

PENGARUH SIARAN PIALA DUNIA TERHADAP KEPEMILIKAN ATRIBUT SEPAK BOLA MAHASISWA KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

¹Agus Anjar; ²Gomal Juni Yanris

¹Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Labuhanbatu;
²Program Studi Manajemen Informatika, Fakultas Sain dan Teknologi,
Universitas Labuhanbatu

email: ¹agusanjartiga@gmail.com; ²gomaljuniyanris@gmail.com

Diterima: 06-05-2020

Disetujui: 27-01-2021

Diterbitkan: 29 Januari 2021

Abstrak

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh siaran sepak bola piala dunia 2006 yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta SCTV terhadap kepemilikan atribut klub sepak bola mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau. Perkembangan yang pesat dibidang komunikasi dan informasi, telah menempatkan media massa pada posisi yang penting, terutama media televisi yang menjadi sarana yang sangat efektif untuk memberikan berbagai informasi terhadap masyarakat seperti halnya siaran piala dunia 2006 di Jerman. Rumusan masalah penelitian ini adalah, adakah pengaruh siaran sepak bola Piala Dunia tahun 2006 terhadap kepemilikan atribut klub sepak bola komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan instrument penelitian berupa angket. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang tergabung kedalam klub sepak bola Ilmu Komunikasi, sedangkan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah siaran piala dunia tahun 2006 yang disiarkan SCTV. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, wawancara dan observasi yang kemudian dianalisa data dengan menggunakan rumus $P=f/n=100$. Adapun hasil dari analisa data didapat presentase rata-rata kuantitatif sebesar 70,72%, sedangkan yang menjadi faktor penyebab klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi menonton siaran sepak bola piala dunia ini tergolong tinggi, diperoleh data kuantitatif sebesar 79,66% hal ini disebabkan karena faktor hobi, faktor pergaulan, dan faktor ekonomi

Kata Kunci: Sepak Bola, Pengaruh, Atribut, Siaran Televisi

Abstract

The purpose of this study was to determine the 2006 world football broadcast broadcast by the private television station SCTV to the ownership of the soccer club attributes of students majoring in Communication Science, UIN SUSKA Riau. The rapid development in the field of communication and information, has placed the mass media in an important position, some television media which are very effective means of providing various information to the public such as the 2006 World Cup broadcast broadcast in Germany. The problem is that these publications have implications for the communication soccer club attributes. Then the method used to get answers from the problem formulation using descriptive qualitative. As for the research subjects, students majoring in Communication Studies were incorporated into the Communication Studies football club, while the object of this research was the 2006

World Cup broadcast broadcast by SCTV. Data collection techniques in this study used questionnaires, interviews and observations which were then analyzed by using the formula $P = f / n = 100$. While the results of the data analysis obtained a quantitative average of 70.72%, while that was a factor causing soccer clubs communication department majoring in watching world cup soccer broadcasts is relatively high, obtained quantitative data of 79.66% this is due to hobby factors, social factors, and economic factors.

Key Words: *Foot ball, Influence, Attributes, Television Broadcast*

PENDAHULUAN

Permainan sepak bola sudah dimainkan di Olimpiade tahun 1900, awalnya hanya untuk permainan amatir saja, namun sejak olimpiade di Los Angeles 1984 permainan sepak bola profesional sudah mulai di mainkan (http://www.sepak_bola.com).

Kejuaraan sepakbola pertama di dunia dilaksanakan pada Tahun 1904 di Paris ketika kongres pertama FIFA. Tahun 1928 hasil usaha FIFA dan Presiden persatuan sepakbola Francis mengadakan kongres di Amsterdam, dan menyatakan setuju untuk melaksanakan gagasan itu. Setahun kemudian FIFA mencanangkan kejuaraan dunia dengan nama Piala Dunia pada Tahun 1930 (<http://www.utusan.com>).

Siaran langsung yang mencapai 270 menit ditambah lagi siaran ulang pada sore harinya sehingga total mencapai 360 menit siaran dalam sehari. Dari kejadian tersebut peneliti sudah mulai memperhatikan adanya pengaruh yang mulai tampak pada klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi, mulai dari poster-poster pemain sepakbola yang dipajangkan ruang tamu sampai memakai baju yang mirip dengan pemain idolanya. Ini sering dijumpai di lingkungan kampus UIN SUSKA, baik ketika akan bertanding maupun ketika latihan. Bukan itu saja yang dirasakan oleh mahasiswa akan tetapi masyarakat umum juga terasa dengan adanya siaran piala dunia tersebut memberikan dampak seperti membeli atribut-atribut olahraga yang sesuai dengan idolanya.

Pengaruh menurut pandangan para ahli adalah sesuatu yang timbul dari seseorang, benda dan sebagainya (Rama: 372), sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan dari pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang (KKBI, 1995: 849).

Dengan adanya siaran Piala Dunia yang disiarkan oleh stasiun SCTV, memberikan dampak terhadap klub sepak bola Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau. Hal tersebut tergambar dengan banyaknya anggota klub sepak bola Komunikasi yang meniru/mencontoh, membeli hingga dipakai dalam keseharian. Adapun bentuk penampilan yang ditiru setelah melihat Piala Duni yang disiarkan stasiun SCTV berupa asesoris yang melekat dalam tubuh, jaket, dan pemasangan foster-foster yang dipasang dikendaraan maupun dalam ruangan kamar dan rumah.

Atas dasar hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mendapatkan jawaban. Dengan demikian, judul yang penelitian ini adalah Pengaruh siaran sepak bola piala dunia terhadap kepemilikan atribut klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi UIN SUSKA Riau.

KERANGKA TEORI

Untuk mempermudah dalam penelitian maka perlu merujuk pandangan para ahli, diantara yang membahas tentang televisi. Televisi adalah televisi siaran (*televi broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang telah dimiliki komunikasi massa sebagaimana diuraikan di atas, yakni berlangsungnya komunikasi satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikasinya heterogen.

Menurut Donald K. Robert pengaruh merupakan perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Pesan ini haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa (Rahmat, 2001: 218). Selain itu WJS Poerdawinata mendefinisikan kata pengaruh memiliki arti sesuatu yang membawa perubahan dari kondisi semula baik kearah positif maupun kearah negatif. Sedangkan pandangan lain diutarakan oleh Udai Parek dalam bukunya pengaruh organisasi (1983), persepsi seseorang dapat dipengaruhi beberapa faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan kebutuhan psikologi, latar belakang, pengalaman, kepribadian dan penerimaan diri. Sedangkan eksternal meliputi: Intensitas, ukuran, kontras, gerakan, ulangan, keakraban.

Adapun faktor internal dan faktor eksternal yang dimaksud oleh peneliti disini adalah, pengaruh yang muncul pada diri komunikasi setelah siaran piala dunia 2006 di stasiun televisi SCTV terhadap kepemilikan atribut klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi. Pengaruh sendiri merupakan bagian dari komponen-komponen komunikasi terdiri dari komunikator, komunikan, pesan, media dan pengaruh. Berdasarkan bobotnya pengaruh tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut Pengaruh Kognitif; Pengaruh afektif; Pengaruh behavior. (Rahmat, 1988)

Pengaruh kognitif dapat disimpulkan bahwa, sebagai salah satu akibat perubahan yang timbul pada diri komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualnya. Pesan yang disampaikan komunikator ditujukan pada pikiran komunikan. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tujuan dari komunikasi adalah merubah pikiran komunikan.

Adapun pengaruh kognitif yang dapat dilihat ataupun yang terjadi pada klub sepak bola jurusan Ilmu Komunikasi adalah, bahwa mereka memandang siaran piala dunia tahun 2006 ini sebagai sumber informasi terhadap atribut-atribut yang digunakan selama piala dunia 2006 di Jerman. Hal tersebut seperti yang diperjual belikan berupa foster-foster, baju sepak bola, celana sepak bola, dan *accessories* lainnya yang mirip dengan piala dunia 2006. Pemberian informasi bagi khalayak luas (penonton) juga terlihat dengan adanya pemakaian berupa sarung tangan, bindo kepala, ban capten, anting-anting. Ada juga berupa merk-merk seperti Adidas, NIKE, Puma, Umbro, Lotto dan lain-lainnya. Yang ini adalah semua efek dari kognitif yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. (Rahmat, 2005: 219)

Afektif disini lebih tinggi bobotnya atau kadarnya dari pada pengaruh kognitif. Disini tujuan komunikator bukan sekedar supaya komunikan tahu, tetapi lebih jauh dari pada itu yang diharapkan adalah tergeraknya hati komunikan untuk mencoba dan mempraktekan, dan menimbulkan perasaan tertentu, seperti marah,

tertawa dan sebagainya. Efek afektif disini timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai (Rahkmat, 2005: 219).

Sedangkan untuk *behavior* ini tampak terhadap klub sepak bola jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA seperti setiap akan bertanding atau latihan sepak bola menggunakan baju, sepatu, nomor punggung dan lainnya. Ini semua dilakukan berkat adanya siaran piala dunia yang disaksikan di stasiun SCTV. Behavior merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku seperti diatas (Rahkmat, 2005: 219).

Siaran sendiri jika merujuk pandangan para ahli adalah serangkaian pesan baik dalam bentuk suara, gambar, atau suara gambar, atau yang berbentuk grafis dan karakter lainnya yang lainnya yang dapat diterima melalui pesawat penerima siaran televisi, atau perangkat elektronik lainnya yang bersifat interaktif maupun tidak dengan bentuk (Sartono: 1997:3). Televisi adalah *mass media* yang memancarkan suara atau gambar atau secara mudah dapat disebut dengan radio *withpicture* atau *movie at home* (Widjaja: 36).

Televisi juga bisa diartikan alat yang ditranmisikan oleh pemancar televisi, selain suara juga gambar, tanpa gambar bukanlah televisi. Istilah televisi berasal dari kata *Tele* yang berarti jauh *visi* yang berarti penglihatan. Segi jauh ditransmisikan dengan prinsip-prinsip radio sebagaimana diutarakan diatas, sedang segi penglihatannya dengan prinsip-prinsip kamera sehingga menjadi gambar, baik dalam bentuk gambar diam "*still picture*" (Efendi: 21-22).

Sedangkan asal kata televisi berasal dari bahasa Yunani "*tele*" yang berarti jauh dan "*vision*" yang berarti penglihatan (Efendi, 1989: 36). Dalam teori McLuhan televisi diartikan sebagai perpanjangan mata (Rahkmat: 220). Adapun tujuan televisi sebagai media penyiaran yang diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, sehingga muncul watak dan mental bangsa yang beriman dan bertaqwa, sehingga menghasilkan kecerdasan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia (Setia: 2003: 7). Sedangkan fungsi televisi sendiri adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol dan perekat sosial (Setia, 2003: 7).

Adanya dampak bagi klub sepak bola ilmu komunikasi dan masyarakat luas berupa pemakaian atribut. Atribut sendiri bermakna tanda kelengkapan berupa sepatu, baju, lencana dan sebagainya. Lambang atau sifat yang menjadi ciri khas (suatu benda ataupun orang) (Rama: 60). Lebih lanjut juga Rama menambahkan arti dari atribut disini berupa lambang (Rama: 480).

Lebih lanjut dalam buku (Walgito, 2003: 51-53) ada menyebutkan kalimat *distinctiveness* yaitu bagaimana orang bereaksi terhadap stimulus atau situasi yang berbeda-beda. Bila seseorang memberikan reaksi yang sama terhadap stimulus yang berbeda-beda, maka dapat dikatakan orang yang bersangkutan mempunyai *distinctiveness* rendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan beberapa cara. Cara yang dimaksud peneliti adalah metode penelitian untuk mendapatkan jawaban dari sebuah rumusan

masalah. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu dengan statistik yang dimulai dari pengumpulan data, menyusun atau mengatur data, mengolah data, menyajikan dan menganalisa data angka, guna memberikan data tentang suatu gejala, peristiwa atau keadaan (Hartono, 2004: 2). Data yang didapat dilapangan hasil dari penyebaran angket kemudian dianalisa dengan menggunakan angka sehingga mendapat kesimpulan. Adapun hasil analisa data nanti dengan merujuk pandangan ahli dengan klasifikasi tinggi sedang dan rendah.

- a. 76% - 100% = Tinggi
- b. 56% - 75% = Sedang
- c. 40% - 55% = Rendah (Suharsimi Arikunto, 1993: 210).

Teknik ini menurut Suharsimi sering disebut dengan tehnik Deskriptif Kualitatif Presentase, dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} = 100$$

Dengan keterangan rumus sebagai berikut:

P = Presentase Jawaban

F = Frekuensi / Jumlah

N = Total Jumlah Responden (Anas, 2003: 40).

Adapun subjek penelitiannya adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang tergabung kedalam klub sepak bola Ilmu Komunikasi, sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah klub sepak bola Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, wawancara dan observasi yang kemudian dianalisa data guna mendapatkan sebuah kesimpulan dari penelitian.

PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini peneliti akan menganalisa hasil penyebaran angket kepada klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi. Adapun pembahasan ini peneliti menggunakan rumus $P = \frac{f}{n} = 100\%$ kemudian dinarasikan dengan menggunakan deksriptif kuantaitatif.

Analisa Data mengenai Faktor Pengaruh Siaran Piala Dunia 2006 di Stasiun SCTV

Tabel. 1
Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Pengaruh
Siaran Sepak Bola Piala Dunia 2006

Pertanyaan	A		B		C		Jumlah	
	F	P	F	P	F	P	F	P
1	9	30%	19	63,34%	2	6,66%	30	100%
2	12	40%	8	26,67%	10	33,33%	30	100%
3	5	16,67%	23	76,67%	2	6,66%	30	100%
4	19	63,34%	2	6,66%	9	30%	30	100%
5	3	10%	21	70%	6	20%	30	100%
6	17	56%	9	30%	4	13,34%	30	100%
7	12	40%	8	26,62%	10	33,33%	30	100%
8	12	40%	4	13,33%	14	46,67%	30	100%
9	18	60%	3	10%	9	30%	30	100%
10	10	33,33%	11	36,67%	9	30%	30	100%
11	9	30%	21	70%	-	-	30	100%
12	12	40%	18	60%	-	-	30	100%
13	10	33,33%	7	23,34%	13	43,33%	30	100%
14	9	30%	8	26,67%	13	43,33%	30	100%
15	15	50%	6	20%	9	30%	30	100%
16	3	10%	1	3,33%	26	%	30	100%
17	7	23,34%	17	56,66%	6	%	30	100%
18	27	90%	1	3,33%	2	%	30	100%
19	15	50%	3	10%	12	%	30	100%
20	7	23,33%	21	70%	2	%	30	100%
	231	770%	211	703,33%	158	526,66%	600	100%
		38,5%		35,1645%		26,333%		

Dari tabel diatas rekapitulasi jawaban angket tersebut , maka dapat diketahui penyebab klub sepak bola jurusan Ilmu Komunikasi menonton siaran sepak bola adalah sebagai berikut:

Alternatif jawaban:

A. 231

B. 211

C. 158

Jumlah 600

Dengan demikian untuk mengetahui pengaruh siaran sepak bola piala dunia 2006 distasiun televisi SCTV terhadap kepemilikan atribut club sepak bola mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau adalah sebagai berikut:

Alternatif jawaban:

$$A = 231 \times 3 = 693$$

$$B = 211 \times 2 = 422$$

$$C = 158 \times 1 = 158$$

$$\text{Jumlah} = 1273$$

Untuk mempermudah mencari presentase, maka angka ini akan dibandingkan dengan angka yang diharapkan sebagaimana yang dimaksudkan pada Bab I penelitian ini. Maka presentasinya sebagai berikut:

$$P = 600 \times 3 = 1800$$

$$P = \frac{1273}{1800} \times 100\% = 70,72\%$$

Presentase dari angket tersebut setelah dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan, maka berada pada kategori 56-75 yang berada pada posisi 70,72%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pengaruh siaran sepak bola piala dunia 2006 pada stasiun SCTV terhadap kepemilikan atribut klub sepak bola mahasiswa ilmu komunikasi adalah sedang, ini dapat dilihat dari rekapitulasi angket yang disebarakan kepada responden.

Siaran sepak bola jika dilihat dari segi komunikasi merupakan pesan yang disampaikan elalui media . Sebagai komunikator adalah sepak bola, dan yang sebagai komunikan adalah penonton, dalam hal ini adalah klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi.

Adanya beberapat siara sepak bola piala dunia yang ditiru oleh pemirsahnya karena menarik dan menyenangkan. Maka hal tersebut sejalan dengan salah satu efek dari media massa yaitu efek behaviore, yang bermakna pengaruh yang timbul kepada diri sendiri komunikan dalam bentuk prilaku, tindakan atau perbuatan (Efendy, 1992: 76).menimbulkan juga efek afektif yang mana *audiance* tergugah perasaannya untuk menerapkan , hal-hal yang sesuai dengan efek afektif (Rahkmat, 1998: 223).

Dengan demikian bahwa selain berfungsi memberikan hal yang sangat positif tentang sepak bola juga dapat meningkatkan tali silaturahmi. Banyaknya siaran yang ditiru oleh klub sepak bola jurusan ilmu komunikasi seperti mengikuti nomor punggung, pemakaian ban capten dan lain-lainnya.

Jika ditinjau dari persepektif komunikasi, siaran sepak bola piala dunia dianggap sebgai tehnik penyampaian pesan yang efektif dalam meningkatkan mutu dan kualitas olah raga. Dari penyangan piala dunia di stasiun SCTV

KESIMPULAN

Untuk mendapatkan jawaban rumusan masalah maka penelitian melakukan analisa data yang kemudian menarik sebuah kesimpulan. Maka berdasarkan penyajian data dan analisa data dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa Pengaruh siaran sepak bola piala dunia 2006 pada stasiun SCTV terhadap kepemilikan atribut dalam klub sepak bola mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau adalah sedang, hal ini dapat dilihat dari presentase rata-rata kuantitatif sebesar 70,72% didapat dari hasil penyebaran angket. Faktor penyebab klub sepak bola jurusan ilmu

komunikasi menonton siaran sepak bola piala dunia ini tergolong tinggi, dapat dilihat dari presentase rata-rata kuantitatif sebesar 79,66% yang disebabkan karena: faktor hobi, faktor pergaulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 1997, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, RinekaCipta, Jakarta
- Achmadi, Cholid, 2003, *Metode Penelitian*, BumiAksara
- Batty, C Eric, 2005, *Latihan Metode Baru Sepak Bola Serangan*, pionir Jaya Bandung
- Batty, C Eric, 2005, *Latihan Metode Baru Sepak Bola Pertahanan*, pionir Jaya Bandung
- Depertemen Pedidikan 2001, *Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga, Balai Pustaka, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana, 2003, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Harsuki, 2003, *Perkembangan Olah raga Terkini*, Jakarta
- Hartono, 2004, *Statistik Untuk Penelitian*, LSKF₂P, Pekanbaru
- http://www.sejarahberdirinya_sctv.com
- http://www.sepak_bola.com
- Jadwal Pertandingan Piala Dunia 2006
- Joseph A. Luxbacher, 2004, *Sepak Bola*, Edisi kedua
- Kuswandi, Wawan, 1996, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis media Televisi*, Rineka Cipta, Jakarta
- Liliweri, Alo, 2004, *Wacana, Komunikasi Organisasi*,Mandar Maju, Bandung
- Majalah, Four Four Two, Indonesia, 2006
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004, *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi, Bandung
- Sarlito Wirawan Sarwono, 1998, *Psikologi Sosial, Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan*, Balai Pustaka, Jakarta
- Sri Wahyuni, Gustina, 2005, *Efek Media Televisi Terhadap Prilaku Beragama*, Pekanbaru
- Sudjiono Anas, 2003, *Statistik Pendidikan*, Rosda Karya, Jakarta
- Tabloid harian Riau Pos, **Germany 2006**. 2006
- Tabloid Olah Raga, **BOLA**, Juli 2006
- Tabloid Sepak Bola, SOCCER, 2006
- Walgito, Bimo, 2003, *Psikologi Sosial*, Andi, Yogyakarta
- Widjaja, H.A.W, 2000, *Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar Studi*, Rineka Cipta
- Usman, Husaini, 1995, *Pengantar Statistik*, Bumi Aksara, Yogyakarta