

MINAT MENONTON TELEVISI DAN HUBUNGANNYA DENGAN AKHLAK GENERASI MILENIAL STUDI KASUS SMP ISLAM NURUSH SHODIQIN KABUPATEN BOGOR

Rhendy Setiawan; M. Dahlan R; Rofi'ah

Fakultas Agama Universitas Ibn Khaldun Bogor Indonesia.
rendyikhoudvanjou@gmail.com.

Abstract

The research aims to describe and know the extent of interest in watching television and its relationships with students. The problem that undertakes this research is that students today are called with millennials who are increasingly less than expected by parents and teachers, so it is very alarming about the next generation of the nation as the core pillars, whether stonger or even weaker. The subject in this study was a student at SMP Islam Nurush Shodiqin Bogor Regency which was taken through random samples from class VII, VIII and IX consisting of 35 students. While the object of this research is the whole in the habituation and daily students both at home and in school to parents and teachers. The data-sling technique is done by observation, documentation interviews and quetionnaires or polls to get results related to watching television and it relationship to morality. The study used the correlation formula products moments to look for the second influence of the variable scores. The results of the research that can be taken in this study, namely : first, the result in the validity test on the variable X1 is said to be valid for the value of 15 question items result above the value or R table is 0,282. Secondly, the results in the reusability test on Cronchbach's Alpha are value due to the value in X variables above 0.6 namely 0.895 and variable Y 0.911 ie Thirdly, to provide interpretation of r_{xy} can be been obtained r_{xy} 0.853 if viewed from the interprestation table then the number of correlation index obtained (ie = 0.853), it is located between 0.70 – 0.90. Therefore, the data can be expressed there is a strong influence on the importance of watching the interest or television and its relation to the generation of millennials case studies at SMP Nurush Shodiqin.

Keywords : intereset in watching television, morals of millennial generation

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui sejauh mana minat menonton televisi dan hubungannya terhadap akhlak siswa. Masalah yang melandasi penelitian ini adalah akhlak siswa zaman sekarang yang disebut dengan generasi milenial yang semakin kurang bahkan jauh dari yang diharapkan oleh orangtua dan guru, sehingga amat sangat menghawatirkan terhadap generasi penerus bangsa sebagai pilar inti, apakah semakin kuat atau bahkan semakin lemah. Subyek dalam penelitian ini yaitu siswa di SMP Islam Nurush Shodiqin kabupaten Bogor yang diambil melalui sampel acak dari kelas VII, VIII, XI yakni terdiri dari 35 siswa. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah keseluruhan dalam pembiasaan dan keseharian siswa baik di rumah maupun di sekolah akhlak terhadap orangtua dan guru. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dokumentasi dan kuesioner atau angket untuk mendapatkan hasil terkait minat menonton televisi dan hubungannya terhadap akhlak. Penelitian ini menggunakan rumus kolerasi Products momen untuk mencari pengaruh kedua skor variabel tersebut. Hasil penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini, yaitu: Pertama, Hasil pada uji validitas pada variabel X1 dikatakan valid karena nilai pada 15 item pertanyaan hasilnya diatas nilai R Tabel yaitu 0,282. Kedua, Hasil pada uji reabilitas pada Cronshbach's Alpha reliable karena nilai pada variabel X diatas 0,6 yaitu 0,895 dan Variabel Y yaitu 0,911 maka nilai reliable. Ketiga, Untuk memberikan interpretasi terhadap r_{xy} dapat di tempuh dengan cara interprestasi sederhana. Dari perhitungan di atas, telah diperoleh r_{xy} 0,853 jika dilihat dari tabel interpretasi maka angka indeks korelasi yang diperoleh (yaitu = 0,853), ternyata terletak antara 0,70 – 0,90. Maka dari data tersebut dapat dinyatakan ada pengaruh yang kuat atau tinggi antara Minat Menonton Televisi dan Hubungannya dengan Akhlak.

Keywords : Minat Menonton Televisi, Akhlak Generasi Milenial.

A. PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini, televisi merupakan media elektronik yang mampu menyebarkan berita secara cepat dan memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah tak terhingga pada waktu yang bersamaan. Televisi dengan berbagai acara yang ditayangkannya telah mampu menarik minat pemirsanya dan membuat pemirsanya ketagihan untuk selalu menyaksikan acara yang ditayangkan. Bahkan bagi anak-anak sekalipun sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas kesehariannya dan sudah menjadi agenda wajib bagi sebagian besar anak.

Televisi juga dianggap media masa paling mempengaruhi khalayaknya

dalam hal penyampaian informasi. Salah satu perangkat teknologi yang paling dekat dengan anak-anak, saat ini adalah televisi (TV). Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang digunakan untuk "hitam putih" maupun warna, biasanya dilengkapi oleh suara.

Menurut Oemar Hamalik (2015:134) mengemukakan bahwa televisi sesungguhnya adalah perlengkapan elektronik, yang pada dasarnya sama dengan gambar hidup yang meliputi gambar dan suara. Menurut Effendy (2012:21), yang dimaksud dengan televisi adalah siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum,

sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.

Generasi milenial merupakan kelompok sosial yang terus berproses dalam pencarian identitasnya, oleh karenanya, mereka tidak jarang terperangkap dalam krisis identitas. Hal tersebut di kuatkan oleh pendapat (Hasan, 2016) bahwa kaum milenial merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa.

Oleh karena itu, berdasarkan dari permasalahan di atas penulis merasa tertarik untuk membahasnya dalam sebuah skripsi yang berjudul: Minat Menonton Televisi dan Hubungannya dengan Akhlak Generasi Milenial Studi Kasus SMP Islam Nurush Shodiqin

B. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Suharsimi Arikunto penelitian kuantitatif, sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya, demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik juga disertai dengan table, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain (Suharsimi Arikunto, 2010:27).

Penelitian ini dilaksanakan di SMP Islam Nurush Shodiqin Kabupaten Bogor. Yang beralamat di Jalan Masjid Jami Al-Barkah Kp Rawa RT. 02 RW. 08 Desa Rawa Panjang Kecamatan Bojong Gede Kabupaten Bogor. Peneliti mengambil penelitian di SMP Islam Nurush Shodiqin Kabupaten Bogor karena sekolah tersebut termasuk ke dalam sekolah umum namun

muatan pelajaran keagamaan yang lebih mendalam karena bersanding dengan kata islam, sedangkan yang peneliti lakukan adalah akhlak siswa, maka dari itu menurut peneliti sekolah tersebut pantas dilakukan penelitian tentang akhlak siswa karena sekolah tersebut memberikan penerapan dan pembelajaran lebih mengenai akhlak.

Penelitian yang berjudul “Minat Menonton Televisi dan Hubungannya Dengan Akhlak Generasi Milenial Study Kasus Smp Islam Nurush Shodiqin” dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan September tahun 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa yang ada di SMP Islam Nurush Shodiqin Bojonggede Kabupaten Bogor yang berjumlah 114 siswa. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan penelitian populasi. sebagai populasi adalah seluruh siswa yang ada di SMP Islam Nurush Shodiqin Bojonggede Kabupaten Bogor dan penentu sampelnya menggunakan teknik sampling sistematis sehingga mendapatkan hasil 35 responden.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Uji Validitas dan Reabilitas pada minat menonton televisi dan hubungan dengan akhlak siswa di SMP Islam Nurush Shodiqin

Uji validitas didapatkan hasil bahwa setiap variabel yaitu motivasi, prestasi kerja dan pengembangan karir karyawan rhitung > rtabel (0,282) sehingga dikatakan bahwa seluruh item variabel penelitian minat menonton televisi, dan Akhlak Generasi Milenial adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

Sedangkan pengujian reabilitas hasilnya yaitu minat menonton televisi,

dan Akhlak generasi milenial memiliki nilai *Cronchbach's Alpha* > 0,60 maka seluruh item pertanyaan reliabel dan dapat diterima.

2. Gambaran Uji Normalitas pada gambaran minat menonton televisi dan hubungan dengan akhlak siswa di SMP Islam Nuruhs Shodiqin

Uji normalitas dilihat pada baris Asymp.Sig. (2-tailed). Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Variabel X1 memiliki distribusi normal, karena dapat dilihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed) X1 > 0,05 yaitu sebesar 0,200 variabel Y memiliki distribusi normal, karena dapat dilihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed) X1 > 0,05 yaitu sebesar 0,200

3. Gambaran Minat Menonton Televisi dan Hubungan Dengan Akhlak Siswa di SMP Islam Nuruhs Shodiqin

Berdasarkan hasil dari data perhitungan dan analisa data yang telah dilakukan, penulis menginterpretasikan hasil perhitungan di atas dengandiperoleh nilai koefisien korelasi rxy yaitu sebesar 0,853. Jika diperhatikan maka angka indeks korelasi yang diperoleh memiliki hubungan yang kuat atau tinggi, ini berarti korelasi antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi memiliki hubungan antara dua variabel tersebut. Kemudian nilai tersebut di interpretasikan dengan cara sederhana yaitu dengan memberikan interpretasi terhadap angka koefisien Korelasi Product Moment.

Minat Menonton Televisi dan Hubungannya dengan Akhlak Generasi Milenial Studi Kasus SMP Islam Nurush Shodiqin Menurut (Andi, 2012: 115) televisi merupakan media yang paling banyak menarik perhatian dan di antara barang elektronik yang banyak dibeli oleh orang pada umumnya. Semenjak televisi ditemukan, informasi dari berbagai macam peristiwa dari seluruh dunia, dapat disaksikan. Media televisi dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas (*broadcast*) dalam waktu yang bersamaan.

Televisi merupakan gabungan dari media dengar (audio) dan gambar hidup (*live visual*) yang dapat bersifat informatif, menghibur dan mendidik. Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh (*powerfull*) untuk menyampaikan pesan.

Media televisi, sejauh ini media yang telah menjadi sarana pemenuhan waktu luang. Televisi juga telah menjadi sarana atau alat pemasaran yang efektif. Tujuan dari program televisi ialah menarik sebanyak mungkin penonton. Semakin banyak penonton semakin tinggi pula pendapatan dan keuntungan yang di dapat. Jika tidak ada penonton, penyiaran dan iklan, maka tidak ada keuntungan yang di dapat (Fachruddin, 2016:47). (dalam Lan, dkk, 2010) bahwa terdapat dampak yang terlihat dalam jangka pendek yaitu perilaku sosial anak terutama dalam berinteraksi dengan orang lain selalu menggunakan agresi (kekerasan).

Banyak anak yang tidak dapat mengontrol karena kekerasan yang

ditirukannya melalui tayangan televisi telah menjadi suatu kebiasaan yang tidak bisa terlepas dari diri anak. Selain itu terdapat dampak jangka panjang seperti yang telah diungkap pada dampak jangka pendek bahwa kekerasan telah menjadi suatu kebiasaan, hal ini akan mendukung penuh anak untuk berani berbuat kriminal saat dewasa.

Perkembangan berbagai media yang luar biasa dan apabila tidak diantisipasi akan memberi pengaruh bagi pemirsanya. Di tambah lagi ada persaingan bisnis yang ketat antara media, mengabaikan tanggung jawab sosial, moral akhlak serta etikanya dan melanggar hak konsumen. Seiring dengan berkembangnya tayangan televisi baik berupa penayangan film, sinetron, maupun tayangan-tayangan bentuk lain ini menjadikan salah satu bentuk hiburan yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat terlebih bagi anak-anak sekarang. Yang menjadi permasalahan adalah kebanyakan orangtua tidak sadar akan kebebasan media yang kurang baik bagi anak-anak. Apabila anak-anak tidak diawasi dengan baik saat menonton televisi, dengan kondisi ini sangat di khawatirkan dampaknya terhadap perkembangan anak. Kita memang tidak bisa gegabah menyamaratakan semua program televisi berdampak buruk bagi anak, ada juga program televisi yang punya sisi baik misalnya program yang bertemakan pendidikan.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis tentang “Minat Menonton Televisi

dan Hubungannya dengan Akhlak Generasi Milenial Studi Kasus SMP Islam Nurush Shodiqin”, dapat ditarik kesimpulan sebagai, Hasil pada uji validitas pada variabel X1 dikatakan Valid karna nilai pada 15 item pertanyaan hasilnya diatas nilai R Tabel yaitu 0,282. Dan hasil uji validitas pada variabel Y dikatakan Valid juga karena semua nilai pada semua item berada pada nilai R tabel maka dinyatakan valid. Hasil pada uji reabilitas pada Cronchbach’s Alpha reliabel karena nilai pada variabel X1 diatas 0,6 yaitu 0,895 dan Variabel Y yaitu 0,911 maka nilai reliabel. Terdapat pengaruh yang kuat antara Minat Menonton Televisi dan Hubungannya dengan Akhlak Generasi Milenial Studi Kasus SMP Islam Nurush Shodiqin Dari hasil perhitungan, diperoleh hasil korelasi antara variabel X dan variabel Y sebesar 0,853.

E. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Dengan hasil penelitiannya diharapkan:

1. Menjadi salah satu acuan bagi guru selaku pendidik dan pengajar bagi peserta didik SMP Islam Nurush Shodiqin untuk lebih memperhatikan pengawasan anak didik dalam proses belajar.
2. Orang tua memiliki tanggung jawab untuk mengawasi tayangan dan jam menonton televisi yang baik untuk anak, memilihkan kegiatan alternative untuk anak selain menonton televisi dan membina hubungan komunikasi yang baik antara anak dan orang tua di rumah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fachruddin, Andi (2016). *Manajemen Pertelevision Modern*, Yogyakarta: Mercuri Buana.
- Mabruri KN, Anton (2011). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Televisi Drama*. Beji Depok Jawa barat : Mind 8 Publishing.
- Effendy, Heru (2014). *Berhenti Jadi Penonton Televisi*, Jakarta : KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Effendy, Heru (2010). *Industri Pertelevision Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Andi, Abdul.M (2011). *Indonesia Di Era Dunia Maya, Teknologi Informasi Dalam Dunia Tanpa Batas* Cet. I: Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Bamuali, Chaider S v (2018). *Kaum Muda Muslim Milenial Konservatisme, Hibridasi Identitas, Dan Tantangan Radikalisme*. Jakarta: Pusat Kajian Agama Dan Budaya UIN Syarif Hidayatullah.
- Darajat, Zakiyah (2015). *Pengantar Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta :PT. Bulan Bintang.
- Hasan.(2016). *Literatur keislaman Generasi Milenial*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press.
- W. Sarwono, Sarlito (2011). *Pengantar Psikologi Umum*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Danim, Sudarwan (2010). *Media Komunikasi Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksari.
- Darajat, Zakiyah, (2015). *Pengantar Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta : PT. Bulan Bintang.
- Yoris, Sebastian (2016). *Generasi Langgas Millenials Indonesia*. Jakarta: Gagas Media.
- Daradajat, Zakiyah (2015). *Ilmu Pendidikan Islam, dkk.,*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Latief.Hilman (2018). *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibriditas Identitas, dan Tantangan Radikalismne*. Jakarta : (CSRC) Pusat Kajian Agama dan Budaya UIN Syarif Hidayatullah.
- Purwanto, M.Ngalim (2016). *Ilmu Pendidikan Teoretis Dan Praktis*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Abubakar, Irfan (2018). *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibriditas Identitas, dan Tantangan Radikalismne*. Jakarta : (CSRC) Pusat Kajian Agama dan Budaya UIN Syarif Hidayatullah.
- Arifin. M. (2010). *Filsafat Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Padmowihardjo, Soenardjo. (2014). *Psikologi Belajar Mengajar*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Wihana, Heru Dwi. (2015). *Teknologi Informasi Sebagai Pola Hidup Generasi Milenial*. Cijantung, Jakarta: Bumi Akasara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Nana, Syaodih (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method*. Jakarta: Rajawali Pers/Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Arikuntom, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Caps.
- Jurnal ilmiah:
- Aisyah, Alimuddin. (2016). Dampak Perkembangan Media Televisi Terhadap Akhlak Peserta didik di SMP Negeri 1 Pallangga Kab.Gowa". *The Journal of Faculty of Tarbiyah dan Keguruan UIN ALAUDDIN MAKASSAR*.
- NURMAIDA, (2011).Dampak Media Televisi Terhadap Akhlak Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 26 Makassar."The Journal of Faculty of Tarbiyah dan Keguruan UIN ALAUDDIN MAKASSAR.
- Sumber internet:
- Pew Research Center.(2010). <http://www.pewresearchcenter.org/fact-tank/2010/05/02/millennials-stand-out-for-their-technology-use-but-older-generations-also-embrace-digital-life/>.
- Fachruddin, Andi. (2016), *Manajemen Pertelevision Modern*, Yogyakarta: Mercu Buana. <http://www.repository.umy.ac.id>
- Arifin.M (2010). *Filsafat Pendidikan Islam*.Jakarta: Bumi Aksara. <http://www.e-repository.iainsalatiga.ac.id>
- Gifari Annisa Rohani. (2015). Pengaruh Televisi (TV) Terhadap Aspek-Aspek Perkembangan Anak Usia 3-4 Tahun" *The Journal Of Faculty Ilmu Pendidikan UNY*. <http://www.journal.uny.ac.id>
- Cangara, Hafied. (2013). Pengantar Ilmu Komunikasi.Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi No.6, Vol.2, April-Juni 2013 <http://www.scholar.google.co.id>
- Djoyohadikusumo (2014). *Pengertian Teknologi*. Jogyakarta. BPFEE <http://jurnal.unmer.ac.id>
- Rahmita, Soenjoyo. (2014) Dampak Perkembangan Media Televisi Terhadap Akhlak. <http://www.Repotasitori.uin-alauddin.ac.id>
- Belajarpsikologi.com. Zaqeus.(2008). Cara mengatasi penyakit malas. <http://belajarpsikologi.com/cara-mengatasi-penyakit-malas/>.
- Sumartono (1998). Pengaruh Terpaan Iklan Shampoo di Televisi Terhadap Sikap dan Perilaku Konsumtif Remaja. Bandung. PPS-Unpad. <http://jurnal.unmer.ac.id>
- Majalah Francice.com. (2017). Memanfaatkan Go-Food Sebagai Layanan Food Dilevery. <http://www.majalahfranchise.com/article/306/memanfaatkangofood-sebagai-layanan-food-delivery>.
- Coyne & Archer (2005), (Lan, dkk, 2010) Studi Dampak Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan perilaku Sosial Anak <http://www.media.neliti.com>