

PENGARUH TAYANGAN *INDONESIA LAWYERS CLUB* “TVONE” TERHADAP PENINGKATAN PENDIDIKAN POLITIK MASYARAKAT GUNUNG KELUA SAMARINDA

Ika Maya Asti¹

Abstrak

Artikel ini berisi tentang Pengaruh Tayangan Indonesia Lawyers Club Indonesia Terhadap Tingkat Pendidikan Politik Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey eksplanatif yang bersifat asosiatif yaitu menjelaskan hubungan (korelasi) antara pengaruh tayangan Indonesia Lawyers Club terhadap tingkat pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan dengan menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,577 dan harga r tabel untuk 97 responden adalah tingkat kepercayaan 90% dan alpha 0,10 dengan test dua sisi (two-tailed test) adalah 0,1663 dan sumbangan efektif sebesar 33,293%. Tingkat pendidikan politik dipengaruhi tayangan Indonesia Lawyers Club sebesar 33,293% dan sisanya sebesar 66,707% dipengaruhi oleh variable lainnya. Keadaan ini berarti bahwa tayangan Indonesia Lawyers Club dapat meningkatkan tingkat pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda.. Berdasarkan semua hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka temuan dari penelitian ini mengemukakan bahwa tayangan Indonesia Lawyer Club yang ditayangkan di TVOne berpengaruh terhadap tingkat pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua. Adapun saran-saran dari hasil penelitian ini adalah diharapkan agar masyarakat dapat menyaring pesan, perilaku, maupun opini-opini yang disiarkan oleh tayangan Indonesia Lawyers Club ini.

Kata Kunci : *Tayangan Indonesia Lawyers Club, Pendidikan Politik*

Pendahuluan

Televisi adalah sebuah teknologi yang diciptakan oleh manusia dan dipergunakan oleh manusia. Televisi adalah medium yang bersifat membosankan dan profovatif pada saat yang sama. Kendati demikian, televisi

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: ikamayaasti@yahoo.co.id

juga merupakan sesuatu yang membentuk cara berpikir kita tentang dunia. Kehadirannya yang tidak terelakkan dan sifat alamiahnya yang populis, di masa lalu menjadi alasan bagi penolakan televisi, karena sifatnya yang sekejap dan “tidak berharga”. Tetapi sekarang media dan budaya pop telah masuk dalam agenda akademik membuat televisi menjadi sebuah fenomena kultural, sekaligus medium di mana sepenggal aktivitas budaya menjamah kita di dalam rumah (Graeme Burton, 2007:8). Layar televisi bisa digunakan untuk tujuan lebih dari sekedar kehadiran gambar-gambar penyiaran (*broadcast image*), namun lebih dari itu membuat orang terpesona dan duduk berjam-jam menikmati acara yang disuguhkan.

Tahun 2011, ketika riset media ini dilakukan, jenis program televisi yang paling banyak dikonsumsi adalah talk show, majalah TV, infotainment atau dokumenter dengan persentase 26 persen. Angka tersebut naik dari tahun lalu yang hanya 15 persen. Isi dalam acara tersebut seringkali memuat persoalan politik. Apalagi, talk show politik kini semakin banyak di TV nasional, seperti *Indonesia Lawyer Club*, *Todays Dialogue*, *Managing The Nations*, Minggu Malam Bersama Slamet Rahardjo, dan lain sebagainya.

Dua TV Berita, Metro TV dan TVOne mendapat pengaruh positif dari penyelenggaraan pemilu ini. Berdasarkan hasil survei kepemirsaaan TV, jumlah pemirsa berita (laki-laki usia 40+ dari kelas atas yang berjumlah 1,7 juta orang di 10 kota survei di Indonesia) pada stasiun TV berita (Metro TV dan TVOne) naik 28% di kuartal 2 (April-Juni) 2009 menjadi 23.000 orang dibandingkan dengan kuartal pertama. Peningkatan lebih signifikan terjadi pada minggu pelaksanaan Pemilu Legislatif, jumlahnya mencapai rata-rata 24.000 orang, lebih tinggi 14 persen dari stasiun TV non-berita. Sementara di minggu pengumuman kandidat Capres dan Cawapres di pertengahan Mei, jumlahnya mencapai 31.000, lebih tinggi 24 persen dari stasiun TV non-berita.

Data di atas menunjukkan bahwa ada ketertarikan yang cukup tinggi terhadap acara politik di Indonesia. Tetapi, politik masih identik dengan orang dewasa karena rata-rata kenaikan jumlah pemirsa terhadap acara politik ini diiringi dengan kenaikan penonton laki-laki kelas atas berusia 40 tahun keatas. Perlu ada pendidikan politik bagi kaum muda kalau politik ini bukan hanya untuk orang tua, tetapi juga anak – anak muda. Saat pemilu 2009 jumlah pemirsa politik dari kalangan remaja meningkat. Jadi, ada potensi untuk mengajak anak muda berpolitik. Namun, hingga kini belum ada yang serius menyelenggarakan pendidikan politik bagi mereka atau sekadar memberi wadah bagi mereka untuk berpolitik.

Terkait dengan politik, keberadaan TV sejauh ini perlu disikapi dengan bijak. Fungsi TV untuk menyebarkan informasi ini bisa membentuk opini publik. Apakah ini salah ? tentu saja tidak karena memang sulit dihindari bagi insan TV untuk menghadirkan acara yang murni hanya berupa data dan fakta. Namun, kecenderungan ini bisa diminimalkan agar kesannya tak hanya menguntungkan aktor politik tertentu. Caranya dengan menghadirkan berbagai

aktor politik yang ada. Jadi, publik bisa mendapatkan informasi dari berbagai pihak. Tinggal kemudian publik menyikapi apa yang disampaikan oleh politikus yang berbicara di TV.

Hal ini penting karena semakin hari pemberitaan di TV nasional semakin tidak kondusif. Fenomena kepemilikan media oleh politikus papan atas yang tidak dapat terelakkan telah membuat netralitas TV menjadi patut dipertanyakan. Bagaimanapun, pemilik TV yang juga politikus ini membutuhkan pencitraan sekaligus berbagai cara untuk menyerang lawan politiknya. Dan TV merupakan sarana terbaik yang bisa dimanfaatkan.

Salah satu acara di televisi yang bermuatan politik adalah acara *Indonesia Lawyer Club (ILC)* dulu *Jakarta Lawyer Club (JLC)* yang sering ditayangkan oleh salah satu TVOne. Dalam acara itu sering dibahas masalah-masalah *up to date* yang terjadi di dalam negeri; sosial, politik, hukum, ekonomi, pendidikan dan lain-lain. Acara yang apabila menurut namanya acaranya para *lawyer* itu tidak khusus untuk mereka, namun banyak pihak yang tertarik.

Penyelenggara itu sering menghadirkan pula pihak-pihak yang berkepentingan dengan permasalahan yang dibahas. Dari orang yang sedang menghadapi kasus-kasus terkait, pengacaranya, tokohnya hingga pihak pemerintah. Tentu kehadiran mereka akan menjadikan pembahasannya lebih lengkap dan komprehensif.

Terkait dengan acara ini, Kelurahan Gunung Kelua mempunyai masyarakat yang gemar menonton acara ini. Namun, di pihak lain pihak Kelurahan Gunung Kelua mempunyai angka golput yang tinggi menurut data KPU pada tahun 2009. Hal ini yang mendorong penulis mengambil tempat di Kelurahan Gunung Kelua.

Banyaknya angka golput ini salah satunya disebabkan oleh kurangnya pendidikan politik. Ada dua faktor yang mempengaruhi keikutsertaan seseorang dalam partisipasi politik, yaitu faktor dari dalam dirinya dan faktor dari luar dirinya. Faktor dari dalam adalah apa yang dinamakan kesadaran politik. Kesadaran ini tumbuh sesuai dengan tingkat pendidikan dan proses sosialisasi politik yang dialaminya. Sedangkan faktor dari luar antara lain berkenaan dengan sistem politik yang berlaku dan tingkah laku para penyelenggara sistem tersebut.

Penelitian ini mengambil di Kelurahan Gunung Kelua Samarinda. Lokasi ini peneliti pilih karena menurut data Pemilu banyak yang tidak menggunakan hak suaranya pada Pemilu. Hal inilah yang mendorong penulis mengambil tempat di kelurahan Gunung Kelua. Banyaknya angka golput ini salah satunya disebabkan oleh kurangnya pendidikan politik. Ada dua faktor yang mempengaruhi keikutsertaan seseorang dalam partisipasi politik, yaitu faktor dari dalam dirinya dan faktor dari luar dirinya. Faktor dari dalam adalah apa yang dinamakan kesadaran politik. Keikutsertaan seseorang dalam pemilu antara lain dipengaruhi oleh pendidikan politik yang dia terima dan dia alami, sementara itu kegiatan pemilu yang diikuti oleh orang tersebut dapat menjadi

sarana pendidikan politik bagi orang tersebut. Sehingga penulis mengaitkan apakah tayangan *Indonesia Lawyees Club* dapat meningkatkan pendidikan mereka atau tidak. Berdasarkan hal-hal yang diuraikan tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat masalah “*Pengaruh Tayangan Indonesia lawyers Club Terhadap Peningkatan Pendidikan Politik Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua*”.

Kerangka Dasar Teori

Teori Kognisi Sosial

Menurut Bandura (dalam Woolfolk, 2009) teori sosial kognitif adalah sebuah teori yang memberikan pemahaman, prediksi, dan perubahan perilaku manusia melalui interaksi antara manusia, perilaku, dan lingkungan. Teori ini didasarkan atas proposisi bahwa baik proses sosial maupun proses kognitif adalah sentral bagi pemahaman mengenai motivasi, emosi, dan tindakan manusia.

Albert Bandura (dalam Santrock, 2010) mengatakan bahwa ketika murid belajar, mereka dapat merepresentasikan atau mentransformasikan pengalaman mereka secara kognitif. Teori sosial kognitif digunakan untuk mengenal, memprediksi perilaku dan mengidentifikasi metode-metode yang tepat untuk mengubah perilaku tersebut. Teori ini menjelaskan bahwa dalam belajar, pengetahuan (*knowledge*), pengalaman pribadi (*personal experience*), dan karakteristik individu (*personal characteristic*) saling berinteraksi.

Menurut Ormrod (2006) dalam teori sosial kognitif terdapat lima asumsi dasar antara lain; seseorang dapat belajar dengan mengamati orang lain, belajar merupakan proses internal yang memiliki kemungkinan mempengaruhi perilaku, perilaku dilakukan untuk mencapai tujuan, perilaku akan secepatnya diterima oleh diri dan dapat menjadi suatu kebiasaan, dan asumsi terakhir dari teori *social kognitif* adalah *reinforcement* dan *punishment* memiliki efek secara tidak langsung pada belajar dan perilaku.

Komunikasi

Komunikasi merupakan peristiwa sosial dan terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lainnya, yang dapat terjadi di mana-mana tanpa mengenal tempat dan waktu, atau dengan kata lain, komunikasi dapat dilaksanakan “kapan saja dan dimana saja”. Dengan demikian, komunikasi merupakan bagian dari kehidupan kita sehari-hari, bahkan dapat dikatakan merupakan manifestasi dari kehidupan itu sendiri.

Menurut Darwanto (2007:3), komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang berarti antar manusia, seseorang menyampaikan lambang-lambang yang mengandung pengertian tertentu disebut “pesan” atau *message*. Umumnya yang dipergunakan dalam komunikasi adalah bahasa, baik lisan maupun tertulis.

Menurut Harold Lasswell (Mulyana, 2002:62) cara baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan

sebagai berikut: *who* (siapa), *sayswhat* (mengatakan apa), *in wich* (dengan saluran apa), *to whom* (kepada siapa), *with whateffect* (dengan pengaruh bagaimana). Jawaban bagi peranyaan paradigm Lasswell ini sekaligus merupakan unsur-unsur dalam proes komunikasi yaitu *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Komunikat atau Penerima) dan *Effect* (Efek). Pada dasarnya, komunikasi merupakan suatu proses, yaitu suatu media yang akan menimbulkan suatu efek.

Social Learning Theory

Salah satu konsep yang dikembangkan Bandura yang berkaitan erat dengan teori social kognitif yaitu *social learning theory*. Teori ini menekankan pada komponen kognitif dari pikiran, pemahaman dan evaluasi. Teori Bandura menjelaskan perilaku manusia dalam hal interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku, dan faktor lingkungan (Chowdhury, 2006). Belajar terjadi baik sebagai akibat dari respon dari pengalaman sendiri (yaitu, pandangan belajar operan) dan melalui mengamati efek pada lingkungan sosial dari perilaku orang lain.

Dalam Slavin (2008) disebutkan bahwa teori pembelajaran sosial dilatarbelakangi dari Bandura yang memandang perilaku individu tidak hanya refleks otomatis (Stimulus – Respon) tetapi juga reaksi yang timbul atas interaksi lingkungan dengan proses mental internal individu tersebut. Prinsip belajar menurut teori ini menunjukkan bagaimana observasi diri terhadap lingkungan sekitarnya mempengaruhi perilaku dan proses kognitif dirinya. Sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku dapat dipelajari secara langsung maupun daripengalaman orang lain.

Fungsi Komunikasi

Menurut Changara (2002:28) apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas atau hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a. Informasi : Pengumpulan, penyimpanan, pengolahan berita, fakta, opini serta komentar yang dibutuhkan agar dapat mengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan atau orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Sosialisasi : (perasyarakatatan) penyedia sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan individu dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialisasinya pada akhirnya ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi : Menjelaskan tujuan setiap masyarakat janga pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan indiviu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang ingin dicapai.

Komunikasi Massa

Menurut Bittner (1980 : 10) : “*Massa communication is message communicate through a mass medium to a large number of people*”(komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). Gerbner (1967) juga menulis : “*Mass communication is technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow messages in industrial industries*” (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 1993 : 188).

Media massa tidak hanya melintasi batas-batas kelas, ras budaya, politik, pendidikan dan jenis kelamin dalam rangka mendistribusikan hiburan dan informasi yang menanamkan dan menyegarkan sudut pandang dan cara pemahaman tertentu. Media massa membantu membangun dan mengatur realitas sosial dengan menstrukturkan sebagian dari pengalaman yang paling lazim dan paling penting dari khalayak mereka.

Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan dalam kehidupan seseorang. Tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang dengan *audiovisual*, menyebabkan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan.

Sean Macbride, ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO pada tahun 1980 mengemukakan bahwa komunikasi tidak bisa diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, akta, dan ide (dalam Changara, 1998 : 63)

Media Televisi

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi massa tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya, bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia, sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya. Menurut R Mar'at dari Unpad acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton. Ini adalah hal yang wajar. Jadi, jika hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah sesuatu yang istimewa. Sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi ialah seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi.

Tayangan Jurnalisme

Jurnalisme televisi secara teknis perlu menyesuaikan diri dengan karakter medianya (Blum, 1984:Hilliard, 1991). Dari sini sudah terformat kaidah kerja, yaitu menjadikan fakta sosial sebagai tontonan. Dengan kata lain, dalam menghadapi program siaran berita, khalayak akan menonton fakta sosial. Sembari itu narasi yang disampaikan berupa cerita tentang fakta sosial. Karenanya secara sederhana jurnalisme televisi sering pula disebut sebagai upaya memungut fakta sosial yang dapat “ditulis” dengan kamera dan menulis narasi kata untuk telinga. “Menulis” dengan kamera dan menulis untuk telinga tentulah memerlukan disiplin dan metode kerja yang khas. Menulis dengan kamera memerlukan pemberian detail dari fakta sosial yang didapat diwujudkan secara visual. Tradisi sinematografi merupakan pangkal bagi aspek jurnalisme televisi ini. Sementara menulis dengan telinga, merupakan tradisi ari radio (Cohler, 1994).

Tayangan *Indonesia Lawyers Club*

Program unggulan TVOne saat ini adalah *Indonesia Lawyers Club*, sebuah program talkshow yang dikemas secara interaktif dan apik untuk memberikan pembelajaran hukum bagi para pemirsanya. Selalu menghadirkan narasumber utama dan melihat sebuah isu dari berbagai perspektif.

Program ini awalnya hadir dengan nama *Jakarta Lawyers Club* yang lebih dikenal dengan sebutan *JLC*. Mengusung format yang sama dengan *JLC*, sekarang berubah nama menjadi *Indonesia Lawyers Club (ILC)*. Program ini memiliki salah satu kekuatan utama yang terletak pada Karni Ilyas sebagai pembawa acara sekaligus wartawan senior yang memiliki latar belakang sebagai sarjana hukum dan didukung oleh para narasumber dengan bebas akan menceritakan kejadian demi kejadian dari sebuah isu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat dan menghasilkan diskusi terbuka ini menjadi salah satu program yang digemari masyarakat Indonesia.

Perubahan nama program menjadi *Indonesia Lawyers Club* tersebut dikarenakan pemirsa TVOne yang gemar akan acara ini menginginkan bahwa program ini bukan hanya milik pemirsa Jakarta, tetapi milik seluruh pemirsa TVOne di Indonesia. Kali pertamanya *ILC* pernah hadir di kota Makassar, rencana pemilihan lokasi shooting *ILC* kedepannya akan hadir di kota- kota Indonesia lainnya.

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat, maka penulis mencoba memberikan jawaban sementara, yaitu sebagai berikut :

H0 : Diduga tidak terdapat pengaruh antara Tayangan *Indonesia Lawyers Club* terhadap peningkatan pendidikan politik Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda.

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara Tayangan *Indonesia Lawyres Club* Terhadap Peningkatan Pendidikan Politik Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda.

Definisi Konseptual

1. Tayangan *Indonesia Lawyers Club (ILC)* variabel dependen (X) yang dikemas secara apik dan interaktif yang dapat diukur melalui:
 - a. Bahasa / kata-kata.
 - b. Gambar.
 - c. Kejelasan pesan.
 - d. Gaya bahasa.
 - e. Frekuensi melihat acara *Indonesia Lawyers Club (ILC)*.
2. Pendidikan politik variabel terikat (Y), pendidikan yang sistematis dan disengaja untuk membentuk individu agar mampu menjadi partisipan yang bertanggung jawab secara etis / moral meliputi :
 - a. Melatih orang muda dan orang dewasa menjadi warga negara yang baik, khususnya dalam fungsi sosial dan fungsi politik.
 - b. Membangkitkan dan mengembangkan hati nurani politik, rasa etika politik dan tanggung jawab politik, agar orang menjadi insan politik terpuji (bukan memupuk egoisme dan menjadi bintang publik).

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif-eksplanatif, yaitu berusaha menjelaskan kemunculan suatu permasalahan atau gejala yang lebih khusus dalam penjelasan antara dua objek. Metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran lebih lanjut mengenai konsep yang telah dikelompokkan dalam kerangka konsep. Oleh karena itu, variabel definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Dependen (X) Tayangan *Indonesia Lawyers Club*

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Tayangan *Indoensia Lawyers Club* adalah Tayangan *Indonesia Lawyers Club* yang tayang di Tv One.

 - a. Bahasa / kata-kata, yaitu sejauh mana bahasa / kata-kata yang disajikan pada acara tersebut mampu menarik dan dimengerti oleh responden.
 - b. Gambar, apakah gambar yang ditayangkan dalam acara dapat menarik dan diterima oleh responden dengan jelas.
 - c. Kejelasan pesan, apakah pesan yang disampaikan dalam acara mampu dicerna atau dimengerti dengan jelas oleh responden.

- d. Gaya bahasa, yaitu bagaimana gaya bahasa yang ditampilkan dalam acara mampu menarik responden untuk meningkatkan pendidikan politiknya.
 - e. Frekuensi melihat acara *Indonesia Lawyers Club*, yaitu tingkat keseringan responden melihat acara *Indonesia Lawyers Club* yang ditayangkan di Tv One.
2. Variabel Terikat (Y) Peningkatan pendidikan politik yang didapat setelah menonton *Indonesia Lawyers Club*.
Peningkatan pendidikan politik bersifat positif (Amril, 2004 : 104)
- a. Melatih orang muda dan orang dewasa menjadi warga Negara yang baik; khususnya dalam fungsi sosial dan fungsi politik, seperti bisa mengembangkan sikap gotong royong/kooperatif, mau bermusyawarah dan kerja sama; bersikap toleran, solider, loyal terhadap bangsa dan Negara, bersikap sportif dan seterusnya demi kesejahteraan hidup bersama.
 - b. Membangkitkan dan mengembangkan hati nurani politik, rasa etika politik dan tanggung jawab politik, agar orang menjadi insan politik terpuji (bukan memupuk egoisme dan menjadi bintang politik).
 - c. Agar orang memiliki wawasan kritis mengenai relisasi-realisisasi politik yang ada di sekitarnya. Memiliki kesadaran bahwa urusan-urusan manusia dan struktur sosial yang ada di tengah masyarakat itu tidak permanen, tidak massif atau immanen sifatnya, tetapi selalu bisa berubah dan dapat diubah melalui perjuangan politik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Pengumpulan data lapangan dalam penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda, Kalimantan Timur.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dan teknik pengukuran data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)
2. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*)
 - a. Pengamatan (*Observation*)

Yaitu mengadakan penelitian terhadap obyek secara langsung agar informasi yang diterima dapat dicocokkan dengan kenyataan yang ada di lapangan.
 - b. Kuesioner
Yaitu mengumpulkan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan secara tertulis kepada karyawan yang bersedia memberikan respon. Pada penelitian ini daftar pertanyaan diberikan kepada karyawan yang bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan peneliti.

Populasi

Penelitian ini mengambil populasi pada masyarakat Kelurahan Gunung Kelua. Karena jumlah populasi penelitian di atas jumlah 100 orang, maka peneliti mengambil sebanyak 10% untuk dijadikan obyek penelitian yaitu sebanyak 97 responden.

Teknik Pengukuran Data

Adapun teknik pengukuran penulis memakai pedoman kuesioner dan skala yang dipakai dalam pengukuran data adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Menggunakan skala Likert, maka variabel-variabel dalam hipotesis yaitu variabel bebas dan variabel terikat akan diukur, dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang dapat diukur. Komponen-komponen terukur tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun pertanyaan-pertanyaan, kemudian dijawab oleh responden dan jawaban setiap item instrument dalam skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dapat berupa kata-kata, sebagai berikut :

Forum jawaban menggunakan skala Likert dengan 5 alternatif jawaban, yaitu:

1. Pernyataan Positif:
 - a. Jika memilih jawaban A, maka diberi skor 5
 - b. Jika memilih jawaban B, maka diberi skor 4
 - c. Jika memilih jawaban C, maka diberi skor 3
 - d. Jika memilih jawaban D, maka diberi skor 2
 - e. Jika memilih jawaban E, maka diberi skor 1
2. Pernyataan Negatif:
 - a. Jika memilih jawaban A, maka diberi skor 5
 - b. Jika memilih jawaban B, maka diberi skor 4
 - c. Jika memilih jawaban C, maka diberi skor 3
 - d. Jika memilih jawaban D, maka diberi skor 2
 - e. Jika memilih jawaban E, maka diberi skor 1

Untuk keperluan analisis kuantitatif, skor jawaban responden/skor mentah yang berbentuk data ordinal diubah ke dalam data interval dengan formula Riduwan (2003:155) yaitu :

$$T_i = 50 + 10 \frac{x_i - \bar{x}}{s} \quad \text{Dengan } S = \sqrt{\frac{n \cdot \sum f x_i^2 - (\sum f x_i)^2}{n(n-1)}}$$

dan $\bar{x} = \frac{\sum f x}{n}$

Keterangan :

T_i = Skor baku ke $-i$

- X_i = Skor mentah ke $- i$
 \bar{X} = Rata-rata (mean)
 S = Standar deviasi bergolong

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner akan diolah dengan menggunakan penghitungan manual. Sedangkan metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment*. Menurut Sugiyono (2008:147) kegunaan *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio.

Hasil penelitian dan pembahasan

Penelitian kuantitatif, dimana instrument yang digunakan lebih bersifat statistical umumnya mengarah pada pembuktian hipotesis. Pembuktian hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah melihat pengaruh antara tayangan Indonesia Lawyers Club dengan tingkat pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda. Adapun langkah-langkah yang digunakan peneliti dalam menganalisis data dan melakukan pengujian hipotesis terhadap data yang telah disajikan adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan hipotesis yaitu:
 - H_1 : Terdapat pengaruh antara tayangan Indonesia Lawyers Club Terhadap Peningkatan Pendidikan Politik Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda.
 - H_0 : Tidak Terdapat pengaruh antara tayangan Indonesia Lawyers Club Terhadap Peningkatan Pendidikan Politik Masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda.
2. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi = 5 % dengan tingkat kepercayaan 95 % dan menggunakan uji statistik korelasi Product moment
3. Merubah skor data mentah menjadi skor baku dengan langkah-langkah:
 - a. Menentukan skor mentah terbesar dan terkecil
 - b. Menentukan rentangan (R)
 - c. Menentukan banyaknya kelas (BK)
 $BK = 1 + 3,3 \text{ Log } n$ (Rumus Sturgess)
 - d. Menentukan panjang kelas (i)
 - e. Membuat distribusi frekuensi
 - f. Menentukan rata-rata atau mean
 - g. Menentukan standar deviasi
 - h. Menentukan standar deviasi (s)

Untuk melakukan pengujian hipotesis tersebut menggunakan uji korelasi product moment, alat analisis tersebut digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara tayangan Indonesia Lawyers Club dengan peningkatan pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua.. Hasil

pembahasan selengkapnya akan dijelaskan berdasarkan alat analisis yang digunakan.

Dari hasil uji korelasi antara variabel Tayangan *Indonesia Lawyers Club* (X) dan variabel Peningkatan Pendidikan Politik (Y), diperoleh nilai r_{hitung} adalah 0,577 (lihat lampiran) sedangkan diketahui nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,166. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa arah hubungan yang terdapat antara variabel Tayangan *Indonesia Lawyers Club* sebagai variabel bebas dan Peningkatan Pendidikan Politik sebagai variabel terikat adalah tergolong cukup kuat.

Kemudian untuk menentukan besarnya sumbangan (koefisien determinan koefisien penentu) variabel X terhadap variabel Y dengan rumus :

$$KP = r^2 \cdot 100\% = 0,557^2 \cdot 100\% = 33,293\%$$

Artinya, pengaruh nilai Tayangan *Indonesia Lawyers Club* terhadap Peningkatan Pendidikan Politik terhadap kepuasan masyarakat sebesar 33,293% dan sisanya 66,70% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dari hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Pengaruh Tayangan *Indonesia Lawyers Club* dan Peningkatan Pendidikan Politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda dengan tingkat signifikansi korelasi $p = 0,000$. Skor korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Tayangan *Indonesia Lawyers Club* dan Peningkatan Pendidikan Politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda. Keadaan ini berarti bahwa semakin tinggi pengaruh Tayangan *Indonesia Lawyers Club* terhadap masyarakat Gunung Kelua maka peningkatan pendidikan politik masyarakat Gunung Kelua Samarinda juga akan semakin tinggi. Sebaliknya jika pengaruh tayangan *Indonesia Lawyers Club* rendah maka peningkatan pendidikan politik juga rendah. Hasil analisis menunjukkan secara statistik, hipotesis yang diajukan peneliti, yang menyatakan adanya pengaruh antara tayangan *Indonesia lawyers Club* dan peningkatan pendidikan politik pada masyarakat Gunung Kelua Samarinda.

Dari pembahasan mengenai tayangan *Indonesia Lawyers Club* diatas dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara tayangan *Indonesia Lawyers Club* dengan tingkat pendidikan politik masyarakat gunung Kelua Samarinda.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh antara tayangan *Indonesia lawyers Club* terhadap tingkat pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua Samarinda, maka didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kelurahan Gunung Kelua menyukai unsur-unsur penayangan *Indonesia Lawyers Club* seperti gambar,

kejelasan pesan, bahasa, gaya bahasa, serta frekuensi penyayangan sehingga masyarakat dapat mengerti dan memahami pesan yang tersirat dari tayangan tersebut.

2. Meskipun masyarakat Kelurahan Gunung Kelua menyukai tayangan *Indonesia Lawyers Club*, namun tidak dipungkiri pada acara tersebut juga menampilkan gaya bahasa dan bahasa yang menurut masyarakat tidak pantas dilontarkan oleh narasumber yang notabene berpendidikan tinggi sehingga tidak mencerminkan tokoh bangsa.

Berdasarkan semua hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka temuan dari penelitian ini mengemukakan bahwa tayangan *Indonesia Lawyer Club* yang ditayangkan di TVOne berpengaruh terhadap tingkat pendidikan politik masyarakat Kelurahan Gunung Kelua.

Saran

Dalam penelitian ini dikemukakan beberapa saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini untuk dapat diambil sisi positifnya, diantara saran-saran yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah:

1. Disarankan agar materi yang diangkat di acara *Indonesia Lawyers Club* memang yang sekiranya dapat memberi manfaat bagi segenap masyarakat dan tidak diangkat karena hanya kepentingan golongan tertentu semata.
2. Gaya bahasa yang digunakan oleh narasumber-narasumber yang diundang di acara *Indonesia Lawyers Club* seharusnya dikontrol mengingat acara tersebut disiarkan langsung dan disaksikan jutaan pemirsa Indonesia, sehingga masyarakat tidak mendapatkan contoh buruk dari narasumber-narasumber yang notabene mempunyai pendidikan tinggi.
3. Diharapkan agar masyarakat dapat menyaring pesan, perilaku, maupun opini-opini yang disiarkan oleh tayangan *Indonesia Lawyers Club* ini, sehingga masyarakat dapat mengambil sisi positif dari tayangan ini dan tidak meniru hal-hal negatif yang ada pada acara *Indonesia Lawyers Club* ini.
4. Diharapkan dengan adanya tayangan *Indonesia Lawyers Club* dapat membuat masyarakat lebih sadar akan tanggung jawabnya sebagai warga negara dalam berpolitik, salah satunya dengan tidak golput pada pemilihan umum, serta lebih kritis terhadap realitas-realitas politik yang ada di masyarakat sehingga dapat menjadi pemilih cerdas.
5. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan agar para peneliti mampu mengupas lebih dalam lagi fenomena-fenomena sosial yang berhubungan dengan tayangan televisi khususnya acara-acara sejenis *Indonesia Lawyers Club* ini dengan cara memperhatikan kualitas tayangan, terutama yang berhubungan dengan dunia pendidikan sehingga menambah referensi pengetahuan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E Komala L, 2004, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Burton, Graeme. 2007, *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi*, Jalasutra Yogyakarta.
- Burhan, 2004. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Persada Rajawali Pers, Jakarta.
- 1998. *Komunikasi Massa*, Persada Rajawali Pers, Jakarta.
- Chowdhury, M.S, & College, M. 2006. *Human Behavior In The Context of Training*. Vol. 7
- Darwanto, S.S. 2007, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Pustaka Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana,1989, *Kamus Komunikasi*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- 1993, *Dinamika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- 2001, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Freire, Paulo, 1999. *Politik Pendidikan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Kartono, Kartini, 1996. *Pendidikan Politik*, PT. Mandar Maju, Bandung.
- Kriyantono R, 2008. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada, Jakarta.
- McQuail D, 1987. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Agus Dharma & Aminuddin Ram, Erlangga.
- Mulyana, Deddy, 2002. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Onong U. Effendi. 1992. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, PT. Mandar Maju, Bandung.
- Ormrod, Jeanne E. 2006. *Educational Psgycology: Developing Learners 5th Edition*. Ohio
- Santrock, Jhon W. 2010. *Psikologi Pendidikan (Edisi Kedua)*. Jakarta : Kencana
- Slavin, Robert E. 2008. *Psikologi Pendidikan : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Indeks
- Woolfolk, Anita. 2009. *Educational Pshycology: Active Learning Edition (Edisi Sepuluh)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Sumber lainnya :

- , *Durasi masyarakat Indonesia dalam menonton televisi*.
www.beritasatu.com (Diakses pada tanggal 12 Juni 2012)

-----, *Program Televisi yang Paling Banyak Dikonsumsi*.
www.beritasatu.com (Diakses pada tanggal 12 Juni 2012)

-----, *Rating Acara Televisi*. www.beritasatu.com (Diakses pada tanggal 12 Juni 2012)

-----, *Fungsi Kontrol Televisi*. <http://kpu.palembang.go.id> (Diakses pada tanggal 14 Oktober 2012)

Lippman, Walter, *Teori Model Agenda Setting*.

www.wikipedia.org/wiki/walterlipmann. (Diakses pada tanggal 16 Agustus 2012)

Schutson, 1999, *Opini Publik*. www.academiaedu/5740872/opini_public.
(Diakses pada tanggal 16 Agustus 2012)