

## DAFTAR ISI

Halaman

**KATA PENGANTAR.....iii**

**DAFTAR ISI .....v**

**DAFTAR GAMBAR.....ix**

**DAFTAR TABEL.....x**

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....1

1.2 Perumusan Masalah .....9

1.3 Tujuan Penelitian .....9

1.4 Manfaat Penelitian.....10

1.4.1 Manfaat Teoritis .....10

1.4.2 Manfaat Praktis .....10

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....11

2.1.1 Komunikasi massa. ....11

2.1.2 Televisi sebagai media massa.....12

2.1.3 Tayangan Provocative Proactive.....14

2.1.4 Berpikir kritis.....14

2.1.5 Mahasiswa.....	21
2.1.6 Mahasiswa sebagai khalayak media.....	22
2.2 Teori S-O-R .....	24
2.3 Kerangka Berfikir.....	27
2.4 Hipotesis.....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Defisini Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.1.1 Terpaan Tayangan provocative Proactive di Metro TV.....	29
3.1.2 Tingkat Berpikir Kritis Mahasiswa di Surabaya .....	30
3.1.3 Pengukuran Variabel .....	32
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	37
3.3.1 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.2 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Metode Analisis Data .....	40

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Metro TV.....	44
4.1.1 Logo dan Slogan Baru.....	45

4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2.1 Universitas Bhayangkara.....	46
4.2.2 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.....	47
4.2.3 Universitas Wijaya Kusuma.....	49
4.2.4 Universitas Surabaya.....	50
4.2.5 Universitas 17 Agustus 1945 .....	51
4.2.6 Universitas Airlangga .....	52
4.3 Penyajian data .....	53
4.3.1 Identitas Responden .....	53
4.3.2 Terpaan Program Acara Provocative Proactive di Metro TV .....	54
4.3.2.1 Frekuensi Tayangan Provocative Proactive di Metro TV .....	54
4.3.2.2 Durasi Menonton Tayangan Provocative Proactive di Metro TV .....	57
4.3.3 Tingkat berpikir Kritis Mahasiswa di Surabaya Setelah Menonton Tayangan Provocative Proactive di Metro TV .....	61
4.3.3.1 mempertanyakan Permasalahan Yang Kurang Dimengerti dan Dipahami .....	62
4.3.3.2 Menanggapi Permasalahan Secara Emosional .....	64

4.3.3.3 Lantang Berbicara Tentang Kebenaran .....	66
4.3.3.4 Jarang Mencari Referensi – Referensi Untuk Menemukan Jawaban Sebuah Permasalahan .....	68
4.3.3.5 Netral Dalam Menyikapi Permasalahan .....	70
4.3.3.6 Cermat Dalam menyikapi Permasalahan .....	72
4.3.3.7 Berhati – Hati Atau Mempertimbangkan Secara Matang Sebelum Berkomentar .....	73
4.3.3.8 Selektif Menilai Baik Tidaknya Sebuah Informasi .....	75
4.3.3.9 Fokus Atau Konsisten Dalam Menghadapi Masalah .....	77
4.3.3.10 Terbuka Dan Menghargai Pendapat Orang lain .....	79
4.3.3.11 Melihat Permasalahan Dari Berbagai Sudut .....	81
4.4 Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis .....	86

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran .....	92

## **DAFTAR PUSTAKA.....**

## ABSTRAKSI

### **EVAN RHEZA ADITYA. NPM 0743010114. HUBUNGAN TERPAAN TAYANGAN PROVOCATIVE PROACTIVE DI METRO TV DENGAN TINGKAT BERPIKIR KRITIS MAHASISWA DI SURABAYA (Studi Korelasional Terpaan Tayangan )**

Televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki unsur audio visual yang pesannya berupa gambar dan suara. Setiap stasiun televisi mempunyai program acara yang berbeda dan menarik. Salah satunya program acara Provocative Proactive di Metro TV. Program acara yang menayangkan *talkshow* untuk mengkritisi permasalahan sosial, politik, dan budaya yang terjadi di Indonesia. Tujuan dari program acara ini adalah untuk memotivasi atau mengajak penonton untuk lebih berfikir kritis terhadap permasalahan sosial, politik, dan budaya yang terjadi disekitar kehidupan masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan terpaan tayangan Provocative Proactive di Metro TV dengan tingkat berfikir kritis mahasiswa di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan teori Stimulus Organism Response (S-O-R) yang mempunyai asumsi bahwa suatu stimulus tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon tertentu, dengan mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Surabaya 472.856 jiwa dan sampel sebesar 100 mahasiswa yang menonton tayangan Provocative Proactive di Metro TV dan mahasiswa semester awal sampai dengan akhir. Dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang alokasikan di tiap – tiap universitas yang telah ditentukan secara *Multistage Cluster Random Sampling*. Pada metode analisis data menggunakan koefisien *Rank Spearan*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan terpaan tayangan Provocative Proactive di Metro TV dengan tingkat berfikir kritis Mahasiswa di Surabaya dengan tingkat hubungan lemah.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan akan informasi saat ini menjadi hal penting bagi manusia di era globalisasi yang terus berkembang. Manusia dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan informasi yang ada demi memperoleh informasi – informasi yang dibutuhkan. Penyampaian informasi tak lepas dari adanya sebuah proses komunikasi yang membutuhkan sebuah media sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik. Agar informasi yang dibutuhkan masyarakat tersampaikan dengan baik, maka dibutuhkan pemilihan media yang tepat pula.

Proses komunikasi dapat berlangsung melalui media massa. Komunikasi seperti ini disebut komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan alat dalam proses komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas secara bersamaan dan bersifat heterogen. Masalah ruang dan waktu tidak menjadi halangan dalam komunikasi massa. Pada komunikasi massa terdapat jenis – jenis media yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak terdiri atas surat kabar (koran), majalah, tabloid, sedangkan media elektronik terdiri atas televisi, radio, dan internet.

Televisi merupakan media elektronik yang menggabungkan antara unsur suara (audio) dan gambar (visual). Seperti dikemukakan oleh J.B Wahyudi, bahwa televisi mempunyai kelebihan dalam penyampaian pesan - pesannya karena

penyampaian pesannya disampaikan melalui suara (audio), gambar (visual) tersebut berlangsung secara bersamaan (sinkron) dan hidup, sangat cepat (aktual), terlebih lagi dalam siaran langsung (live broadcast) dan dapat menjangkau ruang yang sangat luas (Wahyudi, 1996:3).

Akibat dari perkembangan teknologi massa televisi tersebut akan memberikan pengaruh – pengaruh dalam kehidupan manusia (Kuswandi, 1996 : 7). Menurut Mar'at dari Unpad acara pada televisi umumnya mempunyai pengaruh berupa perubahan perilaku, pandangan, persepsi, dan perasaan pemirsa. Jadi, jika ada hal – hal yang membuat pemirsa terharu, terpesona, dan senang bukan merupakan hal yang istimewa. Sebab, salah satu pengaruh psikologi dari televisi seakan-akan menghipnotis pemirsa, sehingga pemirsa tersebut terhanyutkan oleh suasana pertunjukan televisi (Effendy, 2000:193)

Melalui kegiatan menonton televisi, pemirsa mampu memahami dan mengerti setiap informasi yang disampaikan. Pemirsa mampu menilai tayangan yang disajikan sebagai pesan yang mendidik, menghibur, serta mempengaruhi pemirsanya melalui berbagai tayangan yang disajikan. Disadari atau tidak, menyaksikan televisi merupakan kegiatan yang senantiasa didorong upaya untuk mencari hiburan maupun informasi.

Metro TV atau PT Media Televisi Indonesia merupakan anak perusahaan dari Media Group, suatu kelompok usaha media yang dipimpin oleh Surya Paloh, yang juga merupakan pemilik surat kabar Media Indonesia. PT Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran atas nama "MetroTV" pada tanggal 25

Oktober 1999. Pada tanggal 25 November 2000, MetroTV mengudara untuk pertama kalinya dalam bentuk siaran uji coba di 7 kota. Pada awalnya hanya bersiaran 12 jam sehari, sejak tanggal 1 April 2001, MetroTV mulai bersiaran selama 24 jam. Dari awalnya memulai operasi dengan 280 orang karyawan, saat ini MetroTV mempekerjakan lebih dari 900 orang, sebagian besar di ruang berita dan daerah produksi. Stasiun TV ini pada awalnya memiliki konsep agak berbeda dengan yang lain, sebab selain mengudara selama 24 jam setiap hari, stasiun TV ini hanya memusatkan acaranya pada siaran warta berita saja. Tetapi dalam perkembangannya, stasiun ini kemudian juga memasukkan unsur hiburan dalam program-programnya.

Salah satu tayangannya adalah *Provocative Proactive* yang ditayangkan seminggu sekali setiap hari Kamis pukul 22.05 WIB. Program *Provocative proactive* ini dipandu oleh *host* Pandji Pragiwaksono, Ronald Surapradja, Raditya Dika, J Flow. Para *host* di tayangan tersebut tidak menjadi diri sendiri namun mewakili beberapa karakter di lapisan masyarakat yang berbeda. Raditya Dika menjadi mahasiswa bernama Dika dengan segala karakteristik mahasiswa. Kemudian Ronald Surapradja menjadi rakyat jelata bernama Onal yang kerjanya serabutan dan berdagang apapun. Pandji Pragiwaksono menjadi perwakilan dari masyarakat kelas menengah dan pekerja. Sedangkan Andhari menjadi seorang gadis anak pemilik warung kopi, dan yang terakhir J Flow menjadi tokoh yang mewakili kalangan yang lebih mampu bernama Joshi yang “tongkrongannya” lebih “tinggi” tapi sesungguhnya peduli dengan Indonesia dengan gayanya



sendiri. Keempat orang ini disatukan oleh “tongkrongan” mereka bernama Warung Kopi.

Program ini membahas berita dan kabar terpanas dalam satu minggu dengan gaya yang agak berbeda. Pertama adalah berita, di tayangan tersebut Pandji memberitakan isu - isu yang terkini dan kontroversial selama seminggu dengan gaya *ala* Pandji. Kedua adalah sebuah talkshow yang bernama “warung kopi”, warung kopi merupakan bagian dari budaya Indonesia. Filosofi dari warung kopi yaitu Semua orang dari kalangan yang berbeda, bersatu dan semua orang dapat membahas hal apa saja. Orang Indonesia sangat senang bersosialisasi, berinteraksi, atau sekedar nongkrong. Dimanapun di Indonesia, kita bisa menemui warung kopi.

Sejak tayangan perdana *Provocative Proactive* pada 7 Agustus 2010, acara ini banyak membahas tentang berbagai masalah politik, ekonomi, sosial dan budaya serta isu – isu yang kontroversial. Pada tayangan perdana, acara ini terbukti sudah memberikan respon dari pemirsanya. Terutama berkaitan dengan gaya membawakan acara dari para *host* nya yang menggunakan gaya bahasa yang menarik, lucu, dan *easy listening*. Sebagaimana tanggapan yang dikutip melalui dua buah situs kaskus dan Metro TV. Kemudian juga tentang isu yang diangkat yaitu salah satunya tentang aksi aktor Pong Harjatmo yang mencoret – coret atap gedung DPR dan berbagai isu lain yang disajikan pada tiap sesi acara. Para pemirsa menilai acara tersebut dikemas sungguh menarik dan topik yang diangkat

adalah permasalahan yang berbobot.

([www.kaskus.us/showthread.php?t=4918822](http://www.kaskus.us/showthread.php?t=4918822))

Pada tayangan edisi Kamis, 4 November 2010 yang mengangkat isu tentang anggota DPRD dan DPR yang melakukan kunjungan kerja di luar negeri yang banyak disorot banyak pihak – pihak sebagai sebuah kegiatan pemborosan uang negara. Dalam tayangan ini kegiatan kunjungan kerja diselewengkan menjadi “tur dan plesir”. Para *host* mengkritisi hal tersebut secara “blak – blakan” dan diselewengkan menjadi hal yang lucu.

Pada edisi 11 November 2010 juga mengangkat tema tentang hari pahlawan. Pada edisi tersebut mengkritik kesadaran masyarakat tentang jasa – jasa para pahlawan yang membela tanah air Indonesia. Sedangkan pada edisi 18 November 2010, Provocative Proactive mengangkat tema “ WIG: Wajah Inoncence Gayus. Tema tersebut diangkat karena sedang maraknya pemberitaan tentang kaburnya gayus dari penjara. Para *host* mengkritik kinerja dari aparat kepolisian yang kurang profssional dalam menjalankan tugas. Selain itu mereka menyindir bahwa aparat bisa disuap dengan uang. Apalagi sindiran yang di lontarkan para *host* sangat tajam dan mengena di hati yang mampu memprovokasi pikiran penonton agar mampu berpikir lebih kritis.

Tayangan Provocative Proactive ini berbeda dengan acara – acara lain yang serupa. Tayangan ini memiliki konsep acara yang sederhana yaitu memprovokasi seseorang untuk berpikir kritis. Apalagi pencerdasan politik, sosial dan budaya tidak terkesan menggurui dan sikapnya tidak membuat kita hanya memihak pada

satu opini namun kita diajak untuk berpikir tentang banyak opini kemudian mengambil satu opini yang menurut kita baik. Terlebih sasaran acara ini lebih ke anak muda dan membahas tema acaranya pun diwarung kopi yang mencerminkan Indonesia.

Dalam tayangan ini bersegment anak muda yaitu mahasiswa. Secara singkat mahasiswa dapat dikatakan sebagai seorang pelajar yang memiliki tingkat kematangan lebih. Tingkat kematangan yang mencakup manajemen, kritis, berpikir dengan logika dan mampu membedakan hal yang benar dan salah. Individu yang berstatus sebagai mahasiswa dituntut untuk menjadi ikon – ikon pelopor pembaharuan dan pelopor – pelopor perjuangan yang peduli dan tanggap terhadap berbagai isu sosial, politik, serta permasalahan umat dan bangsa. (<http://waris007.student.umm.ac.id/2010/01/28/hello-world/>)

Mahasiswa memiliki karakter berpikir yang kritis terhadap permasalahan di dalam kehidupan. Mahasiswa dapat menjadi penyalur aspirasi masyarakat ke pemerintah untuk mengkritisi berbagai hal yang berkaitan dan mempengaruhi kehidupan masyarakat luas. Dalam menyampaikan aspirasinya selalu terdapat sebuah aksi, aksi bisa berupa demonstrasi atau dapat diartikan sebagai unjuk rasa. Aksi ini dapat ditujukan untuk membela kepentingan rakyat. Oleh sebab itu, mahasiswa yang bertindak kritis di sebut sebagai pahlawan rakyat.

(<http://tecniquecentury19.blogspot.com/2008/12/artikel-4.html>)

Jika berbicara tentang mahasiswa maka yang terlintas di benak kita satu kata yaitu kritis yang dapat kita artikan sebagai suatu sikap responsif, peka dan

sensibilitas tinggi terhadap masalah. Mahasiswa diidentikkan dengan sekumpulan anak muda yang kritis, yang dalam asumsinya dapat kita bagi menjadi asumsi kritis yang positif maupun yang negatif. Dalam konteks kehidupan sehari – hari mahasiswa yang berpikir akan selalu aktif mengajukan pertanyaan tentang hal – hal yang tidak dimengerti, kondisi ini dimaksudkan mencari kebenaran terhadap suatu permasalahan secara mandiri. Selain itu mahasiswa yang berpikir kritis akan menggunakan logikanya untuk menyelesaikan suatu permasalahan, yaitu berpikir dengan nalar tanpa emosi. Hal identik yang selalu terlihat dari mahasiswa yang berpikir kritis yaitu berani berbicara dengan lantang dan tegas akan suatu kebenaran. Mereka yang berani lantang dan tegas mempertahankan argumentnya adalah mereka yang yakin bahwa apa yang disampaikan merupakan sebuah kebenaran.

Dalam sejarah kehidupan mahasiswa, berpikir kritis sudah dimulai sejak masa orde baru. Sebagian besar mahasiswa bergerak bersama-sama untuk melawan rezim Orde Baru. Mereka mengemban amanat dari seluruh masyarakat Indonesia dengan membakar rezim – rezim pemerintahan pada masa tersebut. Mereka berusaha untuk merubah rezim pada orde baru yang dianggap merugikan masyarakat. Sehingga pada masa lalu mahasiswa yang berpikir kritis memiliki tujuan yang hakiki untuk merubah dan memperbaiki keadaan dari sektor pemerintahan, sosial, ekonomi, budaya, dan berbagai sektor kehidupan lainnya.

Namun pada kenyatannya mahasiswa saat ini jauh dari konsep berpikir kritis seperti pada semestinya. Mahasiswa saat ini lebih mementingkan kepentingan pribadi, kurang memperdulikan kehidupan dan kepentingan

masyarakat luas. Mahasiswa saat ini bukan lagi menjadi pahlawan rakyat, namun menjadi pahlawan bagi dirinya sendiri. Pola pikir yang semacam ini wajar adanya karena memang perubahan zaman yang begitu pesat hingga saat ini. Sehingga tidak dapat dipungkiri perjuangan mahasiswa dulu dan sekarang ini sangat berbeda. Mahasiswa saat ini mayoritas banyak yang terjebak dalam pusaran hedonisme yang berpusat pada gaya hidup yang “hura-hura” dan sifat konsumtif. Gaya hidup ini cenderung untuk memenuhi kepuasan pribadi seakan membudaya. *Shopping, clubbing, narkoba, free sex* mewarnai kehidupan saat ini. Mereka menjadikan status mahasiswa untuk sebuah alasan berpikir kritis sedangkan mereka sendiri tidak begitu paham apa itu berpikir kritis. Mereka lebih memilih *fotocopy* sebagai instrument pelengkap kuliah daripada membeli buku bacaan. Sedangkan motivasi mereka kuliah hanya untuk mengisi absen dan kepentingan – kepentingan lain yang mengesampingkan tujuan utama kuliah yaitu menuntut ilmu.

(<http://edukasi.kompasiana.com/2010/10/08/kehidupan-%E2%80%9Cmahasiswa%E2%80%9D-masa-kini/>)

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang hubungan terpaan tayangan Provocative Proactive di Metro TV terhadap tingkat berpikir kritis mahasiswa di Surabaya. Penelitian ini mengambil objek penelitian mahasiswa karena di Surabaya memiliki jumlah universitas terbanyak di Indonesia dan mahasiswa cenderung mampu membedakan hal – hal yang dianggap baik dan buruk serta memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi.

Mahasiswa juga kental akan suasana kedinamisan dan sifat kenyataan objektif, sistematis dan rasional.

(<http://sutisna.com/artikel/ilmu-alam-matematika/psikologi/pengertian-mahasiswa/>)

Penelitian ini akan dilakukan di Surabaya mengingat Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua, memiliki jumlah mahasiswa terbanyak kedua setelah DKI Jakarta se- Indonesia sekitar 472.856 mahasiswa dan jumlah universitas terbanyak di Jawa Timur. Tercatat jumlah Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Surabaya adalah 6 Perguruan Tinggi, sementara itu jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Surabaya sebanyak 30 Perguruan Tinggi. Dari data diatas maka penelitian sesuai dilakukan di Surabaya.

([http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_perguruan\\_tinggi\\_negeri\\_di\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_perguruan_tinggi_negeri_di_Indonesia))

## **1.2 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan terpaan tayangan provocative proactive di Metro TV dengan tingkat berpikir kritis mahasiswa di Surabaya.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan terpaan tayangan provocative proactive di Metro TV dengan tingkat berpikir kritis mahasiswa di Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat mengaplikasikan teori – teori, khususnya teori – teori tentang komunikasi massa.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Kegunaan praktis yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah agar pihak – pihak yang tertarik dalam kajian masalah yang sama dapat mengambil manfaat, selain itu dapat dijadikan bahan evaluasi.

