

PENGARUH TERPAAN TAYANGAN “BUATKU TERSENYUM” DI TRANS 7 TERHADAP SIKAP EMPATI IBU RUMAH TANGGA RT 14 KELURAHAN BAQA KOTA SAMARINDA

Dyan Vita Sari¹

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans 7 terhadap sikap empati Ibu rumah tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey eksplanatif yang bersifat asosiatif yaitu menjelaskan hubungan (korelasi) antara pengaruh tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans 7 terhadap sikap empati Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket serta populasi dalam penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda dengan jumlah sampel sebanyak 40 Orang.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = 34,913 + 0,347 X$ dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,359 dimana hubungan ini dikategorikan sangat kuat. Diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,129 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X /bebas (tayangan “Buatku Tersenyum”) terhadap variabel Y /terikat (Sikap Empati Ibu Rumah Tangga) adalah sebesar 13% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis statistik dalam Uji F, Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,639 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Diketahui F_{tabel} dengan jumlah responden 40 adalah (4,08), dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, variabel X yaitu tayangan “Buatku Tersenyum” secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y yaitu sikap empati Ibu Rumah Tangga.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya Terdapat Pengaruh antara Tayangan “Buatku Tersenyum” Terhadap Sikap Empati Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda.

Pengaruh Terpaan Tayangan Buatku Tersenyum di Trans 7 Terhadap Sikap Empati Ibu Rumah Tangga (Dyan Vita Sari)

Kata Kunci : Tayangan, Buatku Tersenyum, Empati

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: dyanvitasari@rocketmail.com

PENDAHULUAN

Media televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari peradaban kehidupan manusia, hampir dalam keseharian kita selalu berhubungan dengan media komunikasi massa yang paling berpengaruh ini. Ketika kita menginginkan informasi kita dapat menyajikan tayangan-tayangan hiburan yang menarik dan dengan menonton televisi maka akan banyak hal-hal yang baru yang dapat diketahui oleh manusia. Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif diantara media-media yang lain, hal itu dikarenakan sifatnya yang audio visual (pandang dengar) serta karakteristiknya yang mampu menyebarkan pesan secara cepat dan memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah tak terhingga pada waktu yang bersamaan. Televisi dengan berbagai acara yang ditayangkan telah mampu menarik minat penontonnya dan membuat penonton ketagihan untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan.

Kini televisi sudah menghadirkan berbagai tayangan dengan lengkap, ada berita, talk show, komedi, dan yang paling sering tayang di layar kaca yaitu sinetron dan acara reality show seperti acara Katakan Putus, Catatan Harian Dewi Sandra, Dibalik Rahasia, serta acara Buatku Tersenyum. Siaran hiburan ini sangat digemari olehh banyak penonton. Tayangan *reality show* merupakan suatu tayangan televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang umumnya menampilkan kenyataan yang dimodifikasi, seperti menaruh partisipan di lokasi-lokasi eksotis atau situasi-situasi yang tidak lazim, memancing reaksi tertentu dari partisipan dan melalui penyuntingan dan teknik-teknik pasca produksi lainnya.

Reality show adalah genre acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario (non drama), *reality show* merupakan acara yang sasaran penontonnya merupakan remaja dan kaum muda, seperti yang dikatakan oleh Patino et al (2011-2012) “*Young people are an important target group of reality show*”. Menurut Tessitore, Pandelaere, & Kerckhove (2013) “*Reality television is one of the most frequently watched television programming and its popularity is still growing (e.g. Patino, Kaltcheva, & Smith, 2011, 2012 : Rose & Wood, 2015)*”. *Reality show* pertunjukkan yang asli (*real*), tidak di rekayasa dan tidak dibuat-buat, kejadian diambil dari keseharian kehidupan masyarakat apa adanya. *Reality show* merupakan salah satu gaya atau aturan dalam pertelevisian yang menampilkan “*real life*” seseorang, *reality show* juga tidak mengekspos kehidupan orang, tetapi juga menjadi ajang kompetisi atau bukan program yang menjahili orang.

Namun tayangan *reality show* sebagai perekaman dari kegiatan-kegiatan kehidupan seseorang atau grup, usaha untuk menstimulasi kegiatan kehidupan nyata serta ditayangkan berdasarkan kisah nyata yang mana dalam kehidupan sosial masyarakat memiliki perbedaan dari status sosialnya dan di ambil dari masyarakat sehari-hari orang biasa atau orang awam bukan selebriti.

Begitu juga dengan tayangan *reality show* “Buatku Tersenyum”. Acara televisi tersebut menayangkan berbagai kehidupan nyata di setiap kehidupan

masyarakat sosial menengah kebawah yang tidak dapat membiayai kebutuhan hidup mereka dengan cukup. Dengan adanya acara tersebut yang biasa di tayangkan pada hari Sabtu pada pukul 08.15 WIB di Trans7, masyarakat yang sangat membutuhkan uluran dan bantuan tangan kita untuk dapat sedikit merasakan kehidupan yang cukup serta nyaman, kini dapat merasakan nya dengan bantuan yang diberikan oleh sebagian orang-orang Trans7.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian masalah, maka yang dapat dijadikan perumusan masalah adalah Apakah ada pengaruh antara terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans7 terhadap sikap empati Ibu Rumah Tangga RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda ?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh antara terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans7 terhadap sikap empati Ibu rumah tangga RT 14 Kelurahan baqa Kota Samarinda.

KERANGKA DASAR TEORI

Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” , *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagai pikiran”, “Kita mendiskusikan makna”, dan “Kita mengirimkan pesan” (Mulyana, 2005:41-42). Menurut Effendi (2003:12) komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran itu bisa berupa gagasan, informasi,opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya.

- a. Sumber pesan (*Souce*). Keberhasilan suatu proses komunikasi tidak dapat terlepas dari keberhasilan komuniaktor dalam menyampaikan pesan dan meyakinkan khalayak sasaran tentang pentingnya pesan yang ia sampaikan.
- b. Pesan (*Massage*). Pesan merupakan formulasi ide dan data yang telah didesain sedemikian rupa agar dapat diterima dan dipahami oleh khalayak sasaran, Selain itu, isi dan bentuk juga disesuaikan dengan tujuan dari proses komunikasi yang dilakukan.
- c. Saluran/media (*Channel*). Saluran.media komunikasi untuk menyampaikan informasi harus dipilih dengan tepat sesuai dengan tujuan yang ingin di capai dan karakteristik khalayak sasaran yang ingin dijangkau.

- d. Penerima pesan (*Receiver*). Penerima pesan merupakan khalayak yang dituju. Interpretasi pesan yang dilakukan oleh khalayak sasaran bergantung pada perspektif, pengetahuan, dan logika khalayak tertentu.
- e. Efek (*Effect*). Komunikasi bukan merupakan proses arah karena menghasilkan respon dalam bentuk umpan balik (*Feedback*) yang positif maupun negatif. Jika pesan yang disampaikan kurang mendapat respon atau tidak memberikan efek perubahan, maka komunikator dapat mengevaluasi proses komunikasi yang terjadi atau memperbaiki isi pesan.

Teori Komunikasi

Sudah kita ketahui, bahwa komunikasi sangatlah penting. Jika komunikasi terganggu maka informasi atau pesan yang sampai akan bermasalah. Agar kita bisa menyerap atau menyaring dengan baik apa yang disampaikan oleh seseorang, kita harus menerapkan yang namanya teori komunikasi. Teori komunikasi adalah komunikator, media, pesan, pemirsa, dan umpan balik, dimana komponen tersebut harus saling melengkapi agar para komunikan dapat menyerap apa yang disampaikan oleh komunikator. Ada beberapa ahli yang menerangkan apa itu teori komunikasi, diantaranya sebagai berikut :

1. Little John - Teori komunikasi adalah satu atau sekumpulan “pemikiran kolektif” yang didapati dalam keseluruhan teori terutamanya yang berkaitan dengan proses komunikasi.
2. Borman - Teori komunikasi adalah satu perkataan/istilah yang merupakan payung untuk semua perbincangan dan analisis yang dibuat secara berhati-hati, sistematis dan sadar tentang komunikasi.

Komunikasi Massa

Menurut Black dan Whitney (dalam buku Nuruddin, 2007:61) disebutkan, “*Mass communication is a process whereby mass-produced messages are transmitted to large, anonymous and heterogeneous masses of receivers* (komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal / tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen). Komunikasi meliputi berbagai dimensi, salah satu diantaranya adalah komunikasi massa. Oleh karena itu, maka asas-asas komunikasi itu sendiri dan perkembangan komunikasi massa adalah perkembangan dari komunikasi itu sendiri. Komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan.

Tayangan Televisi

Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan) kepada khalayak baik berupa film, berita, hiburan, dan sebagainya, melalui suatu media elektronik yang dapat menampilkan gambar dan suara (media audio-visual) dalam hal ini adalah televisi. Tayangan reality show ialah tayangan yang ditayangkan dalam kisah nyata ataupun fakta yang sebenarnya yang di dalamnya tidak ada

sebuah adegan berpura-pura ataupun tidak nyata. Tayangan reality show ialah tayangan yang memberikan inspirasi dan inovasi kepada masyarakat agar tidak mudah berputus asa dalam melakukan sesuatu untuk mencapai apapun yang di cita-citakan. Pada dasarnya, tayangan reality show hanyalah merupakan satu dari sekian banyak media hiburan yang ada di Indonesia, fungsi dan peranan tayangan reality show disini adalah sebagai media hiburan yang cukup menarik rasa empati sebagian masyarakat. Reality show mempunyai perbedaan dibandingkan tayangan lainnya yang disiarkan di televisi. Reality show diproduksi berdasarkan realitas kehidupan dengan menampilkan ekspresi, atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang. Pada tayangan reality show, pelaku utama tidak harus berasal dari orang-orang terkenal, tapi masyarakat biasa dapat menjadi pelaku utama dalam tayangan ini. Keberhasilan reality show dalam merebut perhatian penonton juga dikarenakan banyaknya konflik dalam jenis tayangan ini. Konflik adalah bagian dari nilai jual suatu pesan media.

Teori Kultivasi

Teori Kultivasi (George Garbner) merupakan bagian dari teori komunikasi yang membahas efek dari komunikasi massa, teori ini di kembangkan oleh George Garbner. Teori Kultivasi ini muncul untuk meyakinkan orang bahwa efek media massa lebih bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tataran sosial budaya dari pada individual. Teori kultivasi ini juga memberikan gambaran bahwa efek media massa tidak secara langsung menerpa khalayak. Definisi : Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur lingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak pemirsa tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak pemirsa dengan televisi, mereka belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai (nilai sosial) serta adat dan tradisinya.

Teori Kultivasi tidak di kembangkan untuk mempelajari “efek yang ditargetkan dan sfesifik (misalnya, bahwa menonton Superman akan mengarahkan anak-anak untuk mencoba terbang dengan melompat keluar (jendela) melainkan dalam hal akumulasi dan dampak televisi secara menyeluruh, yaitu bagaimana masyarakat melihat dunia dimana mereka hidup”. Oleh karena itu disebut ‘Analisis Budaya’. Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli (1986) berpendapat bahwa meskipun agama atau pendidikan sebelumnya telah berpengaruh besar pada trend sosial dan adat istiadat, namun sekarang ini, televisi lah yang merupakan sumber gambaran yang paling luas dan paling berpengaruh dalam hidup.

Teori Pembelajaran Sosial

Teori Pembelajaran Sosial (*Sosial Learning Theory*) dari Albert Bandura (Bandura 1997 : 330) menyatakan bahwa terjadi banyak pembelajaran melalui pengamatan pada perilaku orang lain. Teori ini merupakan teori pembelajaran umum yang dapat diaplikasikan pada bidang-bidang dampak media massa. Dalam

teori pembelajaran sosial, orang akan mencoba sendiri segala jenis perilaku, kemudian menjaga perilaku yang dihargai dan meninggalkan perilaku yang menyebabkan hukuman.

Media Exposure (Terpaan Media)

Terpaan media dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdiana 2006 : 164). Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya. Lebih lanjut lagi Ardianto dan Erdiana (2006 :164) menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang ,enggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengen bulanan) serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), sedangkan untuk durasi penggunaan media dapat dilihat dari beberapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program.

Empati

Pengertian sikap empati adalah proses kejiwaan seseorang individu larut dalam perasaan orang lain baik suka maupun duka, dan seolah-olah merasakan ataupun mengalami apa yang dirasakan atau dialami oleh orang tersebut. Empati merupakan kelanjutan dari sikap simpati, yaitu perbuatan nyata untuk mewujudkan rasa simpatinya itu.

Sedangkan menurut Kohut (dalam Taufik, 2012:40) melihat sikap empati sebagai suatu proses di mana seseorang berpikir mengenai kondisi orang lain yang seakan-akan dia berada pada posisi orang lain itu. Selanjutnya, Kohut melakukan penguatan atas definisinya itu dengan mengatakan bahwa empati adalah kemampuan berpikir objektif tentang kehidupan terdalam dari orang lain. Menurut Eisenberg (2002) dalam Taufik (2012:43) bahwa dalam proses individu berempati melibatkan aspek afektif , kognitif , dan Behavioral. Aspek afekif merupakan kecenderungan seseorang untuk mengalami perasaan emosional orang lain yaitu ikut merasakan ketika orang lain merasa sedih, menangis, terluka, menderita bahkan disakiti, sedangkan aspek kognitif dalam sikap empati difokuskan pada proses intelektual untuk memahami perspektif orang lain dengan tepat dan menerima pandangan mereka, misalnya membayangkan perasaan orang lain ketika marah, kecewa, senang, memahami keadaan orang lain dari; cara berbicara, dari raut wajah, cara pandang dalam berpendapat.

Maka dapat disimpulkan bahwa sikap empati adalah bagaimana kita membayangkan pikiran dan perasaan orang lain dari perspektif mereka sendiri. Sikap empati merupakan reaksi perasaan atau kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain oleh seorang individu atau suatu kelompok masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Pengertian kuantitatif menurut Kriyanto adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak perlu mementingkan kedalaman data atau analisis, periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2009 : 55).

Definisi Operasional

Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator
1.	Variabel Independent X Terpaan Tayangan Buatku Tersenyum	1. Frekuensi 2. Atensi 3. Durasi
2.	Variabel Dependent Y Sikap Empati	1. <i>Afektif</i> 2. <i>Kognitif</i> 3. <i>Behavioral</i>

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah masyarakat berjenis kelamin Perempuan yang dikategorikan sebagai Ibu Rumah Tangga yang menonton tayangan “Buatku Tersenyum” di lingkungan RT 14 Kelurahan Baqa. Untuk mendapatkan data yang lebih spesifik peneliti mengambil data dari ketua RT 14 Kecamatan Samarinda Seberang. Dari data yang telah diperoleh terdapat 135 Kepala Keluarga, terdapat 80 orang Ibu Rumah Tangga. Sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini sebesar 80 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Diketahui jumlah populasi sebesar $N = 80$ responden, dan batas kesalahan yang ditolerir (e) yang ditetapkan sebesar 5% atau 0,05. Maka berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{80}{1 + 80(0.1)^2} \\
 &= \frac{80}{1.8} = 44.44
 \end{aligned}$$

Dibulatkan menjadi 40 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi data yang akurat dan objektif maka dilakukan pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data primer berupa :
 - a. Kuesioner, adalah suatu alat pengumpulan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden (Zuriah, 2006:182).
 - b. Observasi, adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian.
2. Data sekunder berupa data yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang terdapat dalam buku dan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, seperti buku, internet, brosur, serta catatan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Alat Pengukuran Data

Peneliti menggunakan instrument untuk mengumpulkan data. Pertanyaan yang akan diajukan berupa pertanyaan dalam Skala Likert. Skala Likert (Riduwan, 2010 : 86) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Mustikoweni (2002 : 1).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Cronbach's Alpha	N of Items
622	15

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Hasil Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,359 ^a	,129	,106	3,01152
a. Predictors: (Constant), X				

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34,913	7,705		4,50	,00
	X	,347	,146	,359	2,375	,02

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data perhitungan SPSS

Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51,144	1	51,144	39,56	,02
	Residual	344,631	38	9,069		
	Total	395,775	39			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Pembahasan

Tayangan “Buatku Tersenyum” adalah acara semi dokumenter yang mengangkat kisah kehidupan orang-orang yang tidak beruntung di sekitar kita. Ditayangkan setiap hari sabtu pukul 08.15 WIB di Trans 7. Tayangan “Buatku Tersenyum” merupakan salah satu acara yang ada di Trans 7 yang tampil dengan format berbeda. Keunikan dan ciri khas dari acara “Buatku Tersenyum” ini adalah cara penyajian program tersebut, objek yang diliput berdialog dan beradegan melakukan kegiatan sehari-hari secara normal.

“Buatku Tersenyum” adalah sebuah acara semi dokumenter yang mengangkat kisah kehidupan orang-orang yang ‘tidak beruntung’ di sekitar kita. “Buatku Tersenyum” menyajikan informasi menyeluruh mengenai perjuangan rakyat miskin untuk bisa bertahan hidup meskipun kehidupan mereka terus tergerus oleh perkembangan zaman. Memenuhi berbagai kebutuhan hidup meskipun dengan keterbatasan dan ketertinggalan menjadi inspirasi tersendiri bagi penonton. Semangat mereka menjalani hidup dalam mengatasi berbagai halangan yang ada di harapkan mampu memberikan motivasi.

Program ini biasanya mengambil setting di wilayah pelosok-pelosok desa ataupun perkampungan di Indonesia. Fenomena kehidupan rakyat miskin yang diangkat dalam tayangan ini merupakan kondisi nyata yang terjadi di sekitar masyarakat Indonesia yang layak untuk diketahui dan di perdulikan.

Umumnya yang menjadi subyek ataupun pelaku utama dalam tayangan ini adalah seorang fakir miskin dengan segala keterbatasan rezeki, fisik dan latar belakang keluarganya. Suratin takdir yang menempatkan mereka dalam kondisi tertinggal tidak lantas menyurutkan semangat mereka untuk mencari nafkah demi sesuap nasi. Terkadang kita seakan tak habis fikir dengan subyek atau pelaku penderita yang dengan rezeki terbatas (penghasilan 5000-10.000 rupiah perhari) dapat bertahan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Tak jarang hampir setiap hari mereka “harus” tahan berpuasa dengan makan nasi 1-2 kali sehari dengan lauk ala kadarnya, atau seringkali hanya menggunakan garam atau sambal sebagai penggantinya.

Kesulitan hidup masih ditambah pula bilamana didapati terdapat anggota keluarga yang menderita sakit menahun, atau beban kebutuhan primer lainnya seperti biaya pendidikan bagi anak. Selain urusan makan, masalah sandang dan papan kerap menjadi salah satu masalah ekonomi yang dipaparkan dalam beberapa episode *Buatku Tersenyum*. Secara logika realita yang tersaji dalam tayangan *Buatku Tersenyum* dapat terjadi di sekitar kita. Mereka adalah keluarga yang berada di bawah garis kemiskinan dan kesejahteraan. Tak jarang pula anak-anak di bawah umur menjadi subyek yang terpaksa menanggung pengorbanan.

Mereka mencari rezeki dengan halal, tanpa mencuri ataupun sekedar menghadap iba dan meminta belas kasihan orang disekitarnya. Untuk mendapatkan 5-10 ribu rupiah mereka tak mendapatkannya dengan gratis. Mereka tetap harus bekerja membanting tulang seharian untuk memilikinya. Tak jarang hasil yang diperoleh jauh dibawah itu meski harus cucul ragad bejam-jam lamanya.

Rasanya ucapan syukur tak hentinya harus dipanjatkan bagi siapapun yang melihat tayangan ini dan merasa memiliki roda ekonomi dan nasib yang lebih baik dari subyek yang ditampilkan dalam tayangan *Buatku Tersenyum*. Tak lupa, acara ini juga menjadi sentilan dan cambuk bagi pemerintah (pusat dan daerah) serta wakil rakyat untuk lebih memperhatikan dan membantu para warga yang tertinggal itu untuk lebih berempati dan lebih bisa menentukan kebijakan yang berpihak pada kesejahteraan rakyatnya. Betapa dalam era globalisasi ini masih terdapat sederetan kaum marjinal yang tertinggal ditengah ganasnya arus globalisasi. Jika tak dibantu, niscaya kehidupan dan roda nasib mereka akan semakin terpinggirkan. Selain itu, hikmah dari acara seperti ini, dapat menginspirasi penonton bahwa orang-orang yang memiliki kegigihan dan tidak pantang menyerah dalam menghadapi hidup serta memiliki asa yang tinggi dalam hidup mereka. Ini patut direnungkan dan membuat kita semakin pandai dalam bersyukur.

Diperoleh nilai Fhitung sebesar 5,639 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Diketahui F_{tabel} dengan jumlah responden 40 adalah 4,08 sehingga, nilai

$F_{hitung} > F_{tabel}$ (5,639) > F_{tabel} (4,08) dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, variabel x yaitu terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel y yaitu sikap empati Ibu Rumah Tangga. Hal ini berarti H_1 diterima.

Berdasarkan analisis- analisis tersebut, maka hipotesis yang penulis ajukan yaitu Terdapat pengaruh terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” (X) terhadap sikap empati Ibu Rumah Tangga (Y) diterima karena terbukti kebenarannya. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu $0,359 > 0,312$.

Dan Berdasarkan Uji F tersebut $0,359 > 0,312$ dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan tayangan media televisi (Teori Kultivasi) “Buatku Tersenyum” yang mampu mempengaruhi sikap empati Ibu Rumah Tangga (Teori Pembelajaran Sosial) kepada orang-orang yang miskin. Sehingga televisi sebagai pembelajaran sosial yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam merubah sikap mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan pembahasan mengenai pengaruh tayangan “Buatku Tersenyum” terhadap sikap empati masyarakat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dari variabel X (terpaan tayangan “Buatku Tersenyum”) yang terdiri dari 3 indikator yaitu Frekuensi, Atensi, dan Durasi diketahui bahwa Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa sering menonton tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans 7. Masyarakat menyukai tayangan tersebut dan menurut mereka tayangan “Buatku Tersenyum” ini menarik untuk ditonton. Dan sebagian masyarakat cukup memperhatikan tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans 7 walaupun sebagian besar dari mereka tidak sepenuhnya menonton tayangan “Buatku Tersenyum” hingga selesai.
2. Hasil penelitian pada variabel Y (Sikap Empati) yang terdiri dari 3 indikator yaitu Afektif, Kognitif dan Behavioral diketahui, bahwa pengetahuan Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa tentang kehidupan rakyat miskin bertambah ketika menonton tayangan “Buatku Tersenyum” di Trans 7. Mereka menjadi tahu apa saja pekerjaan rakyat miskin dan betapa kerasnya perjuangan mereka untuk tetap bertahan hidup. Masyarakat di Kelurahan Baqa bisa membayangkan penderitaan rakyat miskin atau orang yang kurang mapu dan mampu mengubah pandangan mereka bahwa pada kenyataannya kehidupan rayat miskin tidaklah mudah sehingga masyarakat menjadi iba dan kasihan ketika menonton tayangan tersebut serta masyarakat Kelurahan Baqa menjadi lebih peduli terhadap lingkungan sekitar sehingga bilamana ada seseorang yang mengalami kesusahan masyarakat dengan segera membantunya dengan ikhlas khususnya terhadap orang-orang yang kurang mampu. Dapat disimpulkan bahwa, sikap empati masyarakat di Kelurahan Baqa tergolong

tinggi hal itu dapat dilihat dari indikator Afektif, Kognitif dan Behavioral yang telah diuraikan diatas.

3. Terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap sikap empati Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan Analisis Product Moment, diperoleh hasil $r = 0,359$ sehingga berada pada interval $0,60 - 0,799$ yang termasuk dalam kategori tingkat hubungan cukup kuat. Berdasarkan hasil analisis statistik dalam Uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,639 dengan nilai probabilitas (sig)=0,000. Diketahui F_{tabel} dengan jumlah responden 40 adalah 4,08 sehingga, Nilai $F_{hitung}(5,639) > F_{tabel}(4,08)$, dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, variabel X yaitu terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y yaitu sikap empati Ibu Rumah Tangga.
4. Jadi, H_1 yang penulis ajukan, bahwa terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” mempunyai pengaruh terhadap sikap empati Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda diterima karena terbukti kebenarannya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan pembahasan durasi tingkat mengenai pengaruh terpaan tayangan “Buatku Tersenyum” terhadap sikap empati Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa Kota Samarinda, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian ini, lamanya menonton (durasi) tayangan “Buatku Tersenyum” terbilang cukup Rendah, oleh karena itu diharapkan kepada masyarakat untuk meningkatkan intensitas menonton tayangan “Buatku Tersenyum”. Hal ini agar masyarakat sebagai komunikan memperoleh pengetahuan dan informasi dari cerita rakyat miskin yang ada dalam tayangan “Buatku Tersenyum” sebagai bentuk pembelajaran sosial sehingga dapat membangkitkan semangat toleransi dan solidaritas sosial antara sesama manusia, serta memiliki sikap empati dan simpati terhadap orang-orang yang kurang mampu dan terpaan tayangan ini mampu menjadi media pembelajaran sosial bagi khalayak lain.
2. Berdasarkan penelitian ini, sikap empati Ibu Rumah Tangga di RT 14 Kelurahan Baqa dikategorikan tinggi, maka hendaknya dapat dipertahankan. Masyarakat diharapkan lebih selektif lagi dalam memilih program-program acara yang menjadi konsumsi masyarakat sehari-hari, sehingga tidak menimbulkan pengaruh yang buruk.
3. Berdasarkan penelitian ini, saran dari skripsi tersebut penulis berharap dapat menjadi saran yang baik untuk penelitian skripsi berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro & Erdiyana, 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Azwar S, 2003. *Sikap manusia, teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar,
- Bungin, Burhan, 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Darwanto, S.S.2007, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka.
- Kuswandi, Wawan, 1996. *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta : Rineka Cipta
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Mulyana, Deddy, 2005. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin, 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Riswandi, 2009. *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rakhmat, Jalaludin, 2009, *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riduwan, 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Riduwan dan Akdon. 2006. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta
- Sugihartono, R.A, 2004, *Reality Show, Sebuah Tren Baru Acara Pertelevisian,Ornamen Jurnal Seni Rupa Vol 1 : 72*
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnalistik Infotainment, Kancan baru Jurnalistik dalam Industri Televisi*. Jakarta: Pilar Media.
- Taufik. 2012. *Empati Pendekatan Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Wahyudi, J. B. 1986. *Media Komunikasi Massa Televisi*. Bandung: Penerbit Alumni.

Sumber Internet :

- <http://mix.co.id/brand-communication/media/cara-trans-media-hindari-anibalisasi/> ,diakses tanggal 20 Februari 2016
- <http://www.trans7.acara.co.id>, diakses tanggal 2 April 2016
- <https://www.trans7.co.id/?halaman=artikel&id=41>, diakses tanggal 16 Mei 2016
- http://id.wikipedia.org/wiki/CT_Corp, diakses tanggal 26 Juni 2016
- https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_Corp, diakses tanggal 26 Juni 2016
- (<http://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/acintya/article/download/222/196>), diakses tanggal 5 April 2016
- http://www.academia.edu/9771414/Pengaruh_Reality_Show_terhadap_perilaku_dan_gaya_hidup_manusia, diakses tanggal 23 Maret 2016
- <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/viewfile/1001/967>, diakses tanggal 5 April 2016

Penelitian Ilmiah :

Milayatik, Ernin Dwi. (2013). *Opini Masyarakat Surabaya Tentang Program Reality Show “Orang Pinggiran” di Trans 7* . Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur, From: <http://eprints.upnjatim.ac.id/4825> , di unduh tanggal 21 Oktober 2015

Kusumaningdyah, Hanindya Hapsari, (2013). *Pengaruh Terpaan Tayangan Reality Show Terhadap Sikap Remaja*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya Malang, From: <http://www.academia.edu/6319959/>, di unduh tanggal 21 Oktober 2015

Nisa, Anis Haifa.(2014). *Komodifikasi kemiskinan dalam acara televisi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, From: <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/Jurnalistik/article/download/7/1>, di unduh tanggal 25 Juni 2016