

**PENGARUH FILM ANIMASI SHIVA TERHADAP IMITASI
PERILAKU ANAK DI KELURAHAN TONYAMANG
KECAMATAN PATAMPANUA
KABUPATEN PINRANG**



2019

**PENGARUH FILM ANIMASI SHIVA TERHADAP IMITASI
PERILAKU ANAK DI KELURAHAN TONYAMANG
KECAMATAN PATAMPANUA
KABUPATEN PINRANG**



Oleh

ROSNANI

NIM: 14.3100.006

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) pada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin,
Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENSIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PAREPARE

2019

**PENGARUH FILM ANIMASI SHIVA TERHADAP IMITASI
PERILAKU ANAK DI KELURAHAN TONYAMANG
KECAMATAN PATAMPANUA**

KABUPATEN PINRANG

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos)**

Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disusun dan diajukan oleh

ROSNANI

NIM: 14.3100.006

Kepada

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PAREPARE

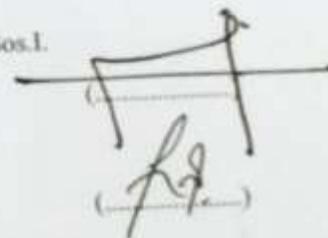
2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Rosnani
Judul Skripsi : Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi
Perilaku Anak Di Kelurahan Tonyunang
Kecamatan Patampuna Kabupaten Pinrang
Nomor Induk Mahasiswa : 14.3100.006
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No.
B.32 36/Sti.08/KP.01.1/10/2017

Disetujui Oleh

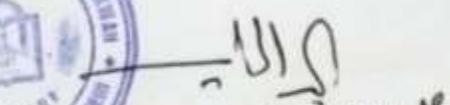
Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.
NIP : 19830116 20091 2 1005
Pembimbing Pendamping : Nurhakki, S.Sos., M.Si.
NIP : 19770616 200912 2 001



Mengetahui,-

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




Dr. H. Abd. Halim K. Lc., M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

PENGARUH FILM ANIMASI SHIVA TERHADAP IMITASI
PERILAKU ANAK DI KELURAHAN TONYAMANG
KECAMATAN PATAMPANUA
KABUPATEN PINRANG

Disusun dan diajukan oleh

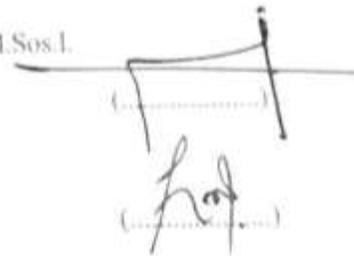
ROSNANI
NIM. 14.3100.006

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 23 januari 2019 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.
NIP : 19830116 200912 1 005
Pembimbing Pendamping : Nurhakki, S.Sos., M.Si.
NIP : 19770616 200912 2 001

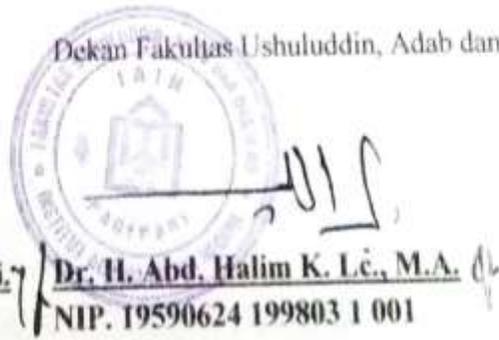


Rektor IAIN Parepare

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002



Dr. H. Abd. Halim K. Lc., M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul skripsi : Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi Perilaku Anak di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Rosnani

Nomor Induk Mahasiswa : 14.3100.006

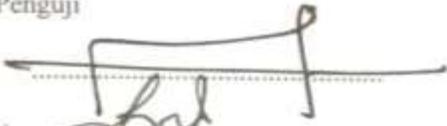
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

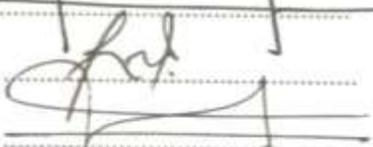
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

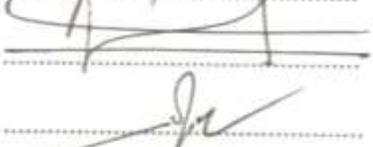
Dasar penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No. B.32 36/Sti.08/KP.01.1/10/2017

Tanggal Kelulusan : 23 Januari 2019

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Ketua) 

Nurhakki, S.Sos., M.Si. (Sekertaris) 

Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag. (Anggota) 

Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (Anggota) 

Mengetahui :


Rektor IAIN Parepare


Dr. Abdul Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puja dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW sebagai Nabi *Rahmatan lilalamin* bagi semesta alam. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "*Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi Perilaku Anak di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang*" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang lahir dari keterbatasan peneliti maka untuk itu segala kritik dan saran sangat peneliti harapkan.

Sebagai rasa syukur yang tiada hentinya maka penulis haturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak tercinta Abd. Rasak Parakkasi dan Mama tercinta Meti yang selama ini telah memberikan motivasi serta doa dukungan untuk anaknya. Terima kasih juga kepada saudara(i)ku yang telah memberikan motivasi dan mendoakan saya dan semua keluarga yang telah membantu atas semangat yang diberikan kepada saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis juga menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan mengucapkan terima kasih, terutama kepada yang terhormat Bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I selaku Pembimbing Utama serta Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing Pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan petunjuk-petunjuk sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Selanjutnya, peneliti juga mengucapkan, menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Dr. H. Abdul Halim, K., M.A sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Nurhakki sebagai Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas dorongannya terhadap peneliti dalam menyelesaikan penulisan ini.
4. Bapak dan Ibu dosen seluruh program studi yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik peneliti selama kuliah di IAIN Parepare.
5. Kepada Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya yang telah memberikan pelayanan kepada peneliti selama menjalani studi di IAIN Parepare.
6. Kepada seluruh responden (anak-anak) di Lingkungan Palirang yang telah memberikan waktunya untuk menjawab seluruh angket yang diberikan.
7. Teman-teman seperti saudara sendiri Fitri, Misra, Henny, Wiwi, Kak Vio, Inces, Widi, Velin dan teman-teman yang lain yang selalu memberikan motivasi dan selalu ada disetiap waktu menemani pengurusan skripsi ini dan semoga kita menemukan jalan terbaik dalam kehidupan kita masing-masing dan ilmu yang kita dapatkan selama sampai sekarang, mudah-mudahan bermanfaat bagi orang lain khususnya bermanfaat bagi diri kita sendiri, Insyallah, Aamiin.
8. Teman-teman seangkatan KPI 2014 yang tak bisa peneliti sebutkan satu persatu, Kak Hayana KPI angkatan 2013 yang selalu memberikan motivasi dan saran selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Terkhusus untuk teman-teman posko KPM 2017 desa Tongkanan Basse, Mashura (kordes) Nasriani (sekdes), Novianti (kakak ke tiga), Rukiah (teman yang suka menelpon), Nurdianti (paling suka dengan seni) , Awaluddin (kakak pertama), Abd Rahman (kakak ke dua) yang selalu memberikan masukan berupa motivasi dan doa untuk peneliti.

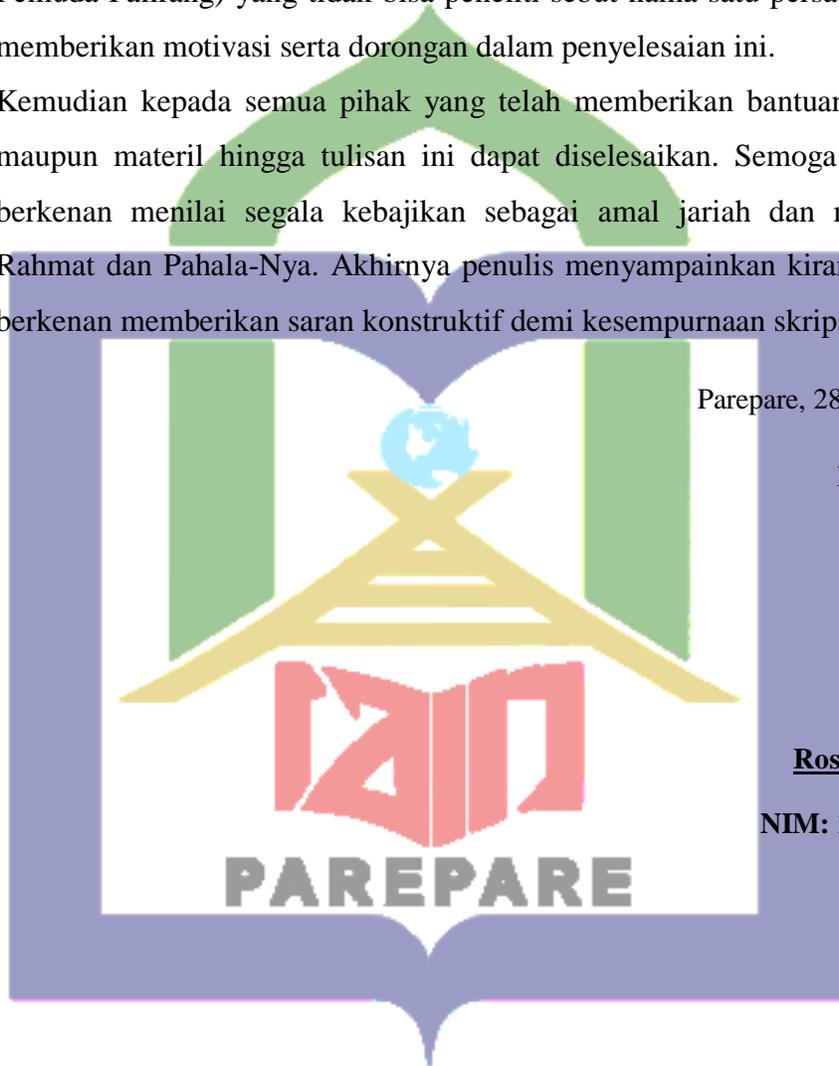
10. Mama Ipa dan Papa Immang beliau adalah mama angkat peneliti di Enrekang, yang selalu mendesak peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman organisasi IPMAL Koordinator Parepare, HMI komisariat IAIN Parerpare dan IPNU-IPPNU Cabang Pinrang, IP3 (Ikatan Pemberdayaan Pemuda Palirang) yang tidak bisa peneliti sebut nama satu persatu yang telah memberikan motivasi serta dorongan dalam penyelesaian ini.
12. Kemudian kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memeberikan Rahmat dan Pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 28 Januari 2019

Penulis,-

Rosnani

NIM: 14.3100.006



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rosnani
NIM : 14.3100.006
Tempat/ Tgl. Lahir : Pinrang, 15 Juli 1996
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi Perilaku Anak
Di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten
Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 28 Januari 2019

Penyusun,-

Rosnani

NIM: 14.3100.006

ABSTRAK

Rosnani, Pengaruh Film Animasi Shiva terhadap Imitasi Perilaku Anak di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang. (dibimbing oleh Muhammad Qadaruddin dan Nurhakki).

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh film animasi Shiva terhadap perilaku anak, khususnya pada anak-anak yang berusia 10 sampai 12 tahun. Dengan rumusan masalah yakni, Bagaimanakah pengaruh tayangan film animasi Shiva terhadap perilaku anak di kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang ?. Adapun hipotesisnya yakni H_0 = tidak dapat pengaruh antara tayangan film animasi Shiva terhadap perilaku anak, H_a = terdapat pengaruh antara tayangan film animasi Shiva terhadap perilaku anak. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a dapat diterima H_0 ditolak.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, angket/kuesioner, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah pengolahan data, penyajian data, perhitungan data untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package of the Social Science*). Sedangkan dalam pengolahan data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan korelasi product moment untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dua variabel, yaitu variabel dependent dan independent dan korelasi / hubungan antara dua variabel.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa film animasi Shiva memiliki pengaruh terhadap perilaku anak sebesar 50,9 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y meskipun pengaruh yang terdapat pada penelitian ini sedang. Ini berarti H_a dapat diterima H_0 ditolak karena nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai probabilitas 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar $3,299 > t_{tabel} 0,345$, dapat disimpulkan bahwa variabel Film (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku (Y). ketika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya H_a dapat diterima H_0 ditolak. Adapun pengaruh yang dihasilkan oleh imitasi perilaku anak ialah pengaruh positif, negatif dan sosial.

Key Word: Pengaruh, Film animasi (Shiva), Perilaku anak

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6

1.3	Tujuan	
Penelitian		6
1.4	Keguna	
an Penelitian		7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		8
2.1	Deskri	
psi Teori.....		8
2.1.1.....	Teori	
Terpaan Media (<i>media exposure</i>)		8
2.1.2.....	Teori	
Jarum Hipodermik		11
2.1.3.....	Teori	
Imitasi (<i>Imitation</i>)		14
2.2	Tinjaua	
n Hasil Penelitian yang Relevan		20
2.3	Kerang	
ka Pikir		21
2.4	Hipotes	
is Penelitian		24
2.5	Definis	
i Operasional		24
BAB III METODE PENELITIAN.....		27

3.1	Jenis	
Penelitian		27
3.2	Lokasi	
dan Waktu Penelitian.....		28
3.3	Popula	
si dan Sampel.....		28
3.4	Teknik	
dan Instrumen Pengumpulan Data.....		29
3.5	Teknik	
Analisis Data.....		31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Deskri	
psi Hasil Penelitian		33
4.2	Penguji	
an Persyaratan Analisis Data		36
4.3	Penguji	
an Hipotesis		42
4.4	Pemba	
hasan		43
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimp	
ulan		79
5.2	Saran	
.....		79

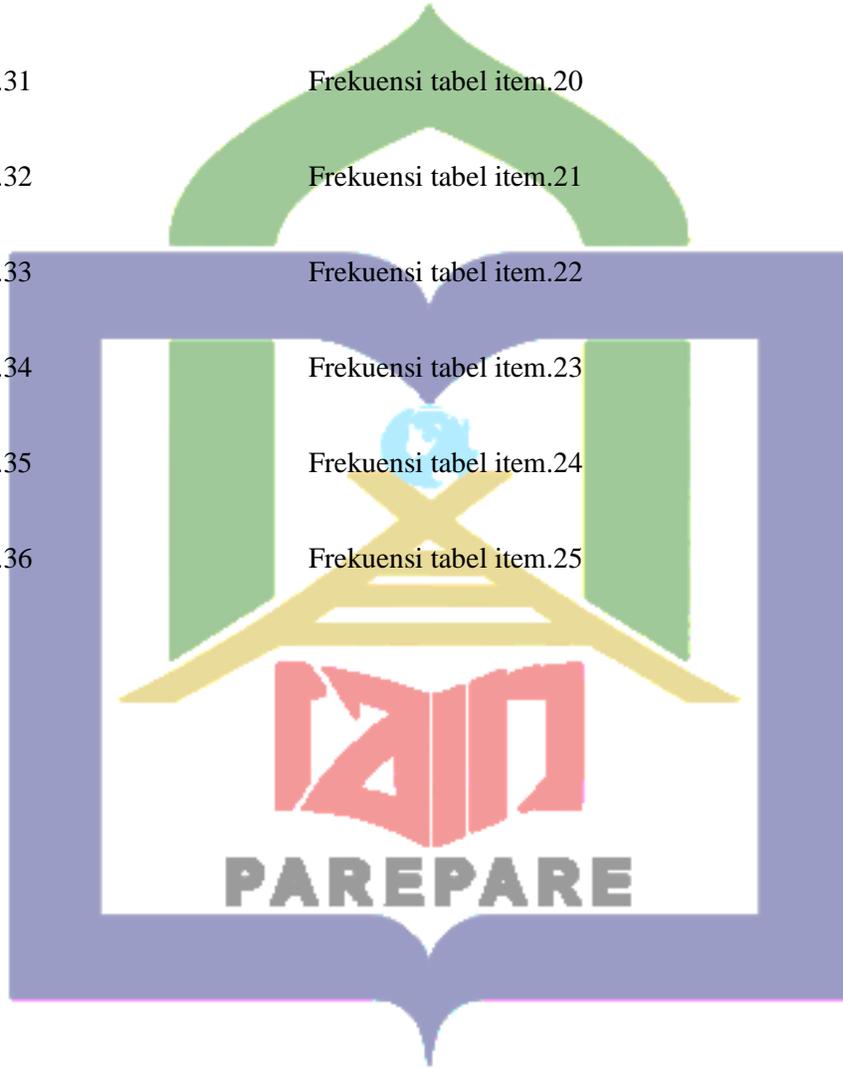
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Uji Validitas Variabel X $r_{hitung} > r_{tabel}$	34
4.2	Uji Validitas Variabel Y $r_{hitung} > r_{tabel}$	34
4.3	Uji Realibilitas	35
4.4	Uji Normalitas	36
4.5	Uji Korelasi <i>Product moment</i>	37
4.6	Pedoman Derajat Hubungan	38
4.7	Metode digunakan dalam regresi	39
4.8	Nilai korelasi	40
4.9	Nilai Konstanta	39
4.10	Pedoman pengaruh	40
4.11	Uji regresi linear sederhana	42

4.12	Frekuensi tabel item.1	45
4.13	Frekuensi tabel item.2	46
4.14	Frekuensi tabel item.3	47
4.15	Frekuensi tabel item.4	48
4.16	Frekuensi tabel item.5	50
4.17	Frekuensi tabel item.6	51
4.18	Frekuensi tabel item.7	52
4.19	Frekuensi tabel item.8	53
4.20	Frekuensi tabel item.9	54
4.21	Frekuensi tabel item.10	55
4.22	Frekuensi tabel item.11	56
4.23	Frekuensi tabel item.12	57
4.24	Frekuensi tabel item.13	58
4.25	Frekuensi tabel item.14	59
4.26	Frekuensi tabel item.15	60
4.27	Frekuensi tabel item.16	61

4.28	Frekuensi tabel item.17	61
4.29	Frekuensi tabel item.18	62
4.30	Frekuensi tabel item.19	63
4.31	Frekuensi tabel item.20	63
4.32	Frekuensi tabel item.21	66
4.33	Frekuensi tabel item.22	66
4.34	Frekuensi tabel item.23	68
4.35	Frekuensi tabel item.24	69
4.36	Frekuensi tabel item.25	70



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Pedoman r_{tabel}
Lampiran 2	Distribusi frekuensi data variabel X
Lampiran 3	Distribusi frekuensi data variabel Y
Lampiran 4	Jumlah skor variabel X dan Y
Lampiran 5	Angket/kuesioner
Lampiran 6	Dokumentasi
Lampiran 7	Surat izin melaksanakan penelitian
Lampiran 8	Surat rekomendasi oleh Pemkab Pinrang
Lampiran 9	Surat keterangan telah melakukan penelitian
Lampiran 10	Biografi penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini seperti kita ketahui bersama perkembangan teknologi media massa berjalan dengan pesat. Media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi dan masyarakat tidak lepas dari terpaan media massa.

Media massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. Proses komunikasi memerlukan media atau alat-alat khusus agar proses komunikasi dapat mencapai audiennya. Di dalamnya mempunyai alat atau mesin untuk memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen dan tersebar.¹

Film merupakan media ekspresi, dan karena ditujukan untuk khalayak ramai, maka film merupakan komunikasi massa yang khas. Film adalah media massa khusus yang memberikan tampilan audio dan visual, yang dikemas semenarik mungkin dengan tujuan memberikan suatu tampilan yang memudahkan komunikasi menerima dengan baik atau terkadang malah membingungkan dalam penerimaan

¹ Hafied Cangara, *Pengantar ilmu komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 37.

pesan yang tersirat.²

Film animasi adalah media komunikasi massa yang timbul dari perkembangan teknologi dan kemajuan media komunikasi massa elektronik seperti adanya radio dan televisi. Animasi mulai berkembang sekitar abad ke-18 di Amerika. Pada saat itu teknik *stop motion* animation banyak disenangi. Teknik ini menggunakan serangkaian gambar diam/*frame* yang dirangkai menjadi satu dan menimbulkan kesan seolah-olah gambartersebut bergerak.

Animasi adalah gambar tunggal yang dapat menyampaikan banyak makna, yang umumnya digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi dari seseorang ke orang lain.³ Film animasi atau film kartun merupakan tayangan yang aman dan memang dikategorikan untuk anak. Walaupun tidak semua film animasi aman untuk anak namun sebagian film animasi memang layak untuk ditonton dengan kategori semua umur. Film animasi menampilkan cerita yang sederhana dan menghibur dengan menampilkan tokoh-tokoh yang unik seperti superhero, karakter hewan dan karakter-karakter lucu lainnya. Kebanyakan film animasi yang ditayangkan di Indonesia merupakan film animasi luar negeri yang diadopsi oleh stasiun televisi Indonesia.

Salah satu film animasi ialah Shiva. Shiva adalah serial televisi aksi animasi India yang ditayangkan di Nickelodeon. Serial yang

² Cinemags, *The Making of Animation* (Cet. 1; Bandung: PT. Magindo Tunggal Sejahtera, 2004), h. 6.

³ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 119.

diproduksi oleh Cosmos-Maya dan Viacom18. Ini adalah salah satu acara televisi dengan nilai rating tertinggi di India. Acara ini juga populer di Bangladesh dan banyak negara-negara di Asia. Acara ini mengudara di ANTV dengan judul "Shiva" dalam bahasa Indonesia.⁴ Berdasarkan data estimasi Upper Middle Senin, 9 Januari 2017 serial Shiva yang tayang pukul 12.00 WIB mampu menempati posisi 3 dengan TVR 4,2 dan TVS 34,4. Dari TV share bisa dilihat, lebih dari 1/3 penonton TV pada jam tersebut menyaksikan Shiva.⁵

Shiva adalah seorang anak kecil yang tinggal bersama kakek dan neneknya di sebuah kota fiksi bernama Kota Vedas kota yang setiap hari ada penjahat di India. Walau dirinya masih kecil, Shiva sudah menjadi superhero yang banyak mengalahkan penjahat yang ingin menghancurkan kedamaian di kotanya.⁶

Shiva menghadapi banyak penjahat yang mencoba menyakiti atau merusak kedamaian setiap orang, harta benda maupun pemilik kota itu. Shiva berkelahi dengan penjahat menggunakan sepeda teknisnya yang bisa terbang dan mengapung diatas air layaknya *speedboat*, serta saat berkelahi Shiva memiliki motto yaitu "Jangan sebut aku anak kecil, Paman, Namaku Shiva Namaku adalah Shiva".

⁴ [https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_\(serial_animasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_(serial_animasi)). Diakses di Parepare, tanggal 1 Agustus 2018

⁵ <https://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/ulasan/read/57571/rating-report-serial-india-dan-animasi-antv-dominasi-10-besar-shiva-dipirsa-13-penonton-tv>. Diakses di Parepare, tanggal 05 Desember 2018

⁶ [https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_\(serial_animasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_(serial_animasi)). Diakses di Parepare, tanggal 1 Agustus 2018

Shiva dibantu dengan tiga orang temannya dan juga dibantu dengan seorang inspektur yang bernama Ladoo Singh untuk membantu dalam pertarungannya tapi selalu kalah. Setelah penjahat kalah, penjahat tersebut dimasukkan ke dalam penjara oleh Inspektur Ladoo Singh. Berkat keberanian Shiva dan kawan-kawannya, mereka selalu diberi penghargaan dari Pemerintah India. Dalam film ini Shiva dibantu dua orang polisi yakni Pak Lattu singh dan Jelaram serta beberapa temannya, yakni Reva, Adit dan Uday.

Pak Lattu singh adalah seorang inspektur polisi di kota Vedas yang memiliki ajudan bernama Jelaram. Pak Lattu singh dan jelaram saling bahu membahu menegakkan kebenaran di kota vedas. Namun dua polisi ini kadang kalah, maka dia selalu meminta bantuan kepada Shiva. Selain itu, Pak Lattu singh atau Laddu Singh memiliki tampilan yang lucu, sehingga membuat anak anak makin cinta dengan kartun shiva.

Reva adalah cewek cantik yang cerdas, dia kerap menjadi navigator Shiva dalam membasmi kejahatan. Reva sangat cekatan dan dia juga memiliki kemampuan analisa yang sangat kuat dan dia adalah tokoh yang kerap menyelesaikan masalah.

Adit adalah teman dari Shiva, dia kadang bertingkah sok detektif dan memiliki akal yang cemerlang, namun dia tak pernah melakukan apa yang ia pikirkan. Ia lebih sering dipanggil Adi dan sering berbicara dengan meninggi-meninggikan hal yang sebenarnya dia tidak bisa lakukan. Dia akan mulai berkata "Dulu ketika di kelurahan ...". Dia tipe anak yang baik hati sama seperti Shiva dan sering membantu Shiva dalam memberantas kejahatan di Kota Vedas.

Uday adalah teman dari Shiva, dia memiliki tubuh yang gendut, namun dia memiliki jiwa petrung yang hebat, dia juga memiliki semangat pantang menyerah. Meskipun penampilannya culun, tetapi dia cerdas.

Dia adalah ajudan dari pak Laddu Singh, dia memiliki kumis yang tebal, dia juga yang membuat suasana cerita kartun ini jadi hidup, dengan joke joke yang kerap ia lontarkan kepada pak Laddu singh.

Keenam tokoh ini adalah aktor yang selalu menghiasi layar kaca ANTV setiap pagi dan siang hari, dan mampu mengalahkan berbagai macam kartun anak yang hadir di layar kaca televisi tanah air.

Pada umumnya, anak-anak menonton tayangan yang sifatnya superhero, menghibur, lembut, dan menjual segala macam khayalan yang tak mungkin ada di dunia nyata. Itulah sebabnya mereka senang sekali menonton film animasi yang banyak menampilkan adegan aksi, dan lebih banyak menonjolkan kekuatan para pemainnya⁷. Anak-anak memiliki kecenderungan untuk meniru apa yang mereka lihat dikarenakan pada usianya anak belum bisa membedakan mana realitas yang semu dan realitas yang nyata dari tayangan yang mereka lihat. Oleh sebab itu anak dianjurkan untuk menonton tayangan yang sesuai dengan umurnya untuk menghindari dampak tayangan televisi yang berbahaya bagi anak.

Fenomena menarik tentang anak yang banyak meniru perilaku pada film Shiva membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh film

⁷ Dariyo dan Agoes. *Psikologi Perkembangan Remaja* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2004), h. 145.

animasi Shiva terhadap perilaku anak. Selain itu, informasi yang berkembang pada anak-anak melalui media massa seperti televisi mengenai film animasi anak-anak semakin tertarik untuk menonton film animasi. Objek penelitian adalah masa akhir anak-anak yang berumur 10 sampai 12 tahun.⁸

Pengamatan sekilas, terkadang film Shiva menjadi tiruan dalam berinteraksi terhadap satu sama lain khususnya anak di kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang. Seperti mencontoh gaya bicara dari film Shiva ataupun anak-anak yang menggunakan perlengkapan sekolah seperti buku, tas, jam tangan atau benda lainnya yang bersimbolkan Shiva. Hal inilah yang dapat mempengaruhi perilaku anak sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimanakah pengaruh tayangan film animasi Shiva terhadap Perilaku Imitasi Anak di kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian diantaranya:

1.3.1 Mengetahui pengaruh tayangan film animasi Shiva terhadap Perilaku Imitasi Anak di kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang

1.4 Kegunaan Penelitian

⁸ Christiana Hari Soetjiningsih. *Perkembangan Anak (Sejak Pembukaan sampai dengan kanak-kanak akhir)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012),h. 19.

Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya :

- 1.4.1 Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak orangtua agar mengantisipasi tumbuhnya Perilaku negatif yang bisa melekat pada pada Anak di kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang.
- 1.4.2 Secara teoritis, penelitian ini bisa bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh media massa sebagai bagian ilmu komunikasi dan dapat menjadi acuan penulisan skripsi selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

Teori adalah pendapat yang didasarkan pada penelitian dan penemuan yang didukung oleh data dan argumentasi (Departemen Pendidikan Nasional). Adapun fungsi teori yaitu teori merupakan alat untuk mencapai satuan pengetahuan yang sistematis dan teori membimbing penelitian.⁹

2.1.1 Teori Terpaan Media

Menurut Bovee dan Arens, terpaan media (*media exposure*) berkaitan dengan beberapa banyak orang melihat program yang ditayangkan di suatu media. Pengertian *media exposure* menurut pendapat Larry Shore yang dikutip dalam Krisyanto bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mengekspose media apabila ia hanya terlibat dalam lingkungan fisik media. *Media exposure* akan ada apabila khalayak secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media.

Bentuk nyata dari *media exposure* adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaurkan diri (*experiencing*) dengan isi media. Apabila melihat, mendengar, membaca pesan dikatakan sebagai wujud nyata dari keberadaan *media exposure* seseorang, maka jelas bahwa *media exposure* merupakan perilaku audiens dalam menggunakan media.

⁹ Dewi Sadiah, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2015), h. 41

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan- pesan yang disebarkan oleh media. Terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.¹⁰ Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi.¹¹

Terpaan media (*media exposure*), menurut Rosengren dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan.¹² Sedangkan menurut Sari, dapat dioperasionalkan menjadi jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan intensitas.¹³ Berdasarkan pengertian terpaan media yang dijelaskan oleh Rosengren dan Sari maka cara mengukur terpaan media dari tayangan *Shiva* melihat dari frekuensi, durasi dan intensitas. Berikut penjelasan ukuran terpaan media tersebut:

¹⁰ Ardianto, Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekamata Media, 2005), h. 2.

¹¹ Arini Hidayati, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h. 78.

¹² Djalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 66.

¹³ Rachmat Krisyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 66.

1. Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. Dalam penelitian ini menggunakan media televisi diukur dari berapa kali seseorang menggunakan televisi dalam satu minggu (untuk meneliti program harian).

2. Durasi

Durasi atau lamanya penayangan program, suatu program terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*). Suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan *Shiva*.

3. Atensi (perhatian)

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menonton dalam kesadaran pada saat stimuli melemah. Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor khalayak menyaksikan dengan tidak melakukan kegiatan dan menyaksikan dengan diskusi. Perhatian atau atensi yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan animasi *Shiva*, apakah khalayak melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut, (Rakhmat dalam eJournal vol.1.,No 1(2012).

2.1.2 Teori Jarum Hipodermik (Wilbur Schramm)

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massa melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film.¹⁴ Istilah media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat skala yang luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu tetap digunakan hingga saat ini seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi dan internet.¹⁵ Media tersebut dapat digolongkan menjadi media audio visual seperti film yang kini tidak hanya dapat disaksikan di bioskop saja namun banyak film yang bisa disaksikan melalui televisi bahkan sebuah film dapat *download* di internet.

Media dengar pandang (*The Audio Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi dan sejenisnya.¹⁶ Seiring dengan perkembangan zaman sekarang, tampaknya kini film telah mampu merebut perhatian masyarakat. Lebih-lebih setelah berkembangnya dunia perfilman. Meskipun masih banyak bentuk media massa lainnya, film memang memiliki efek eksklusif bagi para penontonnya. Seperti diceritakan seorang pakar komunikasi, Jalaluddin Rakhmat, pernah terjadi beberapa orang remaja memperkosa anak kecil

¹⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2009), h. 1

¹⁵ Morissan, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 479

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. IV, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 407

setelah menonton film porno di suatu tempat di Indonesia atau seperti kita bisa saksikan sendiri bagaimana perilaku anak-anak yang bergaya jagoan setelah menonton film *Batman* yang disiarkan salah satu televisi.¹⁷ Maka perlu adanya perhatian serius agar ketika membuat sebuah film atau menonton film harus diperhatikan bagaimana isi pesannya termasuk adegannya karena film dapat mempengaruhi penontonnya.

Untuk mempelajari media massa, harus diakui bahwa peran *gatekeeper* sangatlah vital dalam melayani konsumennya. Faktanya, media massa muncul untuk meyakinkan tingkah laku, nilai, dan maksud pengirim adalah kepentingan lebih besar daripada penerima. Sampai tahun 1930-an dan 1940-an, umumnya apa yang disajikan media massa secara langsung atau kuat memberi rangsangan pada diri *audience*. Khalayak (*audience*), anggota dari masyarakat dianggap mempunyai ciri khusus yang seragam dan dimotivasi oleh faktor biologis dan lingkungan serta sedikit kontrol. Tidak ada campur tangan di antara pesan dan penerima. Artinya, pesan yang sangat jelas dan sederhana akan jelas dan sederhana pula direspon. Jadi, antara penerima dengan pesan yang disebarkan oleh pengirim tidak ada perantara atau langsung diterimanya. Dalam literatur komunikasi massa, ini sering disebut dengan istilah teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau teori peluru (*bullet theory*). Alasannya, isi senapan (dalam hal ini diibaratkan pesan) langsung mengenai sasaran tanpa perantara. Hal ini artinya, pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai

¹⁷ Asep Saiful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), h. 115

sasarannya yakni penerima, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran.¹⁸ Jadi pesan tidak melalui perantara misalnya pemuka pendapat (*Opinion Leader*) sehingga pesannya yang langsung mengenai khalayak atau komunikan.

Teori ini disamping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibanding *audience*. Akibatnya, *audience* bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran bahwa *audience* bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan” kedalam ketidaksadaran *audience*.¹⁹ Pengelola pesan atau komunikator dianggap aktif sedangkan audiens atau komunikan dianggap pasif yang tidak memiliki kekuatan untuk menolak pesan.

Berbagai perilaku yang diperlihatkan televisi dalam adegan filmnya memberi rangsangan masyarakat untuk menirunya. Padahal semua orang tahu bahwa apa saja yang disajikan itu semua bukan yang terjadi sebenarnya. Akan tetapi, karena begitu kuatnya pengaruh televisi, penonton tidak kuasa untuk melepaskan diri dari keterpengaruhan itu. Jika dibandingkan dengan media massa lain, televisi sering dituduh sebagai agen yang bisa mempengaruhi lebih banyak sikap dan perilaku

¹⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Rajawali Press 2007), h. 165

¹⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 165

masyarakatnya.²⁰ Seringkali tayangan televisi yang kurang mendidik dianggap sebagai sebab dari degradasi moral (kerusakan moral). Kita bisa melihatnya bagaimana anak-anak remaja (sekolah) tampil dengan *style fashion* yang lebih masuk dalam kategori dewasa, mereka juga tidak menghormati lagi orang yang lebih tua dibandingkan dirinya.

Kita sekarang tahu bahwa teori komunikasi massa ini terlalu disederhanakan. Sebuah pesan komunikasi massa tidak memiliki efek yang sama pada masing-masing orang. Dampaknya pada seseorang tergantung pada beberapa hal, termasuk karakteristik kepribadian seseorang dan beragam aspek situasi dan konteks. Namun demikian, teori peluru merupakan efektifitas nyata propaganda setelah perang dunia I. Ini di antaranya karena rakyat begitu naïf dan memercayai kebohongan.²¹ Rakyat yang memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada media biasanya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan/ pengetahuan yang dimiliki oleh setiap individu.

2.1.3 Teori Imitasi (*Imitation Theory*)

Imitasi berasal dari bahasa Inggris *to imitate* yang berarti mencontoh, mengikuti suatu pola, istilah ini secara populer diartikan secara meniru. Imitasi atau meniru adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti penerima rangsang dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai dan

²⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 165

²¹ Wether J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi* (Cet. VI, Jakarta: Kencana, 2014), h. 147

pemasangan kemanapun persepsi untuk mengolah informasi dari rasngsang dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik²².

Kata imitasi menurut seorang ahli (Gabriel Tarde dalam Rakhmat 2007: 66), arti imitasi berasal dari sebuah kata yaitu *imitation*, yang mempunyai arti peniruan. Meskipun seorang manusia mempunyai pola dasar sendiri yang sangat unik (individualis), tetap saja pada diri seseorang manusia mempunyai sebuah keinginan untuk meniru sesuatu seperti orang lain atau pada kelompok. Dengan demikian faktor imitasi merupakan suatu proses pada seseorang untuk mencontoh orang lain atau sebuah kelompok.

Gabriel Tarde beranggapan bahwa seluruh kehidupan sosial sebenarnya berdasarkan faktor imitasi. Peranan imitasi dalam interaksi sosial itu tidak kecil. Sebagai contoh, kita lihat bagaimana seorang anak belajar berbicara. Mula-mula ia mengimitasi dirinya sendiri kemudian ia mengimitasi kata-kata orang lain. Ia mengartikan kata-kata juga karena mendengarnya dan mengitiasi penggunaannya dari orang lain.

Menurut Gabriel Tarde semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi) tindakan orang disekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam waktu yang

²² Anggun P. Pramitha, Terpaan media dan budaya harajuku (studi korelasi Antara Terpaan Film Cartoon Naruto di Global Tv Terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Shinzen Cosplay Team di Surakarta, (Skripsi Sarjana; Jurusan komunikasi: Surakarta, 2013), h. 38.

cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Ia juga memandang imitasi memainkan peranan yang sentral dalam tranmisi kebudayaan dan pengetahuan dari suatu generasi ke generasi selanjutnya. Dengan pengamatannya tersebut, Tarde sampai pada pernyataannya yang mengatakan bahwa “*society is imitation...*”. Pernyataan ini didukung oleh Mc Dougal, pengarang buku teks psikologi yang pertama.

Imitasi harus dibedakan dengan peniruan gerakan yang sama saja (mimikri) maupun peniruan tujuan (emulasi), namun pada proses imitasi manusia melakukan prinsip peniruan suatu aksi dengan memahami tujuan aksi dan diarahkan oleh pencapaian target tujuan (*goal*).

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

Perilaku khalayak jelas amat dipengaruhi oleh media massa, hal ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari- hari. Sebenarnya isi media massa dapat memberikan dua pengaruh pada khalayak. Isi media massa yang disukai khalayak cenderung akan ditiru oleh masyarakat, sebaliknya bila isi media massa itu tidak disukai khalayak, maka khalayak pun akan cenderung untuk menghindarinya. Sebagai contoh tayangan kriminal di televisi. Masyarakat yang tidak menyukai tindak kriminal tentu akan menghindari perilaku yang ditayangkan di televisi seperti membunuh, memperkosa,

mencuri dan sebagainya. Tetapi lain dengan masyarakat yang berdarah kriminal alias penjahat. Mereka tentu akan meniru isi media massa tersebut dan bahkan ”memperbaharui” tindak kejahatan tersebut agar tidak tertangkap polisi. Bukankah itu suatu kemungkinan yang amat mungkin terjadi pada manusia dalam kehidupannya sebagai makhluk sosial.

Dalam teori ini, individu dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya.²³ Komunikasi massa menampilkan berbagai model untuk ditiru oleh khalayaknya. Media cetak mungkin menyajikan pikiran dan gagasan yang lebih jelas dan lebih mudah dimengerti daripada yang dikemukakan oleh orang-orang biasa dalam kehidupan sehari-hari. Media piktorial seperti televisi, film, dan komik secara dramatis mempertontonkan perilaku fisik yang mudah dicontoh. Melalui televisi, orang meniru perilaku idola mereka. Teori peniruanlah yang dapat menjelaskan mengapa media massa begitu berperan dalam menyebarkan mode – berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu lainnya.

Teori Tarde selanjutnya sangat dekat dengan teori sugesti dari Hippolyte Bernheim. G. Tarde jauh lebih menekankan pada kesadaran dan hubungan antar

²³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 216.

manusia. Teori tersebut berisi suatu kritik yang sangat jelas perihal kecenderungan fisiologis yang sangat tereduksi dari psikologi di zaman itu.²⁴

Masa anak-anak merupakan masa yang sangat rentan dan butuh pengawasan yang ekstra. Anak-anak di masa sekolah dasar masih dilengkapi dengan fantasi - fantasinya²⁵. Sehingga harus diadakan tugas perkembangan anak-anak pada usia sekolah, antara lain: Belajar keterampilan fisik untuk permainan, sikap yang sehat untuk diri sendiri, belajar bergaul, memainkan peranan jenis kelamin yang sesuai, keterampilan dasar, konsep yang diperlukan dalam hidup sehari-hari, mengembangkan hati nurani, nilai-nilai moral dan nilai-nilai sosial, mencapai kebebasan dan kemandirian pribadi, mengembangkan sikap-sikap terhadap lembaga sosial. Dengan sederet tugas perkembangan tersebut, disinilah pentingnya meletakkan landasan moral yang dapat menjadi pegangan mereka untuk mengembangkan diri menjadi makhluk sosial yang diterima di lingkungannya²⁶.

Media film bisa dijadikan sebagai tempat untuk merealisasikan proses tersebut. Salah satunya dengan adanya tayangan serial film Animasi Shiva diharapkan dapat membawa pengaruh positif terhadap tumbuh dan perkembangan pengetahuan dan perilaku positif terhadap anak. Dalam serial film kartun Animasi Shiva ini ada salah satu adegan yang menceritakan tentang Shiva membela kebenaran dan menolong

²⁴ Nina W. Syam *Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012) h. 14.

²⁵ Oswald Kroh dalam Kartini Kartono, *Psikologi Umum* (Bandung: Mandar Maju, 1995), h. 136.

²⁶ Wiwit Wahyuning, *et al.*, eds., *Mengkomunikasikan Moral* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), h. 124.

orang lain. Adegan ini dapat diartikan sebagai wujud perjuangan yang dilakukan oleh shiva dalam kesehariaannya.

Perilaku imitasi dapat terjadi secara sadar maupun tidak disadari oleh individu yang bersangkutan. Seringkali perilaku imitasi terjadi karena adanya khayalan-khayalan atau fantasi yang muncul setelah membaca komik, menonton televisi, ataupun mempergunakan media massa yang lain.

Perilaku imitasi seringkali diidentikkan dengan proses pencarian jati diri atau pembentukan identitas. Proses pembentukan jati diri adalah merupakan proses yang panjang dan kompleks, yang membutuhkan kontinuitas dari masa lalu, sekarang dan yang akan datang dari kehidupan individu, dan hal ini akan membentuk kerangka berfikir untuk mengorganisasikan dan mengintegrasikan perilaku ke dalam berbagai bidang kehidupan. Dalam hal ini karena masa remaja dianggap sebagai fase pencarian jati diri, maka remaja mempunyai kemungkinan terbesar untuk cenderung berperilaku imitasi, baik itu mengimitasi dari media maupun dari lingkungannya. Masa remaja adalah masa peralihan antara masa kanak-kanan dan masa dewasa.

Seorang remaja penggila bola misalnya dengan senang hati akan memakai kaus bertuliskan bintang sepak bola ternama dan beraksi di depan teman-temannya seolah-olah ia adalah bintang sepak bola sesungguhnya. Anak yang lain-penggemar Naruto mengikat kepala dan tangannya semirip mungkin dengan seorang tokoh dalam film animasi yang biasa ia saksikan. Dua kejadian tersebut merupakan hal yang wajar dan biasa terjadi sebagai bukti adanya perilaku imitasi di kalangan anak-anak. Hal

semacam inilah yang terlihat dalam kehidupan sehari-hari anak – anak kita, meski mungkin hal tersebut dipandang tidak biasa oleh beberapa pihak.

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmat Widyanto dengan judul Analisis Cerita Film Animasi Upin dan Ipin di Televisi terhadap Pendidikan Karakter Anak (Studi Analisis Cerita Film Animasi Upin dan Ipin episode 1-5 di MNC TELEVISI Terhadap Pendidikan Karakter Anak di kelas 4 dan 5 SDIT Iqra' 1 Kota Bengkulu). Masalah dalam penelitian ini adalah menganalisis, nilai karakter apa saja yang terkandung film animasi “Upin dan Ipin. Seberapa besar film animasi Upin dan Ipin dapat memberi nilai pendidikan karakter kepada anak kelas 4 dan 5 SDIT Iqra' 1 Kota Bengkulu. Hasil penelitian episode 1-5 diperoleh tiga belas nilai karakter dikemas dalam dialog yakni: cinta tanah air, rasa ingin tahu, komunikatif, toleransi, gemar membaca, kreatif, kejujuran, disiplin, religius, tanggungjawab, peduli sosial, cinta damai. Frekuensi kemunculan karakter-karakter setiap episode bervariasi, karena setiap episode memiliki tema yang berbeda, karakter yang dikemas dalam cerita pun berbeda. Saran untuk penelitian adalah bahwa nilai karakter yang berada pada kategori belum tampak (BT) perlu disosialisasikan melalui model penanaman karakter oleh peneliti selanjutnya.

Dari hasil penelitian oleh Rohmat Widyanto, diperoleh tiga belas nilai karakter dikemas dalam dialog film Upin dan Ipin episode 1-5 yakni: cinta

tanah air, rasa ingin tahu, komunikatif, toleransi, gemar membaca, kreatif, kejujuran, disiplin, religius, tanggungjawab, peduli sosial, cinta damai.²⁷ Perbedaan dari peneliti adalah focus dan lokasi penelitiannya. Sedangkan persamaannya, objek penelitian pada Anak.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antara variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.²⁸

Film animasi Shiva dengan berbagai tokoh dan karakternya yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta ANTV, menarik untuk diteliti yakni sejauhmana film tersebut berdampak / memberi efek perubahan pada perilaku anak-anak di Kelurahan Tonyamang.

Berdasarkan teori terpaan media, jarum suntik dan perilaku imitasi, perilaku-perilaku dari karakter film animasi tersebut dapat ditiru oleh audiensnya yang dalam

²⁷ EDUTECH, *Portal Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia*
[http://jurnal.upi.edu/edutech/view/2864/analisis-cerita-film-animasi-upin-dan-ipin-di-televisi-terhadap-
pendidikan-karakter-anak-studi-analisis-cerita-film-animasi-upin-dan-ipin-episode-1-5-di-mnc-tv-
terhadap-
pendidikan-karakter-anak-di-kelas-4-dan-5-sdit-iqra%E2%80%99-1-kota-bengkulu-.html](http://jurnal.upi.edu/edutech/view/2864/analisis-cerita-film-animasi-upin-dan-ipin-di-televisi-terhadap-
pendidikan-karakter-anak-studi-analisis-cerita-film-animasi-upin-dan-ipin-episode-1-5-di-mnc-tv-
terhadap-
pendidikan-karakter-anak-di-kelas-4-dan-5-sdit-iqra%E2%80%99-1-kota-bengkulu-.html)
(diakses pada tanggal 11 Januari 2018)

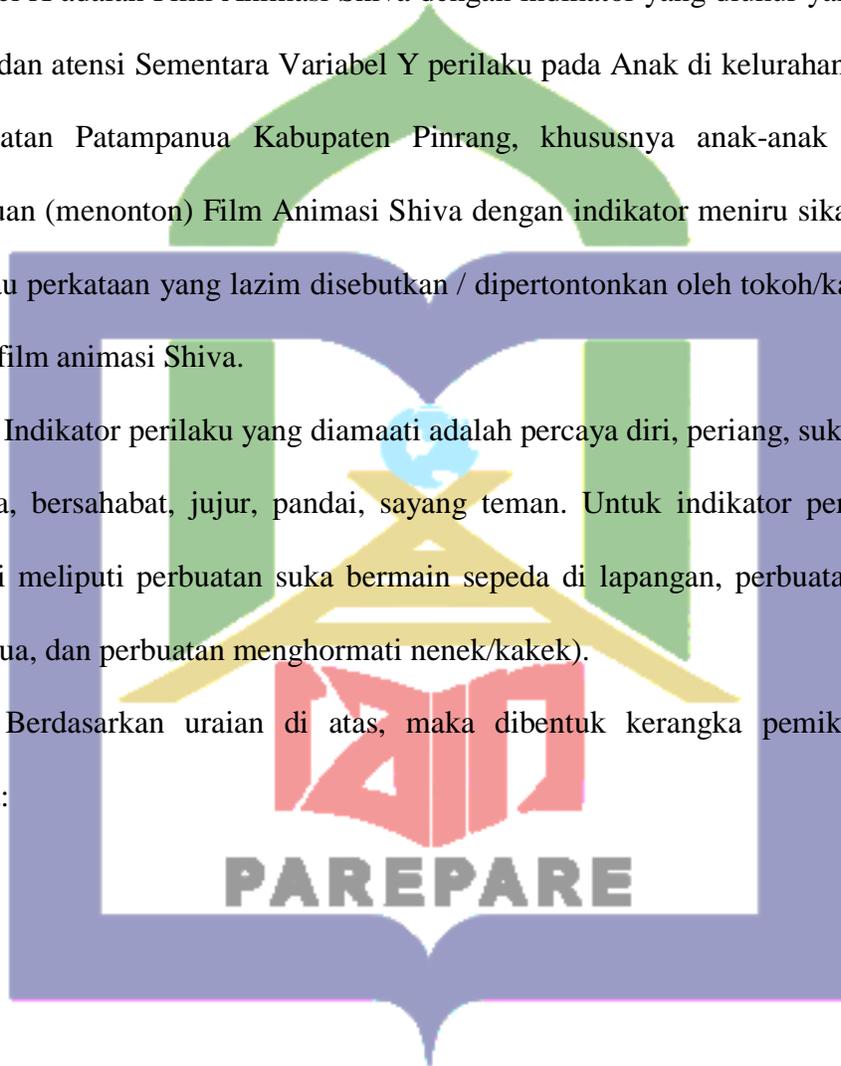
²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Cet; XII, Bandung: Alfabeta, 2008), h. 89.

penelitian ini yaitu melalui cara imitasi dan identifikasi, lalu menimbulkan perubahan pada sikap dan perilaku audiensnya.

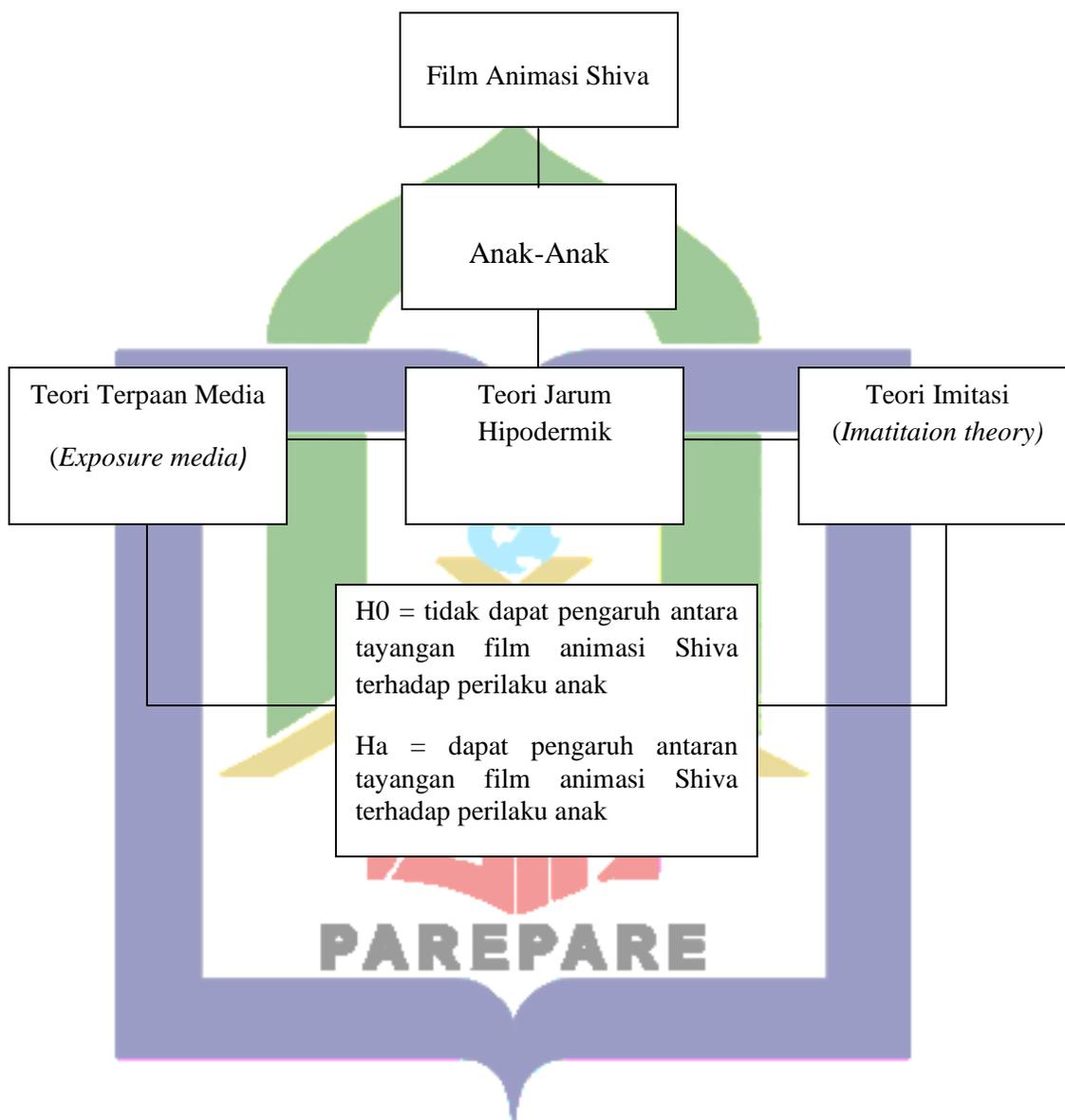
Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang di ukur yaitu, variabel X dan Y. Variabel X adalah Film Animasi Shiva dengan indikator yang diukur yaitu frekuensi, durasi dan atensi Sementara Variabel Y perilaku pada Anak di kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang, khususnya anak-anak yang diberi perlakuan (menonton) Film Animasi Shiva dengan indikator meniru sikap, perbuatan dan atau perkataan yang lazim disebutkan / dipertontonkan oleh tokoh/karakter Shiva dalam film animasi Shiva.

Indikator perilaku yang diamati adalah percaya diri, periang, suka membantu, bahagia, bersahabat, jujur, pandai, sayang teman. Untuk indikator perbuatan yang diamati meliputi perbuatan suka bermain sepeda di lapangan, perbuatan membantu orang tua, dan perbuatan menghormati nenek/kakek).

Berdasarkan uraian di atas, maka dibentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:



Skema Kerangka Pikir



2.4 Hipotesis

Secara etimologis hipotesis dibentuk dari dua kata, yaitu: *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti: kurang dan *thesis* berarti pendapat.²⁹ Hipotesis juga biasa diartikan sebagai jawaban sementara yang membutuhkan pembuktian dengan menguji hipotesis sesuai data di lapangan. Hipotesis muncul berdasarkan teori yang dipakai dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara tayangan film animasi Shiva (X) terhadap Perilaku Imitasi Anak di kelurahan Tonyamang (Y)

Ha : Terdapat pengaruh antara tayangan film animasi Shiva (X) terhadap Perilaku Imitasi Anak di kelurahan Tonyamang (Y)

2.5 Definisi Operasional

Judul penelitian ini yakni Pengaruh film animasi Shiva terhadap Prilaku Anak di kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang, untuk memperjelas dan mempermudah dalam memahami judul yang dimaksudkan maka perlu adanya penguraian konseptual untuk mengetahui konsep dasar dan batasan dalam penelitian ini. Definisi operasional adalah pernyataan praktis dan teknis tentang penekanan penelitian. Berikut definisi setiap operasionalnya:

1. Pengaruh, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak,

²⁹Jurnal Penelitian USU, *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pengurus Panti terhadap konsep diri Anak di Panti Asuhan Yayasan Elida Medan*, <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/27780/5/Chapter%20I.pdf> (diakses pada tanggal 11 Januari 2018)

kepercayaan atau perbuatan seseorang.³⁰ Jadi bagaimana peneliti ingin melihat pengaruhnya film animasi Shiva terhadap perilaku imitasi anak di kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua. Untuk mengetahui pengaruh maka peneliti akan melakukan uji dengan statistik.

2. Film atau *motion picture* ditemukan dari hasil pengnemabngan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor.³¹ Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang dimainkan dalam bioskop).³² Namun kini penggemar film tidak harus pergi ke bioskop tapi beberapa stasiun televisi telah menayangkan film untuk dinonton oleh pemirsa bahkan di internet pun kita bisa *mendownload* (mengunduh) film di internet.
3. Animasi, menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah acara televisi yang berbentuk rangkaian lukisan atau gambar yang digerakkan secara mekanik elektronis sehingga tampak di layar menjadi bergerak.³³ Animasi ada dua jenis yakni animasi dua dimensi seperti kartun Dora *Eksplorer* ataupun Spongebob, biasanya menggunakan aplikasi *Macromedia Flash* dan animasi tiga dimesi seperti Shiva, Tinkerbell biasanya menggunakan aplikasi 3D Max (salah satu aplikasi edit gambar 3 dimensi).

³⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://KBBI.web.id/pengaruh> (diakses pada tanggal 11 Januari 2018)

³¹ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, h. 143.

³² *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <http://kbbi.web.id/Film> (11 Januari 2018)

³³ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <http://kbbi.web.id/animasi> (01 Juli 2018)

4. Shiva adalah seorang anak kecil yang tinggal bersama kakek dan neneknya di sebuah kota fiksi bernama Kota Vedas kota yang setiap hari ada penjahat di India. Walau dirinya masih kecil, Shiva sudah menjadi superhero yang banyak mengalahkan penjahat yang ingin menghancurkan kedamaian di kotanya.³⁴



³⁴ [https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_\(serial_animasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_(serial_animasi)). Diakses di Parepare, tanggal 1 Agustus 2018

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh hasil penelitian yang valid, maka harus dilakukan penelitian yang sistematis dan terorganisir berdasarkan kaidah-kaidah penelitian yang telah dijadikan dasar dalam penelitian. Sebuah penelitian dapat dikatakan valid dan sistematis apabila didalamnya dilakukan atau digunakan metode-metode penelitian yang sifatnya ilmiah. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis berusaha menganalisis data dengan metode ilmiah.

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dan adapun jenis penelitian yang digunakan yakni desain Kuantitatif, dimana hasil penelitian ini akan diambil dari data dan instrumen otentik di lokasi penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi kongkrit tentang pengaruh film animasi Shiva terhadap perilaku anak di kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang. Dengan dasar tersebut, maka peneliti akan menggunakan variabel : Pengaruh film animasi Shiva sebagai variabel bebas/independent (X) dan Perilaku Imitasi anak sebagai variabel terikat/dependent (Y).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Salah satu hal yang harus dipertimbangkan oleh seorang peneliti dalam melakukan sebuah penelitian adalah dana. Berdasarkan pertimbangan hampir setiap hari peneliti melihat fenomena yang ingin diteliti di daerah tersebut. Pertimbangan kedua yaitu kedekatan lokasi dengan peneliti, sehingga lebih efektif dan efisien. Maka peneliti memilih salah satu lokasi di Lingkungan Palirang yang terletak di kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang. Sedangkan waktu penelitian kurang lebih satu bulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat, yaitu berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang dicakup. Tujuan diadakannya populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.³⁵ Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini para Anak yang berumur sekitar 10 sampai 12 tahun di Lingkungan Palirang yang berjumlah 50 anak.

³⁵ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet III, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 42.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.³⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah:

Jadi total populasi sebanyak 50 anak, pada umur 10, 11, dan 12 tahun di Lingkungan Palirang Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua dan sampel yang diambil sebanyak 50 anak.

Purposive sampling merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.³⁷ Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Data

Data kuantitatif, dalam penelitian dapat juga berasal dari hasil transformasi data kualitatif namun ada juga data kuantitatif murni sejak awal.³⁸ Misalnya seperti sangat setuju yang jika diangkakan bernilai 5 (lima), setuju 4 (empat), kurang setuju 3 (tiga), tidak/ negatif 2 (dua), sangat tidak setuju 1 (satu).

³⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 30.

³⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 33.

³⁸ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Cet; II, Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 356.

Sedangkan pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder. Dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.³⁹

3.4.1 Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.⁴⁰ Jadi dalam melakukan pengamatan dan pencatatan di tengah kelemahan dalam mengingat peneliti dapat membuat catatan-catatan (*check list*) ataupun menggunakan bantuan alat-alat elektronik seperti video ataupun *tape recorder*.

3.4.2 Angket

Angket ialah daftar pertanyaan yang dikirimkan kepada responden, baik secara langsung atau tidak langsung (melalui pos atau perantara).⁴¹ Seperti halnya dengan wawancara, pertanyaan-pertanyaan yang telah tersusun secara kronologis dari yang umum mengarah pada khusus untuk diberikan kepada responden yang umumnya merupakan daftar pertanyaan lazimnya disebut kuisisioner, dibuat dengan menyesuaikan responden ataupun dapat dibuat untuk umum dalam arti terbatas pula

³⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 17.

⁴⁰ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 52.

⁴¹ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 57.

sesuai dengan pengambilan sampel.⁴²Jadi dalam membuat angket yang akan digunakan, peneliti menyusun jawaban dengan kalimat sederhana agar responden (anak-anak) dapat memahami setiap butir pilihan jawaban.

3.4.3 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan dokumentasi ialah biayanya relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien.⁴³ Selain melalui dokumen-dokumen juga dalam bentuk foto-foto.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis data pada dasarnya dapat diartikan memperkirakan atau dengan menentukan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu (beberapa) kejadian terhadap sesuatu (beberapa) kejadian lainnya, serta memperkirakan/meramalkan kejadian lainnya.⁴⁴ Pada penelitian kuantitatif kegiatan analisis datanya meliputi pengolahan data dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Sedangkan dalam pengolahan data dilakukan secara kuantitatif

⁴² Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Cet IV; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 55.

⁴³ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 69.

⁴⁴ Misabahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Edisi; II, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 32.

dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan korelasi *product moment* untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dua variabel, yaitu variabel dependen dan satu variabel independen, dan korelasi antara kedua variabel.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Sehubungan penelitian ini merupakan kajian pengaruh media terhadap perilaku manusia, khususnya pengaruh media film animasi terhadap perilaku pada anak, maka teori yang digunakan adalah teori terpaan media (*media exposure*) dan teori jarum suntik (*Hipodermik Needle theory*) sebagaimana yang dikemukakan Rosengren, dengan tiga indikator yang diamanati yaitu Frekuensi menonton televisi khususnya tayangan Film animasi Shiva, durasi atau lamanya menonton film animasi Shiva serta atensi atau perhatian responden terhadap film animasi Shiva.

Sebelum peneliti turun ke lokasi penelitian, terlebih dahulu peneliti membuat angket/kuesioner yang terdiri dari angket variabel X dan variabel Y. Setelah itu peneliti melakukan uji validitas dan realibilitas pada angket. Tujuannya adalah untuk melihat apakah angket yang akan dibagikan kepada responden valid dan konsisten. Maka dilakukanlah uji validitas dan realibilitas.

4.1.1 Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui kevalidan angket/kuesioner.

Dasar pengambilan keputusan uji validitas :

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} = \text{valid}$

$r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}} = \text{tidak valid}$

diketahui $r_{\text{tabel}} = n = 45 = 0,287$

Tabel 4.1 Variabel X r hitung > r tabel

No. item	$R_{xy}(r \text{ hitung})$	$r \text{ tabel}$	Keterangan
1	0,549	0,287	Valid
2	0,636	0,287	Valid
3	0,614	0,287	Valid
4	0,506	0,287	Valid
5	0,379	0,287	Valid
6	0,382	0,287	Valid
7	0,542	0,287	Valid
8	0,418	0,287	Valid
9	0,295	0,287	Valid
10	0,444	0,287	Valid
11	0,589	0,287	Valid
12	0,598	0,287	Valid

Sumber data : diolah dari keseluruhan angket dengan SPSS

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji validitas pada variabel X, menunjukkan bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item dalam angket penelitian ini valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.2 Variabel Y r hitung > r tabel

No. item	$R_{xy}(r \text{ hitung})$	$r \text{ tabel}$	Keterangan
13	0,523	0,287	Valid
14	0,306	0,287	Valid
15	0,408	0,287	Valid
16	0,468	0,287	Valid
17	0,566	0,287	Valid
18	0,351	0,287	Valid
19	0,442	0,287	Valid
20	0,618	0,287	Valid
21	0,508	0,287	Valid
22	0,409	0,287	Valid
23	0,532	0,287	Valid
24	0,591	0,287	Valid
25	0,697	0,228	Valid

Sumber data : diolah dari keseluruhan angket dengan SPSS

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji validitas pada variabel Y, menunjukkan bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item dalam angket penelitian ini valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrument dan dapat dilanjutkan uji realibilitas.

4.1.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui konsisten dalam angket. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan alpha. Dalam dasar pengambilam keputusan reliabilita, yaitu:

$Alpha > r_{tabel}$ = konsisten

$Alpha < r_{tabel}$ = tidak konsisten

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	ronbach's Alpha	N of Items
,751	13	,636	12

Tabel 4.3 Uji Realibilitas

Variabel	r_{xy}	R tabel (5%)	Keterangan
X	0,636	0,287	Reliabel/ konsisten
Y	0,751	0,287	Reliabel/ konsisten

Sumber data : diolah dari data lanjutan dengan SPSS

Hasil uji diperoleh nilai koefisien realibilitas angket X sebesar 0,636 dan angket Y sebesar 0,751. Berdasarkan nilai koefisien realibilitas tersebut dapat disimpulkan

bahwa semua angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data

Pada pengujian persyaratan analisis data, peneliti menguji dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package of the Science Social*) untuk mempermudah perhitungan angka dan keakuratan perhitungan data.

4.2.1 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Residual

Uji normalitas kolmogorov Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik (persyaratan statistik yang harus terpenuhi untuk menguji regresi). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pada uji normalitas bukan pada masing-masing variabel tapi pada nilai residualnya.

Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,51298519
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,066
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,028

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber data : data diolah dengan menggunakan SPSS

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov:

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui $0,028 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.2.2 Uji Korelasi Pearson

Konsep dasar analisis korelasi:

- Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Uji korelasi digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, sekaligus untuk mengetahui tingkat hubungan keeratan antara variabel X dan variabel Y.
- Jenis hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat bersifat negatif dan positif.

Tabel 4.5 Uji Korelasi Pearson

		Correlations	
		Film	Perilaku
Film	Pearson Correlation	1	,449**
	Sig. (2-tailed)		,002
	N	45	45
Perilaku	Pearson Correlation	,449**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	

N	45	45
---	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data: dioalah menggunakan uji korelasi pearson dengan SPSS

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka berkorelasi
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak berlorelasi

Dari hasil output correlations diketahui nilai signifikasnsi untuk hubungan Variabel Film (X) dan variabel Perilaku (Y) adalah 0,002, artinya karena nilainya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara Film dengan Perilaku.

Tabel 4.6 Pedoman Derajat hubungan

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
Nilai Pearson Correlation 0,00 s/d 0,20	Sangat Rendah
Nilai Pearson Correlation 0,21 s/d 0,40	Lemah
Nilai Pearson Correlation 0,41 s/d 0,60	Sedang
Nilai Pearson Correlation 0,61 s/d 0,80	Kuat
Nilai Pearson Correlation 0,81 s/d 1,00	Sangat kuat

Sumber data : pedoman derajat hubunngan di Youtube

Pada tabel di atas diketahui Nilai *Pearson Correlation* 0,449. Jika dirujuk dalam pedoman derajat hubungan dapat dilihat Nilai *Pearson Correlation* berada pada 0,41 s/d 0,60 berarti tingkat hubungan antara Film dengan perilaku termasuk dalam kategori korelasi sedang. Kemudian jika kita melihat arah hubungannya itu positif atau negatif kita dapat melihat pada tabel 4.5 yang menunjukkan Nilai *Pearson*

Correlation 0,449 artinya dapat disimpulkan bahwa Film berhubungan secara positif terhadap Perilaku anak.

4.2.3 Uji Regresi Linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Syarat uji Linear sederhana :

- Valid dan Realibel
- Normal dan Linear

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal, yaitu :

- Membandingkan nilai signifikasnsi dengan nilai probabilitas 0,05
 - a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, artinya X berpengaruh terhadap variabel Y.
 - b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, artinya X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - a. jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
 - b. jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.7 metode yang digunakan dalam regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Film ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Perilaku

b. All requested variables entered.

Sumber data : metode regresi linear sederhana dengan SPSS

Ouput bagian pertama (variabel/removed): tabel diatas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel dimasukkan adalah variabel Film sebagai variabel independent dan Perilaku sebagai variabel dependent dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 4.8 Nilai korelasi/hubungan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.449 ^a	.509	.183	4,56516

a. Predictors: (Constant), Film

Sumber data : nilai korelasi/hubungan dengan SPSS

Ouput bagian kedua (Model Summary): tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,449. Dari ouput tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,509, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Film) terhadap variabel terikat (Perilaku) adalah sebesar 50,9%.

Tabel 4.9 Pedoman Pengaruh

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 s/d 0,20	Sangat Rendah
0,21 s/d 0,40	Lemah
0,41 s/d 0,60	Sedang
0,61 s/d 0,80	Kuat
0,81 s/d 1,00	Sangat kuat

Hasil dari regresi linear sederhana 50,9% ini berarti bahwa pengaruh film animasi Shiva terhadap imitasi perilaku Anak dalam kategori sedang. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat mengkonsumsi media dalam artian keseringan anak-anak menonton film animasi Shiva tinggi sehingga dapat mempengaruhi perilaku anak.

Tabel 4.10 Nilai konstanta

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	29,242	8,133		3,596	,001
	Film	,510	,155	,449	3,299	,002

a. Dependent Variable: Perilaku

Sumber data: nilai konstanta diolah dengan SPSS

Output bagian ketiga (coefisients): diketahui nilai constant (a) sebesar 29,242 , sedangkan nilai Film (b/kofisien regresi) sebesar 0,510, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 29,242 + 0,510X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 29,242, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Y adalah sebesar 29,242

Koefisien regresi X sebesar 0,510 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Film (X), maka nilai Perilaku (Y) bertambah 0,510. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Tabel 4.10 Uji Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	29,242	8,133		3,596	,001
	Film	,510	,155	,449	3,299	,002

a. Dependent Variable: Perilaku

Sumber data : regresi linear sederhana diolah dengan SPSS

Pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana

- Berdasarkan nilai signifikasnsi : dari tabel coefisints diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $3,299 > t_{tabel} 0,345$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Film (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku (Y).

4.3 Pengujian Hipotesis

Setelah menghitung korelasi *pearson product moment* dan regresi linear sederhana, kemudian dilakukan pengujian hipotesis berisi tentang kebenaran hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian untuk mengetahui pengaruh film animasi Shiva terhadap imitasi perilaku anak di Kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang.

Pada dasarnya menguji hipotesis adalah menaksir populasi berdasarkan data sampel, artinya pengujian tentang kebenaran hipotesis berdasarkan data sampel

penelitian. Hipotesis muncul berdasarkan teori yang dipakai dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

H₀ :Tidak terdapat pengaruh antara tayangan film animasi Shiva (X) terhadap imitasi perilaku anak di kelurahan Tonyamanng (Y)

H_a :Terdapat pengaruh antara tayangan film animasi Shiva (X) terhadap imitasi perilaku anak di kelurahan Tonyamanng (Y)

Berdasarkan nilai signifikasnsi : dari tabel 4.11 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Ini berarti H_a dapat diterima H₀ ditolak karena nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai probilitas 0,05. Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $3,299 > t_{tabel} 0,345$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Film (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku (Y). ketika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya H_a dapat diterima H₀ ditolak.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Sebelum peneliti menjelaskan hasil penelitiannya maka terlebih dahulu peneliti mendeskripsikan bahwa salah satu film animasi yang sangat disukai oleh anak-anak adalah animasi Shiva. Maka perlu perhatian, apakah film ini memberi pengaruh terhadap perilaku anak atau tidak.

Penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan atas beberapa penggunaan teori seperti teori Terpaan Media di mana teori ini beranggapan bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mengekspose media apabila ia hanya terlibat dalam lingkungan fisik

media. *Media exposure* akan ada apabila khalayak secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media.

Artinya setelah menonton film animasi Shiva mereka secara sadar meniru gaya bicara, sikap dan perilaku para pemain atau tokoh film animasi Shiva. Seperti Shiva yang selalu mengucapkan “Jangan panggil aku anak kecil paman, Namaku Shiva”. Peneliti seringkali mendengar kata-kata itu setelah Shiva tayang.

Selain menggunakan teori terpaan media juga digunakan teori jarum hipodermik di mana inti teori ini khalayak dianggap pasif dalam menerima pesan yang diberikan oleh media. Kemudian ada teori Imitasi perilaku, perilaku imitasi muncul disebabkan karena adanya perhatian yang cukup besar serta adanya kekaguman terhadap hal yang diimitasi. Peneliti menganggap media film efektif berperan dalam hal menyebarkan gaya bicara atau perilaku lainnya.

Berdasarkan penelitian Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi Perilaku Anak di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang, memperlihatkan bahwa dari 45 anak yang telah ditetapkan sebagai responden semua memberikan jawaban terhadap angket yang dibagikan dengan jumlah pernyataan 25 item. Pada tabel dibawah ini 11 atau 24,4 % memberikan pernyataan setuju atau sering menonton televisi, dan 34 orang atau 75 % memberikan pernyataan sangat setuju atau sangat sering menonton televisi sebagaimana tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 4.12 deskripsi hasil angket item.1

item.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	11	24,4	24,4	24,4
	SS	34	75,6	75,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data : diolah dari angket item.1 dengan SPSS

Berdasarkan hasil angket pada item.1 di atas dengan pernyataan “Saya sering menonton TV setiap harinya (lebih dari 3 kali)”, diperoleh gambaran tingginya kecenderungan anak-anak dalam menonton tayangan televisi, termasuk dalam hal ini tayangan Film Animasi Shiva. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentasi anak-anak yang setuju (S) 24.4% atau sebanyak 11 anak, disusul kategori SS (sangat setuju) 75.6% atau sebanyak 34 anak. Artinya bahwa lebih banyak anak-anak yang menonton TV setiap harinya (lebih dari 3 kali) daripada yang hanya menonton satu atau dua sekali sehari.

Kesimpulan ini telah dikonfirmasi oleh peneliti dengan melakukan observasi langsung ke responden terkait pernyataan awal yang diajukan penulis yakni apakah responden sering menonton TV setiap harinya atau tidak, dengan tujuan agar diketahui seberapa besar ketertarikan para responden dalam menonton tayangan TV.

Hasil observasi yang dilakukan bersesuaian dengan hasil angket yang ada pada item.1. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat menonton tayangan TV pada anak-anak yang menjadi responden pada penelitian ini,

memungkinkan mereka untuk terpa dan dipengaruhi oleh informasi tayangan media televisi yang mereka tonton menjadi sangat besar. Temuan ini sejalan dengan teori *Media Exposure* (Terpaan Media) yang beranggapan bahwa terpaan media berkaitan dengan beberapa banyak orang melihat program yang ditayangkan di suatu media.

Tabel 4.13 deskripsi hasil angket item.2

item.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	4,4	4,4	4,4
	S	5	11,1	11,1	15,6
	SS	38	84,4	84,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.2 dengan SPSS

Shiva merupakan serial kartun yang menceritakan kehebatan anak kecil dalam meringkus penjahat di Kotanya bersama sepedanya yang canggih serta teman-teman kecilnya yang tayang setiap hari di ANTV. Dari angket pada item.2 dengan pernyataan “Saya menonton tayangan Shiva (lebih dari delapan kali) dalam seminggu“, diperoleh data tingginya jumlah anak yang sering menonton tayangan Film Animasi Shiva. Lebih dari 84,4% atau sebanyak 38 anak dari 45 anak yang menjadi responden memberikan pernyataan sangat setuju (SS). Hanya ada dua anak yang menjawab kurang setuju (KS) atau sebesar 4,4 %, disusul kategori setuju (S) 11,1% atau sebanyak 5 anak. Ini artinya di Kelurahan Tonyamang khususnya di Lingkungan Palirang, anak-anak lebih memiliki kecenderungan yang tinggi dalam menonton Film Animasi Shiva setiap harinya.

Data ini mengkonfirmasi bahwa fenomena demam film dan sinetron produksi Bollywood di Indonesia selama tahun 2017 dan tahun 2018 tidak hanya menimpa kalangan penonton dewasa tetapi juga anak – anak, khususnya tayangan kartun. Film Kartun Shiva yang ditayangkan ANTV menjadi salah satu film kartun yang paling banyak ditonton anak – anak Indonesia. Data estimasi *upper middle Nielsen* (Perusahaan Penghitung Rating TV) Senin, 9 Januari 2017 memperlihatkan serial Shiva yang tayang pukul 13.00 WITA menempati posisi 3 dengan TVR 4,2 dan TVS 34,4 atau lebih dari 1/3 penonton TV pada jam tersebut menyaksikan Shiva. Hal sama kembali terjadi pada tahun 2018. Selama kuartal pertama dan kedua paruh waktu tahun ini, Film Animasi Shiva tetap menempati 10 besar film animasi yang digemari penonton TV Indonesia.

Film Animasi Shiva adalah serial TV aksi animasi India yang sebelumnya ditayangkan di Nickelodeon. Serial yang diproduksi oleh Cosmos-Maya dan Viacom18 ini merupakan salah satu acara TV dengan nilai rating tertinggi di India. Acara ini juga populer di Bangladesh dan banyak negara-negara di Asia, termasuk di Asia Tenggara.

Tabel 4.14 deskripsi hasil angket item.3

item.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	1	2,2	2,2	2,2
	KS	1	2,2	2,2	4,4
	S	11	24,4	24,4	28,9
	SS	32	71,1	71,1	100,0

Total	45	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Sumber data: diolah dari angket item.3 dengan SPSS

Meskipun Shiva tayang setiap hari, jam tayang Shiva ini berbeda saat tayang haari Sabtu dan Minggu. Senin- Jumat tayang pada jam 07:00 dan 14:45 WITA, sedangkan pada hari Sabtu dan Minggu Shiva tayang hanya sekali dalam sehari pada jam 07:00 WITA saja.

Berdasarkan pada item.3 di atas dengan pernyataan “Saya tahu kapan saja Film Shiva ditayangkan”, terlihat bahwa jumlah persentase anak yang menjawab tidak (T) hanya sebesar 2,2 % atau hanya 1 anak. Begitu juga yang memberika jawaban kurang setuju (KS) jumlahnya sangat kecil, yakni hanya sebesar 2,2% atau 1 anak. Sementara yang memberikan jawaban setuju (S) diperoleh data sebanyak 24,4 % atau 11 anak, dan sangat setuju (SS) sebanyak 71,1% atau 32 anak.

Data ini memberikan gambaran bahwa atensi anak-anak menonton Film Animasi Shiva di Lingkungan Palirang cukup tinggi. Sebanyak 43 anak yang menjadi responden menyatakan mengetahui kapan saja Shiva tayang. Hanya dua (2) orang anak menyatakan tidak mengetahui jam tayang film Shiva.

Tabel 4.15 deskripsi hasil angket item.4

item.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
T	2	4,4	4,4	4,4
KS	7	15,6	15,6	20,0
S	17	37,8	37,8	57,8
SS	19	42,2	42,2	100,0

Total	45	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Sumber data : diolah dari angket item.4 dengan SPSS

Suatu program TV harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin. Hal sama juga berlaku untuk program siaran film animasi Shiva ANTV. Dalam tayangan Shiva telah dikemas semenarik mungkin agar khalayak tertarik dan bertahan untuk menonton tayangan film animasi Shiva.

Pada item.4 yaitu respon anak terhadap pengulangan tayangan Shiva, terlihat bahwa 80 persen responden, yakni terdiri dari 37,8% atau sebanyak 17 orang anak menyatakan setuju (S) dan 42,2% atau sebanyak 19 orang anak menginginkan Film Shiva tayang ulang setiap harinya. Hanya 4,4% atau sebanyak 2 anak yang memilih tidak setuju (TS) dan 15,6 % atau sebanyak 7 anak menyatakan kurang setuju (KS) saat menjawab angket yang diajukan dengan pernyataan “Saya mau tayangan Shiva ditayangkan lebih sering kali”.

Kemampuan film ini mencuri hari penonton TV Indonesia, khususnya di kalangan anak-anak tentu tidak terlepas dari penonjolan karakter dan peran Shiva sebagai ‘hero’ yang membantu tugas – tugas polisi dalam membasmi kejahatan di India, serta jalan cerita berbau pertualangan yang umumnya memang disukai oleh anak-anak pada setiap episode.

Data item.4 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden menginginkan tayangan Shiva ditayangkan lebih dari jadwal tayangan sebelumnya. Redudansi penyampaian pesan menjadikan kemampuan dan daya penetrasi pesan yang didesain

pada film ini menjadi terbuka lebar untuk mempengaruhi anak-anak baik pada tataran kognisi, maupun sikap dan perilaku.

Tabel 4.16 deskripsi hasil angket item.5

		item.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	2	4,4	4,4	4,4
	KS	2	4,4	4,4	8,9
	S	29	64,4	64,4	73,3
	SS	12	26,7	26,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.5 dengan SPSS

Meski selama tahun 2018 ada cukup banyak film animasi tayang di beberapa TV nasional, namun tetap saja film animasi Shiva yang ditayangkan ANTV menjadi salah satu tayangan yang paling banyak ditunggu, khususnya anak-anak di Palirang, Kelurahan Tonyamang Kecamatan Pattampuanua Kabupaten Pinrang. Ini tergambar dari data hasil penelitian sebagaimana terlihat pada table 4.13 tentang respon anak saat menunggu tayangan Shiva.

Dari 45 orang yang menjadi responden penelitian ini, 41 orang anak menyatakan senantiasa menunggu tayangan film animasi Shiva dengan presentasi 64% atau 29 orang anak menyatakan setuju (S) menunggu tayangan film animasi Shiva dan 26,7% atau 12 orang anak menyatakan sangat setuju (SS) menunggu tayangan film animasi Shiva. Hanya 4 orang anak atau 8,8 yang menyatakan tidak (T) dan kurang setuju (KS).

Berdasarkan di atas dengan pernyataan “Saya biasanya duduk di depan tv menunggu Shiva tayang”, tergambar tingginya animo anak-anak di daerah Palirang, Kelurahan Tonyamang Kecamatan Pattampanua Kabupaten Pinrang untuk menonton film animasi Shiva.

Antusias yang tinggi anak - anak di daerah Palirang dalam menonton film animasi Shiva tentu perlu mendapat perhatian dari para orang tua, utamanya terkait dan bahaya kecanduan dari kebiasaan menonton film kartun, meski mengkonsumsi film animasi adalah hal lazim untuk para anak-anak, bahkan remaja dan dewasa.

Apalagi beberapa film animasi di televisi tanah air diketahui pernah mendapat protes dari masyarakat terkait alur dan materi cerita yang tidak sejalan dengan budaya dan nilai-nilai Bangsa Indonesia. Salah satunya film animasi kartun Sinchan dan Doraemon, banyak mendapat kritik bagi masyarakat karena dinilai kurang edukatif dan tidak sesuai untuk anak-anak.

Tabel 4.17 deskripsi hasil angket item.6

item.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	4,4	4,4	4,4
	S	15	33,3	33,3	37,8
	SS	28	62,2	62,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.6 dengan SPSS

Dari data tabel di atas dapat kita simpulkan tingginya tingkat rasa ketertarikan responden untuk menonton film animasi Shiva. Hal tersebut terbukti lebih dari

separuh responden yaitu sebesar 95,5 % menyatakan sangat tertarik untuk memilih menonton film animasi Shiva ketimbang film lain ketika pada waktu yang bersamaan juga ada film lain yang ditayangkan oleh televisi. Hal tersebut menunjukkan bahwa film animasi Shiva menjadi tayangan favorit bagi anak-anak di daerah Palirang.

Untuk mengetahui sikap ketertarikan responden terhadap tayangan film animasi Shiva ketika diperhadapkan dengan film lain di televisi, diajukan pertanyaan angket sebagai berikut: “Jika ada film yang bersamaan dengan Shiva, saya lebih utamakan film Shiva”. Dari 45 orang responden 28 orang atau 62,2% menyatakan sangat setuju (SS), 15 orang responden menyatakan setuju (S) dan hanya 2 orang anak atau 4,4% yang menyatakan tidak setuju mengutamakan film animasi Shiva ketika ada film lain yang lebih menarik untuk ditonton di televisi.

Tabel 4.17 deskripsi hasil angket item.7

item.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	3	6,7	6,7	6,7
	KS	10	22,2	22,2	28,9
	S	14	31,1	31,1	60,0
	SS	18	40,0	40,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.7 dengan SPSS

Dari data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku imitasi atau meniru terhadap aktivitas tokoh Shiva dan teman-temannya dalam film animasi Shiva termasuk dalam kategori tinggi. Terbukti dari 45 orang responden 71,1 % atau

sebanyak 32 orang anak menyatakan meniru karakter atau melakukan aksi sebagaimana dilakukan tokoh Shiva dalam animasi Shiva.

Saat diajukan pernyataan dalam angket “Saat Shiva tayang saya kadang melakukan aksi seperti dilakukan Shiva”, 31,1% responden menyatakan setuju (S) meniru karakter dan aksi yang dilakukan Shiva dalam film animasi Shiva. Bahkan 40,0% menyatakan sangat setuju (SS) meniru karakter Shiva dalam film animasi Shiva. Hanya 22,2% yang menyatakan kurang setuju dan 6,7% yang menyatakan tidak.

Data ini membuktikan besarnya pengaruh film animasi Shiva terhadap perilaku imitasi anak-anak di lingkungan Palirang, Kelurahan Tonyamang, Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang. Hal ini perlu mendapat perhatian dari orang tua di rumah, sebab tidak tertutup kemungkinan perilaku dan sikap mereka juga akan meniru adegan kekerasan yang ditayangkan dalam film animasi ini, yang dapat membayangkan keselamatan bagi dirinya dan anak-anak teman bermain mereka.

Tabel 4.19 deskripsi hasil angket item.8

item.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	12	26,7	26,7	26,7
	SS	33	73,3	73,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.8 dengan SPSS

Penting untuk melihat lebih jauh seperti apa pengaruh tayangan film animasi Shiva pada perilaku anak-anak Palirang, Kelurahan Tonyamang, Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang, utamanya dihubungkan tanggapan responden ketika

tayangan Shiva tayang pada saat dimana mereka pada saat yang sama juga perlu mengindahkan perintah atau anjuran orang tua mereka terkait kewajiban selaku anak atau kewajiban beribadah seperti shalat atau kewajiban lainnya.

Dari tabel 4.19 terlihat bahwa seluruh responden ternyata memberikan jawaban setuju (S) berjumlah 26.7 % dan sangat setuju (SS) 73.3 %, terhadap pernyataan “Jika ibu menyuruh makan, saya tetap menonton Shiva”. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa dampak tayangan film animasi Shiva benar-benar telah merasuk tidak hanya di tataran kognisi responden tetapi juga pada perilaku mereka.

Temuan ini menjadi penting bagi semua pihak, tidak hanya dunia pendidikan tetapi juga para orang tua, pemimpin agama termasuk pemerintah dan pemerintah daerah. Jika hal-hal prinsip seperti shalat bisa diabaikan oleh anak-anak apalagi hal lain. Sudah waktunya digelorahkan gerakan mematikan televisi pada jam-jam shalat atau jam-jam tertentu, seperti antara Magrib dan Isya.

Tabel 4.20 deskripsi hasil angket item.9

tem.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	15,6	15,6	15,6
	KS	1	2,2	2,2	17,8
	S	11	24,4	24,4	42,2
	SS	26	57,8	57,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.9 dengan SPSS

Untuk memastikan kesimpulan terhadap temuan penelitian bahwa dampak film animasi Shiva terhadap kognisi, sikap dan perilaku anak-anak Palirang sebagaimana tergambar pada tabel 4.19, maka diajukan angket dengan pernyataan sebagai berikut: “Jika ibu menyuruh sholat, saya tetap menonton Shiva”.

Angket ini diajukan untuk mengkonfirmasi temuan penelitian pada tabel 4.19. Dari tabel 4.20 di atas terlihat bahwa dari 45 orang anak yang dipilih sebagai responden, hanya 8 orang anak yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) dan kurang setuju (KS) dengan pernyataan angket “Jika ibu menyuruh sholat, saya tetap menonton Shiva”.

Jika dipresentasi hanya ada 17,8 % yang tidak setuju dengan pernyataan angket, dan sisanya yakni 37 orang atau 82,2% menyatakan setuju (S) dan sangat setuju (ST). Temuan ini sangat signifikan untuk digeneralisasi ke populasi bahwa hampir semua anak-anak Palirang tidak mengindahkan perintah orang tua mereka untuk menunaikan ibadah shalat saat waktu shalat bertepatan dengan jam tayang Film Animasi Shiva.

Tabel 4.21 deskripsi hasil angket item.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	8	17,8	17,8	17,8
	S	19	42,2	42,2	60,0
	SS	18	40,0	40,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Konfirmasi atas dampak pengaruh film animasi Shiva yang luar biasa pada anak-anak Palirang juga dilakukan dengan mengajukan angket sebagai berikut: “Jika

ibu menyuruh ke warung, saya tetap menonton Shiva”. Dari tabel 4.21 di atas terlihat bahwa ada 8 orang anak yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan angket “Jika ibu menyuruh ke warung, saya tetap menonton Shiva”.

Selebihnya 37 orang anak atau 82,2% bersikukuh dengan sikap mereka yakni tidak mengindahkan perintah orang tua. Mereka tetap menonton film animasi Shiva ketimbang melaksanakan perintah orang tua mereka untuk membantu membelikan sesuatu di warung dekat rumah mereka.

Temua ini sama dengan temuan penelitian pada tabel 4.20 bahwa dari 45 orang anak yang menjadi responden penelitian ini, ada 8 orang anak yang masih patuh pada perintah orang tua mereka meski perintah tersebut bertepatan dengan jam tayang film animasi Shiva. Tidak ada konfirmasi apakah yang memberikan jawaban tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) pada tabel 4.21 juga adalah responden yang memberikan jawaban tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) pada tabel 4.20.

Tabel 4.22 deskripsi hasil angket item.11

item.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	1	2,2	2,2	2,2
	S	21	46,7	46,7	48,9
	SS	23	51,1	51,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.11 dengan SPSS

Dalam persentasi kali ini jawaban hampir sempurna 100% hal ini dikarenakan responden telah mengetahui pemeran tokoh dalam film animasi Shiva. Angket ini

berbunyi “Jeleram adalah asisten Pak Lattu Singh”, dalam cerita film animasi Shiva Jeleram berperan sebagai asisten Pak Lattu Singh yang selalu menemani dalam mengatasi masalah dalam kotanya.

Melihat dari persentasi tabel di atas hanya 1 responden yang menjawab tidak dan sisanya 44 responden menjawab setuju dan sangat setuju. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan anak-anak di Palirang mengenai Shiva dapat dikategorikan kuat.

Tabel 4.23 deskripsi hasil angket item.12

item.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	14	31,1	31,1	31,1
	KS	4	8,9	8,9	40,0
	S	7	15,6	15,6	55,6
	SS	20	44,4	44,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.12 dengan SPSS

Untuk melihat atensi dari responden, penulis mencoba memberikan pernyataan “Setelah menyaksikan Shiva saya mendiskusikan kepada teman-teman saya”. Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor khalayak menyaksikan dengan tidak melakukan kegiatan dan menyaksikan dengan diskusi. Perhatian atau atensi yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan animasi *Shiva*, apakah khalayak melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut.

Melihat dari tabel di atas jawaban responden cukup bervariasi. Dari 45 sampel, 31.1 % dari 11 responden menjawab tidak (T), 8.9% dari 4 responden menjawab kurang setuju (KS), 15,6% dari 7 responden menjawab setuju (S), 44,4 % dari 20

responden menjawab sangat setuju (SS). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setelah menonton tayangan Shiva anak-anak mendiskusikan bersama teman-temannya.

Tabel 4.24 deskripsi hasil angket item.13

		item.13			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	13,3	13,3	13,3
	S	10	22,2	22,2	35,6
	SS	29	64,4	64,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.13 dengan SPSS

Ketika anak berusia 10 sampai 12 tahun, seringkali mengejutkan orangtua dengan tiba-tiba menjadi suka membantah. Sebenarnya tidak ada patokan waktu tepatnya hal tersebut terjadi. Tetapi serigkali ditemukan perilaku ini paada usia 8 sampai 11 tahun.

Pada pernyataan item.13 yakni, “Saya adalah anak yang tidak suka membantah orang tua” seperti yang digambarkan dalam film animasi Shiva yang tidak pernah menampakkan hal seperti ini. Justru responden menampakkan hal negatif. Melihat dari hasil tabel 4.24 menunjukkan 13,3 % anak-anak membantah orang tuanya, ada beberapa faktor yang menyebabkan hal ini terjadi. Kemudian disusul 86,6 % dari 39 responden menjawab setuju dan sangat setuju. Salah satu pengaruh positif dalam film ini adalah tidak menampakkan seseorang membantah orangtua kecuali para penjahat.

Tabel 4.25 deskripsi hasil angket item.14

		item.14			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	13,3	13,3	13,3
	S	25	55,6	55,6	68,9

SS	14	31,1	31,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.14 dengan SPSS

Film tidak bisa dipungkiri boleh jadi telah menjadi pengasuh setiap masyarakat. Tak terkecuali anak-anak. Hal yang perlu dilakukan orang tua adalah mendampingi anak saat menonton tayangan televisi. Hal ini perlu dilakukan agar anak-anak tidak salah dalam memilih tayangan yang akan dinonton. Masalah akan muncul ketika anak-anak menonton tayangan televisi yang tidak sesuai dengan usianya. Misalnya seks dan kekerasan. Anak-nak yang masih rentan terpengaruh dengan isi dan materi tayangan film yang ditontonnya.

Hal lain yang dilihat adalah sikap imitasi responden terhadap salah satu karakter positif Shiva yang tidak mentolelir perilaku-perilaku mencuri dan mengambil barang orang lain, termasuk terhadap teman-temannya. Dari tabel 4.25 di atas, terlihat bahwa sebagian besar responden yaitu 39 orang anak menyatakan setuju (S) dan sangat setuju (ST), dan hanya ada 6 orang anak yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan angket:

Temuan ini juga menjadi catatan penting dalam penelitian ini bahwa film animasi Shiva yang ditayangkan stasiun TV swasta Antv tidak seluruhnya memberikan dampak negatif terhadap anak-anak. Pada sisi-sisi tertentu film ini dapat didayagunakan oleh para orang tua dan guru-guru di sekolah untuk menumbuhkan nilai-nilai positif pada diri anak, yang nantinya menjadi bekal bagi pembentukan karakter dan pertumbuhan pribadi mereka di masa-masa mendatang.

Tabel 4.26 deskripsi hasil angket item.15

		item.15			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	1	2,2	2,2	2,2
	KS	3	6,7	6,7	8,9
	S	20	44,4	44,4	53,3
	SS	21	46,7	46,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.15 dengan SPSS

Aktivitas menonton film animasi Shiva dilanjutkan dengan meniru apa yang dilakukan tokoh Shiva. Pada item.15 di atas memperlihatkan bagaimana tokoh Shiva dan teman-temannya yang identik dengan kegiatan bersepeda dominan dicontoh perilakunya oleh 41 orang responden atau 91%.

Meski kegiatan atau permainan bersepeda merupakan hal jamak di kalangan anak-anak, namun dalam konteks penelitian ini, jelas terlihat bagaimana perilaku imitasi terhadap tokoh Shiva dalam film animasi Shiva sangat menonjol di kalangan anak-anak Palirang. Saat diajukan angket dengan pernyataan “Saya suka bermain sepeda bersama teman” setelah menonton film animasi Shiva, 21 orang anak dari 45 orang responden atau 46,7% responden menyatakan sangat setuju (SS), 20 atau 44,4% menyatakan setuju (S), dan hanya 3 orang anak atau 6,7% menyatakan kurang setuju (KS), dan 1 orang atau 2,2% menyatakan tidak (T).

Tabel 4.27 deskripsi hasil angket item.16

		item.16			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	2,2	2,2	2,2

S	15	33,3	33,3	35,6
SS	29	64,4	64,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.16 dengan SPSS

Perilaku imitasi juga diperlihatkan oleh responden dalam hal sikap. Tabel di atas memperlihatkan bagaimana anak-anak di Palirang sangat terinspirasi dengan karakter Shiva dalam film animasi Shiva. Peniruan terhadap tokoh Shiva juga dilakukan dalam hal sikap Shiva terhadap orang lain, utamanya karakter Shiva yang senang menolong/membantu orang lain.

Saat diajukan angket dengan pernyataan “Saya adalah anak yang suka menolong/membantu teman”, dari 45 orang anak yang dipilih menjadi responden 29 orang atau 64,4% menyatakan sangat setuju (SS) dengan pernyataan tersebut. Selanjutnya, 15 orang atau 33,3% menyatakan setuju (S) bahwa mereka suka menolong/membantu teman, dan hanya 1 orang anak atau 2,2% yang menyatakan tidak (T).

Tabel 4.28 deskripsi hasil angket item.17

item.17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	6,7	6,7	6,7
	S	19	42,2	42,2	48,9
	SS	23	51,1	51,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.17 dengan SPSS

Selanjutnya untuk mengetahui dampak terhadap emosi dan perasaan responden ketika dan atau usai menonton film animasi Shiva, maka diajukan angket dengan pernyataan sebagai berikut: “Saya bagian dari keluarga bahagia”. Data pada tabel 4.20 memperlihatkan bahwa hanya 3 orang anak atau 6,7% menyatakan kurang setuju (KS), dan 19 orang atau 42,2% menyatakan setuju (S) serta 23 orang atau 51,1% menyatakan sangat setuju (SS).

Data hasil penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa film animasi Shiva memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kondisi emosi anak-anak di daerah Palirang. Tidak kurang dari 93,3% mengungkapkan rasa bahagia mereka sebagai anak-anak. Artinya film ini cukup menghibur sekaligus menciptakan kondisi emosional yang baik bagi anak-anak di daerah Palirang.

Tabel 4.29 deskripsi hasil angket item.18

item.18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	13,3	13,3	13,3
	S	20	44,4	44,4	57,8
	SS	19	42,2	42,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.18 dengan SPSS

Untuk mengetahui data tentang sikap lebih jauh responden terhadap kesukaan meniru karakter dan perilaku tokoh Shiva dalam film animasi Shiva, khususnya kebiasaan Shiva dan teman-temannya bermain sepeda di lapangan maka diajukan angket dengan pernyataan “Saya adalah anak yang suka bermain sepeda di Lapangan”.

Dari jawaban responden diperoleh data jumlah responden yang menyatakan kurang suka (KS) sebanyak 6 orang atau 13,3%, menyatakan setuju 20 orang anak atau 44,4%, dan sangat setuju (SS) 19 orang anak atau 42,2%. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa lebih dari separuh atau mencapai 86,6% responden menyatakan sikap senang meniru apa yang dilakukan oleh tokoh Shiva dalam film animasi Shiva, khususnya kebiasaan Shiva bersepeda.

Ini artinya perilaku imitasi terhadap film animasi Shiva oleh anak-anak di daerah Palirang tergolong sangat tinggi. Data ini juga semakin mengkonfirmasi kebenaran temuan pada fakta-fakta lain dalam penelitian ini terkait pengaruh film animasi Shiva pada perilaku anak-anak di daerah Palirang.

Tabel 4.30 deskripsi hasil angket item.19

item.19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2,2	2,2	2,2
	T	7	15,6	15,6	17,8
	KS	8	17,8	17,8	35,6
	S	19	42,2	42,2	77,8
	SS	10	22,2	22,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.19 dengan SPSS

Selanjutnya untuk mengetahui perilaku imitasi pada persepsi responden diajukan angket dengan pernyataan “Saya adalah orang yang percaya diri”. Data hasil penelitian memperlihatkan adanya fluktuasi jawaban para responden yang tidak lagi

dominan membenarkan atau tidak membenarkan pernyataan di atas sebagaimana pada pernyataan angket yang diajukan sebelumnya.

Dari 45 orang responden yang menyatakan setuju (S) dan sangat setuju (SS) berjumlah 29 orang dengan rincian 19 orang setuju (42,2%) dan 10 orang sangat setuju (22,2%). Sementara yang menyatakan kurang setuju (KS), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) berjumlah 16 orang, dengan rincian kurang setuju 16 orang (17,8%), tidak setuju 7 orang (15,6%) dan sangat tidak setuju 1 orang (2,2%).

Data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pada ranah sikap terjadi kecenderungan perilaku imitasi responden sedikit menurun dibanding perilaku imitasi mereka pada tataran perilaku. Temuan ini dapat dijelaskan bahwa kesenangan dan kecenderungan para responden yang lebih dominan meniru karakter tokoh Shiva dalam film animasi Shiva pada tataran perilaku ketimbang sikap, kemungkinan disebabkan adanya faktor-faktor lain yang tidak menjadi obyek dan variabel penelitian ini, yang diharapkan dapat diteliti lebih lanjut di masa-masa mendatang.

Sikap Shiva yang pemberani dan percaya diri yang tidak dominan ditiru oleh para responden dapat dipahami bahwa banyak faktor yang menentukan dan mempengaruhi sikap seseorang. Jadi, meski para responden terlihat sangat imitatif terhadap karakter para tokoh dalam film animasi Shiva, namun saat dicermati lebih jauh sikap imitasi dimaksud tidak terlalu dominan di tataran persepsi, meski angkanya mencapai 42,2%.

Tabel 4.31 deskripsi hasil angket item.20

		item.20			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	3	6,7	6,7	6,7
	KS	4	8,9	8,9	15,6
	S	16	35,6	35,6	51,1
	SS	22	48,9	48,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.20 dengan SPSS

Pengecekan terhadap sikap responden juga dilakukan melalui angket dengan pernyataan “Saya sangat menghormati nenek saya”. Data hasil penelitian sebagaimana dapat dilihat pada tabel di atas memperlihatkan bahwa lebih dari setengah yakni 84,5% para responden menyatakan setuju (S) dan sangat setuju (SS) dengan pernyataan diatas. Selebihnya 15,6% menyatakan kurang setuju (KS) dan tidak setuju (TS).

Meski penyangkalan para responden untuk menghormati nenek mereka yang merupakan budaya ketimuran yang diajarkan dalam setiap keluarga, angkanya tidak terlalu besar, namun fakta ini tetap menarik untuk dilihat bahwa sekali lagi sikap imitasi responden terhadap film animasi Shiva di tataran persepsi sedikit berbeda dengan sikap imitasi mereka di tataran perilaku yang rata-rata mencapai 90% ke atas. Apalagi jika kita berbicara bahwa menghormati orang yang lebih tua, khususnya dalam keluarga adalah hal jamak dalam budaya Bugis Makassar.

Tabel 4.31 deskripsi hasil angket item.21

		item.21			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	6,7	6,7	6,7
	S	15	33,3	33,3	40,0
	SS	27	60,0	60,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.21 dengan SPSS

Sikap responden lainnya yang ikut dilacak dalam penelitian ini adalah persepsi mereka dalam melihat hubungan dengan teman sebaya yang rata-rata memberikan jawaban positif. Saat diajukan angket dengan pernyataan “saya sangat sayang kepada sahabat”, 93,3% responden menjawab setuju (S) dan sangat setuju (SS). Hanya tiga atau 6,7% responden yang menyatakan kurang setuju (KS).

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya sikap tidak sayang dengan sahabat atau teman yang diperlihatkan oleh tiga orang dari 45 responden penelitian ini, tidak berarti dapat diasumsikan ada responden yang tidak sepenuhnya terpengaruh oleh tayangan film animasi Shiva pada sikap mereka. Kemungkinan saja ada faktor lain yang mempengaruhi responden sehingga memberikan jawaban seperti itu. Dalam dunia anak sikap tidak senang kepada teman atau sahabat tidaklah permanen dan merupakan hal lumrah.

Tabel 4.32 deskripsi hasil angket item.22

		item.22			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	11,1	11,1	11,1
	S	15	33,3	33,3	44,4
	SS	25	55,6	55,6	100,0

Total	45	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Sumber data: diolah dari angket item.22 dengan SPSS

Perilaku lain yang diamati adalah kebiasaan tokoh Shiva dalam film animasi Shiva yang selalu membuat teman-temannya dan orang lain tertawa dengan berbagai leluconnya. Utamanya ketika berinteraksi dengan Ladusing, polisi India yang bertampang lucu yang sering gagal meringkus penjahat. Atau saat menghadapi para penjahat yang selalu takluk di tangan Shiva.

Perilaku ini coba dicek kepada para responden melalui angket dengan pernyataan “saya suka membuat orang lain tertawa”. Dari jawaban yang diberikan para responden sebagaimana terlihat pada tabel di atas, dari 45 orang anak yang menjawab angket, hanya 5 orang anak atau 11,1% yang menyatakan kurang setuju (KS). Selebihnya, yaitu 15 orang anak atau 33,3% menyatakan setuju (S) dan 25 orang anak atau 55,6% menyatakan sangat setuju (SS).

Sikap periang dan suka membuat lelucon pada tokoh Shiva dalam film Shiva, ternyata tidak sepenuhnya mempengaruhi semua responden, tetapi hampir 80 % responden mengimitasi sikap Shiva. Dalam film ini Shiva juga digambarkan sebagai anak yang cerdas, sehat dan aktif. Anak pemberani ini sering tampak berlatih bela diri untuk memperkuat tubuhnya. Selain itu, Shiva juga aktif membuat inovasi-inovasi baru dalam bentuk teknologi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti sepeda, helm, hingga mainan.

Tabel 4.33 deskripsi hasil angket item.23

item.23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2,2	2,2	2,2
	T	7	15,6	15,6	17,8
	KS	7	15,6	15,6	33,3
	S	20	44,4	44,4	77,8
	SS	10	22,2	22,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.23 dengan SPSS

Selanjutnya, responden juga diberikan angket dengan pernyataan “jika saya bermain sepeda, saya suka balapan dan jumping”. Pernyataan ini untuk mengetahui sejauhmana kebiasaan Shiva dengan sepeda canggihnya yang mampu terbang dan jumping serta kecepatannya bisa menyamai kecepatan mobil, berpengaruh pada perilaku imitasi para responden, khususnya dalam bermain sepeda.

Data tabel di atas terlihat bahwa dari 45 orang responden penelitian ini ada 15 orang anak atau sepertiga dari total responden memperlihatkan sikap negatif terhadap pernyataan angket, dengan rincian 1 orang atau 2,2% menyatakan sangat tidak setuju (STS), 7 orang anak atau 15,6% menyatakan tidak (T) dan 7 orang anak atau 15,6% menyatakan kurang setuju (KS). Hanya ada 25 orang anak yang menyatakan sikap positif terhadap perilaku suka bermain sepeda dengan balapan dan jumping. Rinciannya, 20 orang anak atau 44,4% menyatakan setuju (S) dan 10 orang anak atau 22,2% menyatakan sangat setuju (SS).

Fakta ini menarik karena meski para responden dominan senang bermain sepeda dengan teman-teman mereka dan senang bermain sepeda di lapangan sebagai hasil imitasi terhadap film animasi Shiva sebagaimana terungkap pada angket sebelumnya, namun perilaku suka balapan dan jumping tidak menjadi sikap dan perilaku para responden. Meski, dalam film animasi Shiva hampir semua aksinya selalu memperlihatkan kebiasaan melakukan balapan dan jumping dengan sepeda canggihnya.

Tabel 4.34 deskripsi hasil angket item.24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	1	2,2	2,2	2,2
	KS	4	8,9	8,9	11,1
	S	12	26,7	26,7	37,8
	SS	28	62,2	62,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.24 dengan SPSS

Untuk mengetahui penyebab sebagian responden memberikan jawaban negatif terhadap pernyataan angket pada tabel 4.34, maka peneliti melakukan pelacakan lebih jauh dengan mengajukan isian angket lebih lanjut dengan pernyataan “saya tahu aksi Shiva dalam bermain sepeda itu berbahaya”.

Dari tabel di atas terlihat bahwa jawaban responden pada tabel sebelumnya ternyata tidak terlalu berkorelasi dengan pernyataan angket pada item.24. Sikap negatif mereka terhadap kebiasaan balapan dan jumping, tidak didukung oleh alasan logis, yakni karena mengetahui bahwa balapan dan jumping sepeda bisa berbahaya

bagi keselamatan diri mereka. Dari 45 orang responden hanya 5 orang yang menyatakan tidak (T) dan Kurang Setuju (KS). Selebihnya, yakni 40 responden memberikan jawaban positif, yakni 12 orang atau 26,7% menyatakan setuju (S) dan 28 orang atau 62,2% menyatakan sangat setuju (SS).

Tabel 4.35 deskripsi hasil angket item.25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	T	1	2,2	2,2	2,2
	KS	7	15,6	15,6	17,8
	S	6	13,3	13,3	31,1
	SS	31	68,9	68,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Sumber data: diolah dari angket item.25 dengan SPSS

Peneliti juga melakukan pelacakan sejauhmana para responden mengetahui hal-hal yang baik dan benar serta hal-hal tidak baik yang patut dihindari demi kebaikan dan keselamatan diri. Saat diajukan angket dengan pernyataan “saya tau mana yang benar dan yang salah”, dari 45 orang anak yang dipilih menjadi responden, hanya 8 orang yang memberikan jawaban negatif, yakni 1 orang atau 2,2% menyatakan tidak setuju (TS) dan 7 orang anak atau 15,6% yang menyatakan kurang setuju (KS). Selebihnya yakni 6 orang anak atau 13,2 % menyatakan setuju (S) dan 31 orang anak atau 68,7% menyatakan sangat setuju (SS) dengan pernyataan tersebut.

Dari data ini dapat diambil kesimpulan bahwa pemahaman terhadap hal-hal yang baik dan benar tetap menjadi sikap para responden, termasuk dalam menyikapi

arus informasi yang disampaikan media televisi. Para responden masih dapat membedakan mana yang baik mana yang tidak baik. Ini merupakan modal penting bagi orang tua dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada anak-anak mereka bagaimana sebaiknya menghadapi tontonan televisi dan menjadi penonton cerdas.

Adapun pengaruh yang ditimbulkan film animasi Shiva terhadap imitasi perilaku anak di kelurahan Tonyamang kecamatan patampanua kabupaten Pinrang sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh Positif

Pada penelitian yang mengenai pengaruh atau efek media terhadap khalayak, media dianggap mempunyai pengaruh yang luar biasa dalam mengubah sikap dan perilaku khalayaknya. Pada film animasi Shiva memiliki pengaruh positif, sehingga peneliti mencoba merangkum hal-hal positif yang diperlihatkan dalam film animasi Shiva terhadap perilaku anak di Kelurahan Tonyamang yaitu sebagai berikut:

a. Menghargai orangtua/nenek

Meski penyangkalan para responden untuk menghormati nenek mereka yang merupakan budaya ketimuran yang diajarkan dalam setiap keluarga, angkanya tidak terlalu besar, namun fakta ini tetap menarik untuk dilihat bahwa sekali lagi sikap imitasi responden terhadap film animasi Shiva di tataran persepsi sedikit berbeda dengan sikap imitasi mereka di tataran perilaku yang rata-rata mencapai 90% ke atas. Apalagi jika kita berbicara bahwa menghormati orang yang lebih tua, khususnya dalam keluarga adalah hal jamak dalam budaya Bugis Makassar.

b. Membangun kepercayaan diri seorang anak

Selanjutnya untuk mengetahui perilaku imitasi pada persepsi responden diajukan angket dengan pernyataan “Saya adalah orang yang percaya diri”. Data hasil penelitian memperlihatkan adanya fluktuasi jawaban para responden yang tidak lagi dominan membenarkan atau tidak membenarkan pernyataan di atas sebagaimana pada pernyataan angket yang diajukan sebelumnya.

Data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pada ranah sikap terjadi kecenderungan perilaku imitasi responden sedikit menurun dibanding perilaku imitasi mereka pada tataran perilaku. Temuan ini dapat dijelaskan bahwa kesenangan dan kecenderungan para responden yang lebih dominan meniru karakter tokoh Shiva dalam film animasi Shiva pada tataran perilaku ketimbang sikap, kemungkinan disebabkan adanya faktor-faktor lain yang tidak menjadi obyek dan variabel penelitian ini, yang diharapkan dapat diteliti lebih lanjut di masa-masa mendatang.

c. Bersahabat

Sikap responden lainnya yang ikut dilacak dalam penelitian ini adalah persepsi mereka dalam melihat hubungan dengan teman sebaya yang rata-rata memberikan jawaban positif.

Dari tabel 4.31 data tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya sikap tidak sayang dengan sahabat atau teman yang diperlihatkan oleh tiga orang

dari 45 responden penelitian ini, tidak berarti dapat diasumsikan ada responden yang tidak sepenuhnya terpengaruh oleh tayangan film animasi Shiva pada sikap mereka. Kemungkinan saja ada faktor lain yang mempengaruhi responden sehingga memberikan jawaban seperti itu. Dalam dunia anak sikap tidak senang kepada teman atau sahabat tidaklah permanen dan merupakan hal lumrah.

d. Membela kebenaran

Hal lain yang dilihat adalah sikap imitasi responden terhadap salah satu karakter positif Shiva yang tidak mentolelir perilaku-perilaku mencuri dan mengambil barang orang lain, termasuk terhadap teman-temannya. Dari tabel 4.25 di atas, terlihat bahwa sebagian besar responden yaitu 39 orang anak menyatakan setuju (S) dan sangat setuju (ST), dan hanya ada 6 orang anak yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan angket:

Temuan ini juga menjadi catatan penting dalam penelitian ini bahwa film animasi Shiva yang ditayangkan stasiun TV swasta Antv tidak seluruhnya memberikan dampak negatif terhadap anak-anak. Pada sisi-sisi tertentu film ini dapat didayagunakan oleh para orang tua dan guru-guru di sekolah untuk menumbuhkan nilai-nilai positif pada diri anak, yang nantinya menjadi bekal bagi pembentukan karakter dan pertumbuhan pribadi mereka di masa-masa mendatang.

4.4.2 Pengaruh Negatif

a. Tidak terlalu memperhatikan perintah orang tua

Melihat dari hasil frekuensi tabel 4.19, 4.20 dan 4.21 menunjukkan bahwa dari tabel 4.19 terlihat bahwa seluruh responden ternyata memberikan jawaban setuju (S) berjumlah 26.7 % dan sangat setuju (SS) 73.3 %, terhadap pernyataan “Jika ibu menyuruh makan, saya tetap menonton Shiva”. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa dampak tayangan film animasi Shiva benar-benar telah merasuk tidak hanya di tataran kognisi responden tetapi juga pada perilaku mereka.

Untuk memastikan kesimpulan terhadap temuan penelitian bahwa dampak film animasi Shiva terhadap kognisi, sikap dan perilaku anak-anak Palirang sebagaimana tergambar pada tabel 4.19, maka diajukan angket dengan pernyataan sebagai berikut: “Jika ibu menyuruh sholat, saya tetap menonton Shiva”.

Jika dipresentasi hanya ada 17,8 % yang tidak setuju dengan pernyataan angket, dan sisanya yakni 37 orang atau 82,2% menyatakan setuju (S) dan sangat setuju (ST). Temuan ini sangat signifikan untuk digeneralisasi ke populasi bahwa hampir semua anak-anak Palirang tidak mengindahkan perintah orang tua mereka untuk menunaikan ibadah shalat saat waktu shalat bertepatan dengan jam tayang Film Animasi Shiva.

b. Suka Balapan dan jumping

Data tabel 4.32 terlihat bahwa dari 45 orang responden penelitian ini ada 15 orang anak atau sepertiga dari total responden memperlihatkan sikap negatif terhadap pernyataan angket, dengan rincian 1 orang atau 2,2% menyatakan sangat tidak setuju (STS), 7 orang anak atau 15,6% menyatakan tidak (T) dan 7 orang anak atau 15,6% menyatakan kurang setuju (KS). Hanya ada 25 orang anak yang menyatakan sikap positif terhadap perilaku suka bermain sepeda dengan balapan dan jumping. Rinciannya, 20 orang anak atau 44,4% menyatakan setuju (S) dan 10 orang anak atau 22,2% menyatakan sangat setuju (SS).

Fakta ini menarik karena meski para responden dominan senang bermain sepeda dengan teman-teman mereka dan senang bermain sepeda di lapangan sebagai hasil imitasi terhadap film animasi Shiva sebagaimana terungkap pada angket sebelumnya, namun perilaku suka balapan dan jumping tidak menjadi sikap dan perilaku para responden. Meski, dalam film animasi Shiva hampir semua aksinya selalu memperlihatkan kebiasaan melakukan balapan dan jumping dengan sepeda canggihnya.

4.4.3 Pengaruh terhadap perilaku Sosial

a. Bermain sepeda dengan teman-teman

Aktivitas menonton film animasi Shiva dilanjutkan dengan meniru apa yang dilakukan tokoh Shiva. Pada item.15 di atas memperlihatkan bagaimana

tokoh Shiva dan teman-temannya yang identik dengan kegiatan bersepeda dominan dicontoh perilakunya oleh 41 orang responden atau 91%.

Meski kegiatan atau permainan bersepeda merupakan hal jamak di kalangan anak-anak, namun dalam konteks penelitian ini, jelas terlihat bagaimana perilaku imitasi terhadap tokoh Shiva dalam film animasi Shiva sangat menonjol di kalangan anak-anak Palirang.

b. Membuat orang lain tertawa

Perilaku ini coba dicek kepada para responden melalui angket dengan pernyataan “saya suka membuat orang lain tertawa”. Dari jawaban yang diberikan para responden sebagaimana terlihat pada tabel di atas, dari 45 orang anak yang menjawab angket, hanya 5 orang anak atau 11,1% yang menyatakan kurang setuju (KS). Selebihnya, yaitu 15 orang anak atau 33,3% menyatakan setuju (S) dan 25 orang anak atau 55,6% menyatakan sangat setuju (SS).

Sikap periang dan suka membuat lelucon pada tokoh Shiva dalam film Shiva, ternyata tidak sepenuhnya mempengaruhi semua responden, tetapi hampir 80 % responden mengimitasi sikap Shiva. Dalam film ini Shiva juga digambarkan sebagai anak yang cerdas, sehat dan aktif. Anak pemberani ini sering tampak berlatih bela diri untuk memperkuat tubuhnya. Selain itu, Shiva juga aktif membuat inovasi-inovasi baru dalam bentuk teknologi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti sepeda, helm, hingga mainan.

c. Saling membantu/menolong sesama

Perilaku imitasi juga diperlihatkan oleh responden dalam hal sikap. Tabel 4.27 di atas memperlihatkan bagaimana anak-anak di Palirang sangat terinspirasi dengan karakter Shiva dalam film animasi Shiva. Peniruan terhadap tokoh Shiva juga dilakukan dalam hal sikap Shiva terhadap orang lain, utamanya karakter Shiva yang senang menolong/membantu orang lain.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan dalam skripsi ini tentang pengaruh film animasi Shiva terhadap imitasi perilaku anak, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh yang cukup signifikan yaitu 50,9 % ini berarti pengaruh antara film animasi Shiva terhadap perilaku anak di kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang ini sedang meskipun begitu terdapat pengaruh oleh faktor lain. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil angket yang dibagikan kepada 45 responden. Sehingga disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Ini berarti H_a dapat diterima H_0 ditolak karena nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai probabilitas 0,05. Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $3,299 > t_{tabel} 0,345$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Film (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku (Y). ketika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya H_a dapat diterima H_0 ditolak. Terdapat pula pengaruh positif, negatif bahkan mempengaruhi sikap dan perilaku anak pada lingkungannya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Tontonan yang mendidik masih kurang ditayangkan di stasiun Tv, dan ada beberapa tontonan-tontonan yang justru merusak perilaku dan moral anak, sehingga sebagai orangtua harus bisa pintar-pintar memilah tontonan mana yang layak dan tidak layak dikonsumsi oleh anak-anak.
2. Orangtua membimbing anak-anak dalam kedisiplinan di waktu menonton lebih lagi mengutamakan Shalat daripada selalu menonton Tv.
3. Orang tua mampu mengenalkan film kartun yang mendidik dan menghibu tanpa mempengaruhi pemikiran anak, bahwa tidak semua film kartun buruk namun diberi pemahaman mana yang film kartun yang mendukung.
4. Bagi penilliti selanjutnya, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk penelitian lebih lanjut dan masalah lain yang ada kaitannya dengan sebab-sebab terjadinya perilaku anak pada usia 10 sampai 12 tahun. Bagi peniliti yang akan melakukan penelitian serupa, dapat menggunakan jenis dan metode lain peneliian yang lain. Selain itu, peniliti yang akan melakukan penelitian yang serupa dapat menggunakan wilayah yang berbeda. Hal ini dikarenakan wilayah generalisasi penelitian ini terbatas sehingga hasil penelitian juga hanya berlaku untuk satu ruang lingkup saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, Moh. 2015. *Ilmu Dakwah*. Cet IV; Jakarta: Prenamedia Group.
- Anggun P. Pramitha. 2013. “Terpaan media dan budaya harajuku (Studi Korelasi Antara Terpaan Film Cartoon Naruto di Global Tv Terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Shinzen Cosplay Team di Surakarta”. Skripsi Sarjana; Jurusan komunikasi: Surakarta.
- Ardial. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. (Cet; II, Jakarta: Bumi Aksara).
- Ardianto, Erdiana. 2005. *Komunikasi Massa suatu pengantar*. Bandung: PT Simbiosis Rekanamata Media.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cinemags. 2004. *The Making of Animation*. Bandung: PT Magindo Tanggal Sejahtera.
- Dargo dan Agoes. 2004. *Psikologi perkembangan remaja*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hidayati, Arini. 1998. *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- James W. Tankard dan Severin J. Wether. 2014. *Teori Komunikasi*. Cet. VI Jakarta : Kencana
- Kroh, Oswald dalam kartini Kartono. 1995. *Psikologi Umum*. Bandung : Mandar Maju.
- Morissan, 2010, *Psikologi Komunikasi*, Bogor Ghalia Indonesia.
- Muhtadi Saiful, Asep. 2012. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Rajawali Press.

- Rakhmat, Djalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Djalaluddin. 2008. *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sadiyah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah dan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Cet IV; Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syam, Nina Winangsih. 2012. *Sosiologi sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soetjiningsih, Hari Christiana. 2012. *Perkembangan Anak (Sejak Pembuahan sampai dengan kanak-kanak akhir)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Syofian, Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Usman, Husaini dan Setiady, Akbar, Purnomo. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wahyuning, Wiwit. 2003. *Mengkomunikasikan Iklan Moral*. Jakarta : Elex Media Komput Indo
- EDUTECH, Portal Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia
<http://jurnal.upi.edu/edutech/view/2864/analisis-cerita-film-animasi-upin-dan-ipin-di-televisi-terhadap-pendidikan-karakter-anak-studi-analisis-cerita-film-animasi-upin-dan-ipin-episode-1-5-di-mnc-televisi-terhadap-pendidikan-karakter-anak-di-kelas-4-dan-5-sdi-iqra%E2%80%99-1-kota-bengkulu-.html>
(diakses pada tanggal 11 Januari 2018).
- Jurnal Penelitian USU. 2011. *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pengurus Panti terhadap konsep diri Anak di Panti Asuhan Yayasan Elida Medan*, <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/27780/5/Chapter%20I.pdf> (12 Oktober 2016)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_\(serial_animasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_(serial_animasi)). Diakses di Parepare, tanggal 1 Agustus 2018



Lampiran



Pedoman R tabel

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322

34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773

Distribusi Frekuensi data variabel X

NO.	No. Responden	KLS	Jawaban responden											
			Variabel X											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	1	VI	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	2
2.	2	IV	5	3	3	2	4	4	3	5	1	4	2	2
3.	3	IV	5	5	2	3	3	4	2	4	5	3	4	2
4.	4	V	5	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	3
5.	5	VI	5	5	5	3	4	5	3	5	5	3	5	4
6.	6	IV	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	2
7.	7	IV	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2
8.	8	V	5	5	4	2	3	3	4	4	4	5	4	2
9.	9	V	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3
10.	10	VI	5	5	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4
11.	11	VI	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5
12.	12	V	4	4	5	4	4	5	3	5	3	3	4	5
13.	13	IV	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4
14.	14	VI	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5
15.	15	V	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	4	5
16.	16	V	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	2

17.	17	V	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2
18.	18	VI	4	3	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4
19.	19	V	5	5	5	3	2	4	4	4	5	4	4	2
20.	20	VI	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	2
21.	21	IV	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
22.	22	VI	5	5	5	3	2	4	4	4	4	5	5	2
23.	23	V	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
24.	24	V	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
25.	25	V	5	5	5	4	4	5	4	5	1	4	5	5
26.	26	VI	4	5	4	5	4	4	4	4	1	4	4	5
27.	27	V	4	5	5	5	5	5	4	4	1	4	4	4
28.	28	VI	4	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	4
29.	29	VI	4	5	5	5	4	4	5	5	1	5	5	2
30.	30	IV	4	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5
31.	31	IV	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
32.	32	IV	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3
33.	33	IV	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
34.	34	V	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
35.	35	V	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
36.	36	IV	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
37.	37	V	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	2

38.	38	VI	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39.	39	VI	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
40.	40	V	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
41.	41	V	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2
42.	42	V	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
43.	43	IV	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
44.	44	IV	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3
45.	45	IV	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5

Sumber data : Hasil dari keseluruhan Angket variabel Y menggunakan Excel

Distribusi frekuensi Lanjutan tabulasi (variabel Y)

No.	No. Responden	KLS	Jawaban responden												
			Variabel Y												
			13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1.	1	VI	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	3	5	5
2.	2	IV	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3
3.	3	IV	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3
4.	4	V	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3
5.	5	VI	3	5	3	4	3	5	3	3	3	3	4	5	3
6.	6	IV	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4
7.	7	IV	5	3	4	5	4	4	2	3	5	4	2	3	2

8.	8	V	5	3	2	5	4	4	2	3	5	5	3	4	5
9.	9	V	3	5	5	4	3	3	2	4	4	5	5	5	5
10.	10	VI	5	4	3	5	5	5	3	4	5	4	3	3	5
11.	11	VI	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
12.	12	V	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
13.	13	IV	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
14.	14	VI	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
15.	15	V	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	5	3
16.	16	V	3	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3
17.	17	V	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	1	4	3
18.	18	VI	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
19.	19	V	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	2	5	5
20.	20	VI	5	3	4	5	4	5	2	4	5	5	2	3	4
21.	21	IV	4	3	4	5	4	5	1	5	4	4	3	3	5
22.	22	VI	5	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	5	5
23.	23	V	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
24.	24	V	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
25.	25	V	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5
26.	26	VI	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5
27.	27	V	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4
28.	28	VI	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	2	4	5

29.	29	VI	5	4	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	
30.	30	IV	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5
31.	31	IV	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32.	32	IV	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
33.	33	IV	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
34.	34	V	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	2	4	5
35.	35	V	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
36.	36	IV	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
37.	37	V	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
38.	38	VI	5	4	4	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5
39.	39	VI	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
40.	40	V	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	2	5	5
41.	41	V	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5
42.	42	V	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
43.	43	IV	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
44.	44	IV	5	4	4	4	5	4	2	5	5	5	4	5	5
45.	45	IV	4	5	4	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5

Sumber data : Hasil dari keseluruhan Angket variabel Y menggunakan Excel

Jumlah skor variabel X dan Y

No.	Nomor Responden	Jumlah skor Variabel X	Jumlah skor Variabel Y
-----	-----------------	------------------------	------------------------

1.	1	49	56
2.	2	38	49
3.	3	42	53
4.	4	52	44
5.	5	50	47
6.	6	52	48
7.	7	47	46
8.	8	45	50
9.	9	53	53
10.	10	51	54
11.	11	53	59
12.	12	49	61
13.	13	53	59
14.	14	56	61
15.	15	52	51
16.	16	52	51
17.	17	50	46
18.	18	47	61
19.	19	47	54
20.	20	50	51
21.	21	58	50

22.	22	48	58
23.	23	55	61
24.	24	54	57
25.	25	52	59
26.	26	50	56
27.	27	52	57
28.	28	52	57
29.	29	50	60
30.	30	54	58
31.	31	56	64
32.	32	57	60
33.	33	56	60
34.	34	58	55
35.	35	54	62
36.	36	59	62
37.	37	52	60
38.	38	59	59
39.	39	58	60
40.	40	58	58
41.	41	56	60
42.	42	55	61

43.	43	57	57
44.	44	54	57
45.	45	55	57

Sumber data : jumlah variabel X dan Y menggunakan Excel

Lembaran angket/kuesioner

No	Pernyataan	SS	S	KS	T	ST S
1.	Saya sering menonton tv setiap harinya (lebih dari 3 kali)					
2.	Saya meonton tv tayangan Shiva (lebih dari delapan kali)					
3.	saya tau kapan saja Shiva tayang					
4.	Saya mau tayangan Shiva ditayangkan lebih sering lagi					
5.	Saya biasanya duduk di depan tv menunggu Shiva tayang					
6.	Jika ada film yang bersamaan dengan Shiva, saya lebih utamakan Shiva					
7.	Saat Shiva tayang, saya kadang melakukan gerakan seperti Shiva					
8.	Jika Ibu menyuruh makan, saya tetap nonton					
9.	Jika Ibu menyuruh Shalat, saya tetap nonton					
10.	Jika Ibu menyuruh ke warung, saya tetap nonton					
11.	Jeleram adalah asisten Pak Lattu Singh					

12.	Setelah menyaksikan Shiva saya mendiskusikan kepada teman-teman saya					
13.	Saya adalah anak yang tidak suka membantah					
14.	Jika saya melihat teman saya mencuri saya langsung memukulnya					
15.	Saya suka bermain sepeda bersama teman-teman					
16.	Saya adalah anak yang suka membantu/menolong orang lain					
17.	Saya bagian dari keluarga bahagia					
18.	Saya adalah anak yang suka bermain di lapangan					
19.	Saya adalah anak yang percaya diri					
20.	Saya sangat menghormati nenek					
21.	Saya sangat senang bersahabat					
22.	Saya suka membuat orang lain tertawa					
23.	Jika saya bermain sepeda saya suka balapan dan jumping					
24.	Saya tau aksi Shiva dalam bermain sepeda itu berbahaya					
25.	Saya tau mana yang benar dan salah					



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE