

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi saat ini tidak hanya dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung saja. Namun dapat dilakukan melalui berbagai sarana media, salah satunya media massa. Media massa memang sangat membantu sebagai sarana memperluas komunikasi karena dapat dilakukan secara serentak pada saat itu juga dan mencakup khalayak secara luas. Tidak terkecuali media televisi.

Gambar 1.1



Sumber:

<https://www.google.co.id/amp/s/economy.okezone.com/amp/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet>

Data yang dimuat oleh okezone.com, diambil dari Studi Neilsen menyebutkan bahwa rata-rata pemirsa Indonesia menonton televisi selama 4 jam 53 menit setiap harinya, sementara mengakses internet menempati urutan berikutnya, yaitu rata-rata 3 jam 14 menit setiap harinya. Radio juga masih diminati sebagai media massa, yang diakses oleh pendengarnya rata-rata selama 2 jam 11 menit. Sementara koran dan majalah menempati urutan terendah yakni masing-masing selama 31 menit dan 24 menit.

Televisi tetap memiliki daya tarik tersendiri karena menyajikan informasi menggunakan audio dan juga visual. Menjadi salah satu media massa yang masih banyak diminati *audience*-nya, televisi menjalankan salah satu fungsinya yakni sebagai sarana pendidikan (Surbakti, 2008:77).

Salah satu acara televisi anak yang menjalankan fungsi pendidikan yakni program *Si Bolang*. Program ini tayang di stasiun televisi swasta Trans7 setiap hari Senin hingga Jumat, pukul 12.30 WIB. *Si Bolang* menyoroti kegiatan sehari-hari anak, mulai dari bermain, membantu orang tua, hingga membuat kerajinan tradisional dari berbagai daerah di seluruh penjuru nusantara. Setiap episodenya, *Si Bolang* menampilkan keunikan budaya dari berbagai daerah di Indonesia hingga menjadikan program ini memiliki unsur kelokalan yang sangat tinggi. Informasi yang disajikan dari sudut pandang dunia anak menjadi nilai keunikan tersendiri bagi program *Si Bolang*. Tayangan ramah anak ini juga merupakan program yang telah banyak menerima penghargaan dan menjadi salah satu program yang memiliki *image positif* sebagai sebuah barometer tayangan anak yang tidak hanya

mengedukasi, namun juga menghibur (<https://www.trans7.co.id/programs/bocah-petualang>).

Gambar 1.2



- Untuk kualitas program anak-anak, penilaian responden menempatkan program Bocah Petualang (Trans 7) dengan indeks kualitas program anak-anak tertinggi, yaitu sebesar 3.53. Pada posisi kedua ditempati program Upin dan Ipin (MNC TV) yang memperoleh indeks 3.42.

PENILAIAN RESPONDEN : INDEKS INDIKATOR KUALITAS PROGRAM ANAK-ANAK

No.	Aspek Kualitas	PROGRAM SIARAN ANAK-ANAK (RESPONDEN UMUM)			
		Super Wings GLOBAL TV	Upin & Ipin MNCTV	Tom & Jerry Show RCTI	Bocah Petualang TRANS 7
1	Relevansi cerita	3.36	3.45	3.07	3.54
2	Informatif & merangsang kognisi anak	3.32	3.37	2.86	3.56
3	Edukatif	3.30	3.42	2.76	3.54
4	Menghormati nilai & norma sosial di masyarakat	3.31	3.47	2.76	3.53
5	Empati sosial	3.33	3.40	2.86	3.52
6	Menghormati orang & kelompok tertentu	3.34	3.35	2.94	3.49
7	Tidak bermuatan kekerasan	3.36	3.45	2.83	3.50
8	Tidak bermuatan pornografi	3.30	3.44	3.05	3.54
	INDEKS KUALITAS	3.33	3.42	2.89	3.53

- Penilaian responden terhadap indikator program anak-anak memberikan nilai tertinggi untuk program Bocah Petualang (Trans 7) pada seluruh indikator yang rata-rata indeksnya berkisar 3.5

Sumber: www.kpi.go.id>download>penelitian

Terbukti dari survei periode II tahun 2017 lalu oleh KPI menunjukkan jika program *Si Bolang* Trans7 memperoleh indeks tertinggi dalam kualitas program anak-anak berdasarkan lembaga penyiaran. Lihat saja seperti yang ada di dalam Indeks Indikator Kualitas Program Anak-Anak, beberapa kriteria untuk tayangan anak dapat disebutkan seperti informatif, edukatif, menghormati nilai dan norma sosial di masyarakat. Mendasarkan pada beberapa kriteria tayangan anak yang

sudah disebutkan diatas menunjukkan, bahwa *Si Bolang* merupakan salah satu program televisi anak-anak yang relatif dapat memenuhi kriteria-kriteria tersebut.

Selain itu, *Si Bolang* juga telah mendapatkan berbagai macam penghargaan, seperti yang dituturkan salah satu *Associate Producer Si Bolang* yang dihubungi melalui *Whatsapp*, Yuqi Savitri menyebutkan antara lain di tahun 2016 menjadi Pemenang Kategori Program Dokumenter Ramah Anak oleh KPI, Anugerah Kebudayaan dan Penghargaan Maestro Seni Tradisi dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI atas konsistensinya. Sedangkan di tahun 2017 dan 2018 menjadi Program Tayangan Ramah Anak oleh KPI.

Selanjutnya Yuqi juga mengungkapkan, program anak ini dapat dibilang menarik karena sesuai dengan segmentasi acaranya yang dibawakan oleh anak-anak di seluruh nusantara dengan rentang usia 7-12 tahun, serta tema yang diangkat dekat dengan kehidupan anak-anak mengenai kebudayaan, permainan, masakan lokal dari suatu daerah di seluruh Indonesia. Namun kenyataannya *Si Bolang* ditonton oleh orang dewasa juga. Sehingga saat ini menjadi tontonan keluarga.

Menurutnya, tujuan acara *Si Bolang* menjawab kebutuhan pasar akan tayangan anak-anak yang cerdas dan mendidik. Selama ini, tidak ada tayangan dokumenter anak sejenis Bolang yang bertahan lama. Bolang tayang sejak tahun 2006 dan berharap dengan tayangan ini, anak-anak Indonesia bisa mengenal budaya, cinta tanah air, satwa, berbakti pada orang tua, dan kenal alam Indonesia.

Dilihat dari tujuan acara *Si Bolang*, penulis berasumsi bahwa *Si Bolang* dapat merupakan salah satu upaya bahwa anak-anak sejak awal diperkenalkan

dengan keragaman budaya serta serba-serbi nusantara melalui berbagai jenis permainan yang aktif. Menurut hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap 10 anak secara acak menunjukkan jika 7 anak menyukai program *Si Bolang*. Lima diantaranya menyukai aspek permainan. Menurut Bruner dalam Hurlock (1980) mengatakan aspek permainan disukai karena dapat membantu masa perkembangan anak. Selain itu, bermain adalah “kegiatan yang serius” dan merupakan kegiatan pokok bagi anak-anak. Pola bermain awal masa kanak-kanak dalam aspek permainan disebutkan jika pada tahun keempat, anak mulai menyukai permainan yang dimainkan bersama teman-teman sebaya. Permainan ini dapat terdiri dari beberapa permainan dan melibatkan beberapa peraturan. Permainan yang menguji keterampilan seperti melempar dan menangkap bola yang menjadi populer (Hurlock, 1980: 122).

Contoh permainan yang ditampilkan *Si Bolang* di Trans7 yaitu bermain bola lempar, membuat dan bermain mobil-mobilan atau motor-motoran dorong, dan sepak bola. Permainan ini dipilih karena bisa dimainkan anak-anak dari daerah manapun serta hasil dari pengamatan yang dilakukan peneliti sejak Januari 2019 hingga September 2019, permainan-permainan tersebut dapat dikatakan lebih dominan ditampilkan pada tayangan *Si Bolang*, meskipun dengan beberapa modifikasi pada tiap tayangannya.

1. Bola lempar pada episode “Angka Dakdanak Pesisir Toba” yang tayang pada 29 Maret 2019, permainan ini dimainkan di dalam air.

Gambar 1.3



2. Sedangkan bola lempar pada episode “Lebaran di Desa Mantar” yang tayang pada tanggal 4 Juni 2019, cara bermainnya dengan menggunakan caping.

Gambar 1.4



3. Permainan bola lempar pada episode “Keseruan Anak-Anak Desa Petung” yang tayang pada 17 Juni 2019, ditampilkan seperti bermain basket namun tidak dipantulkan melainkan hanya dilempar atau di ‘oper’kan kepada teman satu timnya dan tidak lebih dari 30 detik dipegang.

Gambar 1.5



4. Permainan mobil-mobilan atau motor-motoran dorong pada episode “Petualangan Anak Wajak” yang tayang pada 14 Januari 2019, menampilkan permainan ini dengan bentuk yang beragam seperti segitiga, pesawat, maupun bentuk yang memanjang.

Gambar 1.6



5. Permainan mobil-mobilan atau motor-motoran dorong pada episode “Bolang Riang dari Kaki Gunung Welirang” yang tayang pada 6 Mei 2019, menggunakan bahan bambu dan berbentuk memanjang.

Gambar 1.7



6. Permainan mobil-mobilan atau motor-motoran dorong pada episode “Garam Palungan dan Cagar Budaya Bawah Air” yang tayang pada 18 September 2019, menggunakan bahan dari kelapa.

Gambar 1.8



7. Permainan sepak bola pada episode “Cara Unik Anak Pesisir Utara Jawa” yang tayang pada 1 Februari 2019, menggunakan enggrang untuk bermain sepak bola.

Gambar 1.9



8. Permainan sepak bola pada episode “Kisah Riang Anak-Anak Surade” yang tayang pada 12 Februari 2019, menggunakan satu sarung yang dipakai oleh dua anak saat bermain sepak bola.

Gambar 1.10



9. Permainan sepak bola pada episode “Cerita dari Melidi dan Sindoro Sumbing” yang tayang pada 30 Juli 2019, menggunakan corong penutup mata dan enggrang batok saat bermain sepak bola.

Gambar 1.11



Zulkifli L. (2012) menyebutkan beberapa manfaat bermain untuk anak-anak, yakni:

- Menjadi sarana untuk membawa anak ke alam bermasyarakat.
- Mampu mengenal kekuatan sendiri.
- Mendapat kesempatan mengembangkan fantasi dan menyalurkan kecenderungan pembawaannya.
- Berlatih menempa perasaannya.
- Memperoleh kegembiraan, kesenangan, dan kepuasan.
- Melatih diri untuk menaati peraturan yang berlaku.

Dilihat dari pentingnya manfaat yang disebutkan di atas, jangan sampai anak-anak terhambat perkembangan fantasinya. Anak-anak tidak begitu banyak membutuhkan alat-alat permainan yang lengkap, namun tempat dan kesempatan untuk bermain (Zulkifli, 2012: 41-42).

Namun sekarang ini, anak-anak justru menghabiskan waktunya dengan bermain gadget. Terdapat kasus anak yang menjadi ‘candu’ terhadap gadget. Seperti yang dilansir pada *website* KPAI (www.kpai.go.id) pada Januari 2018 lalu, KPAI langsung menerima 10 laporan anak kecanduan gadget dalam waktu 2 hari. Selain itu, KPAI juga menyebutkan jika di Bondowoso, Jawa Timur, terdapat kasus dimana anak di bawah umur mengalami kecanduan gawai atau gadget. Anak itu akan marah besar hingga membanting-banting barang bahkan sampai menyakiti diri sendiri jika diminta melepaskan gadget dari tangannya. Selanjutnya anak yang ‘candu’ gadget ini dirawat oleh Poli Jiwa RSUD dr Koesnadi Bondowoso (<http://www.kpai.go.id/berita/kpai-buka-layanan-untuk-anak-kecanduan-gadget>).

Tidak hanya itu, ternyata dampak buruk dari kecanduan gadget ini berisiko juga pada kesehatan mental anak. Kompas.com menyebutkan, studi yang dilakukan kelompok amal Barnado dari Inggris, paparan media sosial pada usia muda dapat memengaruhi anak-anak dan kemampuan komunikasi mereka. Menurut Rebecca Berry, PhD, Profesor Klinis pada Departemen Psikiater Anak dan Remaja di NYU Langone Health menyatakan dalam sebuah penelitian menemukan bahwa penggunaan media sosial berkaitan dengan penurunan rasa percaya diri, karena melihat orang lain yang tampak lebih bahagia. Bahkan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah mengeluarkan peringatan tentang berapa banyak waktu melihat layar untuk anak-anak dan hasil statistik menunjukkan jika anak-anak menghabiskan lebih banyak waktu di depan layar (*screen time*) dari waktu yang direkomendasikan. Menurut dokter Rebecca Hendrick, MD, Departemen Psikiatri dan Neurosains di Cedars Sinai, California mengatakan, hal yang terpenting yakni

interaksi tatap muka dengan orang lain, bukan dari layar (<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/29/183232020/anak-terlalu-sering-main-gadget-berisiko-alami-gangguan-tumbuh-kembang>).

Dipilihnya *Si Bolang* dalam penelitian ini dikarenakan penulis berasumsi jika *Si Bolang* masih cukup diminati oleh sebagian besar anak-anak di Indonesia jika dilihat dari berbagai jenis penghargaan yang sudah dicapai dan *Si Bolang* menjadi salah satu tayangan dokumenter yang dapat bertahan lama. Tak hanya itu, menurut anak-anak yang dijumpai peneliti menyebutkan jika 5 dari 7 anak yang menyukai program *Si Bolang*, menyukai aspek permainan yang ditampilkan. Namun, masih saja terdapat anak yang kurang dalam bermain secara aktif dan memilih bermain gadget bahkan ‘candu’ oleh gadget. Penulis tertarik untuk mengetahui apa yang menjadi motivasi anak-anak menonton *Si Bolang*, apa karena permainan aktif yang ditampilkan cukup menarik anak-anak untuk menirukannya dan mereka akan bermain aktif, atau terdapat motivasi lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Menjawab kebutuhan pasar akan tayangan anak-anak yang cerdas dan mendidik menjadi tujuan utama program *Si Bolang*. Selama ini belum ada tayangan sejenis Bolang yang dapat bertahan lama, seperti *Si Bolang* yang ada sejak tahun 2006 hingga sekarang. Acara yang mengambil lokasi di seluruh wilayah nusantara dengan menampilkan kegiatan bermain aktif nampaknya masih diminati oleh sebagian besar anak-anak yang menjadi sasaran program tersebut. Terbukti dari 10

anak yang yang dijumpai peneliti, 5 dari 7 anak menyukai program *Si Bolang* dan mengungkapkan lebih menyukai adegan bermainnya. Mengingat sekarang ini anak-anak sedang tertarik pada gadget bahkan terdapat pula kasus anak yang ‘candu’ terhadap gadget. Dipertanyakan apakah yang menjadi motivasi anak-anak menonton *Si Bolang*, apakah karena permainan-permainan yang ditampilkan merupakan permainan aktif dan mendorong anak untuk mengikutinya? Lalu bagaimana mereka mewujudkan keinginan tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan pengalaman anak-anak menonton *Si Bolang* di Trans7.
2. Bagaimana motivasi anak dapat mendorong keinginannya untuk bermain aktif.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai memahami motivasi anak-anak menonton *Si Bolang* di Trans7 dalam mendorongnya untuk bermain aktif memiliki kegunaan sebagai berikut:

1.4.1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan sebagai bentuk pengembangan dari teori motivasi dan pendekatan motivasional dari model *uses & gratification* dalam menganalisa motivasi anak-anak

menonton *Si Bolang* di Trans7 dalam mendorongnya untuk bermain aktif.

1.4.2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi pihak Trans7 maupun stasiun televisi lainnya untuk mengembangkan serta meningkatkan tayangan-tayangan terutama tayangan anak yang dapat memberikan motivasi dan edukasi bagi anak.

1.4.3. Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi orang tua untuk mengetahui apa sebenarnya motivasi anak-anak menonton tayangan anak di televisi (*Si Bolang* di Trans7) dalam mendorong keinginannya untuk bermain aktif.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan pola atau model, atau cara pandang yang mengarahkan cara berpikir dalam penelitian. Paradigma merupakan cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas (Harmon dalam Moleong, 2007: 49). Baker mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat aturan yang mendefinisikan bagaimana batas-batas dan

bagaimana seharusnya melakukan sesuatu di dalam batas-batas itu agar bisa berhasil (Moleong, 2007 : 49).

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma *interpretive*. Sarantakos (1995) mengatakan paradigma interpretif merupakan paradigma yang berupaya memahami perilaku manusia (Manzilati, 2017 : 4). Pendekatan interpretatif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang atau organisasi yang diteliti. Secara umum pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi (Newman, 1997 : 68).

Pendekatan interpretif dipilih karena peneliti berusaha untuk memahami apa yang menjadi motivasi anak-anak menonton tayangan televisi yaitu *Si Bolang* dalam mendorong anak untuk bermain aktif. Peneliti mencoba memberikan deskripsi mengenai apa yang menjadi dorongan atau alasan anak menonton *Si Bolang* dan apakah anak itu akan bermain aktif. Penelitian interpretif dilakukan untuk memahami dan menggambarkan tindakan sosial secara alamiah, dengan adanya fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dimana fenomena yang dikaji dalam penelitian ini yaitu apa yang membuat anak menonton *Si Bolang*. Lalu apakah setelah menonton tayangan bermain aktif, anak akan tertarik dan mau bermain secara aktif.

1.5.2. State of The Art

- a. MOTIF ANAK-ANAK MENONTON ACARA “CITA-CITA KU” DI TRANS7 (Studi Deskriptif Motif Anak-anak di Surabaya Menonton Acara “Cita-Cita Ku” di Trans7)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif anak-anak di Surabaya dalam menonton acara “Cita-cita ku” di Trans7. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification*. Populasi dalam penelitian ini adalah anak-anak berusia 10-12 tahun dengan menggunakan teknik penarikan sampel *Multistage Cluster Random Sampling* yaitu pengambilan sampel jika anggota populasi yang diteliti atau sumber datanya sangat luas.

Hasil dari penelitian ini yaitu pada motif kognitif, motif identitas personal, dan motif integratif pemirsa berada pada kategori tinggi. Hal ini disebabkan karena keinginan anak-anak untuk mendapat informasi sangat besar sehingga anak-anak mengetahui dan mendapatkan informasi tentang cara mencapai cita-citanya dan merasakan profesi narasumber. Sedangkan pada motif diversifikasi, pemirsa berada pada kategori sedang, hal ini menunjukkan bahwa anak-anak senang dan terhibur dengan acara tersebut meskipun acara “Cita-cita ku” bukan acara hiburan.

- b. MOTIF AUDIENCE DALAM MENONTON SINETRON ANAK JALANAN: STUDI DESKRIPTIF PADA IBU-IBU TAMBAK

SAWAH RT.02 RW.01 KECAMATAN WARU KABUPATEN
SIDOARJO

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif *audience* khususnya ibu-ibu dalam menonton sinetron “Anak Jalanan”. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian berjumlah sepuluh *audience*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan observasi partisipatif dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diteliti.

Hasil dari penelitian ini dari sepuluh *audience* menyatakan bahwa dari tiga motif yaitu motif kognitif, motif afektif, dan motif diversifikasi. Motif afektif dan motif diversifikasi paling mendominasi pada informan dan selebihnya motif kognitif yang mendominasi para *audience*.

1.5.3. Teori Motivasi

Pendekatan motivasi dari model *uses & gratification*

Jalaluddin Rakhmat (2011: 205) mengutip dari Katz, Blumer, dan Gurevitch menyatakan bahwa *uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lainnya, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan media kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan maupun akibat-akibat lain, dan barang kali termasuk yang tidak kita inginkan. *Uses and*

gratifications theory dengan kata lain adalah orang aktif dalam memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Teori ini memandang media memiliki efek terbatas karena pengguna dapat melakukan pilihan dan kontrol. Orang-orang sadar diri, dan mampu memahami dan mengartikulasikan alasan mereka menggunakan media. Mereka melihat media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut teori behaviorisme *law of effect*, menjelaskan jika seseorang tidak akan menggunakan media massa jika media massa tidak memberikan pemuasan pada kebutuhannya. Jelas jika seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu (Rakhmat, 2011: 205).

Pengertian motivasi menurut Uno (2011: 38), merupakan proses pengerahan dan penguatan motif untuk diaktualisasikan dalam perbuatan nyata. Sedangkan motif merupakan suatu tenaga potensial untuk terjadinya perilaku atau tindakan. Jika dilihat dari perilaku, maka motif dan motivasi tidak dapat terpisah. Motif sudah menjadi bagian dari motivasi. Motivasi menjelaskan mengapa seseorang berperilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Seperti yang dikemukakan oleh Alan Rubin (1981) yang memiliki beberapa kategori dalam menentukan motivasi seseorang menggunakan televisi yakni untuk melewatkan waktu, menemani,

kesenangan, pelarian, kenikmatan, interaksi sosial, relaksasi, informasi, dan untuk mempelajari muatan tertentu (West & Turner, 2008: 102).

- Melewatkan waktu, untuk mengisi waktu luang.
- Menemani, berkumpul dengan teman-teman untuk menonton hal yang sama-sama disukai, seperti menonton pertandingan sepak bola.
- Pelarian, untuk melarikan diri dari tekanan.
- Kenikmatan, untuk menemukan seluruh pengalaman menyenangkan. Menikmati acara-acara televisi yang disajikan.
- Interaksi sosial, memberikan dasar untuk menghubungkan ke orang lain.
- Relaksasi, setelah bekerja seharian, banyak orang melaporkan bahwa dengan menonton TV mereka menjadi santai dan memiliki cara lain untuk tertidur. Media digunakan sebagai tempat relaksasi.
- Informasi, untuk mendapatkan informasi terbaru, jika tidak mereka akan merasa tidak nyaman karena kehilangan informasi.
- Kesenangan, konflik dan kekerasan menghasilkan rasa kegembiraan yang dapat memberikan hiburan karena pengguna cenderung menyukai hal-hal yang sensasional (Griffin, 2012: 361-362).

1.5.4. Bermain Aktif

Bermain aktif merupakan kegiatan yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pada anak melalui aktivitas yang mereka lakukan. Selain

itu bermain aktif juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan banyak aktivitas tubuh atau gerakan-gerakan tubuh (Tedjasaputra, 2001: 53).

1.6. Operasionalisasi Konsep

1.6.1. Motivasi Menonton *Si Bolang* di Trans7

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk diwujudkan. Penelitian ini, motivasi dihubungkan dengan menonton televisi. Sedangkan motivasi menggunakan televisi memiliki beberapa kategori, yakni kesenangan, relaksasi, dan untuk mempelajari muatan tertentu.

1.6.2. Mendorong Anak untuk Bermain Aktif

Setelah mengetahui motivasi anak menonton tayangan *Si Bolang*, lalu apakah anak itu tertarik untuk bermain secara aktif. Bermain aktif berhubungan dengan aktivitas tubuh atau gerakan tubuh. Contohnya seperti bermain bola lempar, membuat dan bermain mobil-mobilan atau motor-motoran dorong, dan sepak bola. Permainan ini dianggap kegiatan bermain aktif karena memerlukan aktivitas atau gerakan tubuh yang lebih. Jadi, dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah motivasi anak menonton *Si Bolang* dapat mengajak anak untuk bermain secara aktif.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Tipe Penelitian

Penelitian mengenai motivasi anak-anak menonton *Si Bolang* di Trans7 dalam mendorong anak untuk bermain aktif merupakan penelitian yang menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misal seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, yang secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007: 6). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi (Kriyantono, 2006: 69).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yakni pendekatan yang digunakan untuk memahami dunia melalui pengalaman secara langsung. Pendekatan ini seseorang secara aktif menginterpretasi pengalaman dan mencoba memahami obyek-obyek yang berasal dari dunia melalui pengalaman personal mereka secara sadar. Melalui paham fenomenologi, manusia dapat membangun sebuah konstruksi konsep yang menghasilkan makna, dalam kerangka intersubektivitas (Littlejohn, 2009: 57-58).

Dilihat dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan jika peneliti yang menggunakan pendekatan fenomenologi adalah sebuah penelitian yang mengamati tentang fenomena yang terjadi dalam kehidupan manusia.

Fenomena dalam penelitian ini yaitu pengalaman seorang anak menonton tayangan *Si Bolang* di Trans7, apa yang menjadi motivasinya lalu apakah motivasi anak itu akan mendorongnya untuk bermain aktif sesuai dengan apa yang ditampilkan oleh *Si Bolang* yang menampilkan anak-anak bermain secara aktif.

1.7.2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti mempertimbangan beberapa hal yang diperlukan dalam penelitian yakni anak-anak berusia di antara 7-12 tahun yang menonton program *Si Bolang* di Trans7 setidaknya dalam satu bulan terakhir. Pemilihan usia ini menyesuaikan dengan target atau segmentasi dari program *Si Bolang*. Selain itu, penelitian ini dilakukan di Desa Petung, Kecamatan Bejen, Kabupaten Temanggung karena peneliti mengasumsikan jika di daerah ini masih banyak anak-anak yang menonton *Si Bolang*. Terbukti dari observasi peneliti dari 5 anak yang dijumpai di desa Petung, 4 anak mengaku menonton program *Si Bolang* dan dari hasil liputan *Si Bolang* yang pernah mengambil lokasi di Desa Petung pada episode “Keseruan Anak-Anak Desa Petung” yang tayang pada 17 Juni 2019, membuat anak-anak di desa ini menonton tayangan *Si Bolang* karena pernah digunakan sebagai lokasi liputan *Si Bolang*.

1.7.3. Sumber Data

- a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapat dari sumber secara langsung dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) tentang apa motivasi anak-anak menonton *Si Bolang* dalam mendorong anak untuk bermain aktif.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang didapat dari luar subjek yaitu data seperti dari artikel di media, buku, dan referensi hasil penelitian sebelumnya serta sumber dari internet yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini didapat dari wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara adalah teknik pengumpulan data dari percakapan antara pewawancara yaitu yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban dari pertanyaan itu (Moleong, 2007: 186).

Instrumen untuk melakukan wawancara adalah peneliti sendiri dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) yang bersifat *open-ended*, sehingga data yang didapatkan terkait alasan mengapa anak-anak menonton *Si Bolang* dalam mendorongnya untuk bermain aktif semakin bertambah dan menambah kedalaman data.

1.7.5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan,

dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2011: 244). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik yang merujuk kepada analisis data fenomenologi.

Tahap analisis data fenomenologi menurut Stevick, Colaizzi, Keen yaitu sebagai berikut :

1. Deskripsi lengkap fenomena yang dialami langsung oleh informan.
2. Dari pertanyaan verbal informan kemudian:
 - Menelaah setiap pertanyaan verbal yang berhubungan dengan penelitian.
 - Merekam atau mencatat pertanyaan yang relevan.
 - Menyusun daftar pertanyaan yang telah dicatat.
 - Mengelompokkan setiap unik makna (*thematic portrayal*).
 - Membuat sintesis dari unit-unit makna (deskriptif tekstural).
 - Mempertahankan refleksi penjelasan struktural diri sendiri melalui variasi imajinasi.
 - Horisonalisasi deksripsi tekstural dan struktural untuk menentukan makna.
3. Membuat penjelasan menyeluruh dari setiap makna dan esensi fenomena yang didapat (Kuswarno, 2009:70).