

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di Indonesia dari segi kuantitas dan kualitas media komunikasi semakin meningkat. Media komunikasi yang terdiri dari media komunikasi cetak (koran, majalah, buku) dan media komunikasi elektronika bersifat *audio* seperti radio, bersifat *audio visual* seperti televisi. Selama perkembangannya, televisi dinilai sebagai media komunikasi yang paling efektif dan menarik simpati masyarakat luas (Subroto, 2007:31).

Berita merupakan salah satu varian dari program acara di televisi (salah satu dari media massa). Dalam perkembangannya, berita dipergunakan oleh kaum idealis untuk melakukan “*social control*” sehingga berita tidak hanya bersifat *informative*, tetapi juga *persuasive* (Effendy, 2004:66). Sehingga berita tidak hanya menyiarkan informasi saja, tetapi juga membujuk dan mengajak penonton (khalayak sasaran) untuk mengambil sikap tertentu supaya berbuat sesuatu atau tidak melakukan sesuatu (prinsip dari persuasif). Menurut Effendy (2004:22) juga, bahwa komunikasi persuasi menimbulkan dampak yang lebih tinggi kadarnya dibandingkan dengan komunikasi informatif, yaitu :

1. Dampak Kognitif

Yang terjadi disini adalah penonton menjadi tahu dan meningkat intelektualitasnya.

2. Dampak Afektif

Yang terjadi disini adalah penonton tergerak hatinya sehingga menimbulkan perasaan tertentu misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

3. Dampak Behavioral

Yang terjadi disini adalah dampak yang timbul pada penonton dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

Untuk unsur-unsur komunikasi persuasi sendiri adalah sumber (*source*), pesan (*message*), media (*channel*), dan khalayak sasaran (*receiver*) menurut Roedeklein dalam Ritonga (2005:4). Menurut Littlejohn (Ritonga, 2005:5), pesan (*message*) persuasi dipandang sebagai “*usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif kearah tujuan yang telah ditetapkan*”, tetapi yang dimaksud “unsur manipulasi” itu tidak mengurangi atau menambah fakta tetapi memanfaatkan fakta-fakta yang berkaitan dengan motif-motif penonton (khalayak sasaran). Oleh karena itu, pesan merupakan salah satu bagian terpenting dalam melakukan komunikasi persuasi. Supaya pesan dalam komunikasi persuasi berhasil dilakukan oleh komunikator, maka komunikator harus mempunyai strategi-strategi khusus dalam melakukan proses persuasi kepada penonton (khalayak penonton), seperti pernyataan McGuire (Ritonga, 2005:24) yaitu

“dalam mengemas pesan, strategi sebelumnya harus mempertinggi kejelasan pesan dan menjamin point yang akan memberi kelayakan komprehensif”. Supaya pesan-pesan persuasi tersebut dapat secara efektif disampaikan kepada penonton (khalayak sasaran).

Sasaran penerima informasi dan persuasi berita melalui media televisi adalah masyarakat baik tua, muda maupun anak-anak yang sudah sampai ke tingkat masyarakat terkecil (RT/RW). Anak-anak yang dalam proses perkembangannya, dibutuhkan perhatian yang serius dari media televisi dikarenakan peranan dari televisi untuk memberikan informasi dan mempersuasi *audience* atau penonton. RBTV Yogyakarta melalui PUSPADANTA *Production* memproduksi program acara berita anak “CERDAS” dengan format berita bersegmen anak-anak (umur 5 sampai 14 tahun). Hal ini yang menjadikan penulis mencoba mencermati lebih jauh tentang program acara ini. Dikarenakan saat ini sedikit sekali program acara berita yang ber-segmentasi anak-anak, kebanyakan program acara berita yang tayang di stasiun-stasiun televisi bersegmen dewasa. Penayangan berita anak “CERDAS” menggunakan pembawa berita, reporter, dan pembaca narasi adalah anak-anak walaupun untuk orang-orang dibalik layar adalah orang dewasa. Sifat setiap berita di “CERDAS” yang masih lokal digunakan untuk para penonton (anak-anak) yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta karena RBTV Yogyakarta yang masih bersifat lokal. Anak-anak sangat mudah meniru (imitasi) dari apa yang mereka lihat, baca, dan mereka dengarkan dalam tayangan berita anak “CERDAS” walaupun bukan merupakan

pesan utama dari tiap-tiap berita sehingga dapat membentuk watak dan karakter dari anak-anak (khususnya penonton berita anak "CERDAS"). Anak-anak akan mudah sekali meniru (imitasi) apa yang mereka lihat, dengar, baca di layar televisi dikarenakan televisi berkemampuan khusus dalam mengolah dan mengabungkan gambar (*video*) dan suara (*audio*).

Penelitian ini akan meneliti dari tayangan berita anak "CERDAS" yang tayang setiap hari Sabtu pukul 18.00 WIB sampai 19.00 WIB pada bulan April 2011. Di bulan April 2011 terdapat peristiwa yang sangat penting bagi anak-anak (yang merupakan segmentasi dari berita anak "CERDAS"), peristiwa itu adalah Ujian Nasional (UN) bagi siswa-siswi kelas 9 (kelas 3 SLTP). Menurut Ketetapan Resmi Kemendiknas (<http://ujiannasional.web.id/jadwal-un-tahun-2011.html> yang diakses 15 April 2011 pukul 12:42), ujian nasional untuk Sekolah Dasar adalah 10 sampai 12 Mei 2011 sedangkan ujian nasional untuk SLTP adalah 25 sampai 27 April 2011.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah :

“Bagaimana gambaran strategi pesan persuasif kepada anak dalam tayangan berita anak "CERDAS" yang tayang di RBTv Yogyakarta edisi April 2011?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui strategi pesan persuasif kepada anak yang digunakan dalam tayangan berita anak "CERDAS" yang tayang di RBTv Yogyakarta edisi April 2011.
2. Mengetahui kecenderungan strategi pesan persuasif kepada anak yang paling banyak digunakan dalam tayangan berita anak "CERDAS" yang tayang di RBTv Yogyakarta edisi April 2011.

D. Kerangka Konsep

Penulis akan membuat kerangka konsep tentang strategi pesan persuasi dan berita televisi (untuk mempermudah penelitian ini) karena pada dasarnya penelitian ini untuk mencari gambaran tentang strategi pesan persuasif kepada anak-anak didalam tayangan berita di televisi.

1. Strategi Pesan Persuasi

Strategi pesan persuasif adalah siasat atau cara untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku berdasarkan akal dan budi manusia yang dinyatakan melalui komunikasi *verbal*, *nonverbal*, dan atau *paralinguistic*. Pesan itu sendiri adalah hasil penggunaan akal dan budi manusia yang dikonkretkan melalui lambang komunikasi *verbal*, *nonverbal*, dan atau *paralinguistic* (Ritonga, 2005:3). Komunikasi *verbal* meliputi mimik, gerak-gerik, suara, bahasa tulisan dan lisan. Komunikasi *nonverbal*

meliputi ekspresi wajah, kerutan dahi, senyuman, gerak tubuh, isyarat tubuh, pakaian, warna, musik ilustrasi, waktu, ruang, tata arias pemain, dekorasi, warna, tata lampu. Komunikasi *paralinguistic* meliputi kualitas suara (kecepatan berbicara, tekanan suara, kecepatan artikulasi, kontrol suara) dan vokalisasi. Menurut Effendy (2004:21), persuasif berasal dari bahasa Latin yaitu *persuasion* sedangkan kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Tujuan dari persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku tetapi dilakukan dengan halus, luwes, mengandung sifat-sifat manusiawi.

Strategi-strategi untuk menyampaikan pesan persuasif dari *persuader* adalah berdasarkan isi pesan, struktur dan format pesan (Ritonga, 2005:26) untuk lebih jelasnya adalah:

a. Isi pesan

Isi pesan berkaitan dengan informasi-informasi (informasi sebagai pendukung pesan) apa saja yang dibutuhkan penonton (khalayak sasaran). Program acara berita yang akan diteliti penulis adalah berita anak, maka secara langsung pesan yang disampaikan berdasarkan dengan dunia anak-anak. Berkaitan dengan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu bulan April 2011 yaitu bulan dimana Ujian Nasional SMP dilaksanakan dan menjelang Ujian Nasional SD, maka isi pesan dikelompokkan berdasarkan pra Ujian Nasional, Ujian Nasional, dan paska Ujian Nasional. Menurut

Ketetapan Resmi Kemendiknas (<http://ujiannasional.web.id/jadwal-un-tahun-2011.html> yang diakses 15 April 2011 pukul 12:42), ujian nasional untuk Sekolah Dasar adalah 10 sampai 12 Mei 2011 sedangkan ujian nasional untuk SLTP adalah 25 sampai 27 April 2011.

1) Pra Ujian Nasional

Pra Ujian Nasional adalah masa-masa dimana menjelang Ujian Nasional dilaksanakan.

2) Pelaksanaan Ujian Nasional

Pelaksanaan Ujian Nasional adalah masa dimana pelaksanaan Ujian Nasional dilakukan.

3) Paska Ujian Nasional

Paska Ujian Nasional adalah masa dimana sesudah pelaksanaan Ujian Nasional dilakukan.

b. Struktur Pesan

Struktur pesan berkaitan dengan dimana ditematkannya pesan dan informasi-informasi penting sebagai pendukung pesan. Pertimbangan ini berkaitan dengan untuk memudahkannya penonton (khalayak sasaran) memahami pesan yang akan disampaikan. Berdasarkan struktur pesan, strategi yang digunakan berdasarkan *explicit concluding vs implisit concluding*, *climax order vs anticlimac order*.

1) *Explicit Concluding*

Menurut Sendjaja (Ritonga, 2005:76) bahwa penarikan kesimpulan (pesan) dapat dilakukan secara langsung dan jelas (eksplisit) yang berarti kesimpulan sudah dinyatakan atau dipaparkan, dan dapat juga dilakukan secara tidak langsung (implisit) yang berarti penarikan kesimpulan (pesan) diserahkan kepada penonton. *Explicit concluding* (kesimpulan tersurat) dapat diartikan pula dengan adanya uraian singkat tentang rangkuman atau kesimpulan penting (pesan) yang berupa ucapan, gambar, tulisan yang disampaikan kepada penonton dan rangkuman (pesan) tersebut dapat berada diawal, ditengah, atau diakhir berita anak "CERDAS".

2) *Implicit Concluding*

Sementara *implicit concluding* berarti suatu kesimpulan (pesan) diserahkan pada penonton, sehingga kesimpulan (pesan) tidak disampaikan dalam berita anak CERDAS. Dengan kata lain *implicit concluding* (kesimpulan yang tersirat) adalah tidak adanya uraian singkat, gambaran (berdasarkan gambar-gambar), tulisan tentang kesimpulan (pesan) dari keseluruhan berita yang disampaikan dan

kesimpulan (pesan) tersebut dirangkum sendiri oleh penonton.

3) *Climax Order*

Climax Order berdasarkan penempatan materi terpenting diakhir, menurut Nimmo (Ritonga, 2005:46).

Kalau menurut Keraf dalam Ritonga (2005:46), menyatakan bahwa bentuk penyajian (*climax order*) adalah

suatu gagasan utama mula-mula diperinci dengan sebuah gagasan bawahan yang dianggap paling rendah kedudukannya, berangsur-angsur dengan gagasan lain sehingga gagasan paling penting kedudukannya atau kepentingannya.

Sementara menurut Sendjaja (Ritonga, 2005:46) adalah cara penyusunan pesan dimana argumen terpenting atau terkuat dari isi pesan ditempatkan pada bagian akhir. Sedangkan menurut Mead dan Kreamer (Ritonga, 2005:47) menyatakan *climax order* berkaitan dengan pembentukan dari yang kurang penting dalam menulis efek dramatis. Kemudian menurut Ritonga (2005:48), *climax order* memaparkan materi mulai dari sesuatu hal yang kurang penting atau yang tidak rumit dan diakhiri pada sesuatu hal yang penting atau yang rumit mengenai topik yang dikomunikasikan. Jadi *climax order* berarti penempatan pesan berada diakhir berita.

4) *Anticlimax Order*

Anticlimax order berdasarkan penempatan materi terpenting diawal, menurut Nimmo (Ritonga, 2005:46).

Kalau menurut Keraf (Ritonga, 2005:46), bentuk penyajian *anticlimax order* dimulai dari

suatu gagasan atau tema yang dianggap paling penting kedudukannya, kemudian perlahan-lahan menurun melalui gagasan yang lebih rendah hingga yang paling rendah.

Kemudian menurut Ritonga (2005:48) *anticlimax order* memulai pemaparan materi dari sesuatu hal yang penting atau rumit dan diakhiri pada sesuatu hal yang tidak penting atau tidak rumit mengenai topik yang dikomunikasikan. Jadi *Anticlimax Order* adalah penempatan pesan berada di awal berita.

c. Format Pesan

Format pesan berkaitan dengan tipe-tipe yang digunakan dalam penyampaian informasi pendukung pesan sehingga pesan utama terbentuk. Pertimbangan format pesan dimaksudkan untuk menambah daya tarik informasi-informasi pendukung pesan yang disampaikan. Berdasarkan format pesan, strategi yang digunakan berupa *one side message* vs *both side message*, pesan satu kali vs pengulangan pesan (*repetitive*), *emotional appeals* vs *rational appeals*.

1) *One Side Message*

One Side Message (pesan satu sisi) menurut Engel (Ritonga 2005:32) adalah “komunikasi yang menyajikan hal-hal yang mendukung posisi yang dianjurkan”. Kalau menurut Arifin (Ritonga, 2005:32) adalah penyajian masalah yang bersifat sepihak (hal-hal yang positif saja atau hal-hal yang negatif saja). Sedangkan menurut Ritonga (2005:33) adalah penyajian pesan yang memuat argumentasi-argumentasi dari sisi positif (yang menguntungkan) saja atau yang negatif (tidak menguntungkan). Jadi *one side message* berita di tayangan berita anak "CERDAS" adalah informasi-informasi pendukung pesan mengandung hal-hal yang positif saja atau negatif saja.

2) *Both Side Message*

Both Side Message (pesan dua sisi) menurut Engel (Ritonga 2005:32) adalah “komunikasi yang menyajikan hal-hal yang pro dan kontra dari posisi yang dianjurkan”. Kalau menurut Arifin (Ritonga, 2005:32) adalah berisi suatu permasalahan yang disajikan baik positif maupun negatif. Sedangkan menurut Ritonga (2005:33) adalah pesan yang memuat argumentasi dari sisi positif (menguntungkan) dan segi negatif (tidak menguntungkan) diberita anak

"CERDAS". Jadi *both side message* berita di berita anak "CERDAS" adalah informasi-informasi pendukung pesan mengandung hal-hal yang positif dan negatif.

3) Pesan Satu Kali

Pesan satu kali (tanpa pengulangan) adalah pesan disampaikan dan dikomunikasikan kepada penonton hanya satu kali saja (Ritonga, 2005:65). Tidak ada pengulangan pesan yang disampaikan melalui tulisan, lisan, maupun gambar. Sehingga penonton hanya satu kali melihat atau mendengar atau membaca pesan mengenai suatu topik yang disampaikan dalam tayangan berita (satu berita) di berita anak "CERDAS".

4) Pengulangan Pesan (*Repetitive*)

Repetitive atau pengulangan pesan berarti pesan diulangi beberapa kali tanpa harus sama persis dan pesan yang diulang-ulang tersebut mempunyai makna atau arti yang sama, yang diulang hanya cara penyampaiannya yaitu melalui tulisan, lisan, maupun gambar (Ritonga, 2005:56). Penonton dapat melihat atau mendengar atau membaca pesan yang sama beberapa kali dalam tayangan berita (satu berita) di tayangan berita anak "CERDAS".

5) *Emotional Appeals*

Sendjaja (Ritonga, 2005:55) menyatakan bahwa *emotional appeals* memberikan penekanan pada hal-hal yang bersifat emosional. Penyajian pesan diarahkan untuk memberikan gambaran tentang keindahan, kesedihan, kasih sayang, cinta, seksual, dan hal-hal lainnya yang menyangkut perasaan. Kalau menurut Rakhmat (Ritonga, 2005:56), bahwa imbauan pesan emosional oleh komunikator menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa-bahasa yang menyentuh. Kemudian menurut Larson (Ritonga, 2005:56) himbauan pesan emosional meliputi keinginan-keinginan untuk sesuatu hal yang berhubungan dengan nafsu, kemarahan, penderitaan, kesenangan, takut, cemas, dan lain-lain. Sedangkan menurut Kotler (Ritonga, 2005:56) komunikator membuat imbauan pesan yang membangkitkan rasa takut, salah, dan malu supaya khalayak berbuat sesuatu. Komunikator juga menggunakan imbauan pesan emosional positif, cinta, kebanggaan, dan hal lain yang menyenangkan. Jadi *emotional appeals* (pesan emosional) adalah pesan yang menyertakan emosi (perasaan) yang positif (cinta, keindahan, kasih sayang, kebanggaan, percaya diri, kesenangan, dan sejenisnya) dan negatif (takut, nafsu, rasa

bersalah, malu, marah, penderitaan, cemas, dan sejenisnya) (Ritonga, 2005:57) dalam tayangan berita anak "CERDAS".

6) *Rational Appeals*

Rational appeals adalah usaha untuk menyakinkan penonton mengadopsi suatu keyakinan dengan penyajian secara logika dan fakta untuk mendukung keyakinan yang terkandung dalam pesan, menurut Tan (Ritonga, 2005:56). Kemudian Sendjaja (Ritonga, 2005:56) menyatakan bahwa *rational apeeals* mengutamakan hal-hal yang bersifat logis-rasional dan *factual*, yang ditonjolkan adalah gambaran peristiwa sebenarnya, fakta dan atau argumentasi logis. Menurut Rakhmat (Ritonga, 2005:56) *rational appeals* berisi pesan untuk menyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti. Jadi *rational appeals* (pesan rasional) adalah pesan yang berisi fakta atau bukti-bukti yang relevan dan logis disajikan secara argumentasi dengan menonjolkan kualitas, nilai, keuntungan dari produk atau ide yang dikomunikasikan (Ritonga, 2005:57) dalam tayangan berita anak "CERDAS".

Penelitian ini adalah penelitian untuk menggambarkan strategi pesan persuasi dalam tayangan berita anak "CERDAS" yang tayang di RBTv Yogyakarta, untuk itu penulis akan membuat kerangka konsep "Berita Televisi" karena objek penelitian ini adalah tayangan program acara berita di televisi.

2. Berita Televisi

Media massa menurut Laswell (Junaedi, 2007:86), fungsi yang dimiliki oleh media massa adalah *surveillance* (berkaitan dengan pemberian informasi-informasi), *correlation* (berkaitan dengan pilihan dan alternatif yang diberikan oleh media dalam hal pemecahan suatu masalah), *transmission* (berkaitan dengan sosialisasi nilai-nilai tertentu yang diberikan oleh media dan menyalurkan nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya). Dalam perkembangannya, terdapat fungsi lain dari media massa yaitu fungsi mempengaruhi (*to influence*), fungsi membimbing (*to guide*), fungsi mengkritik (*to criticize*) (Effendy, 2004:54).

Berita televisi merupakan berita yang ada dan tayang di televisi, sehingga secara langsung mempunyai fungsi-fungsi dari media massa. Oleh karena "televisi adalah media audiovisual" (Wibowo, 1997:60), sehingga terdapat dua elemen utama yaitu *audio* (suara) dan *visual* (gambar).

Berkaitan dengan elemen *visual* (gambar) yang dipilih untuk menjadi penguat suatu berita, Soewardi Idris (1987:2) mengutip Hendley

Read, tentang kedudukan gambar (*visual*) dalam suatu informasi sangat penting, karena:

1. Gambar-gambar yang baik akan menarik dan mengikat perhatian penonton. Gambar-gambar membantu pemusatan kembali perhatian penonton pada pesan yang dikemukakan.
2. Gambar-gambar membantu penonton untuk menafsirkan (*interpret*) makna pesan yang dikemukakan. Menurut beberapa studi yang dilakukan, gambar-gambar memungkinkan kita 'mengajar' 35 persen lebih banyak daripada tanpa gambar untuk waktu yang sama.
3. Gambar-gambar meningkatkan kemampuan penonton untuk menyimpan pesan-pesan yang dikemukakan. Sesuatu yang kita terima dengan bantuan gambar akan lebih lama tersimpan dalam ingatan kita dari pada tanpa gambar.

Sedangkan tentang elemen *audio* (suara) menurut Wibowo (1997:60) adalah “*dalam elemen audio (suara) terkandung unsur penulisan (naskah) yang menggunakan prinsip-prinsip pemikiran verbal.*” Dalam hal ini, prinsip-prinsip pemikiran verbal berkaitan dengan pembuatan naskah atau narasi atau skrip yang tidak bertele-tele namun sederhana dan tepat sehingga berlaku rumus ELF (*Easy Litening Formula*). Untuk membuat naskah atau narasi berita, menurut Wibowo (1997:55) digunakan “*rumus konvensional 5W’sH*” atau lebih dikenal dengan 5W + 1H. Arti dari 5W+ 1H adalah *What* (apa), *Why* (mengapa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *How* (bagaimana). Sehingga dalam suatu berita televisi disebutkan peristiwanya apa, mengapa peristiwa itu terjadi, siapa-siapa saja yang terlibat maupun yang berada dalam peristiwa itu, kapan peristiwa itu terjadi, dimana peristiwa itu terjadi, dan bagaimana peristiwa itu terjadi.

Pembuatan program acara berita di televisi melalui beberapa tahapan atau cara, menurut Ronald Buel dalam Iswara (2005:91) tahapan atau cara tersebut adalah:

a. *Data Assignment* (penugasan)

Disini menentukan apa yang layak diliput dan mengapa. Berkaitan dengan sumber berita dan nilai berita.

b. *Data Collecting* (pengumpulan informasi)

Disini menentukan apabila informasi yang dikumpulkan sudah cukup atau belum.

c. *Data Evaluation* (evaluasi)

Disini menentukan apa yang penting untuk dimasukkan kedalam berita.

d. *Data Writing* (penulisan)

Disini menentukan kata-kata apa yang perlu digunakan dalam pembuatan narasi atau naskah atau skrip yang berupa:

- 1) *Lead* yang berisi 5W, 1H, 1S.
- 2) Tubuh berita yang berisi fakta atau kutipan untuk mendukung *lead* dan termasuk menyebutkan sumber informasi.
- 3) Penutup yang berisi kutipan sumber utama yang menyimpulkan isi keseluruhan dan penjelasan mengenai tindakan selanjutnya atau tambahan fakta lainnya.

e. *Data Editing* (penyuntingan)

Disini menentukan berita mana untuk ditayangkan pertama kali dan bagian-bagian mana saja yang perlu dipotong maupun yang perlu dirubah.

Penelitian ini adalah penelitian tentang isi dari tayangan program acara di televisi, oleh karena itu dalam penelitian ini yang diteliti adalah tayangan dari suatu program acara televisi (tayangan berita anak “CERDAS” yang tayang di RBTv Yogyakarta). Berkaitan dengan hal tersebut, yang akan diteliti adalah *audio* (suara) dan *visual* (gambar) dari tayangan berita anak “CERDAS”. Oleh karena tayangan berita, maka di penelitian ini dalam pencarian data-data yang diperlukan berdasarkan narasi (data *writing* atau penulisan yang berupa *lead* berita, tubuh berita, dan penutup berita) dan berdasarkan *visual* (gambar) yang ditampilkan dalam tayangan berita anak “CERDAS” yang tayang di RBTv Yogyakarta. Kemudian, berdasarkan narasi dan gambar akan dianalisis isi dari tayangan berita anak CERDAS tentang strategi pesan persuasi yang digunakan dalam tayangan berita tersebut.

Penelitian ini menggambarkan dan mencari kecenderungan yang paling banyak muncul dalam tayangan berita anak “CERDAS” yang tayang di RBTv Yogyakarta tentang strategi pesan persuasi kepada anak-anak. Penulis membuat unit-unit analisis beserta kategori-kategorinya tentang strategi pesan persuasi untuk mempermudah dalam mendapatkan data-data. Unit-unit analisis yang dibuat penulis adalah sebagai berikut :

TABEL 1
Unit Analisis Strategi Pesan Persuasi

	Unit Analisis	Kategori
Isi Pesan	Pra Ujian Nasional	Pra Ujian Nasional SD
		Pra Ujian Nasional SLTP
	Pelaksanaan Ujian Nasional	Pelaksanaan Ujian Nasional SD
		Pelaksanaan Ujian Nasional SLTP
	Paska Ujian Nasional	Paska Ujian Nasional SD
		Paska Ujian Nasional SLTP
Struktur Pesan	<i>Explicit Conclusion</i>	Suara Pembawa Berita
		Suara Reporter
		Suara Narator
		Suara Presenter
		Suara Narasumber
		Suara Kejadian
		Gambar Pembawa Berita
		Gambar Reporter
		Gambar Presenter
		Gambar Narasumber
		Gambar Kejadian
		Tulisan Judul Berita
		Tulisan Narasumber
		Tulisan Pendukung
	<i>Implicit Conclusion</i>	Tidak ada di suara, gambar, tulisan
Format Pesan	<i>Climax Order</i>	Pesan persuasi di penutup berita
	<i>Anticlimax Order</i>	Pesan persuasi di-lead berita
	<i>One Side</i>	Positif (Pro)
		Negatif (Kontra)
	<i>Both Side</i>	Positif (Pro) dan Negatif (Kontra)
	Pesan Satu Kali	Satu kali penyampaian
	Pengulangan Pesan (<i>Repetitive</i>)	Pengulangan istilah
		Persamaan arti
	<i>Emotional Appeals</i>	Ekspresi wajah pembawa berita, reporter, presenter
		Gerak tubuh pembawa berita, reporter, presenter
		Suara pembawa berita, reporter, presenter, narator
		Tekanan suara pembawa berita, reporter, presenter, narator
		Kecepatan berbicara pembawa berita, reporter, presenter, narator
		Vokalisasi pembawa berita, reporter, presenter, narator

		Bahasa yang digunakan pembawa berita, reporter, presenter, narator
		Pakaian pembawa berita, reporter, presenter
		Tata rias pembawa berita, reporter, presenter
		Warna gambar
		Ilustrasi musik
		Waktu produksi studio
		Ruang produksi studio
		Dekorasi studio
		Tata lampu studio
	<i>Rational Appeals</i>	Argumentasi logis
		Penyajian bukti-bukti yang relevan
		Penyertaan sumber-sumber yang relevan

Tayangan berita anak "CERDAS" di-*breakdown* menjadi suara, gambar, tulisan, lead berita, tubuh berita, penutup berita.

a. Suara

Suara yang dimaksud adalah suara dari tayangan berita anak "CERDAS" yang meliputi suara pendukung berita.

1) Suara Pembawa Berita

Suara pembawa berita adalah suara pembawa berita dalam membawakan berita anak "CERDAS" yang persuasif.

2) Suara Reporter

Suara reporter adalah suara dari reporter berita anak "CERDAS" dari tempat kejadian yang persuasif.

3) Suara Narator

Suara narator adalah suara dari narator yang membacakan narasi di berita-berita anak "CERDAS" yang persuasif.

4) Suara Presenter

Suara presenter adalah suara dari presenter yang membawakan acara *talk show* dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

5) Suara Narasumber

Suara narasumber adalah suara dari narasumber yang memberikan penjelasan dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

6) Suara Kejadian

Suara kejadian adalah suara yang berasal dari tempat kejadian dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

7) Ilustrasi Musik

Ilustrasi musik adalah musik atau suara lain yang digunakan dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

b. Gambar

Gambar yang dimaksud adalah gambar dari tayangan berita anak "CERDAS" yang meliputi gambar pendukung berita.

1) Gambar Pembawa Berita

Gambar pembawa berita adalah gambar pembawa berita yang sedang membawakan berita anak "CERDAS" yang persuasif.

2) Gambar Reporter

Gambar reporter adalah gambar reporter yang sedang membawakan berita anak "CERDAS" dari tempat kejadian yang persuasif.

3) Gambar Kejadian

Gambar kejadian adalah gambar yang berasal dari tempat kejadian atau peristiwa atau kegiatan dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

4) Gambar Narasumber

Gambar narasumber adalah gambar yang menampilkan subjek orang dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

5) Gambar Presenter

Gambar presenter adalah gambar orang yang membawakan acara *talk show* dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

c. Tulisan

Tulisan yang dimaksud adalah tulisan dari tayangan berita anak "CERDAS" yang meliputi tulisan pendukung berita.

1) Tulisan Judul Berita

Tulisan judul berita adalah tulisan-tulisan sebagai penegasan judul berita yang ada di berita anak "CERDAS" yang persuasif.

2) Tulisan Narasumber

Tulisan narasumber adalah tulisan-tulisan nama dari narasumber yang ada di berita anak "CERDAS" yang persuasif.

3) Tulisan Pendukung

Tulisan pendukung adalah tulisan-tulisan yang mendukung atau penegas berita yang ada dalam berita anak "CERDAS" yang persuasif.

d. *Lead* Berita

Lead berita yang berisi 5W (*what, where, when, who, why*), 1H (*how*), 1S (*so what*) dari berita-berita anak "CERDAS".

e. Tubuh Berita

Tubuh berita yang berisi fakta atau kutipan untuk mendukung *lead* dan termasuk menyebutkan sumber informasi yang ada dalam berita-berita anak "CERDAS".

f. Penutup Berita

Penutup yang berisi kutipan dan penjelasan fakta lainnya yang ada dalam berita-berita anak "CERDAS".

E. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk penelitian ini berdasarkan unit analisis dan kategorinya yang sudah dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut :

a. Isi Pesan

Isi pesan berkaitan dengan informasi-informasi (informasi sebagai pendukung pesan) apa saja yang dibutuhkan penonton (khalayak sasaran). Berkaitan dengan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu bulan April 2011 yaitu bulan dimana Ujian Nasional SMP dilaksanakan dan menjelang Ujian Nasional SD

1) Pra Ujian Nasional

Pra Ujian Nasional adalah masa-masa dimana menjelang Ujian Nasional dilaksanakan.

- a) Pra Ujian Nasional untuk SLTP adalah tanggal 1 sampai 24 April 2011 (berdasarkan sampel penelitian ini yaitu bulan April 2011), maka berita yang akan digunakan adalah berita yang tayang pada minggu pertama sampai minggu keempat (tayangan tanggal 2, 9, 16, 23 April 2011).
- b) Pra Ujian Nasional untuk Sekolah Dasar adalah tanggal 10 sampai 12 Mei 2011, maka berita yang akan digunakan adalah keseluruhan berita yang tayang pada bulan April 2011)

2) Pelaksanaan Ujian Nasional

Pelaksanaan Ujian Nasional adalah masa dimana pelaksanaan Ujian Nasional dilakukan.

- a) Ujian Nasional untuk SLTP adalah tanggal 25 sampai 27 April 2011, maka berita yang akan digunakan adalah berita yang tayang pada minggu kelima (tayangan tanggal 30 April 2011).
- b) Ujian Nasional untuk SD adalah bulan Mei 2011, maka tidak ada dalam berita yang tayang pada bulan April 2011.

3) Paska Ujian Nasional

Paska Ujian Nasional adalah masa dimana sesudah pelaksanaan Ujian Nasional dilakukan.

- a) Ujian Nasional untuk SLTP adalah tanggal 25 sampai 27 April 2011, maka berita yang digunakan adalah berita yang tayang pada minggu kelima (tanggal 30 April 2011).
- b) Ujian Nasional untuk SD adalah bulan Mei 2011, maka tidak ada dalam berita yang tayang pada bulan April 2011.

b. Struktur Pesan

Struktur pesan berkaitan dengan dimana ditematkannya pesan dan informasi-informasi penting sebagai pendukung pesan.

1) *Explicit Conclusion*

Explicit concluding (kesimpulan tersurat) adalah adanya uraian singkat tentang rangkuman atau kesimpulan penting (pesan) yang berupa ucapan, gambar, tulisan yang disampaikan kepada penonton dan rangkuman (pesan) tersebut dapat berada diawal, ditengah, atau diakhir berita di "CERDAS". Kesimpulan (pesan persuasif) untuk tiap-tiap berita di "CERDAS" dinyatakan dalam (lihat halaman 20):

- a) Suara Pembawa Berita
- b) Suara Reporter
- c) Suara Narator
- d) Suara Presenter
- e) Suara Narasumber
- f) Suara Kejadian
- g) Gambar Pembawa Berita
- h) Gambar Reporter
- i) Gambar Presenter
- j) Gambar Narasumber
- k) Gambar Kejadian
- l) Tulisan Judul Acara
- m) Tulisan Narasumber
- n) Tulisan Pendukung

2) *Implicit Conclusion*

Sementara *implicit concluding* berarti suatu kesimpulan (pesan) diserahkan kepada penonton, sehingga kesimpulan (pesan) tidak disampaikan atau dinyatakan dalam berita anak "CERDAS". *Implicit concluding* (kesimpulan yang tersirat) juga dapat berarti dengan tidak adanya uraian singkat yang berupa rangkuman penting (pesan) dari keseluruhan berita yang disampaikan dan kesimpulan (pesan) tersebut dirangkum sendiri oleh penonton. Sehingga kesimpulan (pesan) tidak diucapkan oleh pembawa berita dan narator maupun reporter, tidak digambarkan dalam gambar-gambar kejadian dan reporter maupun pembawa berita, dan tidak tertulis dalam tayangan berita "CERDAS".

3) *Climax Order*

Climax Order berdasarkan materi terpenting, gagasan atau argumen yang paling penting (pesan) berada di akhir tayangan berita. Dalam berita anak "CERDAS", *climax order* berarti *lead* dan tubuh berita mengandung hal-hal yang mendukung pesan yang ada di penutup berita. Dengan kata lain pesan persuasi berada di penutup berita.

4) *Anticlimax Order*

Anticlimax Order berdasarkan materi terpenting, gagasan atau argumen yang paling penting (pesan) berada di awal tayangan

berita. *Anticlimax order* berarti *lead* berita mengandung pesan dari berita sedangkan tubuh dan penutup berita hanya mengandung hal-hal pendukung pesan, dengan kata lain *lead* berita mengandung pesan persuasi.

c. Format Pesan

Format pesan berkaitan dengan tipe-tipe yang digunakan dalam penyampaian informasi pendukung pesan sehingga pesan utama terbentuk.

1) *One Side Message*

One Side Message berdasarkan bagian-bagian yang membentuk pesan dari tayangan berita "CERDAS" mengandung hal-hal yang positif (pro) atau negatif (kontra). Dalam berita anak CERDAS, *one side* dibagi menjadi:

a) Positif (Pro)

Positif dalam hal ini berarti materi-materi pendukung pesan yang ada dalam berita anak "CERDAS" mengandung unsur-unsur positif yang pro terhadap pesan persuasi.

b) Negatif (Kontra)

Negatif berarti materi-materi pendukung pesan yang ada dalam berita anak "CERDAS" mengandung unsur-unsur negatif yang kontra terhadap pesan persuasi.

2) *Both Side Message*

One Side Message berdasarkan bagian-bagian yang membentuk pesan dari tayangan berita "CERDAS" mengandung hal-hal yang positif (pro) dan negatif (kontra). Dalam berita anak "CERDAS" *both side message* terdapat “positif dan negatif”, jadi dalam berita anak CERDAS terdapat materi-materi pendukung pesan yang mengandung unsur-unsur positif (pro) dan negatif (kontra).

3) Pesan Satu Kali

Tidak ada pengulangan pesan yang disampaikan melalui tulisan, lisan, maupun gambar. Sehingga penonton hanya satu kali melihat atau mendengar atau membaca pesan persuasi mengenai suatu topik yang disampaikan dalam tayangan berita (satu berita) di "CERDAS".

4) *Repetitive* (Pengulangan Pesan)

Repetitive atau pengulangan pesan berarti pesan diulangi beberapa kali tanpa harus sama persis dan pesan yang diulang-ulang tersebut mempunyai makna atau arti yang sama, yang diulang hanya cara penyampaianya yaitu melalui suara, gambar, maupun tulisan. Penonton dapat mendengar atau melihat atau membaca pesan yang sama beberapa kali dalam tayangan berita (satu berita)

di "CERDAS". Dalam pengulangan pesan (*repetitive*), dapat dilakukan melalui:

a) Pengulangan istilah

Pengulangan istilah-istilah yang mengandung arti yang sama dalam pesan persuasi yang disampaikan dalam berita-berita di berita anak "CERDAS".

b) Persamaan arti

Persamaan arti maksudnya adalah persamaan arti dari pesan persuasi yang disampaikan melalui ucapan, tulisan, maupun gambar.

5) *Emotional Appeals*

Emotional appeals (pesan emosional) adalah pesan yang menyertakan pernyataan emosi yang positif atau menyenangkan (cinta, keindahan, kasih sayang, kebanggaan, percaya diri, kesenangan, dan sejenisnya) dan negatif (takut, nafsu, rasa bersalah, malu, marah, penderitaan, cemas, dan sejenisnya) yang ada dalam tayangan berita anak "CERDAS". *Emotional appeals* dapat dilakukan melalui aspek *verbal*, aspek *non-verbal*, aspek *paralinguistic*. Breakdown dari aspek-aspek tersebut adalah

a) Ekspresi wajah pembawa berita, reporter, presenter

Penggunaan maupun gerakan dari bagian-bagian wajah seperti mata, alis, hidung, mulut, maupun pipi.

b) Gerak tubuh dari pembawa berita, reporter, presenter

Penggunaan maupun gerakan dari bagian tubuh seperti kepala, pundak, tangan, pinggul, maupun kaki.

c) Suara dari pembawa berita, reporter, presenter, narator

Suara yang digunakan oleh pendukung berita apakah itu suara anak-anak, orang dewasa, maupun lansia (lanjut usia).

Apakah itu suara laki-laki ataupun perempuan.

d) Tekanan suara pembawa berita, reporter, presenter, narator

Tekanan yang digunakan apakah itu suara yang meninggi ataupun merendah.

e) Kecepatan berbicara pembawa berita, reporter, presenter, narator

Kecepatan dari berbicara yang dipercepat ataupun diperlambat.

f) Vokalisasi pembawa berita, reporter, presenter

Vokalisasi adalah penggunaan suara dengan cara mulut tidak ikut terbuka layaknya orang berbicara.

g) Bahasa pembawa berita, reporter, presenter

Bahasa yang layaknya digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

h) Pakaian pembawa berita, reporter, presenter, narator

Pakaian yang digunakan berdasarkan warna, corak, maupun, jenis-jenis pakaian.

i) Tata rias pembawa berita, reporter, presenter

Tata rias yang digunakan oleh para pendukung berita.

j) Warna gambar

Warna-warna yang digunakan dalam gambar-gambar pendukung berita.

k) Ilustrasi musik

Ilustrasi musik atau suara yang digunakan, tetapi dalam hal ini berbeda dengan *back sound* yang digunakan.

l) Waktu produksi studio

Waktu yang digunakan dalam memproduksi suatu program acara.

m) Ruang produksi studio

Ruang dimana lokasi pembuatan bagian-bagian pendukung berita.

n) Dekorasi produksi studio

Dekorasi yang dibuat untuk pembuatan bagian-bagian pendukung berita.

o) Tata lampu produksi studio

Tata lampu yang dipakai untuk pembuatan bagian-bagian pendukung berita.

6) *Rational Appeals*

Rational appeals (pesan rasional) adalah pesan yang berisi fakta atau bukti-bukti yang relevan dan logis yang disajikan secara argumentasi dengan menonjolkan kualitas dan nilai atau keuntungan dari produk atau ide yang dikomunikasikan yang ada dalam tayangan berita anak "CERDAS". Dalam *rational appeals* dapat dilakukan melalui cara :

a) Argumentasi yang logis

Argumentasi logis dilakukan dengan cara argumen-argumen yang sesuai dengan nalar (sesuatu yang logis) dalam berita-berita di berita anak "CERDAS", sehingga dapat lebih efektif pesan-pesan persuasinya.

b) Penyertaan bukti-bukti yang relevan

Maksudnya adalah argumen-argumen yang ada dalam berita di berita anak "CERDAS", disertai bukti-bukti atau fakta-fakta sehingga dapat lebih memperkuat pesan persuasi.

c) Penyertaan sumber yang relevan

Penyertaan sumber-sumber yang sesuai dengan argumen-argumen yang digunakan.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi (*content analysis*) kuantitatif. Menurut Bernard Barelson (1959) dalam bukunya Bungin (2009:155), definisi dari analisis isi adalah “*Content Analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication*” (analisis isi adalah teknik penelitian untuk menganalisis komunikasi secara objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif terhadap pesan yang muncul).

Sedangkan menurut Henry Subiarto dalam Bagong Suyanto dan Sutinah (Ed) (2008:126), prinsip-prinsip analisis isi adalah:

- a. Prinsip objektif berarti hasilnya sangat tergantung pada prosedur penelitian yaitu dengan kategori-kategori yang sudah ditetapkan sebelumnya sehingga peneliti lain dapat menggunakannya.
- b. Prinsip sistematis adalah perlakuan yang sama pada keseluruhan isi yang dianalisis (sudah ditetapkan objek penelitian sebelumnya).
- c. Prinsip kuantitatif dapat diartikan dengan cara mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang sudah didefinisikan.
- d. Prinsip isi yang nyata dapat diartikan bahwa sesuatu yang diteliti dan dianalisis hanyalah isi yang tampak dan bukan arti yang dirasakan oleh

peneliti, menurut Stempel dalam Bagong Suyanto dan Sutinah (Ed) (2008:137).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tayangan program acara berita anak “CERDAS” yang tayang setiap hari Sabtu pukul 18.00 sampai 19.00 WIB di RBTv Yogyakarta dengan periode waktu selama 1 bulan, yaitu bulan April 2011. Program acara berita anak “CERDAS” tersebut berdurasi 60 menit (belum dipotong iklan) dengan 6 sampai 7 berita dalam satu kali penayangan.

3. Pengambilan Sampling

Berdasarkan data primer yaitu tayangan berita anak "CERDAS" edisi April 2011 terdapat 33 berita dengan rincian sebagai berikut :

TABEL 2
Sebaran Berita Dalam Tayangan
Berita Anak "CERDAS" Edisi April 2011

Hari, Tanggal	Jumlah Berita
Sabtu, 2 April 2011	7 Berita
Sabtu, 9 April 2011	7 Berita
Sabtu, 16 April 2011	6 Berita
Sabtu, 23 April 2011	7 Berita
Sabtu, 30 April 2011	6 Berita
Total Berita	33 Berita

Dari 33 berita tersebut, ternyata penulis menemukan sebanyak 2 berita yang sama yaitu berita 1 (Sabtu, 2 April 2011) sama persis dengan berita 8 (Sabtu, 9

April 2011) dan berita 6 (Sabtu, 2 April 2011) sama persis dengan berita 10 (Sabtu, 9 April 2011). Adanya berita yang sama persis tersebut, maka kedua berita itu dianggap gugur sebagai acuan jumlah berita yang tayang di berita anak "CERDAS" edisi April 2011. Jadi total sampel sebanyak 31 berita.

4. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan penulis untuk mendapatkan data-data yang diperlukan, dan untuk itu penulis akan melakukan:

a. Observasi atau pengamatan

Disini penulis akan mencari *file* asli (*file video*) dari tayangan berita anak "CERDAS" untuk pengamatan dalam mencari data-data yang dibutuhkan. *File* asli (tayangan berita anak "CERDAS" RBTv) tersebut menjadi data primer.

b Studi pustaka

Penulis akan melakukan studi ke-pustaka-an dan mencari dari sumber-sumber lain (internet) untuk mendapatkan teori-teori yang diperlukan dalam penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Data-data primer yang berasal dari *file video* dari penayangan program acara berita anak "CERDAS" akan menjadi sumber utama dalam penelitian ini.

Tahap 1: Data primer tersebut di-*breakdown* menjadi bagian-bagian yang sesuai dengan bagian-bagian yang menyusun sebuah tayangan berita (narasi berita dan gambar) untuk mempermudah dalam menganalisis. Penulis akan mencari melalui susunan dari tayangan berita berdasarkan *Data Writing* (penulisan) (Ronald Buel dalam Iswara, 2005: 91). *Data Writing* (penulisan) adalah narasi atau naskah atau skrip yang berupa:

- a. *Lead* yang berisi 5W, 1H, 1S.
- b. Tubuh berita yang berisi fakta atau kutipan untuk mendukung *lead* dan termasuk menyebutkan sumber informasi.
- c. Penutup yang berisi kutipan dan penjelasan mengenai tindakan selanjutnya atau tambahan fakta lainnya.

Narasi atau naskah atau skrip yang dibacakan oleh narator menjadi data-data yang termasuk dalam data suara (*audio*), selain itu dapat dicari dari suara pembawa berita dan reporter yang akan diubah menjadi bentuk tulisan.

Data-data lain dapat dicari dalam gambar (*visual*), karena menurut Hendley Read dalam Soewardi Idris (1987:2) gambar-gambar dapat membantu dalam pemberian pesan dan dapat membantu penonton untuk menafsirkan makna pesan. Gambar-gambar tersebut dipilah-pilah menurut narasi (*lead* berita, tubuh berita, dan penutup berita), dan gambar pembawa acara.

Selain suara dan gambar, data-data lain dapat dicari di tulisan-tulisan yang ada diberita tersebut.

Tahap 2 : Setelah mendapatkan bagian-bagian yang menyusun sebuah berita, penulis akan mencari “pesan (*message*) persuasi” dengan cara menganalisis dibagian-bagian yang sudah disusun di tahap 1 dan dicari ditiap-tiap berita. Cara untuk mencarinya adalah :

- a. Pencarian pesan persuasi dalam suara berdasarkan *transcrip* suara tiap-tiap berita anak "CERDAS" yang berupa suara pembawa berita, suara reporter, suara narator, suara presenter, suara narasumber, dan suara kejadian (*voice on tape*).
- b. Pencarian pesan persuasi dalam gambar berdasarkan *transcript* gambar tiap-tiap berita anak "CERDAS" yang berupa gambar reporter, gambar narasumber, dan gambar kejadian dengan cara menggunakan pendekatan semiotika (tetapi hanya sebatas deskriptif atau gambaran saja). Pendekatan yang akan dipakai adalah pendekatan semiotika Pierce dan Soussure yaitu ikon, indeks, simbol (Sobur, 2006:98).

1) Ikon (*icon*)

Icon adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya. Sehingga suatu tanda yang mempunyai kemiripan atau kesamaan

dengan objeknya. Contohnya: kukuruyuk adalah suatu ikon karena hubungannya dengan objeknya yaitu ayam jantan.

2) Indeks (*index*)

Index adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya. Sehingga suatu tanda mempunyai hubungan secara langsung dengan objeknya. Contohnya: Asap merupakan indeks dari api.

3) Simbol (*symbol*)

Symbol adalah sesuatu yang mengisyaratkan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat. Sehingga suatu tanda yang mempunyai hubungan dengan norma-norma atau nilai-nilai yang digunakan dan dipahami dalam masyarakat. Contohnya: *Traffic Light* merupakan suatu simbol karena terdiri dari tiga warna, warna merah berarti berhenti, warna kuning berarti pelan-pelan atau berhati-hati, warna hijau berarti jalan.

- c. Pencarian pesan persuasi dalam tulisan berdasarkan *transcript* tulisan di tiap-tiap berita anak "CERDAS" yang berupa

tulisan judul acara, tulisan narasumber, dan tulisan pendukung.

Tahap 3 : Setelah mendapatkan “pesan (*message*)” dalam tayangan "CERDAS", pesan tersebut dianalisis berdasarkan unit-unit analisis yang sudah ditentukan sebelumnya. Unit analisis itu adalah Struktur Pesan (*Explicit Conclusion, Implicit Conclusion, Climax Order, Anticlimax Order*) dan Format Pesan (*One Sided Message, Both Sided Messages, Pesan Satu Kali, Pengulangan Pesan (Repetitive), Emotional Appeals, Retional Appeals*).

Tahap 4 : Data hasil penelitian akan diteliti secara kuantitatif, dengan cara menghitung frekuensi kemunculan dan posisi kemunculan unit-unit analisis yang digunakan (*breakdown* dari strategi pesan persuasi) untuk mengetahui posisi unit-unit analisis tersebut dalam tayangan program acara berita anak "CERDAS". Frekuensi kemunculan dan posisi kemunculan tersebut dicatat dalam lembar koding yang kemudian dimasukkan dalam tabel-tabel untuk mempercepat dan mempermudah untuk menganalisis.

Tahap 5 : Setelah menyusun tabel-tabel berdasarkan frekuensi kemunculan dan posisi kemunculan unit-unit analisis, penulis akan membuat kesimpulan tentang kecenderungan strategi pesan persuasi yang banyak digunakan dalam tayangan berita anak "CERDAS" yang tayang di RBTv Yogyakarta.

6. Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menjaga supaya kategori-kategori dan unit analisis yang dibuat oleh peneliti tetap objektif, oleh karena kategori-kategori dan unit analisis dalam analisis isi merupakan alat untuk pengumpulan data (Kriantono, 2006:236). Dalam uji reliabilitas ini, peneliti melakukan koding terhadap unit analisis yang sudah ditentukan. Kegiatan ini dilakukan oleh orang lain yang ditunjuk sebagai pembanding atau hakim. Kemudian hasil pengkodean dibandingkan antara peneliti dengan pembanding atau hakim dengan menggunakan rumus Rumus Korelasi Pearson *product moment* (Sugiyono, 1994:147).

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi yang dicari
- $\sum xy$: Jumlah total perkalian variabel x dan y
- $\sum x$: Jumlah total nilai variabel x
- $\sum y$: Jumlah total variabel y
- $\sum x^2$: Jumlah total variabel x pangkat dua
- $\sum y^2$: Jumlah total variabel y pangkat dua
- n : banyaknya sampel

Sedangkan untuk mengetahui signifikansi kekuatan hubungan antara data yang diperoleh peneliti dan data yang diperoleh pengkoding, hasil perhitungan akan dibandingkan dengan tabel berikut :

TABEL 3
Signifikansi Kekuatan Hubungan Antar Data

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat