

Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi “Kata Ustadz Solmed” Di SCTV

Angga Rakadiwak Tusan, Ido Prijana Hadi, Daniel Budiana
Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Tusanangga@gmail.com

Abstrak

Program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV merupakan sebuah talkshow siraman rohani yang disampaikan oleh Ustadz Sholeh Mahmoed. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh terpaan media terhadap sikap masyarakat Surabaya pada program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan pengaruh variabel terpaan media terhadap sikap masyarakat Surabaya pada program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa terpaan media memberikan pengaruh yang kuat terhadap sikap masyarakat Surabaya pada program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV. Hal ini disebabkan karena masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang positif terhadap program tersebut dengan menyukai dan mengetahui faktor-faktor yang mendukung program acara tersebut.

Kata Kunci: Pengaruh, Terpaan Media, Program Religi, Sikap, Kata Ustadz Solmed

Pendahuluan

Dalam teori *Stimulus-Organism-Responses* (S-O-R), efek atau respon yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dari reaksi komunikasi. Asumsi dasar dari model ini adalah, media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau juga mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi. Proses selanjutnya adalah komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya, yaitu mengolah lalu menerima, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2003, p.254). Stimulus pada penelitian ini adalah program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV, kemudian *organism* pada penelitian ini adalah penonton program religi “Kata Ustadz Solmed” di Surabaya, dan *response* adalah sikap penonton pada program religi “Kata Ustadz Solmed”. Oleh karena itu peneliti ingin melihat bagaimana sebuah program acara televisi dapat menimbulkan respon tertentu dalam hal ini adalah sikap penonton seperti pada teori SOR yang sudah dijelaskan.

Di Indonesia televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dari hasil survei Nielsen Consumer Media View (CMV) yang menunjukkan bahwa penetrasi televisi mencapai 96 persen disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%) (Nielsen.com, 2017). Hal ini tentunya memberikan dampak terhadap khalayak atau penonton yang menggunakan media tersebut.

Sadar atau tidak, acara televisi pada umumnya mampu mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penonton anak-anak, bahkan tidak terkecuali penonton dewasa. Ini sebenarnya adalah hal yang wajar dan logis saja. Jikalau ada program yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah, hal itu bukanlah sesuatu yang istimewa atau mengherankan sebab salah satu pengaruh psikologis dari siaran televisi ialah seakan-akan menghipnotis penontonnya. Akibatnya, penonton seolah-olah dihanyutkan oleh suasana pertunjukan televisi (Effendy, 2003, p.192).

Fenomena program acara dakwah muncul seiring perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang sesuai tuntutan zaman. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat telah menjadi tren serta memiliki nilai dalam kehidupan sosial dan budaya. Program acara dakwah sebagai salah satu format program siaran merupakan salah satu perkembangan metode dakwah yang cukup strategis. Sebagai salah satu metode dakwah yang cukup strategis program acara dakwah membantu proses pembangunan spiritual dan religiusitas sebagian kalangan masyarakat (Widiana, 2016, p.392). Surya Citra Televisi (SCTV) sebagai salah satu stasiun televisi di Indonesia menayangkan begitu banyak jenis program yang salah satunya merupakan program religi. Beberapa program religi yang ditayangkan antara lain Mata Air, Indahnya Kebersamaan, Semesta Bertasbih dan Kata Ustadz Solmed. Kata Ustadz Solmed merupakan salah satu program di SCTV yang selalu memperoleh nilai *share* dalam peringkat tiga besar berdasarkan survey *daily rating* di 11 kota dari seluruh program yang ada di SCTV (Dokumen SCTV).

Program “Kata Ustadz Solmed” merupakan *talkshow* siraman rohani yang disampaikan oleh Ustadz Sholeh Mahmood atau yang lebih dikenal dengan Ustadz Solmed. Program ini memiliki ciri khasnya tersendiri yang juga menjadi keunikan dari program ini yaitu dengan ilustrasi permasalahan yang diilustrasikan oleh bintang tamu di awal segmen pertama dengan membahas mengenai permasalahan hidup sehari-hari yang dibahas secara santai dan diselingi dengan canda tawa. Dengan adanya ilustrasi yang dibahas secara santai oleh *host* dan bintang tamu membuat audiens yang menonton program ini melalui media televisi di rumah dapat memahami maksud tema yang akan disampaikan oleh Ustadz Solmed. Permasalahan-permasalahan tersebut akan diberikan solusi oleh Ustadz Solmed melalui materi ceramah yang akan disampaikan. Program ini tayang setiap hari Selasa-minggu pukul 04.00-04.30 Waktu Indonesia Barat dengan durasi tayang 30 menit per episodenya (Dokumen SCTV).

Pada penelitian terdahulu, penelitian yang meneliti mengenai pengaruh dari sebuah program terhadap minat menonton sudah pernah dilakukan yaitu oleh Hanindya Hapsari Kusumaningdyah (2013) dengan judul “Pengaruh Terpaan

Tayangan Reality Show Terhadap Sikap Remaja (Studi Eksperimen Tayangan Reality Show “Orang Pinggiran” di Trans 7 Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 FISIP Universitas Brawijaya)”. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini memiliki kesamaan yaitu meneliti mengenai pengaruh terpaan sebuah program terhadap sikap. Namun yang membedakan penelitian kali ini adalah subjek penelitian yaitu masyarakat Surabaya sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Hanindya Hapsari Kusumaningdyah yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010 FISIP Universitas Brawijaya. Tidak hanya itu saja namun objek penelitian kali ini pun berbeda yaitu program religi “Kata Ustadz Solmed”.

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Hayuning Purnama Dewi dari Universitas Kristen Petra Surabaya (2007) dengan judul “Pengaruh Terpaan Program Cinemania Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menentukan Film Layar Lebar Terbaru yang Ditonton di Bioskop”. Terdapat kesamaan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti kali ini yaitu meneliti mengenai pengaruh terpaan sebuah program televisi terhadap sikap masyarakat Surabaya. Namun yang membedakan penelitian kali ini objek penelitian yaitu program cinemania dan program religi “Kata Ustadz Solmed”.

Penelitian serupa lainnya dilakukan oleh Martya Dewati dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2013) dengan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Program Acara Warna Trans7 Terhadap Sikap Penonton”. Terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti kali ini yaitu apabila subjek dalam penelitian yang dilakukan oleh Martya adalah mahasiswa FISIP UAJY, subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya.

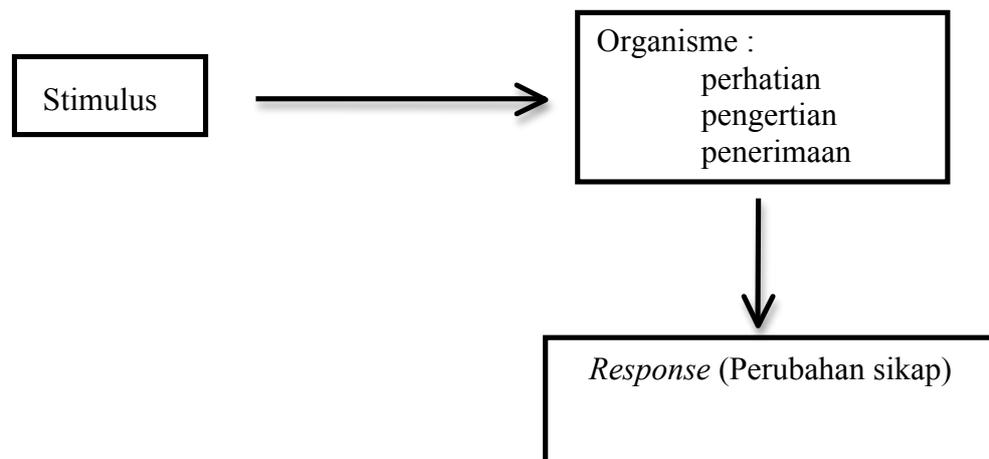
Penulis perlu membuat keterkaitan antara fenomena dan teori/konsep. Penulis juga harus menuliskan mengenai pemilihan subjek penelitian. Satu hal penting yang harus muncul dalam uraian di pendahuluan ini adalah penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan subjek maupun objek penelitian Anda. Anda tidak hanya menulis penelitian terdahulunya tetapi harus mengaitkannya dengan penelitian Anda.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin mengetahui, Adakah pengaruh terpaan media terhadap sikap masyarakat Surabaya pada program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV?

Tinjauan Pustaka

S-O-R (*Stimulus Organism Response*)

Dalam teori *Stimulus-Organism-Responses* (S-O-R), efek atau respon yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dari reaksi komunikasi. Asumsi dasar dari model ini adalah, media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi (Effendy, 2003, p.254).



Gambar : Teori S – O – R
Sumber : Effendy, 2003, p.255.

Gambar di atas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolanya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Dapat disimpulkan teori S-O-R adalah stimulus yang diberikan kepada target kemudian direspon oleh target tersebut. Stimulus ketika diberikan kemudian dikomunikasikan sehingga mendapat respon dari komunikan yang telah menerima stimulus di awal.

Terpaan Media (*Media Exposure*)

Media Exposure menurut Jalaludin Rakhmat diartikan sebagai terpaan media (Rakhmat, 1989, p.78). Terpaan media merupakan intensitas keadaan khalayak di mana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan media dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto & Erdinaya, 2005, p.2). Hal ini memiliki hubungan antara khalayak dengan isi media itu sendiri yang berkaitan dengan perhatian (*attention*). Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumber daya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsang tertentu (Mulyana, 2011, p.65).

Sikap

Sikap sebagai derajat afek positif atau afek negatif terhadap suatu objek psikologis (Azwar, 2007, p.37). Sikap atau attitude senantiasa diarahkan pada suatu hal atau objek. Tidak adanya sikap tanpa adanya objek (Gerungan, 2004, p.25). Petty & Cacioppo secara lengkap mengatakan sikap adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, orang lain, objek atau isu-isu (dalam Azwar, 2007, p.39). Faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, institusi atau lembaga pendidikan, serta faktor emosi dari dalam individu (Azwar, 2002, p.39). Menurut Azwar (2012, p.33) struktur sikap dibedakan atas 3 komponen yang saling menunjang, yaitu: komponen kognitif, komponen efektif, komponen konatif.

Talkshow

Program *talkshow* di televisi, atau biasa kita sebut The Talk Program, meliputi banyak format, antara lain, *vox-pop*, kuis, *interview* (wawancara) baik di dalam studio maupun di luar studio dan diskusi panel di televisi. Program ini tampil dalam bentuk sajian yang menarik, sedang hangat dibicarakan masyarakat, atau tanya jawab persoalan dengan hadiah, yang disebut kuis. Mempersiapkan program *talkshow* membutuhkan persiapan yang sungguh-sungguh, supaya tidak membosankan dan ditinggalkan para penonton (Wibowo, 2007, p.70). Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyajian program *talk show* (Wibowo, 2007, p.72): topik yang diangkat, *presenter*, dan bintang tamu.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah terpaan media, sikap, dan *talkshow*. Penelitian ini menggunakan metode survei yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2006, p.384). Indikator yang saya pakai untuk mengukur terpaan media adalah frekuensi, durasi, dan atensi. Sedangkan indikator yang saya pakai untuk mengukur sikap adalah kognitif, afektif, dan konatif. Serta untuk mengukur *talkshow*, indikator yang saya pakai adalah topik yang diangkat, *presenter*, dan bintang tamu.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan metode eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur, menguji hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2005, p.38). Dalam penelitian ini, peneliti mencari pengaruh antara variabel terpaan media dengan variabel sikap. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya.

Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah pengaruh terpaan media terhadap sikap.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah masyarakat Islam Surabaya yang menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV minimal 4 kali dalam sebulan terakhir. Peneliti menentukan responden yang menonton minimal 4 kali dalam sebulan terakhir untuk menentukan batas minimal frekuensi responden. Responden yang dijadikan sampel dengan umur 40-60 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah judgmental sampling atau purposive sampling yang termasuk ke dalam kelompok nonprobability sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam purposive sampling, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian. (Sugiyono, 2001).

Adapun karakteristik responden yang diinginkan adalah sebagai berikut:

1. Penduduk kota Surabaya beragama Islam
2. Pernah menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” minimal 4 kali dalam sebulan terakhir.
3. Penduduk kota Surabaya yang memiliki KTP Surabaya
4. Penduduk kota Surabaya berusia 40-60 tahun

Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS. Melalui perhitungan program SPSS dapat diketahui bagaimana pengaruh terpaan media terhadap sikap masyarakat Surabaya pada program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji reliabilitas, uji validitas, statistik deskriptif, tabulasi silang, uji hipotesis, uji normalitas, uji korelasi, uji linearitas dan analisis regresi linier sederhana.

Temuan Data

Tabel 1. Nilai *Mean* indikator Aspek Kognitif

	<i>Mean</i>
Saya mengetahui masalah yang dibahas dalam program religi “Kata Ustadz Solmed” adalah topik-topik agama Islam yang aktual	4.27
Saya mengetahui persoalan yang penting melalui program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.26
Saya mengetahui topik yang dapat menghibur pemirsa melalui	4.36

program religi “Kata Ustadz Solmed”	
Saya mengetahui cara presenter membawakan materi yang menarik dalam program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.11
Saya mengetahui presenter program religi “Kata Ustadz Solmed” menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	4.08
Saya mengetahui bahwa presenter memiliki kemampuan humor yang baik dalam membawakan program religi “Kata Ustadz Solmed”	3.96
Saya mengetahui cara <i>presenter</i> menggunakan bahasa tubuh yang baik dan benar dalam memandu program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.24
Saya mengetahui cara presenter mengontrol suara, yang baik dan benar dalam memandu program religi “Kata Ustadz Solmed”.	3.99
Saya mengetahui bintang tamu yang hadir dalam program religi “Kata Ustadz Solmed” adalah tokoh yang populer di masyarakat seperti Duo Akang.	1.98
Saya mengetahui bintang tamu yang hadir dalam program religi “Kata Ustadz Solmed” adalah tokoh yang kontroversial di masyarakat.	2.00
<i>Mean Kognitif</i>	3.7250

Sumber : Olahan peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 8 dari 10 indikator menunjukkan bahwa masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang positif pada program religi “Kata Ustdaz Solmed” di SCTV. Hal ini dapat dilihat berdasarkan kategori kelas interval yang menunjukkan bahwa nilai 3,67-5.00 berada pada kategori kelas yang positif. Hal ini dapat dikatakan bahwa indikator topik yang diangkat serta presenter pemandu program acara tersebut dapat membuat sikap masyarakat Islam menjadi positif terhadap program tersebut.

Tabel 2. Nilai *Mean* indikator afektif

	<i>Mean</i>
Saya menyukai topik-topik agama Islam yang aktual dalam program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.30
Saya menyukai persoalan yang penting yang dibawakan dalam program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.13

Saya menyukai topik yang dapat menghibur pemirsa yang dibawakan dalam program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.12
Saya menyukai cara presenter membawakan materi yang menarik dalam program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.00
Saya menyukai bahasa yang digunakan presenter dalam membawakan program religi “Kata Ustadz Solmed” mudah dimengerti	4.30
Saya menyukai cara presenter membawakan humor dalam program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.03
Saya menyukai cara presenter menggunakan bahasa tubuh yang baik dan benar dalam memandu program religi “Kata Ustadz Solmed”	4.25
Saya menyukai cara <i>presenter</i> mengontrol suara, yang baik dan benar dalam memandu program religi “Kata Ustadz Solmed”.	4.28
Saya menyukai bintang tamu dalam program religi “Kata Ustadz Solmed” yang merupakan tokoh populer di masyarakat.	2.08
Saya menyukai bintang tamu dalam program religi “Kata Ustadz Solmed” yang merupakan tokoh kontroversial di masyarakat.	1.98
<i>Mean Afektif</i>	3.7470

Sumber: Oalahan peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 8 dari 10 indikator menunjukkan bahwa masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang positif pada program religi “Kata Ustdaz Solmed” di SCTV. Hal ini dapat dilihat berdasarkan kategori kelas interval yang menunjukkan bahwa nilai 3,67-5.00 berada pada kategori kelas yang positif. Hal ini dapat dikatakan bahwa indikator topik yang diangkat serta presenter pemandu program acara tersebut dapat membuat sikap masyarakat Islam menjadi positif atau pun disukai oleh masyarakat. Selain itu dapat dilihat juga bahwa 2 dari 10 indikator menunjukkan bahwa masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang negatif terhadap bintang tamu yang hadir dalam program acara tersebut.

Tabel 3. Indikator *mean* aspek konatif

	<i>Mean</i>
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena dapat mengetahui topik-topik yang aktual.	3.98
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena dapat mengetahui persoalan yang penting.	4.05

Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena dapat mengetahui topik yang menghibur pemirsa.	4.03
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena materi yang dibawakan presenter menarik	3.96
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena bahasa yang digunakan presenter mudah dimengerti.	4.18
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena presenter memiliki kemampuan humor.	4.10
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena presenter mampu menggunakan bahasa tubuh yang baik dan benar dalam memandu program.	4.31
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena presenter mampu mengontrol suara yang baik dan benar dalam memandu program.	4.04
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena menghadirkan bintang tamu yang merupakan tokoh populer di masyarakat seperti Duo Akang.	2.02
Saya akan menonton program religi “Kata Ustadz Solmed” karena menghadirkan bintang tamu yang merupakan tokoh kontroversial di masyarakat.	1.84
<i>Mean Konatif</i>	3.6510

Sumber: Olahan peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 8 dari 10 indikator menunjukkan bahwa masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang positif pada program religi “Kata Ustdaz Solmed” di SCTV. Hal ini dapat dilihat berdasarkan kategori kelas interval yang menunjukkan bahwa nilai 3,67-5.00 berada pada kategori kelas yang positif.

Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan seluruh hasil analisa diatas dapat diketahui bahwa responden dengan kelompok usia 46-55 tahun merupakan jumlah responden terbanyak. Tentunya Hal ini tidak sesuai dengan data hasil survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang mengatakan bahwa Penduduk dengan kelompok umur 36-45 tahun lebih banyak menonton televisi dengan persentase 90,9% sedangkan penduduk dengan kelompok umur 56-65 tahun berada pada peringkat ketiga dengan jumlah persentase 90,3% (kominfo.go.id, 2015). Dalam penelitian ini, penonton program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV lebih

banyak ditonton dengan penonton yang memiliki jenjang akhir pendidikan di tingkat SMP. Terpaan media memberikan pengaruh terhadap sikap masyarakat Surabaya dengan tingkat kuat. Apabila dilihat *mean* dari seluruh indikator yaitu kognitif, afektif, dan konatif, indikator afektif memiliki nilai *mean* yang tertinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang positif pada program religi "Kata Ustadz Solmed" di SCTV namun keinginan responden untuk menonton kembali program tersebut masih menunjukkan sikap yang netral. Ini dapat disebabkan karena responden menyukai topik yang diangkat dalam program tersebut serta *presenter* yang memandu program acara tersebut tetapi bintang tamu yang dihadirkan dalam acara tidak membuat sikap masyarakat menjadi positif tetapi negatif sehingga hal ini dapat menjadi masukan bagi program religi "Kata Ustadz Solmed" untuk menghadirkan bintang tamu yang lebih dikenal oleh masyarakat maupun yang kontroversial. Berdasarkan data diatas dapat dikatakan bahwa tidak semua responden menonton tayangan program tersebut sampai selesai dikarenakan waktu tayang program yang bersamaan dengan waktu sholat subuh. Selain itu dapat disebabkan pula responden yang akan siap-siap untuk bekerja sehingga tidak dapat menonton tayangan tersebut selama 30 menit atau hingga selesai. Sehingga pengaruh terpaan media terhadap sikap masyarakat islam Surabaya pada program religi "Kata Ustadz Solmed" di SCTV ada dengan tingkat yang kuat namun, hal tersebut tidak membuat responden ingin atau tidaknya menonton program tersebut kembali tetapi responden hanya menyukai program tersebut dan mengetahui bahwa program tersebut baik.

Simpulan

Berdasarkan seluruh hasil analisis data serta pembahasan, ditemukan bahwa hubungan antara terpaan media terhadap sikap masyarakat Surabaya adalah kuat. Pengaruh yang kuat tersebut membuat sikap masyarakat Surabaya menjadi positif. Apabila dilihat dari seluruh indikator sikap yang ada, masyarakat Surabaya menyukai *presenter* yang memandu program acara serta topik yang diangkat dalam program acara tersebut sehingga indikator aspek afektif menjadi indikator tertinggi diikuti dengan indikator aspek kognitif yang mempengaruhi sikap masyarakat Surabaya. Selain itu, indikator terendah yang mempengaruhi sikap masyarakat Surabaya adalah konatif. Hal ini dapat disebabkan karena masyarakat Islam Surabaya menonton program religi "Kata Ustadz Solmed" menunjukkan sikap yang positif pada aspek kognitif dan afektif sehingga responden memang menyukai program tersebut dan mengetahui bahwa faktor-faktor yang ada di dalam program tersebut sudah baik namun responden belum tentu akan menonton program tersebut secara terus-menerus.

Peneliti dalam hal ini melakukan penelitian kuantitatif yang tentunya memiliki keterbatasan untuk bisa mendapatkan informasi lebih banyak mengenai pengaruh terpaan media terhadap sikap masyarakat Surabaya terhadap program religi "Kata Ustadz Solmed" di SCTV sehingga peneliti memberikan saran agar dapat melakukan penelitian kualitatif dengan melihat kepuasan masyarakat terhadap tayangan program religi "Kata Ustadz Solmed" di SCTV. Berdasarkan analisa data serta pembahasan yang dilakukan maka peneliti mendapatkan saran untuk program religi "Kata Ustadz Solmed" di SCTV. Peneliti memperoleh hasil bahwa

terpaan media memberikan pengaruh dengan tingkat kuat terhadap sikap masyarakat Surabaya pada program religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV. Masyarakat Islam Surabaya menunjukkan sikap yang positif terhadap aspek kognitif dan afektif namun tidak pada aspek konatif. Pada indikator konatif, peneliti memiliki saran praktis agar bintang tamu yang dihadirkan dalam program acara tersebut harus lebih dikenal lagi oleh masyarakat dan sebaiknya menghadirkan tokoh yang lebih kontroversial. Peneliti juga memberikan saran bahwa sebaiknya program religi “Kata Ustadz Solmed” menyesuaikan jumlah penayangan programnya dalam seminggu agar lebih efektif. Selain itu peneliti juga memberikan saran agar dapat menayangkan program ini setelah waktu sholat subuh agar masyarakat dapat menonton program acara tersebut dari awal hingga akhir tanpa dijeda waktu sholat ditengah-tengah program acara berlangsung. Sehingga seluruh pesan yang disampaikan dalam acara tersebut dapat sampai secara lengkap kepada masyarakat yang menontonnya.

Daftar Referensi

- Ardiyanto & Erdinaya. (2005). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- (2012). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, H.P. (2007). *Pengaruh Terpaan Program Cinemania Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menentukan Film Layar Lebar Terbaru Yang Ditonton Di Bioskop*. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Gerungan, W.A. (2004). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2004). *Konvensi RSKKNI Produser TV*. Retrieved 15 November, 2013, from https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/tiga464/Konvensi+RSKKNI+Produser+TV/0/berita_satker.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumaningdyah, H. H. (2013). *Pengaruh Terpaan Tayangan Reality Show terhadap Sikap Remaja*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kristianingrum, M.D. (2013). *Pengaruh Terpaan Tayangan Program Acara Warna Trans 7 terhadap Sikap Penonton*. Yogyakarta: Univeraitas Atama Jaya.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Rosda Karya.

Nielsen.com. (2017). *Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia*. Retrieved 7 April 2018, from <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html>.

Rakhmat, J. (1989). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.