

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Review Hasil Penelitian penelitian Terdahulu. Dalam melaksanakan penelitian tentang “Pengaruh Tayangan MotoGP Trans7 Terhadap Minat Balap Komunitas Motor Kawasaki Ninja Club Garut” peneliti mangacu pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya untuk menambah referensi dan membandingkan teori yang digunakan dalam penelitian; di antaranya sebagai berikut:

2.1.1. Penelitian terdahulu 1

Penelitian dengan judul; ‘Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Anak Pada Murid Kelas IV SD Negei 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan televisi sinetron, film kartun animasi, dan hiburan musik terhadap perkembangan perilaku anak pada murid kelas IV dan seberapa besar pengaruh negatif tayangan televisi terhadap perkembangan perilaku anak pada murid kelas IV SD Negeri 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 90 orang dari murid kelas IV yang terdiri dari kelas IV A, IV B, dan IV C, karena jumlah populasinya < 100 dan dapat diteliti semua sehingga sampel yang diambil adalah 90 orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, kuesioner

dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dengan menggunakan presentase dan frekuensi untuk menentukan karakter setiap responden dan analisis statistik inferensial dengan analisis korelasi, analisis regresi linear sederhana serta uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis secara parsial (Uji t), tayangan televisi (X) berpengaruh terhadap perkembangan perilaku anak (Y) dengan nilai t Hitung 4,264. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai t hitung $>$ t table ($4,264 > 1,987$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya tayangan televisi (X) ada pengaruh terhadap perkembangan perilaku anak (Y) dan nilai 0,171 pada variable perkembangan perilaku anak dapat dijelaskan oleh tayangan televisi, sedangkan sisanya 82,9% perkembangan perilaku anak dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sehingga tayangan televisi berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan perilaku negatif anak pada murid kelas IV SD Negeri 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo. Hal ini dapat dijelaskan oleh bukti yang menunjukkan bahwa tayangan dapat menyebabkan perilaku yang tidak sesuai dengan perilaku anak pada umumnya.

Implikasi penelitian, untuk memperoleh tayangan televisi yang berkualitas maka sangat penting bagi stasiun televisi dalam memilih dan menyeleksi tayangan-tayangan yang masuk sehingga memiliki kualitas yang baik dan mempunyai dampak yang baik pula bagi masyarakat khususnya pada anak serta dengan adanya tayangan televisi para orang tua dapat lebih mengawasi dan membimbing anak dalam menonton setiap tayangan untuk menjaga perkembangan perilaku pada anak.

2.1.2. Penelitian Terdahulu 2

Skripsi dengan Judul; Korelasi Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Negatif Anak Usia Dini (Studi Pada Kelompok B Taman Kanak - kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus Tahun 2011 /2012). Skripsi, Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Drs. Sawa Suryana, M.Pd dan Amirul Mukminin, S.Pd, M.Kes oleh Malikhah, 2012.

Kata Kunci: Korelasi Pengaruh Tayangan Televisi, Perkembangan Perilaku Negatif Masa kanak - kanak atau sering disebut usia dini adalah sebuah fase yang harus dilalui oleh manusia.

Pada masa ini anak belum dapat berpikir mana yang baik dan mana yang buruk. Perkembangan perilaku anak dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain adalah tayangan televisi. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah, apakah ada hubungan pengaruh tayangan televisi dengan perkembangan perilaku negatif anak kelompok B Taman Kanak -kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus dan seberapa besar hubungan tersebut? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara tayangan televisi dengan perkembangan perilaku negatif anak dan di Taman Kanak-Kanak tersebut, dan seberapa besar korelasinya.

Populasi penelitian ini adalah murid kelompok B Taman Kanak kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus. Adapun jumlah populasi adalah sebanyak 76 anak usia dini terdiri atas 33 peserta didik laki - laki dan 43 peserta didik perempuan, setelah dihitung menggunakan validitas dan realibilitas maka sampel yang digunakan sebanyak 50 anak. Teknik pengambilan sampel yang digunakan

dalam penelitian ini adalah proporsional random sampling. Responden yang terpilih diberi angket yang berisi tentang pengaruh tayangan televisi dan perkembangan perilaku negatif anak usia dini. Data yang diperoleh diolah dengan bantuan SPSS versi 11.00 dengan statistik model linier, sebelum analisis dilakukan uji t, uji F dan uji asumsi klasik yakni; uji Multikolinearitas, uji normalitas dan uji heterokedastitas.

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara pengaruh tayangan televisi (X) dengan perkembangan perilaku negatif anak (Y) di Taman Kanak - kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus dengan hasil yang menunjukkan bahwa korelasi antara variable x dan y tergolong cukup. Nilai signifikan F hitung (38,019) > dari nilai F table (2,31) atau signifikan (0.00) < alpha (0.05), menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara variabel x dan y.

Melihat hasil Penelitian tersebut maka dampungan orang tua sewaktu anak sedang menonton televisi sangat diperlukan. Orang tua dapat Mengatur jadwal menonton televisi anak – anaknya. Orang tua harus dapat Memilih acara yang sesuai dengan usia anak. Orang tua harus mengetahui acara Favorit anak. Orang tua sebaiknya tidak meletakkan televisi di kamar anak. Ajak anak untuk melakukan banyak aktivitas lain selain hanya menonton televisi. Ajari anak untuk memperbanyak membaca buku yang bermanfaat. Orangtua harus membiasakan anak tidak menonton televisi di hari – hari sekolah. Orangtua harus membekali anak dengan pendidikan yang mengandung nilai - nilai agama.

2.1.3. Penelitian Terdahulu 3

Penelitian selanjutnya dengan judul; Uji *Uses and Gratifications* dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom. Rizca Haqqu, 2020. Mengenai sebuah penggunaan media dan hubungan yang mendasarinya berdasarkan sudut pandang teori *uses and Gratification*.

Sebuah teori media yaitu *uses and gratification* menganggap media massa tidak memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens, melainkan khalayak menggunakan media massa tentunya berdasarkan atas keperluan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Herber Blumler dan Elihu Katz mengemukakan bahwa pengguna media memiliki otoritas dalam memilih media (Hetharia, 2013). *Uses and gratification* lebih menspesifikasikan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Dengan demikian, manusia itu memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media (Sianipar, 2013).

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena sosial yang dapat diukur. Kueisoner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Terdapat 525 populasi mahasiswa dalam penelitian ini, dengan probalitas sampling sebesar 84 berdasarkan perhitungan menggunakan slovin. Definisi konseptual pada uji korelasi, motif diasumsikan sebagai variabel independen yang dikategorikan ke dalam indikator motif hiburan. Penggunaan diasumsikan sebagai variabel intervening, yang dikategorikan ke dalam intensitas. Kepuasan merupakan variabel

dependen yang dikategorikan ke dalam kepuasan hiburan. Keberadaan variabel intervening digunakan sebagai variabel pengontrol korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa intensitas tidak memengaruhi hubungan antara motif hiburan dengan kepuasan hiburan. Tingginya keinginan responden untuk menonton suatu tayangan, mendorong psikologinya untuk menggunakan media. Terlepas dari tinggi atau rendahnya terpaan media yang dirasakan oleh responden, tidak menjadi pengaruh tingginya kepuasan yang didapatkan. Dikarenakan tingginya kepuasan berasal dari kuatnya keinginan responden untuk menggunakan media. Jadi dapat dikatakan hasil uji korelasi parsial pada penelitian ini dapat membuktikan keberadaan teori uses and gratification, di mana asal sosial dan psikologis seseorang akan kebutuhan media menghasilkan kuatnya motif yang mendorong khalayak menggunakan media sebagai sarana untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Seperti yang dijelaskan oleh Kadir (2014) bahwa khalayak mempunyai alasan serta kebebasan atas dirinya sendiri untuk mengontrol penggunaan suatu media tertentu.

Tabel 2 1. Matriks Penelitian Terdahulu 1

No	Item	Penelitian
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	‘Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Anak Pada Murid Kelas IV SD Negei 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo,
2.	Tujuan Penelitian	bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan televisi sinetron, film kartun animasi, dan hiburan musik terhadap perkembangan perilaku anak pada murid kelas IV dan seberapa besar pengaruh negatif tayangan televisi terhadap perkembangan perilaku anak pada murid kelas IV SD Negeri 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kuantitatif
4.	Teori	Use and Gratifications
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis secara parsial (Uji t), tayangan televise (X) berpengaruh terhadap perkembangan perilaku anak (Y) dengan nilai t Hitung 4,264. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t table (4,264>1,987) maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya tayangan televisi (X) ada pengaruh terhadap perkembangan perilaku anak (Y) dan nilai 0,171 pada variable perkembangan perilaku anak dapat dijelaskan oleh tayangan televisi, sedangkan sisanya 82,9% perkembangan perilaku anak dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sehingga tayangan televisi berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan perilaku negatif anak pada murid kelas IV SD Negeri 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo. Hal ini dapat dijelaskan oleh bukti yang menunjukkan bahwa tayangan dapat menyebabkan perilaku yang tidak sesuai dengan perilaku anak pada umumnya.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan Peneliti Lakukan	<ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan terlihat dari objek penelitian baik dari populasi yang diambil, lokasi populasi yang diambil ataupun media yang menjadi objek penelitiannya. - Penelitian tersebut menjadikan seluruh dimensi kebutuhan sebagai sub variabel Y, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti hanya menjadikan Minat Balap sebagai variabel (Y) dimana Minat Balap merupakan bagian dari dimensi kebutuhan - Menggunakan studi korelasional

No	Item	Penelitian
		- Kesamaan antara penelitian ini dengan peneliti terdahulu adalah menggunakan penelitian yang sama yaitu metode kuantitatif, tetapi berbeda dengan populasi serta teori yang digunakan peneliti yaitu teori <i>Use and Gratifications</i> , sedangkan peneliti terdahulu menggunakan teori Analisis Data.

Tabel 2 2. Matriks Penelitian Terdahulu 2

No.	Item	Penelitian
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Korelasi Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Negatif Anak Usia Dini (Studi Pada Kelompok B Taman Kanak - kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus Tahun 2011 /2012).
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara tayangan televisi dengan perkembangan perilaku negatif anak dan di Taman Kanak - kanak tersebut, dan seberapa besar hubungan tersebut.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kuantitatif
4.	Teori	<i>Use and Gratification</i>
5.	Hasil	Hasil penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa intensitas tidak memengaruhi hubungan antara motif hiburan dengan kepuasan hiburan. Tingginya keinginan responden untuk menonton suatu tayangan, mendorong psikologinya untuk menggunakan media. Terlepas dari tinggi atau rendahnya terpapar media yang dirasakan oleh responden, tidak menjadi pengaruh tingginya kepuasan yang didapatkan. Dikarenakan tingginya kepuasan berasal dari kuatnya keinginan responden untuk menggunakan media. Jadi dapat dikatakan hasil uji korelasi parsial pada penelitian ini dapat membuktikan keberadaan teori uses and gratification, di mana asal sosial dan psikologis seseorang akan kebutuhan media menghasilkan kuatnya motif yang mendorong khalayak menggunakan media sebagai sarana untuk dapat memenuhi kebutuhannya.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan Peneliti Lakukan	<ul style="list-style-type: none"> - perbedaan terlihat dari objek penelitian, baik populasi yang diambil, lokasi populasi ataupun media yang menjadi objek penelitiannya. - Peneliti tersebut menjadikan dimensi korelasi sebagai sub variabel dari variabel X, - Sedangkan yang dilakukan peneliti hanya menjadikan Pengaruh Minat Balap MotoGP sebagai variabel (X)

No.	Item	Penelitian
		- Sama-sama meneliti tentang hubungan pengaruh media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi audience.

Tabel 2 3. Matriks Penelitian Terdahulu 3

No.	Item	Penelitian
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	'Uji <i>Uses and Gratifications</i> dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom. Rizca Haqqu, 2020
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji sebuah penggunaan media dan hubungan yang mendasarinya berdasarkan sudut pandang teori <i>uses and gratification</i> .
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kuantitatif
4.	Teori	<i>Use and Gratifications</i>
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis secara parsial (Uji t), tayangan televisi (X) berpengaruh terhadap perkembangan perilaku anak (Y) dengan nilai t Hitung 4,264. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t table (4,264>1,987) maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya tayangan televisi (X) ada pengaruh terhadap perkembangan perilaku anak (Y) dan nilai 0,171 pada variable perkembangan perilaku anak dapat dijelaskan oleh tayangan televisi, sedangkan sisanya 82,9% perkembangan perilaku anak dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sehingga tayangan televisi berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan perilaku negatif anak pada murid kelas IV SD Negeri 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo. Hal ini dapat dijelaskan oleh bukti yang menunjukkan bahwa tayangan dapat menyebabkan perilaku yang tidak sesuai dengan perilaku anak pada umumnya.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan Peneliti Lakukan	<ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan terlihat dari objek penelitian baik dari populasi yang diambil, lokasi populasi yang diambil ataupun media yang menjadi objek penelitiannya. - Kesamaan antara penelitian ini dengan peneliti terdahulu adalah menggunakan penelitian yang sama yaitu metode kuantitatif, tetapi berbeda dengan populasi serta teori yang digunakan peneliti yaitu teori <i>Use and Gratifications</i> , sedangkan peneliti terdahulu menggunakan teori Analisis Data.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini merupakan alur pikir dari penulis yang dijadikan sebagai bagian dari skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat dimana indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran peneliti akan mencoba meneliti atau menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dan masalah yang diangkat dari penelitian ini sehingga menghasilkan data dari hasil observasi.

2.2.1. Kerangka Teoritis

Teori yang digunakan sebagai dasar penelitian ini adalah teori *uses and gratification*, yang menyebutkan bahwa khalayak dianggap aktif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi khalayak dalam mengkonsumsi media massa. Studi dalam bidang ini memusatkan pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Model-model *uses and gratification* dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau kelompok-kelompok individu.

Adapun asumsi-asumsi dasar dari teori ini menurut Katz *et al* dalam Rakhmat (2008:98) adalah:

- 1) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak menggunakan media massa karena memiliki tujuan tertentu,
- 2) Dalam proses komunikasi inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media tergantung pada kebutuhan,

- 3) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari kebutuhan manusia yang luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan,
- 4) Tujuan pemilihan media massa berdasarkan kepada kepentingan dan motif-motif tertentu dari khalayak, dan
- 5) Penilaian mengenai media massa oleh budaya organisasi media massa.

McQuail dan Windahl *dalam* Asmar (2009:67) menjelaskan bahwa yang paling penting dari teori gratifikasi penggunaan media adalah ide bahwa media menawarkan “imbalan” yang bisa diharapkan (dapat diprediksi) oleh anggota khalayak, dengan dasar pengalaman di masa lalu dengan media.

2.2.2. Kerangka Konseptual

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dimana kelompok-kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarkan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan bersifat heterogen (Janowitz 1967 dalam Morrisan, Wardhani, Hamid, 2010:7-8).

Gerbner (1967) “*Mass Communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*” (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri) Rakhmat, (2013:189).

2. Media Elektronik

Media elektronik merupakan suatu media yang menggunakan *energy elektromekanik* atau elektronik bagi penggunaanya yang dapat memungkinkan untuk divisualisasikan oleh mata gambarnya, dan didengar oleh telinga suaranya. Merupakan alat atau sarana yang digunakan juga untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Televisi dan Radio merupakan salah satu contoh media elektronik yang menjamur di kalangan masyarakat, di mana, media ini juga dapat mempengaruhi khalayak ketika pesan yang disampaikan sampai kepada penonton tanpa ada hambatan lainnya.

3. Tayangan MotoGP

Motogp adalah balapan tertinggi roda dua di dunia sehingga motogp merupakan barometer olahraga balap berbagai macam produsen sepeda motor di dunia. Motogp merupakan olahraga yang menghibur memacu adrenalin, adu taktik, dan *timing* ketika balapan adu cepat di sirkuit. MotoGP dengan standar keamanan tinggi dan segala aturan bisa dijadikan contoh untuk selalu mematuhi dan tertib berlalulintas bagi pengendara motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan motogp Terhadap Perilaku Safety Riding Dalam Berlalu Lintas Pengendara Motor Kota Bandung setidaknya untuk lebih sadar akan pentingnya perilaku tertib dalam berkendara mulai dari perlengkapan safety dalam berkendara motor, taat aturan dan sadar bahaya kecelakaan di jalan raya. Dapat dilihat tayangan motogp berdampak positif terhadap perilaku berkendara pengendara motor hal tersebut dipengaruhi karena faktor safety yang ada di motogp mulai dari safety

berkendara, perlengkapan berkendara mulai dari helm, kondisi motor, serta gaya berkendara responden tersebut.

Berdasarkan pada data yang diolah Tayangan motogp berpengaruh positif terhadap perilaku tertib berlalu lintas dengan koefisien regresi sebesar 0,395. Berdasarkan penelitian ini Program Motogp di Trans7. memberikan pengaruh sebesar 15 % terhadap Perilaku Safety Riding Dalam Berlalu Lintaspengendara motor di kota Bandung. Hal tersebut dapat kita lihat dari hasil penghitungan koefisien determinasi. Ini menunjukkan bahwa variabel terpaan media massa televisi berpengaruh positif terhadap variabel perilaku dalam berkendara.

4. Minat

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat mendefinisikan minat adalah suatu perangkat mental yang meliputi perasaan, harapan, pendirian. Prasangka yang cenderung mengarahkan kepada suatu pilihan tertentu (Slameto, 2003:180). Sementara itu Abdulah (1990: 24), minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (Sardiman, 1990: 76).

Menurut Tampubolon (1991: 41) mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Sedangkan menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.

Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek (Mohamad Surya, 2003: 100). Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto (2003: 180) yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Menurut Kartini Kartono (1996: 12) minat merupakan 9 momen dan kecenderungan yang searah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Menurut Ana laila Soufia dan Zuchdi (2004: 116) menjelaskan bahwa minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain, pada aktivitas atau objek lain.

Sedangkan Slameto (2003: 57) menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Lebih lanjut Slameto mengemukakan bahwa suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam satu aktivitas. Siswa yang memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut. Menurut Sudirman (2003: 76) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih

kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang di tuju.

Minat juga dapat diartikan sebagai keadaan emosi yang dasarnya ditunjukkan kepada sesuatu. Salah satu keadaan emosi adalah penilaian seseorang terhadap sesuatu yang dihadapi. Hasil penilaiannya dalam positif atau negatif, menarik atau tidak menarik, menyenangkan atau tidak menyenangkan. Dalam pengajaran timbulnya minat yang positif, setuju menerima pelajaran, sangat tergantung pada guru yang memberikan pelajaran (Arifin, 1995:34)

Menurut Walgito, karakteristik minat dalam menimbulkan keinginan (1977)

- a. Menimbulkan sikap positif terhadap sesuatu objek.
- b. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek itu.
- c. Mengandung suatu pengharapan yang menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

5. Kawasaki Ninja

Kawasaki merupakan merk sepeda motor pabrikan jepang, yang tentunya sudah sangat tidak buming lagi di Indonesia, Kawasaki dari masa-kemasa selalu

mengeluarkan produk-produk terbarunya dan salah satunya sepeda motor kelas 150cc, 250cc yaitu Kawasaki Ninja 250 Fi. Produk Kawasaki kelas 250cc cukup banyak memikat perhatian untuk memilikinya, karena kawasaki kelas 250 ini sangat terjangkau dan tentunya banyak memikat serta membentuk komunitas-komunitas kawasaki ninja pada kota-kota tertentu.

6. Komunitas

Pengertian komunitas selalu digunakan silih berganti dengan kelompok, meskipun komunitas sendiri itu merupakan salah satu bentuk kelompok dalam masyarakat. Pengertian komunitas selalu dihubungkan dengan konsep sistem sosial, karena komunitas dianggap sebagai salah satu tipe atau karakteristik khusus dari interaksi sosial yang bakal membentuk sistem sosial dalam masyarakat (Liliweri, 2013:17).

7. Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian baik (decoding) dalam proses komunikasi (Mulyana, 2009:180) untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi lain persepsi :

1. *Brian Fellows*: Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.
2. *Kenneth K.sereno dan Edward M.Bodaken*: Persepsi adalah sarana memungkinkan memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.

3. *Philip Goodrace dan Jennifer Foller*: persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk menanggapi rangsangan.
4. *Joseph A Devito*: persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

Desideranto dalam buku Psikologi Komunikasi menyampaikan bahwa persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas, sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Rakhmat 2013 :50).

Seperti yang telah disampaikan Desideranto di atas, dalam penelitian ini dibatasi hanya 3 aspek saja, yaitu :

d. Tahap Atensi

Atensi tidak terleakakan karena sebelum kita merespons atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apa pun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri (Mulyana, 2009: 182). Atensi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal, yaitu faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya), faktor fisiologis (tinggi, pendek, gemuk, kurus, sehat, sakit, dan sebagainya), dan faktor sosial-budaya (gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan sebagainya), serta faktor psikologis termasuk kemauan, keinginan, motivasi, dan sebagainya (Deddy Mulyana, 2009:181).

e. Tahap Sensasi

Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Menurut Wolman, sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera (Rakhmat 2013 : 48). Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor indrawi-mata, telinga, kulit dan otot, hidung dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar.

f. Tahap Memori

Schlesssinger dan Groves mengartikan memori sebagai sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya (Rakhmat 2013: 61). Mussen dan Rosenwig menjelaskan secara singkat bahwa memori akan melewati tiga proses yaitu: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkit saraf internal. Penyimpanan (*storage*), proses yang kedua adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan dimana. Pemanggilan (*retrieval*) disebut juga pemanggilan sehari-hari yaitu menggunakan informasi yang disimpan (Rakhmat 2013:62).

8. Faktor faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang (Liliweri, 2011:155):

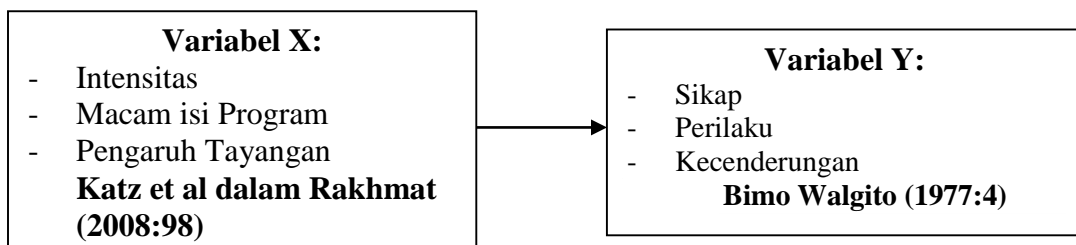
- a. Fisiologis, kemampuan sensoris yang terdiri dari (Visual dan Audio, Fisik dan Umur)
- b. Kebudayaan yang terdiri dari (Kepercayaan ,nilai-nilai,pemahaman, asumsi *taken-for-granted*)
- c. *Standpoint theory.* yang terdiri dari (komunitas sosial ras,etnisitas,gender,kelas ekonomi,agama,spiritual,umur, dan orientasi seksual, posisi kekuasaan dalam hierarki sosial.)
- d. Peranan sosial yang terdiri dari (Peranan sosial ketika berkomunikasi dengan kita, Harapan terhadap kepenuhan peran, pilihan karier)
- e. Kemampuan kognitif
- f. Kompleksitas kognitif
- g. Persepsi yang berpusat pada orang

9. Tahap-tahap Persepsi

Dalam kajian psikologis didefinisikan sebagai proses di mana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling (Liliweri, 2011:157). Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama yaitu a) individu memperhatikan dan membuat seleksi, b) individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indra, dan c) individu membuat interpretasi. Pada umumnya, para pemerhati psikologi komunikasi mengikuti lima tahapan utama yakni (Liliweri, 2011:157): (1) Stimulation (2) organization, (3) interpretation-evaluation (4) memory (5) recall

10. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, tentang Pengaruh Tayangan MotorGP Trans |7 sebagai variabel X yang terdiri dari satu dimensi yaitu pesan, yang dimensinya diturunkan menjadi satu indikator yaitu, pesan menjadi kelengkapan isi pesan, dan kejelasan isi pesan. Lalu peneliti menjadikan minat balap komunitas motor Kawasaki Ninja sebagai variable Y yang terdiri dari satu dimensi yaitu Minat, yang dimensinya diturunkan menjadi satu indikator yaitu, kecenderungan atau kesukaan terhadap seseorang atau kelompok tertentu.



2.3. Hipotesis Penelitian

Menurut Webster's New World Dictionary (1997) dalam Kiriyantono (2012 : 28) "*an unproved theory, proposition, etc, tentatively accepted to explain certain fact or to provide a basis for investigation, arguments*" (Hipotesis adalah teori, proposisi yang belum terbukti diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta atau menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen).

2.3.1. Hipotesis Umum

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah "Tayangan MotoGP Trans7 berpengaruh terhadap Minat Balap Komunitas KNC Garut".

2.3.2. Hipotesis Operasional

Adapun hipotesis operasional dalam peneltiian ini sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh tayangan MotoGP terhadap minat balap Komunitas KNC Garut.

$H_a : \beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh tayangan MotoGP terhadap minat balap Komunitas KNC Garut.