mempunyai minat pada pelajaran tertentu dia akan memperhatikannya. Namun sebaliknya jika siswa tidak berminat, maka perhatian pada mata pelajaran yang sedang diajarkan biasanya dia malas untuk mengerjakannya. Demikian juga dengan siswa yang tidak menaruh perhatian yang pada mata pelajaran yang diajarkan, maka sukarlah diharapkan siswa tersebut dapat belajar dengan baik. Hal ini tentu mempengaruhi hasil belajarnya (Kartono, 1995:112).

Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Siswa yang memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut.

Minat tidak dibawa sejak lahir melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu dipelajari sejak lahir melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu dipelajari dan mempengaruhi belajar selanjutnya serta mempengaruhi penerimaan minat baru. Jadi minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya walaupun minat terhadap sesuatu hal tidak merupakan hal yang hakiki untuk dapat mempelajari hal tersebut.

Mengembangkan minat terhadap sesuatu pada dasarnya adalah membantu siswa melihat bagaimana hubungan antara materi yang diharapkan untuk dipelajarinya dengan dirinya sendiri sebagai individu. Proses ini berarti menunjukkan pada siswa bagaimana pengetahuan atau kecakapan tertentu mempengaruhi dirinya, melayani tujuan-tujuannya, memuaskan kebutuhan-kebutuhannya.

Bila siswa menyadari bahwa belajar merupakan suatu alat untuk mencapai beberapa tujuan yang dianggapnya penting dan bila siswa melihat bahwa dari hasil dari pengalaman belajarnya akan membawa kemajuan pada dirinya, kemungkinan besar siswa akan berminat dan bermotivasi untuk mempelajarinya.

Dengan demikian perlu adanya usaha-usaha atau pemikiran yang dapat memberikan solusi terhadap peningkatan minat belajar siswa. Minat sebagai aspek kewajiban bukan aspek bawaan, melainkan kondisi yang terbentuk setelah dipengaruhi oleh lingkungan. Karena itu minat sifatnya berubah-ubah dan sangat tergantung pada individunya.

Minat belajar dapat diingatkan melalui latihan konsentrasi. Konsentrasi merupakan aktivitas jiwa untuk memperhatikan suatu objek secara mendalam. Dapat dikatakan bahwa konsentrasi itu muncul jika seseorang menaruh minat pada suatu objek, demikian pula sebaliknya merupakan kondisi psikologis yang sangat dibutuhkan dalam proses belajar mengajar di sekolah. Kondisi tersebut amat penting sehingga konsentrasi yang baik akan melahirkan sikap pemusatan perhatian yang tinggi terhadap objek yang sedang dipelajari.

Minat sebagai salah satu aspek psikologis dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang sifatnya dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal). Dilihat dari dalam diri siswa, minat dipengaruhi oleh cita-cita, kepuasan, kebutuhan, bakat dan kebiasaan. Sedangkan bila dilihat dari faktor luarnya minat sifatnya tidak menetap melainkan dapat berubah sesuai dengan kondisi lingkungan. Faktor luar tersebut dapat berupa kelengkapan sarana dan prasarana, pergaulan dengan orang tua dan persepsi masyarakat terhadap suatu objek serta latar belakang sosial budaya (Slameto, 1995:67).

Menurut Slameto (1995:68), faktor-faktor yang berpengaruh di atas dapat diatasi oleh guru di sekolah dengan cara:

- Penyajian materi yang dirancang secara sistematis, lebih praktis dan penyajiannya lebih berserni.
- Memberikan rangsangan kepada siswa agar menaruh perhatian yang tinggi terhadap bidang studi yang sedang diajarkan.
- Mengembangkan kebiasaan yang teratur
- Meningkatkan kondisi fisik siswa.
- Memepertahankan cita-cita dan aspirasi siswa.
- Menyediakan sarana oenunjang yang memadai.

Minat belajar membentuk sikap akademik tertentu yang bersifat sangat pribadi pada setiap siswa. Oleh karena itu, minat belajar harus ditumbuhkan sendiri oleh masing-masing siswa. Pihak lainnya hanya memperkuat dan menumbuhkan minat atau untuk memelihara minat yang telah dimiliki seseorang (Loekmono, 1994:18).

HIPOTESIS PENELITIAN

Penggunaan tagline Primagama "Terdepan Dalam Prestasi" berpengaruh terhadap minat belajar siswa Primagama cabang Mayestik.

HIPOTESIS STATISTIK

Ho : (Rx y = 0) : Tidak ada pengaruh Tagline Primagama terhadap minat belajar siswa Primagama cabang Mayestik.

Ha : (Rx y > 0) : Ada pengaruh Tagline Primagama terhadap minat belajar Primagama cabang Mayestik.

KERANGKA KONSEP

Kerangka konsep merupakan sebuah penjabaran dari kerangka teori mengenai hubungan antara teori dan praktek di lapangan. Kerangka konsep menjabarkan mengenai apa yang akan dilakukan sehingga apa yang kita lakukan tidak menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan dalam kerangka teori.

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Ridwan dalam bukunya pengantar statistik konsep adalah "Abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus."(Ridwan, 2007:12)

Kerangka konsep berguna menggambarkan hubungan konsep-konsep yang berbeda dari variabel penelitian yang akan diteliti. Kerangka konsep juga mendukung atau menjelaskan latar belakang gambaran singkat dari penelitian. Juga akan mencoba menggambarkan hubungan yang terdapat diantara variabel penelitian, termasuk didalamnya faktor-faktor yang mempengaruhi

dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menjabarkan kerangka teori menurut Gempur Santoso yaitu dengan menggunakan variabel-variabel penelitian, variabelnya adalah “karakteristik yang dapat diamati dari sesuatu (objek), dan mampu memberi bermacam-macam nialu atau beberapa kategori.” (Santoso, 2005 : 22)

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

VARIABEL BEBAS (TAGLINE)

Dalam penelitian ini Komunikasi Tagline menurut Thomas Rusell and W.Roland Lane diukur menggunakan aspek-aspek berikut :

- Menggunakan media yang tepat
- Frekuensi
- Intensitas
- Pesan memiliki tampilan fisik yang baik
- Kalimat Tagline tersebut menarik
- Mendukung informasi tentang produk
- Isi pesan mudah dipahami
- Informatif
- Akurat
- Pesan yang disampaikan menarik untuk membacanya.
- Gaya bahasa dapat dimengerti
- Menggunakan bentuk visual kreatif.

(Rusell and Lane, 2001 : 268)

VARIABEL MINAT BELAJAR

Dalam penelitian ini Minat Belajar diukur berdasarkan aspek-aspek berikut :

- Melahirkan perhatian yang serta merta.
- Penguasaan teknik belajar
- Menggunakan sistem belajar yang menyenangkan
- Memudahkan terciptanya konsentrasi.
- Mengikuti pendidikan teoritis
- Pendidikan praktek
- Memperkuat melekatnya bahan pelajaran dalam ingatan.
- Mengikuti instruksi
- Mengembangkan kemampuan
- Memperkecil kebosanan belajar dalam diri sendiri.
- Belajar sambil bermain
- Menggunakan teknik belajar yang tidak monoton. (Gie, 1998:46)

DATA TABEL TUNGGAL

Pada bagian ini, penulis akan menguraikan mengenai hasil analisis data dari angket yang berbentuk pertanyaan yang diberikan kepada responden yang telah disebarkan di lingkungan Primagama Mayestik dan telah dijawab oleh para siswa Primagama yang dipilih oleh penulis untuk dijadikan responden, kemudian penulis kumpulkan dan diklasifikasikan dalam bentuk tabel-tabel berdasarkan variabel-variabel yang diteliti.

Pembahasan dimulai dengan mengklarifikasikan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 80 orang responden (n = 80) ke dalam satuan frekuensi dan persentase lalu data tersebut dimasukkan ke dalam tabel-tabel tunggal beserta uraiannya

IDENTITAS RESPONDEN

Deskripsi tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang hampir sama, yaitu yang berjenis kelamin Laki-Laki sebanyak 54 orang dengan presentase sebesar (67,5%), dan responden yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 26 orang dengan presentase sebesar (32,5%).

TINGKATAN USIA

Deskripsi tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori usia 16 - 18 tahun, yaitu sebanyak 40 responden dengan presentase (50%) dan responden berada dalam kategori usia 13 - 15 tahun, yaitu sebanyak 22 responden dengan presentase (27,5%) serta responden berada dalam kategori 10 - 12 tahun, yaitu sebanyak 18 responden dengan presentase (22,5%).

PENDIDIKAN

Deskripsi tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memasuki masa studi tingkat semester SMA, yaitu sebanyak 40 responden dengan presentase (50%), responden telah memasuki masa studi tingkat SMP, yaitu sebanyak 22 responden dengan presentase (27,5%) dan responden telah memasuki masa studi tingkat SD, yaitu sebanyak 18 responden dengan presentase (22,5%).

TAGLINE PRIMAGAMA (X)

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden mengetahui tagline Primagama yang menjelaskan kualitas teknik bimbingan belajar

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden mengetahui tagline Primagama yang menjelaskan kualitas teknik bimbingan belajar, yaitu sebanyak 35 orang dengan presentase (43,8%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 267 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Tagline Primagama terlihat sangat berbeda dengan tagline lainnya

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Tagline Primagama terlihat sangat berbeda dengan tagline lainnya, yaitu sebanyak 48 orang dengan presentase (60%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 292 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Media yang digunakan tagline Primagama sudah sangat baik

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa media yang digunakan tagline Primagama sudah sangat baik, yaitu sebanyak 47 orang dengan presentase (58,8%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 287 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Primagama menyampaikan pesan tagline Primagama secara konsisten dari tahun ke ktahun

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa primagama menyampaikan pesan tagline Primagama secara konsisten dari tahun ke ktahun, yaitu sebanyak 34 orang dengan presentase (42,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 279 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Tagline Primagama mempunyai tampilan fisik pesan yang baik

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Tagline Primagama mempunyai tampilan fisik pesan yang baik, yaitu sebanyak 41 orang dengan presentase (51,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 274 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Primagama berusaha menampilkan kalimat tagline Primagama yang menarik bagi para siswa

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa Primagama berusaha menampilkan kalimat tagline Primagama yang menarik bagi para siswa, yaitu sebanyak 52 orang dengan presentase (65%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 310 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Tagline Primagama sudah mendukung informasi tentang produknya.

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Tagline Primagama sudah mendukung informasi tentang produknya, yaitu sebanyak 53 orang dengan presentase (66,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 294 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Isi pesan dalam tagline Primagama mudah dipahami para siswa

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan Isi pesan dalam tagline Primagama mudah dipahami para siswa, yaitu sebanyak 37 orang dengan presentase (46,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 279 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar

responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Tagline Primagama bersifat sangat informatif

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Tagline Primagama bersifat sangat informatif, yaitu sebanyak 36 orang dengan presentase (45%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 267 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Primagama berusaha menampilkan isi pesan dalam tagline Primagama dengan akurat.

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Primagama berusaha menampilkan isi pesan dalam tagline Primagama dengan akurat, yaitu sebanyak 49 orang dengan presentase (61,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 291 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Isi pesan di dalam tagline Primagama menarik untuk membacanya

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan Isi pesan di dalam tagline Primagama menarik untuk membacanya, yaitu sebanyak 58 orang dengan presentase (72,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 320 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Kalimat tagline Primagama menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa kalimat tagline Primagama menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami, yaitu sebanyak 43 orang dengan presentase (53,8%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 283 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Tagline Primagama menggunakan bentuk visual yang sangat kreatif

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Tagline Primagama menggunakan bentuk visual yang sangat kreatif, yaitu sebanyak 40 orang dengan presentase (50%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 275 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban RespondenBerdasarkan Pendapat Bahwa Tagline Primagama menggunakan bentuk penulisan yang sangat kreatif

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Tagline Primagama menggunakan bentuk penulisan yang sangat kreatif, yaitu sebanyak 43 orang dengan presentase (53,8%)

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 286 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Primagama menggunakan simbol maupun pemilihan warna yang baik pada penyajjian tagline Primagama di media

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Primagama menggunakan simbol maupun pemilihan warna yang baik pada penyajjian tagline Primagama di media, yaitu sebanyak 40 orang dengan presentase (50%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 277 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Isi pesan dalam tagline Primagama menjadikan Primagama sebagai top of mind di benak para siswa.

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Isi pesan dalam tagline Primagama menjadikan Primagama sebagai top of mind di benak para siswa, yaitu sebanyak 42 orang dengan presentase (52,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 283 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Berikut ini merupakan analisa hasil pengembangan indikator atau komponen pengukur variabel X (Tagline Primagama).

Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap keseluruhan variabel X (Tagline Primagama) adalah = (4564 : 6400 X 100% = 71,3%).

Berdasarkan gambaran kontinum nilai interval di atas, menunjukkan bahwa hasil pengembangan indikator variabel X (Tagline Primagama) termasuk dalam kategori Baik

MINAT BELAJAR (Y)

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden dapat mengikuti setiap pelajaran teoritis di dalam kelas.

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden dapat mengikuti setiap pelajaran teoritis di dalam kelas, yaitu sebanyak 41 orang dengan presentase (51,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 283 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden dapat mengikuti setiap pelajaran praktek di dalam maupun diluar kelas

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden dapat mengikuti setiap pelajaran praktek di dalam maupun diluar kelas, yaitu sebanyak 51 orang dengan presentase (63,8%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 292 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden berusaha menguasai teknik belajar yang efektif dalam setiap mata pelajaran

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden berusaha menguasai teknik belajar yang efektif dalam setiap mata pelajaran, yaitu sebanyak 45 orang dengan presentase (56,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 286 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden selalu berusaha bekerja sama dalam kelompok belajar yang ada

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden selalu berusaha bekerja sama dalam kelompok belajar yang ada, yaitu sebanyak 41 orang dengan presentase (51,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 280 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden sudah dapat menunjukkan kemampuan dalam belajar

Deskripsi tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden sudah dapat menunjukkan kemampuan dalam belajar, yaitu sebanyak 467 orang dengan presentase (57,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 283 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden dapat mengikuti setiap instruksi yang baik dalam kegiatan belajar

Deskripsi tabel menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden dapat mengikuti setiap instruksi yang baik dalam kegiatan belajar, yaitu sebanyak 46 orang dengan presentase (57,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 287 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju

terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden selalu berusaha untuk mengembangkan kemampuan dalam kegiatan belajar

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden selalu berusaha untuk mengembangkan kemampuan dalam kegiatan belajar, yaitu sebanyak 45 orang dengan presentase (56,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 290 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden mampu mengikuti setiap kompetisi belajar yang diadakan sekolah maupun primagama

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden mampu mengikuti setiap kompetisi belajar yang diadakan sekolah maupun primagama, yaitu sebanyak 43 orang dengan presentase (53,8%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 277 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden berusaha untuk selalu berprestasi dalam kegiatan belajar

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden berusaha untuk selalu berprestasi dalam kegiatan belajar, yaitu sebanyak 50 orang dengan presentase (62,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 289 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden akan menjadikan kegagalan sebagai pelajaran untuk berlatih lebih giat lagi

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden akan menjadikan kegagalan sebagai pelajaran untuk berlatih lebih giat lagi, yaitu sebanyak 49 orang dengan presentase (61,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 29 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden mampu memperkecil kebosanan belajar dalam diri sendiri

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden mampu memperkecil kebosanan belajar dalam diri sendiri, yaitu sebanyak 38 orang dengan presentase (47,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 277 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden dapat mengikuti kegiatan belajar sambil bermain

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden dapat mengikuti kegiatan belajar sambil bermain, yaitu sebanyak 36 orang dengan presentase (45%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 270 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden dapat menggunakan metode belajar yang tidak monoton

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden dapat menggunakan metode belajar yang tidak monoton, yaitu sebanyak 53 orang dengan presentase (66,3%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 296 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam prestasi belajar

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam prestasi belajar, yaitu sebanyak 58 orang dengan presentase (72,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 324 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden berusaha menunjukkan kegemaran dalam belajar

Deskripsi tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa responden berusaha menunjukkan kegemaran dalam belajar, yaitu sebanyak 58 orang dengan presentase (72,5%).

Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisa nilai skor sebesar 301 seperti yang tertera pada interval nilai skor di bawah ini yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan kategori jawaban sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap keseluruhan variabel Y (Minat Belajar) adalah = (4325 : 6000 X 100% = 72,1%).

Bila digambarkan dengan kontinum nilai interval, maka hasilnya dapat dilihat di bawah ini:

Berdasarkan gambaran kontinum nilai interval di atas, menunjukkan bahwa hasil pengembangan indikator variabel Y (Minat Belajar) termasuk dalam kategori Tinggi.

ANALISA DATA

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi tagline Primagama "Terdepan Dalam Prestasi" dalam upaya menciptakan Minat belajar di siswa Primagama,

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan kontribusinya Rsquare $(R)^2$ sebesar 0,166. Nilai Rsquare dapat digunakan untuk menganalisa hasil Koefisien Determinasi (KD), dimana nilainya di dapat dari rumus (KD = R^2 X 100%) 0,166 X 100% = 16,6%, artinya tagline Primagama "Terdepan Dalam Prestasi" mempunyai kontribusi sebesar 16,6% dalam upaya menciptakan minat belajar siswa Primagama. Selebihnya, minat belajar siswa Primagama sebesar 83,4% terbentuk akibat dari pengaruh beberapa faktor lainnya di luar dari penelitian ini.

Kategorisasi pengaruh 1% s/d 33% adalah "Kecil", 34% s/d 66% adalah "Sedang", 67% s/d 100% adalah "Besar". Dengan pengaruh 16,6% tersebut termasuk dalam kategori "Kecil".

Selain itu untuk menganalisa perhitungan regresi linier maka penulis maka menghitungnya secara manual dengan ketentuan rumus dibawah ini:

Untuk mendapatkan nilai Ŷ maka penulis mencari nilai a dan nilai b terlebih dahulu dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Untuk mendapatkan nilai Ŷ maka nilai (a) dan nilai (b) yang telah diketahui hasilnya, disatukan ke dalam rumus regresi liner sederhana berikut ini; $\hat{Y} = 31{,}726 + 0{,}392\ X$

Selain itu persamaan regresi ($\hat{Y} = 31{,}726 + 0{,}392\ X$) dapat diintrepetasikan bahwa setiap perubahan satu satuan penyajian tagline Primagama (X) maka akan terjadi peningkatan sebesar 0,392 satuan minat belajar siswa Primagama (Y) sejalan dengan konstanta sebesar 31,726

Sedangkan untuk menguji tingkat pengaruh antara variabel X (Tagline Primagama) dengan variabel Y (Minat Belajar), maka penulis menggunakan analisa melalui Uji T. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

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

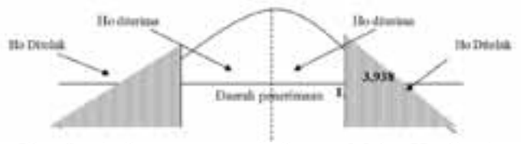
$$t = \frac{0{,}407\sqrt{80-2}}{\sqrt{1-(0{,}407)^2}}$$

$$= \frac{0{,}407 \quad 8{,}832}{\sqrt{1-0{,}166}}$$

$$= \frac{3{,}595}{0{,}913} \qquad t = 3{,}938$$

Hasil pe... t_{hitung} ...8 lebih besar dari t_{tabel} dengan n = 80 dan df 5% (0,05) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,989. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y.

Kriteria uji hipotesis :



Jika Statistik t_{Hitung} < statistik t_{tabel} Maka H_o diterima (H_a) ditolak

Jika Statistik t_{Hitung} > statistik t_{table} Maka H_o ditolak (H_a) diterima.

Hasil analisa menunjukkan bahwa (H_o) ditolak dan (H_a) diterima, yang menyatakan bahwa; "Ada pengaruh positif dan signifikan dari tagline Primagama terhadap minat belajar siswa Primagama Mayestik."

PEMBAHASAN

Primagama merupakan satu-satunya bimbingan belajar di Indonesia yang terpilih mendapat penghargaan bergengsi. Dengan Tagline "Terdepan dalam Prestasi", Primagama berusaha untuk menjaring minat di benak khalayak. Tagline atau Slogan adalah suatu perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. Tagline sangat penting untuk dunia Komunikasi. Dengan Tagline atau slogan dari suatu lembaga tersebut akan mudah diingat publik dan akan lebih dikenal. Oleh karena itu, masyarakat publik akan lebih mudah mengingat dan juga mudah dikenal. Tagline memberikan efek yang luar biasa yang bisa dirasakan secara langsung oleh khalayak terhadap Primagama. Kekuatan Tagline pada lembaga bimbingan belajar Primagama "Terdepan Dalam Prestasi " digunakan untuk menarik minat para siswa-nya. Oleh sebab itu, untuk dapat melaksanakan kegiatan komunikasi yang efektif dalam rangka memberikan kesan kualitas pada program pendidikannya, maka Primagama perlu menggali lebih jauh lagi faktor–faktor apa yang mempengaruhi terciptanya hal-hal tersebut.

Berdasarkan dengan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, penulis tertarik mengangkatnya sebagai permasalahan dalam skripsi; "Seberapa besar pengaruh tagline Primagama terhadap minat belajar Primagama cabang Mayestik?"

Berkenaan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian siswa terhadap tagline/ slogan Primagama dan ujntuk mengetahui minat belajar siswa yang kursus dilembaga pendidikan Primagama serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tagline Primagama terhadap minat belajar para siswa Primagama cabang Mayestik.

Sebagai landasan dari penelitian ini, digunakan Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R). Prinsip Stimulus Organisme Respons pada dasarnya merupakan suatu pnnsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Dengan demikian seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi khalayak (audience). Teori ini perlu didukung dengan konsep kreatif penggunaan tagline sebagai media pemasaran, yakni: Penggunaan Media, Tampilan Fisik, Isi Pesan

Berdasarkan hasil pengembangan variabel X (Tagline Primagama) menunjukkan nilai rata-rata (mean) pada kategori jawaban responden yang telah rekapitulasi dalam bentuk tabel tunggal dari tabel 4 sampai tabel 19 sebesar 3,56 $_{(56,96\ :\ 16)}$ yang menunjukkan kategori Baik dan keseluruhan nilai mode 4 yang menunjukkan kategori rata-rata jawaban responden adalah setuju.

Selain itu, penulis juga menggunakan teori Minat Belajar, yang menjelaskan bahwa minat merupakan moment-moment dari kecenderungan jiwa yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap paling efektif (perasaan, emosional) yang didalamnya terdapat elemen-elemen efektif (emosi) yang kuat. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Minat besar pengaruhnya terhadap aktivitas belajar, terkait dengan konsep minat belajar yaitu: Melahirkan perhatian yang serta merta, Memudahkan terciptanya konsentrasi, Memperkuat melekatnya bahan pelajaran dalam ingatan, Memperkecil kebosanan belajar dalam diri sendiri.

Berdasarkan hasil pengembangan variabel Y (Minat Belajar) menunjukkan nilai rata-rata (mean) pada kategori jawaban responden yang telah rekapitulasi dalam bentuk tabel tunggal dari tabel 20 sampai tabel 34 sebesar 3,60 $_{(54,01\ :\ 15)}$ yang menunjukkan kategori Tinggi dan keseluruhan nilai mode 4 yang menunjukkan kategori rata-rata jawaban responden adalah setuju. Artinya tingkat pembentukkan minat belajar para siswa Primagama cabang Mayestik, sudah tercipta tinggi.

Metode penelitian yang digunakan adalah bersifat eksplanatif. Objek penelitiannya adalah siswa bimbingan belajar Primagama cabang Mayestik, yang berjumlah 80 orang. Sedang teknik pengambilan samplingnya menggunakan Simple Random Sampling. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan tehnik penyebaran angket pada responden dan kepustakaan dari literatur yang ada. Kemudian data yang dikumpulkan dianalisa secara kuantitatif dan diinterpretasikan untuk memperoleh gambaran mengenai variabel yang diamati. Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan tehnik pearson correlation. dan regresi linier.

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh bahwa tagline Primagama "Terdepan Dalam Prestasi" mempunyai kontribusi sebesar 16,6% dalam upaya menciptakan minat belajar siswa Primagama. Selebihnya, minat belajar siswa Primagama sebesar 83,4% terbentuk akibat dari pengaruh beberapa faktor lainnya di luar dari penelitian ini. Selain itu persamaan regresi ($\hat{Y}$ = 31,726 + 0,392 X) dapat diintrepetasikan bahwa setiap perubahan satu satuan penyajian tagline Primagama (X) maka akan terjadi peningkatan sebesar 0,392 satuan minat belajar siswa Primagama (Y) sejalan dengan konstanta sebesar 31,726.

KESIMPULAN

Hasil analisa data menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap keseluruhan variabel X (Tagline Primagama) adalah 4564. Bila digambarkan dengan kontinum nilai interval, maka hasilnya berada pada nilai range interval 4352 hingga 5376 yang termasuk dalam kategori Baik. Artinya sebanyak 71,3% responden telah menilai keberadaan isi pesan Tagline Primagama telah disajikan dengan baik.

Minat belajar para siswa Primagama cabang Mayestik. menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap keseluruhan variabel Y (Minat Belajar) adalah 4325. Bila digambarkan dengan kontinum nilai interval, maka hasilnya berada pada nilai range interval 4080 hingga 5040 yang termasuk dalam kategori Tinggi. Artinya sebanyak 72,1% responden dari siswa Primagama cabang Mayestik telah memberikan penilaian positif terhadap keberadaan isi pesan tagline Primagama untuk membantu pembentukan minat belajar yang tinggi.

Besar pengaruh tagline Primagama terhadap minat belajar siswa, Hasil analisanya menunjukkan bahwa tagline Primagama "Terdepan Dalam Prestasi" mempunyai kontribusi sebesar 16,6% dalam upaya menciptakan minat belajar siswa Primagama yang termasuk ke dalam kategori "Kecil". Selebihnya, minat belajar siswa Primagama sebesar 83,4% terbentuk akibat dari pengaruh beberapa faktor lainnya di luar dari penelitian ini. Selain itu persamaan regresi ($\hat{Y}$ = 31,726 + 0,392 X) dapat diintrepetasikan bahwa setiap perubahan satu satuan penyajian tagline Primagama (X) maka akan terjadi peningkatan sebesar 0,392 satuan minat belajar siswa Primagama (Y) sejalan dengan konstanta sebesar 31,726.

Berdasarkan kesimpulan diatas, disarankan sebagai berikut :

Tagline merupakan suatu perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. Berdasarkan hasil Kuesioner terdapat 35% responden yang beranggapan bahwa Tagline tersebut belum menggunakan simbol atau pemilihan warna yang baik, Oleh karenanya penulis sarankan untuk memperhatikan kontinuitas, ukuran, warna pada tagline "Terdepan dalam Prestasi", yang digunakan oleh Primagama sehingga dapat menjaring minat di benak khalayak.

Minat belajar merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima para siswa, maka penulis sarankan agar manajemen Primagama memperhatikan dua hal. Pertama, membantu siswa melakukan interpretasi, yang dipengaruhi oleh aspek siswa sendiri dan aspek lingkungan. Primagama dapat mempengaruhi proses interpretasi ini dengan mendidik siswa agar melakukan interpretasi konsep belajar dengan cara yang diinginkan siswa. Informasi tentang konsep belajar yang dikembangkan dalam manajemen Primagama perlu dikuatkan dalam brosur dan dikuatkan dalam tagline, secara berkelanjutan dan akurat serta mudah dipahami oleh para siswa.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Akdon & Ridwan. 2007. Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Cetakan 2. Bandung : Alfabeta.

Bovee, L, Courtland dan John V. Thill. 2003. Komunikasi Bisnis, buku kedua. Edisi Bahasa Indonesia, Edisi Keenam. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Buchori. (1991). Psikologi Pendidikan. Jakarta : PT. Aksara Baru.

Effendy, Onong Uchjan. 1998. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

----------. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

----------. 2005. Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosada Karya.

----------. 2006. Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis. Bandung : PT. Remaja Rosada Karya

F. Rachmadi. 1996. PR dalam Teori dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintahan. Jakarta : PT. Gramedia.

Irwanto dkk. 1993. Psikologi Umum. Yogyakarta : Andi Offset.

Jeffkins, Franks. 1997. Essential Of Public Relation. Jakarta : Erlangga.

Kartono, Kartini. 2008. Kontribusi Kreativitas Terhadap Prestasi Belajar. Pekanbaru : Lembaga UNRI.

----------. 2010. Patologi Sosial, Jilid I. Pekanbaru : Lembaga UNRI.

Koentjaraningrat. 1990. Sejarah Teori Antropologi I. Jakarta : Universitas Indonesia Pers.

Kusumastuti, Frida. 2002. Dasar – Dasar Humas. Jakarta : Ghalian.

Mardalis. 1995. Metode Penelitian. Jakarta : Bumi Aksara.

Martono, Nanang. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Rineka Cipta.

McQuail, Dennis. 1996. Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, Edisi Kedua. Jakarta :

Erlangga.
Rakhmat, Jallaludin. 1997. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung :Remaja Rosadakarya.
Ruslan, Rosady. 2001. Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi : Konsep dan Aplikasi. Jakarta : Rajawali Pers.
Santoso. 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta : Prestasi Pustaka.
Sendjaja, Djuarsa Sasa. 2002. Penghantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
Slameto. 2010. Belajar dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung :Alfabeta.
----------. 2006. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
----------. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
Suharsimi dan Lia. 2008. Manajemen Pendidikan, Yogyakarta : Aditya Media.
Susanto, Adi. 1991. Data Akuisisi Untuk Proses Perpindahan Panas. Yogyakarta :PAU Ilmu Teknik Universitas Gadjah Mada.
Syaiful Bahri Djamarah. 2008. Psikologi Belajar. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
The Liang Gie. 1998. Cara Belajar Yang Efisien. Yogyakarta : Pubib
----------. 2004. Cara Belajar Yang Baik Bagi Mahasiswa. Yogyakarta ; Gajah Mada University Press.
----------. 2002. Cara Belajar Yang Efisien. Yogyakarta : Pusat Kemajuan Studi.
Usman, H dan Akbar. 2001. Metode Penenlitian Sosial. Jakarta : Bumi Aksara.
Wiryanto. 2005. Penghantar Ilmu Komunikasi, Jakarta : PT. Grasindo.
----------. 2005. Penghantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

WEBSITE
Primagama.com

MENCARI PENYEBAB AGRESIVITAS PELAJAR

Hubungan Konsep Diri, Perhatian Orangtua, Afiliasi kepada Kelompok Nonagresif, dan Iklim Sekolah dengan Agresivitas

Correlational Study Between Self Concept, Parents' Attention, Affiliation To Nonaggressive Group, And School Climate With Aggressivity

Maryono Basuki

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
multi20034@yahoo.com

Abstract
The objective of this research is to study the relations between self concept, parents' attention, affiliation to non-aggressive group, school climate, and aggressivity of high school students in Jakarta. These five variables are seen from the perspective of educational technology. The research was conducted at SMU Darul Ma'arif, SMU Cendrawasih, and SMU Al Azhar during April-May-June 2011/2012 academic year), with 150 respondents (cluster random sampling). The result of the study indicated that: Self concept, parents' attention, affiliation to nonaggressive group, school climate, one by one and together influenced aggressivity. Group affiliation contribute aggressivity higher than the other variables. Even school climate reduced aggressivity less then another variables, high influenced on improving affiliation to nonaggressive group. It is summarized that by: encouraging children affiliate to nonaggressive group, improving self concept, raising parents' attention, and maintaining good school climate, aggressivity can be reduced. It could be concluded that appropriate interactions will enhanced good behavior.This research, useing linier thinking, unsucceed to search the main cause of aggressivity, so in discussion, cybernetics method was applicated to reach supra-system and infra-system factors to discribe the cause of youth aggressivity in Jakarta/Indonesia.

Keywords:
Communication Technology, Aggressivity, Self Concept, Parents' Attention, Affiliation, School Climate.

Frekuensi perkelahian pelajar di Jakarta cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Data Bimmas Polri (http://www.e-smartschool.com/uot/001/UOT0010027.asp) menunjukkan dalam tahun 1992 tercatat 157 kasus perkelahian pelajar. Tahun 1994 meningkat menjadi 183 kasus, 10 pelajar tewas. Tahun 1995 terjadi 194 kasus, korban meninggal 13 pelajar dan dua anggota masyarakat lain. Tahun 1998, 230 kasus, menewaskan 15 pelajar serta dua anggota Polri, tahun berikutnya korban meningkat, 37 korban tewas. Arsip data di Polda Metro Jaya (Pelayanan Masyarakat, Staf Administrasi Bintibluh Polda Metro Jaya, Januari 2004) menunjukkan, pada tahun 2003 perkelahian antarpelajar dan mahasiswa se-Jabotabek terjadi 108 kali, korban luka-luka sebanyak 115 orang, meninggal satu orang, ditangkap dan diadili 365 orang. Komnas Perlindungan Anak Indonesia merilis jumlah tawuran pelajar tahun 2011 sebanyak 339 kasus dan memakan korban jiwa 82 orang. Tahun sebelumnya, jumlah tawuran antarpelajar sebanyak 128 kasus.

Dampak negatif perkelahian pelajar antara lain: (1) Beberapa pelajar yang terlibat cedera dan tewas. (2) Fasilitas umum dan pribadi rusak. (3) Proses belajar di sekolah terganggu. (4) Penghargaan siswa terhadap toleransi, perdamaian dan nilai-nilai hidup orang lain berkuang. Mereka berpendirian bahwa kekerasan adalah cara yang paling efektif untuk memecahkan masalah, dan karenanya memilih untuk melakukan apa saja agar tujuannya tercapai. Akibat yang terakhir ini memiliki konsekuensi jangka panjang terhadap kelangsungan kehidupan masyarakat.