

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia saat ini berkembang dengan pesat dalam bidang teknologi, hal ini sangat berdampak dalam bidang komunikasi yang ada. Perkembangan teknologi saat ini dunia informasi menjadi sangat penting dalam segi kehidupan, maka komunikasi pun menjadi bagian yang sangat penting dalam melengkapi kehidupan manusia, sehingga sekarang menjadikan dunia seperti tidak memiliki batasan, jarak dan waktu lagi untuk berkomunikasi dengan siapa saja. Komunikasi yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung ataupun tidak langsung melalui media.

Media komunikasi adalah wadah atau sarana didalam bidang komunikasi. Media komunikasi juga suatu benda atau alat yang digunakan sebagai perantara untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Media komunikasi sangat berperan dalam mempengaruhi perubahan masyarakat, Televisi dan radio adalah contoh paling sukses yang menjadi pendorong perubahan. Dalam media elektronik Televisi merupakan bagian dari media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang *update*, dan menyebarkannya kepada khalayak umum.

Dalam Baksin (2006: 16) mendefinisikan bahwa televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam

bentuk audio visual gerak. Isi pesan audio visual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu. Televisi sebagai salah satu media elektronik, dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informatif, hiburan dan pendidikan kepada masyarakat luas. Bila dibandingkan dengan radio yang hanya didengar (*audibel*), televisi jelas mempunyai pengaruh yang lebih kuat dalam kapasitasnya tersebut, karena selain siaran dapat didengar (*audibel*) dan dapat dilihat (*visibel*). Siaran televisi juga memiliki sifat-sifat langsung, simultan, intim dan nyata (Mulyana, 1997:169)

Berdasarkan kedua pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi adalah sistem elektronik yang menyampaikan suatu isi pesan dalam bentuk audio visual gerak dan merupakan sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan, menyajikan, disajikan dan yang menikmati. Dengan demikian televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum.

Perkembangan dan keberadaan media televisi membawa perubahan yang telah dirasakan oleh banyak individu, budaya televisi telah melahirkan *alternatif* tontonan hiburan dengan berbagai dimensi. Dari sekian banyak acara hiburan televisi, salah satu yang banyak diminati pemirsa adalah siaran sepakbola. Olahraga sepakbola memang berbeda dengan olahraga yang lain, olahraga ini berhasil membius jutaan penduduk di seluruh dunia. Sepakbola adalah olahraga *universal*, semua orang kaya, miskin, tua, muda, laki-laki,

perempuan semuanya bisa menikmati permainan ini. Bukan sekedar pertandingan yang membosankan, namun telah menjadi hiburan yang sangat banyak diminati oleh banyak orang hampir di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Sebagai olahraga yang *atraktif* serta mudah untuk dimainkan, membuat sepakbola layak dijadikan tontonan hiburan yang memasyarakat.

Saat ini sepakbola sudah sangat tinggi untuk peminatnya di berbagai belahan dunia, karena itu banyak televisi yang menyajikan siaran langsung pertandingan sepakbola setiap laganya. Pada musim kompetisi 2011/2012 saat ini siaran di stasiun televisi indonesia menghadirkan banyak tayangan yang menyajikan siaran sepakbola yaitu mencakup pertandingan Liga Inggris, La Liga Spanyol, Seri A Liga Italia, Liga Jerman dan Liga Internasional. Baik itu di RCTI, MNC TV, TV One, Global TV, INDOSIAR dan TRANS TV.

Semua stasiun televisi tersebut berlomba-lomba untuk merebut perhatian pemirsanya, salah satunya dengan memproduksi acara informasi seputar Liga Sepakbola, dengan menyajikan *preview* pertandingan, hasil pertandingan, analisis dan prediksi pertandingan berikutnya serta susunan klasemen, dilengkapi pula informasi ringan profil bintang serta klub sepakbola yang berlaga di musim kompetisi sekarang. Informasi mengenai sepakbola dapat kita dapatkan setiap hari, dari tayangan seperti Sport7 dan Lensa Olahraga maupun yang mingguan seperti One Stop Football dan Galeri Sepakbola Indonesia. (www.beritabola.com).

Dengan demikian informasi sepakbola baik dari dalam dan luar negeri dapat diperoleh dengan mudah di media televisi di indonesia. Semakin banyaknya program acara di televisi yang mengangkat tema sepakbola maka tak heran jika olahraga ini semakin digandrungi banyak pencinta sepakbola.

Sarana lain bagi penggila bola yang tak bisa menyaksikan langsung team kesayangannya bertanding di Stadion adalah televisi. Dengan maraknya

siaran sepakbola di televisi tentunya memberikan banyak pengaruh, baik pada pemain, klub, suporter, ataupun jumlah penonton yang hadir di stadion. Televisipun secara tidak langsung dapat mengubah gaya hidup seseorang karena tayangan sepakbola. Saat ini bisa dikatakan penggiat Sepakbola di tanah air sangat dimanjakan oleh tayangan di media massa maupun Elektronik.(<http://dampak-tayangan-sepakbola-di-televisi.html>).

Budaya sepakbola mengacu pada aspek budaya seputar permainan asosiasi sepakbola. Di banyak negara, sepakbola telah mendarah daging kedalam budaya nasional. Banyak negara telah menjadikan sepakbola di harian surat kabar, serta sepakbola majalah, dan media televisi.

Benua eropa dikenal sebagai kiblatnya sepakbola dunia, bagi sebagian orang di benua biru ini sepakbola merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sepakbola.

Berbicara sepakbola eropa atau dunia, kita tentu kenal atau pernah mendengar nama-nama beken semacam Franz "Der Kaizer" Beckenbauer, Gren Muller, Karl Heinz Rummanige, Berti Vogst, Lothar Mathaeus, Juergen Klinsmann, Matthias Sammer, Andreas Brehme, Oliver Bierhoff, Bodo Illger, Oliver Kahn, Michcl Ballack, hingga Miroslave Klose dan Thomas Muller. Setiap pemain top ini memiliki beragam prestasi besar, mulai dari pemain terbaik dunia, pemain terbaik eropa, hingga *top scorer* Piala Dunia dan Piala Eropa. Salah satunya timnas jerman tentunya berbanding lurus dengan kualitas kompotisi sepakbola di dalam Negeri yang disebut Bundesliga. Bersama Liga Premier Inggris, La Liga Spanyol, dan Serie A Italia, Bundesliga menjadi kompetisi domestik terbaik dunia. Produk kompetisi ini telah melahirkan beberapa tim berkelas Dunia, semacam Bayer Muenchen, Borussia Dortmund, Hamburg SV, Bayern Liverkusen, dan FC Schalke. Semua gambaran tersebut merupakan bukti nyata kemajuan sepakbola di benua eropa. Sepakbola telah menjadi ikon di setiap negara-negara di eropa yang menempel kuat di benak semua orang.
(<http://www.anneahira.com/negara-maju-di-benua-eropa-15576.htm>).

Klub-klub di benua eropa masing-masing negara seperti Spanyol, Jerman, Belanda, Italia, Inggris, Portugal, Prancis mempunyai pemain bintang tersendiri di dalam liganya. Liga Premier Inggris mempunyai klub yang ditakuti oleh banyak klub – klub lain di eropa, salah satunya Manchester United salah satu klub yang berkualitas tinggi di persepakbolaan eropa. *Class of '92 (Manchester United)* melahirkan bibit pemain bintang dunia, adalah Ryan Giggs, David Beckham, Neville bersaudara, Paul Scholes dan Nicky Butt. Bersama mereka, Sir Alex Ferguson membawa Manchester United (MU) meraih berbagai trofi yang membuat mereka disegani di banyak negara. dan faktanya, *Class of '92* tak disangkal adalah cikal bakal kesuksesan yang diraih Manchester United saat ini. Sir Alex Ferguson yakin bakal ada generasi lain yang mampu melanjutkan sukses itu bersama Manchester United (MU). (<http://sepakbola.showbiznotes.net/>).

Kelebihan dari pemain di benua eropa dapat kita lihat dari segi kualitas, pendidikan, fasilitas, kompetisi, dan persaingannya:

- Dari segi Kualitas, pemain-pemain eropa merupakan pemain yang berkualitas tinggi, karena mereka merumput atau mendapatkan pendidikan sepakbola di eropa itu sendiri yang semua orang pun tahu kalau eropa merupakan kiblat sepakbola dunia, walaupun pemain hebat di dunia juga banyak berasal dari luar benua eropa.
- Dari segi Fasilitas, negara-negara eropa juga memiliki sepakbola yang sangat baik atau fasilitas yang berkelas dunia yang sangat menunjang

kemajuan sepakbola mereka. Prestasi-prestasi mereka mampu mengangkat eropa sebagai penghasil pemain sepakbola terbaik di dunia.

- Dari segi Pendidikan, di eropa tidak hanya pemain saja yang mendapat pendidikan yang baik, tapi pelatih dan wasit juga sangat mendapatkan pendidikan yang sangat baik juga. Kurikulum pelatihan pemain, sangat diperhatikan yang sebagian meliputi kualitas skill para pemain, kualitas fisik dan mental, kedisiplinan, teori-teori permainan, kesehatan dan mempunyai sportifitas yang tinggi.
- Dari segi Persaingan, di negara-negara eropa sangat ketat karena kualitas timnas negara eropa sangat baik dan merata, itulah yang menjadi motivasi buat pemain timnas-timnas eropa bersaing dengan negara yang lain di benua eropa.
- Dari segi Kompetisi, negara-negara eropa peraturan permainannya sangat baik sehingga banyak menghasilkan klub sepakbola dan pemain-pemain yang hebat berkelas dunia, dan pada saat mereka membela negaranya, mereka sudah mendapatkan pendidikan yang baik dari klubnya.

Pada masa sepakbola modern saat ini, pemain sepakbola Profesional terutama di eropa bukan hanya sebatas idola di atas lapangan hijau, namun semua atribut yang digunakan dan kehidupan sosial mereka di luar profesi menjadi sebuah nilai jual yang sangat tinggi dan menjanjikan. Untuk itu kehidupan pesepakbola saat ini sangat *complicated*. Selain tuntutan permainan di lapangan, mereka juga harus memperhatikan citra mereka,

karena tidak sedikit yang mengidolakan pemain sepakbola yang memiliki skil dan kualitas yang diatas rata-rata. C. Ronaldo dan Lionel Messi adalah penyerang muda yang berbakat di Real Madrid dan Barcelona saat ini, dengan kecepatan, skil individunya dan gaya permainan dilapangan keterampilan mempesonanya sebagai pemain sepakbola yang sangat fantastis membuat banyak penggemar yang mengidolakannya. David Beckham, Pemain sepakbola yang terkenal dengan tendangan bebas melengkungnya, yang pernah bermain di Manchester United, Real Madrid, LA Galaxy dan mantan tim Nasional Inggris.

Dari banyaknya pemain bintang di eropa yang memiliki skil dan kualitas diatas rata-rata, di Indonesia seseorang pencinta sepakbola banyak yang mengidolakan team favorit di benua eropa, dan pemain sepakbola biasanya tertarik ingin meniru gaya dan mengidentifikasikan dirinya sebagai fans panatik, identifikasi ini mulai dari membeli kostum pemain, sepatu pemain dan ketika bermain dilapangan mereka menirukan skil-skil dari pemain bintang yang ada di benua eropa. Salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau lebih dikenal dengan UKM sepakbola UMY, masing-masing individu di UKM sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta hampir semua mempunyai klub favorit tersendiri, bahkan biasanya mengidentikkan dirinya dengan salah satu pemain bintang yang ada di salah satu klub di eropa.

Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu salah satu unit kegiatan dimana mahasiswa belajar dan

mengajar menaungi, membina, mengajarkan dan mendidik mahasiswa yang mempunyai kemampuan atau skil dan bakat dalam bidang bola kaki yaitu “Sepakbola dan Futsal”, sehingga mahasiswa tersebut menjadi pribadi ulet, tegas, cepat, tepat, dan mampu menghasilkan prestasi bagi pribadi dan kampus serta orang-orang disekitarnya. ([http://www.Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.ac.id/tim-sepakbola-Universitas Muhammadiyah Yogyakarta-juarai-parahyangan-combat-cup-2011.ht/](http://www.UniversitasMuhammadiyah.Yogyakarta.ac.id/tim-sepakbola-UniversitasMuhammadiyahYogyakarta-juarai-parahyangan-combat-cup-2011.ht/))

B. Rumusan masalah

Seberapa besar tingkat peniruan anggota UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap gaya pemain timnas eropa di televisi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat peniruan anggota UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap gaya pemain timnas eropa di televisi?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menerapkan ilmu dan ketrampilan yang telah didapat dalam lingkup ilmu komunikasi.

- b. Menambah informasi tentang sepak bola melalui televisi yang dapat meningkatkan kualitas kegiatan UKM terutama sepakbola.
- c. Mengetahui pentingnya informasi / siaran melalui media televisi yang dapat merubah perilaku manusia serta membawa pengaruh positif terhadap semua orang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi

Hasil penelitian diharapkan akan memberikan kontribusi terhadap kajian-kajian studi ilmu komunikasi agar dapat memperluas pengetahuan mahasiswa dan menambah wawasan kepastakaan.

b. Bagi Media

- 1. Memperluas jaringan komunikasi melalui media televisi untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa.
- 2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas mahasiswa dalam mengembangkan bakat melalui tayangan media televisi

c. Bagi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)

- 1. Menambah informasi dan wawasan tentang pentingnya olahraga sepakbola untuk kemajuan UKM (sepakbola) melalui siaran televisi.
- 2. Agar mahasiswa dapat belajar lebih maju dalam bidang olahraga (sepakbola) tidak hanya dapat dilakukan dengan praktek, tetapi dapat juga dengan melihat atau meniru orang lain melalui siaran televisi.

3. Untuk meningkatkan motivasi para anggota UKM (sepakbola) atau mahasiswa dalam kegiatan yang dilakukan.

E. Kajian teori

Teori adalah tujuan akhir ilmu pengetahuan dan merupakan pernyataan umum yang merangkum pemahaman kita tentang cara dunia kerja.

1. Efek Media massa

Jalaluddin Rakhmat (2011 : 217) : menyatakan Ada tiga Efek Media, yaitu: *Efek Kognitif*, terjadi bila ada perubahan pada apa yang telah diketahui, di pahami, atau dipersepsi khalayak efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. *Afek Efektif*, bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. berhubungan dengan emosi, nilai, perasaan, dan *attitude* (sikap). Sedangkan *Efek Behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang diamati, yang diliputi pada pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

a. Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan

keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

b. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Sebagai contoh, setelah kita mendengar atau membaca informasi artis kawakan Roy Marten dipenjara karena kasus penyalah-gunaan Narkoba, maka dalam diri kita akan muncul perasaan jengkel, iba, kasihan, atau bisa jadi senang. Perasaan sebel, jengkel atau marah dapat diartikan sebagai perasaan kesal terhadap perbuatan Roy Marten. Sedangkan perasaan senang adalah perasaan lega dari para pembenci artis dan kehidupan hura-hura yang senang atas tertangkapnya para *public figure* yang cenderung hidup hura-hura. Adapun rasa iba atau kasihan dapat juga diartikan sebagai keheranan khalayak mengapa dia melakukan perbuatan tersebut.

Korelasi dalam kasus yang sedang diteliti ini misalnya beberapa anggota UKM kagum atas kemampuan dan keberhasilan pemain Eropa dalam mengolah si kulit bundar. Namun selain itu, efek afektif dalam kasus ini ialah perasaan benci atau tidak suka kepada seorang atau beberapa pemain sepakbola akan ulahnya dilapangan

seperti bermain kasar, berperilaku *provokatif* dan lain sebagainya. Penonton juga bisa merasakan apa yang dirasakan si pemain di lapangan hijau seperti saat tim kesayangan mengalami kekalahan dan mereka merasakan sedih, tim sedang mengalami tekanan dan mereka merasa was-was dan jika tim mendapatkan kemenangan maka mereka mengalami *euphoria* kemenangan seakan-akan mereka juga ikut andil dalam kemenangannya tersebut.

Berikut ini faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya Efek Afektif dari Komunikasi Massa :

1. Suasana Emosional

Dari contoh di atas dapat disimpulkan bahwa respons kita terhadap sebuah tayangan, iklan, ataupun sebuah informasi, akan dipengaruhi oleh suasana emosional kita. Film sedih akan sangat mengharukan apabila kita menontonnya dalam keadaan sedang mengalami kekecewaan, adegan-adegan lucu akan menyebabkan kita tertawa terbahak-bahak bila kita menontonnya. Begitu juga dalam tayangan sepakbola Eropa yang ditonton. Apabila tim yang didukung kalah maka penontonpun ikut kecewa dan jika tim yang didukung menang, maka mereka pun larut dalam kegembiraan.

2. Skema Kognitif

Skema kognitif merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa. Kita tahu bahwa

dalam sebuah film *action*, yang mempunyai lakon atau aktor/aktris yang sering muncul, pada akhirnya akan menang. Oleh karena itu kita tidak terlalu cemas ketika sang pahlawan jatuh dari jurang, begitu juga dalam dunia sepakbola. Kita mengetahui dan cukup yakin akan kemampuan beberapa pemain maka dalam pikiran kita ada sebuah kepercayaan diri bahwa pemain tersebut bisa membawa kemenangan bagi tim.

c. Efek Behavioral (konatif)

Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Program acara memasak bersama Rudi Khaeruddin, misalnya, akan menyebabkan para ibu rumah tangga mengikuti resep-resep baru. Dalam dunia sepakbola, *tren* yang sedang *booming* di dunia sepakbola juga bisa menjadi *tren* bagi para penikmatnya. Seperti salah satu contoh antara lain tatanan rambut pemain yang diidolakan, tato yang dimiliki pemain, cara bermain dalam mengolah bola dilapangan dan lain sebagainya. Dari beberapa hal berikut, para penikmat sepakbola eropa sedikit banyaknya akan meniru apa yang mereka lihat melalui tayangan televisi.

2. Teori Peniruan atau Imitasi (*Imitation Theory*)

Media massa dapat menimbulkan efek peniruan atau imitasi, khususnya yang menyangkut delinkuesi dan kejahatan, bertolak dari besarnya kemungkinan atau potensi pada tiap anggota masyarakat untuk meniru apa-apa yang ia peroleh dari media massa. Kemudahan isi media massa untuk dipahami memungkinkan khalayak untuk mengetahui isi media massa dan kemudian dipengaruhi oleh isi media tersebut.

Seorang sosiolog bernama Gabriel Tarde (1903) berpendapat bahwa semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi) tindakan orang disekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Ia juga memandang imitasi memainkan peranan yang sentral dalam transmisi kebudayaan dan pengetahuan dari suatu generasi ke generasi selanjutnya. Dengan pengamatannya tersebut, Tarde sampai pada pernyataannya yang mengatakan bahwa "*society is imitation...*". Pernyataan ini didukung oleh Mc Dougal (1908), pengarang buku teks psikologi yang pertama.

Pandangan Tarde tersebut banyak dikritik belakangan ini karena kecenderungan manusia meniru orang lain sebagai suatu bawaan sejak lahir tidak cocok dengan kenyataan, karena seringkali pengamatan terhadap orang lain justru membuat kita menghindari untuk meniru perilaku tersebut. Pandangan ini menganggap bahwa pernyataan Tarde

tidak dipertegas dengan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya peniruan, cara seseorang dalam memilih model tertentu yang akan ditirunya, ataupun jenis perilaku yang akan disamainya itu.

Hal tersebut membuat teori yang dikemukakan Tarde ditinggalkan secara perlahan-lahan di lingkungan psikologi dan digantikan oleh teori yang berpendapat bahwa kecenderungan untuk meniru orang lain adalah sesuatu yang dipelajari (*learned*), atau diperoleh melalui suatu proses pengkondisi in agar orang melakukan peniruan terhadap perilaku tertentu. (http://denontarr.blogspot.com/2008_11_01_archive.html)

Imitasi atau meniru adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsang dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan *motorik*. Proses ini melibatkan kemampuan kognisi tahap tinggi karena tidak hanya melibatkan bahasa namun juga pemahaman terhadap pemikiran orang lain (<http://id.wikipedia.org/wiki/Imitasi> “Hurley, S. & Nick Charter (2005) Perspectives on imitation. Cambridge,MA: MIT press”)

Menurut Dr. A.M.J. Chorus, ada syarat yang harus dipenuhi dalam mengimitasi, yaitu adanya minat atau perhatian terhadap obyek atau subyek yang akan ditiru, serta adanya sikap menghargai, mengagumi, dan memahami sesuatu yang akan ditiru. Contoh imitasi terdapat pada kegiatan seorang anak melihat ayahnya menyetir mobil. Tanpa diajari,

anak itu berlari-lari sambil kedua tangannya menirukan gerakan seolah-olah tengah menyetir mobil.

Menurut Albert Bandura (dalam Alwisol, 2004 :351) yang dikutip dari (<http://digilib.petra.ac.id>, 2 Juli 2008) teori peniruan (*modelling*) bahwa seseorang cenderung menirukan apa yang sering dilihatnya, Albert Bandura telah mengadakan penelitian terhadap sekelompok anak dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan teori peniruan. Dimana ternyata tingkah laku sekelompok anak tersebut, cenderung mirip dengan tingkah laku model yang diamatinya. Film dan televisi menyajikan contoh tingkah laku yang tidak terhitung yang mungkin mempengaruhi pengamatnya.

3. Teori Peneguhan Imitasi (Reinforcement Imitation Theory)

Miller dan Dollard (1941) memerinci kerangka teori tentang *instrumental conditioning* dan mengemukakan ada tiga kelas utama perilaku yang sering diberi label 'imitasi', yaitu :

Pertama, *Same behaviour* yakni dua individu memberi respons masing-masing secara independen, tapi dalam cara yang sama, terhadap stimuli lingkungan yang sama. Sebagai hasilnya sekalipun tindakan mereka itu sepenuhnya terpisah satu sama lain tetapi bisa tampak seakan-akan yang satu meniru yang lainnya.

Kedua, *Copying*, yakni seorang individu berusaha mencocokkan perilakunya sedekat mungkin dengan perilaku orang lain. Jadi ia haruslah mampu

untuk memberi respons terhadap syarat atau tanda-tanda kesamaan atau perbedaan antara perilakunya sendiri dengan penampilan orang yang menjadi model. Contoh : seorang musisi yang berusaha menyamakan diri dengan pengajarnya.

Ketiga, *Matched-dependent behavior*. Seorang individu (pengamat atau pengikut) belajar untuk menyamai tindakan orang lain (model atau si pemimpin) karena ia mendapat imbalan dari perilaku tiruannya itu. Jadi dalam *matched-dependent behavior*, pengikut mempunyai kecenderungan kuat untuk meniru tindakan si model melalui proses *instrumental conditioning*. Seseorang terkadang ingin menyerupai orang lain yang diidolakannya. Ia lalu bermaksud berusaha menyamai idolanya itu, dalam tingkah laku ataupun dalam penampilannya, sehingga ia tampak identik dengan sang idola.

F. Hipotesis

Margono (2004: 80) menyatakan bahwa hipotesis berasal dari perkataan hipo (*hypo*) dan tesis (*thesis*). Hipo berarti kurang dari, sedang tesis berarti pendapat. Jadi hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara, belum benar-benar berstatus sebagai suatu tesis. Hipotesis memang baru merupakan suatu kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan.

Pada bagian lain, Margono (2004: 67) pun mengungkapkan pengertian lainnya tentang hipotesis. Ia menyatakan bahwa hipotesis adalah

jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Secara teknik, hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya melalui data yang diperoleh dari sampel penelitian..

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada kecenderungan terhadap anggota UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam meniru gaya pemain timnas eropa di tayangan televisi.

G. Definisi Konsepsional

Definisi konsep adalah definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Masri Singarimbun, Sofian Effendi. 1986 : 33).

Adapun definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

Variabel Meniru

Peniruan (*imitation*) merupakan hasil proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar tersebut dinamakan "*social learning*" atau "pembelajaran sosial". Perilaku peniruan manusia terjadi karena manusia merasa telah memperoleh tambahan ketika kita meniru orang lain, dan memperoleh hukuman ketika kita tidak menirunya (Neil Miller dan John Dollard, 1941).

H. Definisi Operasional

Defenisi Operasional adalah unsur penelitian yang diberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Masri Singarimbun, 1989: 6). mengacu pada definisi di atas, maka definisi operasional untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Seringnya dalam menyaksikan siaran sepakbola di televisi
2. Seringnya dalam meniru pemain dalam melakukan selebrasi gol
3. Seringnya dalam meniru gaya rambut pemain sepakbola Eropa
4. Seringnya dalam meniru ekspresi pemain favorit ketika mencetak gol
5. Seringnya dalam meniru gaya pemain ketika melakukan *corner kick*
6. Seringnya dalam meniru pemain ketika melakukan tendangan bebas
7. Seringnya dalam meniru pemain ketika melakukan tendangan pinalti.

Tabel 1. Variabel Data Operasional

No	Definisi Operasional	Alat Ukur	Skala
1	Menyaksikan siaran sepakbola Eropa di televisi.	Kuisisioner	<i>Likert</i>
2	Meniru pemain dalam melakukan selebrasi gol.	Kuisisioner	<i>Likert</i>
3	Meniru gaya rambut pemain sepakbola Eropa.	Kuisisioner	<i>Likert</i>
4	Meniru ekspresi pemain favorit ketika mencetak gol.	Kuisisioner	<i>Likert</i>
5	Meniru gaya pemain ketika melakukan <i>corner kick</i> .	Kuisisioner	<i>likert</i>
6	Meniru pemain ketika melakukan tendangan bebas.	Kuisisioner	<i>Likert</i>
7	Meniru pemain ketika melakukan tendangan pinalti.	Kuisisioner	<i>Likert</i>

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian :

Jenis penelitian ini menggunakan Kuantitatif Deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data berupa numerik, sampel dari orang-orang atau perilaku yang diamati yang menunjukkan berbagai fakta yang ada dan dilihat selama penelitian berlangsung. Data yang didapat akan dilaporkan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta yang ada. Penelitian secara deskriptif adalah yang meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subyek penelitian."tipe yang paling umum dari penelitian deskriptif ini meliputi penilaian sikap atau pendapat individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur"(Kuncoro,2003:8)

Proses pemilihan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian yaitu penyeleksian data-data yang berhubungan erat dengan penelitian agar fokus dan terarah yang disesuaikan dengan topik penelitian, data disajikan dengan menggambarkan keadaan sesuai dengan apa yang didapat dari lapangan.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999: 72). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang aktif dalam UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjumlah 30 orang (sumber data UKM sepak bola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2011).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 1999: 73). Dalam penelitian ini sampling yang digunakan peneliti adalah pengambilan sample jenuh (sensus) yaitu “teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan bila peneliti ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil” (Sugiyono, 2005 : 94) populasi anggota dari UKM sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjumlah 30 orang maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang.

3. Subjek Penelitian :

Dalam penelitian ini, untuk memilih subjek penelitian, peneliti menggunakan para informan yang selalu aktif dalam kegiatan sepakbola di unit kegiatan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Waktu dan Tempat Penelitian:

- a. Waktu : Bulan Mei 2012 s/d selesai
- b. Tempat penelitian : Sekretariat UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan lapangan tempat latihan UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Teknik Pengumpulan Data :

- a. Kuesioner

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan lengkap yang diajukan kepada responden (Masri Singarimbun, 1989 : 175). Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang aktif di dalam anggota UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan objek tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada responden disaat menyebarkan kuesioner sebagai pendukung jawaban kuesioner yang disebarkan.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan dianalisis dengan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu analisa yang didasarkan pada angka-angka dan perhitungan, dimana dari hasil perhitungan tersebut diperoleh suatu kesimpulan. Alasan menggunakan penelitian kuantitatif sebab tujuan dalam penelitian ini untuk menjawab masalah atau pertanyaan penelitian melalui proses analisis data, yaitu dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang kemudian kuesioner tersebut di proses melalui teknik analisis data. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Tingkat Peniruan Anggota UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Terhadap Gaya Pemain Timnas Eropa di Televisi. Data yang didapat akan dilaporkan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta yang ada. Proses pemilihan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian yaitu penyeleksian data-data yang berhubungan erat dengan penelitian agar fokus dan terarah yang disesuaikan dengan topik penelitian. Data disajikan dengan menggambarkan keadaan sesuai dengan apa yang didapat dari lapangan.

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah membahas proses tingkat peniruan anggota UKM Sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap gaya pemain timnas eropa di tayangan televisi.

7. Teknik Pengukuran

Dari penelitian ini pengukuran variabel menggunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2006: 107). Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi sub variabel. Kemudian sub variabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang dapat diukur. Komponen-komponen yang diukur ini dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item berupa pertanyaan, kemudian dijawab oleh responden. Bentuk pertanyaan berupa pilihan ganda dari jawaban setiap parameter mempunyai tingkatan nilai, mulai dari yang paling positif sampai yang paling negatif dan sebaliknya. Untuk menggunakan skala ini digunakan pertanyaan pilihan ganda dengan jawaban yang mempunyai skor 1, 2, 3, 4. Dalam penulisan skripsi ini skala *likert* dimodifikasi sebagai berikut:

- a. Skor 1 berarti : tidak pernah
- b. Skor 2 berarti : kadang - kadang
- c. Skor 3 berarti : sering
- d. Skor 4 berarti : selalu

8. Ukuran Tendensi Sentral (Mean, Median dan Modus)

a. Mean

Menurut Edy Purwanto (1996:11) mean adalah angka rata-rata, mean dihitung dengan menjumlahkan semua nilai data pengamatan kemudian dibagi dengan banyaknya data.

Rumus mean data kelompok :

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

keterangan:

\bar{x} = rata - rata

Σ = jumlah

x_i = nilai tengah kelas

f_i = frekuensi sebuah kelas

b. Median

Median adalah nilai pengamatan yang terletak di tengah gugus data setelah data tersebut diurutkan. Apabila banyaknya pengamatan ganjil, median terletak tepat ditengah data, sedangkan genap, median diperoleh dengan cara interpolasi yaitu rata-rata dari dua data yang berada di tengah data. Dengan demikian, median membagi himpunan pengamatan menjadi dua bagian yang sama besar, 50% dari pengamatan terletak di bawah median dan 50% terletak di atas median.

(Edy Purwanto,1996:10)

Rumus median data kelompok:

$$Me = b + p \left(\frac{\frac{1}{2}n - F}{f} \right)$$

Keterangan:

b = batas bawah kelas median (ujung kelas bawah - 0,5/batas kelas bawah - 0,05 jika desimal)

p = panjang kelas interval (selisih setiap ujung kelas bawah/atas)

n = banyak sampel (jumlah frekuensi)

F = jumlah semua frekuensi sebelum kelas median

f = frekuensi kelas median

c. Modus

Modus pada umumnya digunakan untuk menyatakan kejadian yang sering muncul, sehingga ukuran ini dalam keadaan tidak disadari sering dipakai untuk menentukan rata-rata yang berasal dari data kualitatif.

Modus Data kelompok

$$Mo = b + p \left(\frac{b_1}{b_1 + b_2} \right)$$

Keterangan :

b = batas bawah kelas modus (sama kyk median caranya)

p = panjang kelas interval (sama kyk median caranya)

b_1 = frekuensi kelas modus dikurangi frekuensi sebelumnya

b_2 = frekuensi kelas modus dikurangi frekuensi sesudahnya

9. Dalam penelitian ini penulis membagi kedalam empat bab antara lain:

1. Bab I : Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan sistematika penulisan.
2. Bab II : Pada bab ini, penulis akan menguraikan gambaran umum obyek penelitian.
3. --Bab III : Dalam bab ini, penulis akan akan menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang bagaimana tingkat peniruan anggota UKM sepakbola Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap gaya pemain sepakbola eropa di tayangan televisi.
4. Bab IV : Dalam bab terakhir ini, penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah disusun.