

## PENGARUH PROGRAM REALITY SHOW KEPOLISIAN TERHADAP SIKAP TAAT RAMBU LALU LINTAS

Andika Raspati<sup>1</sup> Endang Setiowati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi, Jakarta  
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

<sup>1</sup> respati@mail.com

<sup>2</sup> e.s.hoetomo@gmail.com

**Abstrak.** Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya Pengaruh Program Reality Show Kepolisian “86” di NET. terhadap Sikap Penonton dalam mematuhi rambu lalu lintas. Untuk menganalisis hasil penelitian digunakan dua konsep yang juga merupakan variabel X yaitu Program Reality Show “86” dan konsep Sikap yang menjadi variabel Y yaitu Sikap Penonton, Selain itu juga digunakan teori Sosial Kognitif, yaitu teori yang membahas bagaimana khalayak belajar dari media. Paradigma penelitian ini adalah Positivistik, dengan pendekatan Kuantitatif, dan metode penelitian ini adalah metode Survey. Jumlah sampel sebanyak 100 orang responden yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* yaitu dengan cara membagikan 100 kuesioner kepada pengendara motor maupun mobil di Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, terdapat pengaruh yang Signifikan dari Program Reality Show “86” di NET. terhadap Sikap Penonton di Jakarta. Penelitian ini juga terdapat hubungan yang sangat kuat antara program Reality Show “86” di NET. dengan Sikap Penonton di Jakarta. Implikasi akademis dari penelitian ini adalah dapat menjadi tambahan pengetahuan tentang penerapan teori Kognitif Sosial dalam program reality show di televisi. Sememntara implikasi praktisnya adalah dapat menjadi masukan bagi para praktisi penyiaran dalam membuat program yang berguna bagi perubahan sikap penonton.

**Kata kunci:** Sikap Penonton, *Response Facilitation Effect*, *Response Inhibition Effect*, *Response Disinhibition Effect*, *Self-Efficacy*.

**Abstract.** This study aims to determine whether there is an Influence of the Police Reality Show Program "86" on NET. towards Audience Attitude in complying with traffic signs. To analyze the results of the study, two concepts are also used as variables X, namely the Reality Show Program "86" and the concept of Attitude which becomes the Y variable, the Attitude of the Audience. In addition, the Social Cognitive Theory is also used, which is a theory that discusses how audiences learn from the media. The paradigm of this research is positivism, with a quantitative approach, and the research method is the survey. The total sample of 100 respondents were taken using convenience sampling technique by distributing the questionnaires to motorbike or car drivers in Jakarta. Based on the results of this research, there is a significant influence from the Reality Show Program "86" on NET. towards Attitude of Audience in Jakarta. This research also shows that there is a very strong relationship between the "86" Reality Show program on NET. with the Attitude of the Audience in Jakarta. The academic implications of this research can be additional knowledge about the application of Social Cognitive theory in reality shows on television. While the practical implication is that it can be an input for broadcast practitioners in making programs that are useful for changing the audience attitude.

**Keywords:** Audience Attitude, *Response Facilitation Effect*, *Response Inhibition Effect*, *Response Disinhibition Effect*, *Self-Efficacy*.

## 1. Pendahuluan

Stasiun televisi banyak menyuguhkan berbagai macam jenis program yang banyak dan beragam. Apa saja bisa dijadikan program televisi selama program tersebut diminati dan program itu menarik bagi audiens, selama program tersebut tidak bertentangan dengan nilai kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku (Morissan, 2018).

Program televisi merupakan faktor utama dalam mendukung finansial suatu penyiar radio dan televisi adalah program yang bisa membuat audiens mengenal suatu penyiar. Berbagai macam jenis program televisi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu Program Berita yang terdiri dari *Hard News*, *Soft News*, serta Program Hiburan yang terdiri dari drama termasuk sinetron dan film, permainan (*game show*), *Reality Show*, musik dan pertunjukan (Morissan, 2018).

Dalam penelitian ini akan diteliti salah satu program *reality show* yang bertema kepolisian yaitu program *Reality Show* “86” yang tayang stasiun televisi NET.. Program *Reality Show* merupakan program yang berisi suatu kejadian yang nyata tanpa rekayasa. Dengan kata lain, program yang menyajikan situasi sebagaimana apa adanya seperti situasi konflik, hubungan berdasarkan dengan sebuah realitas

sebenarnya atau persaingan (Fachruddin, 2015).

Program Reality Show 86 yang tayang di NET. menyuguhkan adegan-adegan yang mengandung unsur adrenalin seperti adegan menggerebekkan sarang narkoba, ataupun adegan polantas yang menilang pengendara yang melanggar lalu lintas. Salah satu segmen yang selalu ada dalam program ini adalah segmen lalu lintas di mana disajikan adegan pelanggaran lalu lintas yang kemudian pelanggarnya ditilang, juga ditampilkan adegan pengendara yang tertib lalu lintas dan dijadikan contoh yang baik atau mendapat pujian.

Program Reality Show “86” di NET. ini tayang setiap hari pada pukul 21.30 WIB yang berdurasi 60 menit. Program ini memiliki slogan “Melindungi, Mengayomi, Melayani” yang akan diingat oleh Khalayak. Khalayak diajak untuk mengetahui sisi lain dari pihak kepolisian dalam bertugas untuk mengamankan kejadian langsung di lapangan (Darajat, 2017).

Hal ini bertujuan untuk mengenalkan kepada penonton bahwa tugas polisi adalah melindungi dan mengayomi serta memberikan informasi kepada penonton bahwa pentingnya berkendara dengan tertib. Program “86” di NET. Ini sekaligus memberikan kesadaran bahwa pentingnya mematuhi peraturan

negara dengan cara mendisiplinkan diri sendiri (Andriyarini, 2014).

Program “86” ini sangat menekankan edukasi terhadap masyarakat yang menonton. Sebagai contoh pada episode “Operasi Zebra, Anggota Polres Jakpus Razia Kendaraan Plat Ganjil Genap”. Dalam episode ini ditayangkan adegan kejadian langsung di lapangan dimana seorang petugas bernama Bripda Tiara dari Korlantas Polri memberhentikan seorang pengemudi mobil box berplat nomor genap yang melintas di jalan yang melarang mobil berplat nomor genap melintas karena hari itu adalah tanggal ganjil. Di dalam adegan itu Sang supir berdalih ia tidak mengetahui apakesalahannya, ketika sepengetahuannya jam 06.00 hingga 10.00 WIB adalah jam yang diperbolehkan melintas semua plat ganjil dan genap. Padahal dalam aturan justru pada jam 06.00 – 10.00 WIB & 16.00 – 20.00 WIB adalah jam yang dikhususkan hanya kendaraan yang berplat nomor sesuai dengan tanggal itu untuk melintas di jalan. Meski berdalih tidak tahu, polisi dengan tegas menilang sang pengemudi.

Program ini tidak saja memberitahu penonton tentang aturan-aturan lalu lintas yang berlaku namun juga mengedukasi penonton untuk lebih mendapatkan wawasan atau pengetahuan dalam mengenal peraturan rambu lalu lintas. Selain itu, dengan menonton program 86

ini, sikap masyarakat yang sering melanggar rambu lalu lintas, dapat berubah karena memahami resiko yang akan didapatnya, bukan saja karena akan kena tilang tapi juga resiko lain seperti kecelakaan lalu lintas akibat melanggar aturan lalu lintas.

Dari pernyataan di atas, tampak terlihat manfaat menonton program “86” di NET. adalah untuk memberikan pengetahuan pada masyarakat dapat meningkatkan kedisiplinan dalam mematuhi peraturan negara. Selain itu program Reality Show “86” ini juga bisa menjadi semacam sosialisasi yang sangat efektif mengenai aturan-aturan berlalu lintas hingga sanksi yang didapat bila melakukan pelanggaran. Jadi, tidak ada alasan untuk warga yang tidak mengetahui suatu aturan (Lumbanraja, 2014).

Peneliti berasumsi bahwa di Jakarta yang terkenal akan kemacetannya, dikarenakan akibat dari pengguna kendaraan pribadi yang terlalu banyak. Maka tak heran ada saja masyarakat yang tidak mematuhi rambu-rambu lalu lintas agar cepat sampai tujuan. Beberapa sikap pengendara motor maupun pengemudi mobil di Jakarta sangat buruk. Seperti melawan arus, berhenti melebihi garis batas berhenti di lampu merah, melintas di jalur busway, tidak memakai helm, atribut tidak lengkap, dan lain-lain. Sikap tersebut sudah jelas berlawanan dari

kata “taat peraturan dalam berkendara di jalan” (Sindo, 2015).

Contoh pelanggaran lalu lintas tersebut masuk ke dalam program Reality Show “86” di NET. Segmen penertiban lalu lintas. Oleh sebab itu, jika seseorang menonton program Reality Show “86” di NET., maka peneliti menduga adanya pengaruh terhadap sikap berkendara di dalam kehidupan sehari-hari.

Maka dari itu, sesuai latar belakang di atas, peneliti akan meneliti “Pengaruh Program Reality Show Kepolisian Terhadap Sikap Penonton Di Jakarta Dalam Mematuhi Rambu Lalu Lintas (Studi tentang segmen lalu lintas dalam program “86” di NET.”.

## 2. Tinjauan Literatur

Di dalam menyusun instrumen penelitian dan menganalisis hasil penelitian, digunakan Teori Kognitif Sosial. Teori ini merupakan pengembangan dari teori pembelajaran sosial (*Social Learning Theory*) dari Albert Bandura. Jika teori *Social Learning* mengatakan bahwa manusia belajar berperilaku dari lingkungan sosialnya (keluarga, teman bermain, dll). Maka, teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*) khusus membandingkan tentang bagaimana khalayak belajar dari media utamanya yaitu, televisi.

Teori Sosial Kognitif memiliki konsep utama yang disebut dengan *Observational Learning*.

*Observational Learning* adalah dimana seseorang mempelajari perilaku dari seorang. Hal tersebut adalah *modeling*, yang berarti dimana seseorang mereproduksi perilaku secara langsung dan mekanis. Siapa pun bisa menjadi model untuk dipelajari sikap dan perilakunya, contohnya adalah artis, orang tua, teman, dan lain-lain. (Baran & Davis, 2012)

*Inhibition Effect* adalah ketika seseorang mengamati perilaku model dan perilaku model tersebut mendapatkan hukuman, maka pengamat cenderung untuk mengurani perilaku yang model lakukan tersebut. Berbandi terbalik dengan *Disinhibition Effect*. Sedangkan *Disinhibition Effect* adalah pengamat memperagakan perilaku model karena model tersebut mendapatkan penghargaan seperti halnya seorang pengamen jalanan. Pengamen tersebut memiliki suara yang merdu dan mendapatkan tawaran untuk mengikuti kontes Indonesian Idol. Maka pengamat cenderung mengikuti perilaku sang model tersebut. (Baranowsky, Perry, & Parcel, 1997)

Konsep teori Sosial Kognitif lainnya adalah *Self-Efficacy*. *Self-Efficacy* adalah dimana seorang pengamat cenderung yakin dengan apa yang akan ia lakukan. Contohnya adalah seseorang melihat dan mengamati perilaku model di media televisi. Namun orang tersebut sudah

tahu terhadap sikap yang sudah ia miliki. (Bandura, 1999)

Untuk membangun instrument penelitian juga digunakan konsep Sikap. Sikap adalah suatu respon dari kesiapan seseorang yang bersifat positif dan negatif terhadap objek atau situasi secara konsisten. Pendapat ini memberikan gambaran bahwa sikap merupakan respon terhadap objek atau situasi yang disertai dengan adanya perasaan tertentu dan memberi dasar kepada orang tersebut untuk membuat respon atau perilaku dengan cara tertentu yang dipilihnya. (Ahmadi, 2009).

Konsep Sikap menurut Azwar (2015) memiliki 3 komponen, yang meliputi; Komponen Kognitif yang merupakan pengetahuan dan persepsi berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan obyek sikap dan informasi yang berkaitan dari berbagai sumber yang diperoleh. Persepsi dan pengetahuan yang ditimbulkan bersifat kepercayaan penonton bahwa obyek sikap mempunyai berbagai sifat bahwa perilaku tertentu dapat menimbulkan hasil-hasil tertentu.

Komponen berikutnya yaitu komponen Afektif yang merupakan perasaan emosi penonton kepada model di media televisi. Emosi yang dimaksud adalah sikap selektif dalam menilai sikap terhadap model di media secara langsung dan menyeluruh (sikap baik maupun tidak baik). Sedangkan komponen

ketiga yaitu komponen *Konatif/Behavioural* dalam sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan sikap yang telah diamati. Asumsi dasar adalah bahwa perasaan mempengaruhi perilaku, karena itu, adalah logis untuk mengharapkan bahwa sikap seseorang akan dicerminkannya dalam bentuk perilaku terhadap objek yang ia pelajari.

*Konsep utama lainnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsep reality show*, sebab variable X pada penelitian ini adalah Progra. Reality Show “86” di Net. TV. Seperti yang dilansir dari situs resmi NET. TV pada tahun 2014 program Reality Show “86” di NET. mulai ditayangkan di televisi. Program yang menampilkan adegan yang mamucu adrenaline ini menyuguhkan rasa dan isi konten yang berbeda karena mengangkat sosok Polisi beserta kinerjanya sebagai pengayom masyarakat menjadi materi tayangannya. Dalam tayangannya itu, aktivitas keseharian Polisi dalam menjaga ketertiban, keamanan dan melindungi masyarkat dari tindakan kejahatan inilah yang diekspos dan ditayangkan.

Program reality show 86 merupakan sebuah kode persandian kepolisian negara yang berarti “dimengerti”. Jadi, *reality show* “86” yang merupakan hasil kerjasama antara stasiun televisi,

“NET.” dengan Kepolisian Negara Republik Indonesia ini berisi kerjasama antar personil polisi dalam mengungkap suatu kejahatan. Mulai dari kasus-kasus kecil seperti pelanggaran rambu lalu lintas, parkir sembarangan di bahu jalan hingga memberantas gang motor sudah pernah ditayangkan di acara ini. Menariknya lagi, pemirsa televisi dapat mengetahui apa yang terjadi di lapangan ketika Polisi mengejar penjahat hingga proses penyelesaian kasus-kasus pelanggaran hukum tersebut di kantor polisi.

Dalam membuat penelitian ini, ada beberapa riset yang menjadi panduan bagi peneliti untuk menghasilkan sebuah desain penelitian. Riset pertama adalah untuk melihat penerapan teori sosial kognitif dalam penelitian, yaitu dalam tulisan berjudul “Perspektif Teori Kognitif Sosial dan Psikosintesis Dalam Membentuk Kepribadian” dimana dikatakan bahwa untuk pembentukan perilaku termasuk sikap paling baik adalah dengan belajar dari *role model* dan sikap dan perilaku yang terbentuk itu adalah karena pertimbangan kognitif dari orang yang mempelajari sikap sang model. (Alfaiz, Hariko, Zulfikar, & Suarja, 2017) Penelitian kedua yang menjadi rujukan adalah tentang cara membuat instrumen sikap yang dirujuk dari jurnal yang berjudul “Mendesain Instrumen Pengukuran Sikap” ditulis oleh Dewi Gayatri dalam Jurnal Keperawatan

Indonesia Volume 8 Nomor 2 Tahun 2004, dimana dikatakan bahwa pengukuran sikap sering dibedakan antara dimensi kepercayaan atau kognitif, perasaan atau afektif, dan kecenderungan perilaku atau konatif. Komponen kognitif adalah pernyataan kepercayaan terhadap obyek sikap, misalnya kepercayaan bahwa tindakan melanggar lalu lintas akan mendapatkan hukuman, sementara tindakan mematuhi lalu lintas akan mendapatkan penghargaan. Komponen afektif adalah menyusun pernyataan perasaan yang sangat langsung terhadap obyek sikap, misalnya penonton senang belajar dari program *reality show* bagaimana mematuhi peraturan lalu lintas akan menyelamatkan jiwa. Sedangkan komponen konatif menyatakan kecenderungan berperilaku dengan memperhatikan obyek, misalnya penonton akan belajar mematuhi peraturan lalu lintas dan mempraktekannya dalam kehidupan sehari-hari. (Gayatri, 2004)

Penelitian yang dilakukan oleh Athanasia Placidia Mahesthi juga menggunakan komponen Sikap yang terdiri dari komponen Kognitif, Afektif dan Konatif, juga menjadi rujukan penelitian ini. Penelitian berjudul “Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Iklan AirAsia “*We’ll Take You There*” di Televisi” ini merupakan penelitian yang diterbitkan oleh Jurnal Komunikasi

Universitas Petra, Surabaya. (Mahesthi, 2017)

Teori Kognitif Sosial berasumsi bahwa khalayak belajar melalui lingkungan yang dalam hal ini adalah media, utamanya televisi. Dalam mempelajari apa yang ada dalam konten media, khalayak melakukan 5 hal yaitu *Observational Learning Effect*, *Response Facilitation Effect*, *Response Inhibition Effect*, *Response Disinhibition Effect*, dan *Self Efficacy*. Setelah melalui ke lima tahap ini maka akan terbentuk sebuah Sikap dari Penonton tentang isi media yang dikonsumsinya.

Oleh sebab itu **hipotesis penelitian** dari penelitian ini adalah diduga ada pengaruh program *reality show* “86” terhadap Sikap Penonton dalam mematuhi peraturan lalulintas. Hipotesis ini diformulasikan sebagai berikut:

- Ha: Diduga ada pengaruh diduga ada pengaruh program *reality show* “86” terhadap Sikap Penonton dalam mematuhi peraturan lalulintas.
- Ho: Diduga tidak ada pengaruh diduga ada pengaruh program *reality show* “86” terhadap Sikap Penonton dalam mematuhi peraturan lalulintas.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Paradigma Positivistime dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif dan metode Survey. Populasi dalam penelitian ini adalah mengacu pada data AGB Nielsen pada periode

Januari - Juni 2019 didapatkan jumlah penonton program “86” adalah sebanyak 49,048,991 penonton dari 11 kota dengan rata-rata 334,063. Penonton yang dominan menonton program “86” adalah penonton laki-laki, usia 15 – 19 tahun dan 40 tahun ke atas dengan penonton dari kelas menengah ke atas.

Sampel pada penelitian ini dihitung dengan rumus Taro Yamane (Riduwan, 2013) dengan *sampling error* sebesar 10% menghasilkan jumlah sampel sebanyak 99,99 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non - probability sampling* dan peneliti menggunakan jenis *convenience sampling* yaitu pemilihan sampel ini berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. (Kriyantono, 2014) Peneliti menyebarkan kuesioner kepada pengendara motor dan mobil di Jakarta yang menonton program *reality show* “86” di Net. TV minimal 3 kali atau 3 episode.

Penelitian ini menggunakan dua konsep yang terdiri dari, *Reality Show*, dan Sikap Penonton. Dari kedua konsep ini dioperasionalisasi sebagai berikut: Konsep *reality show* menjadi variabel Program *reality show* “86” di Net. TV (X), Variabel X dioperasionalisasi menjadi 3 dimensi, yaitu Polisi, Pengendara, dan Info/Materi. Dimensi polisi akan dioperasionalisasi menjadi 3 sub

dimensi yaitu kredibilitas, kekuatan, dan daya tarik. Dimensi Pengendara akan langsung menjadi indikator, dan dimensi info/materi akan menjadi 3 sub dimensi yaitu Pengenalan, Konflik, dan Solusi, yang kemudian dioperasionalisasi menjadi indikator.

Tiap-tiap indikator dari dimensi atau subdimensi pada variabel X akan terdiri dari 5 kategori yaitu *Observational Learning Effect*, *Response Facilitation Effect*, *Response Inhibition Effect*, *Response Disinhibition Effect*, dan *Self Efficacy*. Konsep Sikap Penonton akan menjadi variabel terikat (Y) yang akan dioperasionalisasi menjadi 3 dimensi, yaitu Kognitif, Afektif dan Konatif. Dari tiap-tiap dimensi akan dioperasionalisasi menjadi indikator. Sementara indikator akan terdiri dari lima kategori seperti variabel X yaitu *Observational Learning Effect*, *Response Facilitation Effect*, *Response Inhibition Effect*, *Response Disinhibition Effect*, dan *Self Efficacy*. Untuk memperlihatkan bahwa penelitian ini dapat dipercaya digunakan penghitungan reliabilitas dan validitas dengan melihat nilai Kayser Meyer Olkin (KM0) yang minimal sebesar 0.5 dengan signifikansi sebesar maksimal 0.05 (Singarimbun & Effendi, 2006). Adapun selain menghitung reliabilitas digunakan nilai Alpha Cronbach ( $\alpha$  Cronbach) dengan nilai lebih besar dari 0,6 ( $\alpha$  Cronbach >

0.6) (Bryman, 2012). Hipotesis penelitian diuji dengan uji T dan uji F sebelum diambil analisis dan kesimpulan.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Dari 100 responden yang didapatkan, jenis kelamin yang terbanyak adalah laki – laki dengan 76% maka jumlah laki-laki yang mengisi kuesioner ini lebih banyak dibandingkan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia yang terbanyak adalah berusia > 19 - 24 tahun dengan presentase 53%. Karakteristik responden berdasarkan domisili yang terbanyak adalah Jakarta Selatan dengan presentase 76%. Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran/perbulan yang terbanyak adalah < Rp. 500.000 berjumlah 32 orang atau presentase 32%, karakteristik responden berdasarkan profesi/pekerjaan yang terbanyak adalah Mahasiswa berjumlah 40 orang atau presentase 40%.

Berdasarkan hasil penghitungan validitas dengan menggunakan analisis faktor untuk ketiga variabel dengan melihat nilai Kayser Meyer Olkin (KM0) yang minimal sebesar 0.5 dengan signifikansi sebesar maksimal 0.05 diperoleh nilai validitas penelitian sesuai Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 1. Validitas Penelitian**

Variabel	Nilai KMO	Signifikansi
Program Reality Show "86"	0.790	0.000
Sikap Penonton (Y)	0.743	0.000

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa validitas kedua Cronbach > 0.6) (Bryman, 2012) Hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Reliabilitas Penelitian**

Dimensi	Nilai $\alpha$ Cronbach
Variabel X Dimensi Polisi Sub Dimensi Kredibilitas	0.733
Variabel X Dimensi Polisi Sub Dimensi Daya Tarik	0.915
Variabel X Dimensi Polisi Sub Dimensi Kekuatan	0.882
Variabel X Dimensi Pengendara	0.762
Variabel X Dimensi Info/Materi Sub Dimensi Pengenalan	0.896
Variabel X Dimensi Info/Materi Sub Dimensi Konflik	0.848
Variabel X Dimensi Info/Materi Sub Dimensi Solusi	0.855
Variabel Y Dimensi Kognitif	0.799
Variabel Y Dimensi Afektif	0.843
Variabel Y Dimensi Konatif	0.878

Dari hasil penghitngan reliabilitas yang tertera dalam Tabel 1, terlihat bahwa semua indikator dalam seluruh dimensi adalah

variabel dalam penelitian ini adalah valid, sehingga seluruh indikator dapat digunakan untuk penghitungan lanjutan dan analisis hasil penelitian. Untuk memperlihatkan bahwa penelitian ini dapat dipercaya digunakan penghitungan reliabilitas. Dimana untuk memastikan bahwa instrument penelitian yang digunakan reliabel digunakan nilai Alpha Cronbach ( $\alpha$  Cronbach) dengan nilai lebih besar dari 0,6 ( $\alpha$  reliabel karena nilai  $\alpha$  Cronbach berada di atas 0.6. Dari hasil penelitian Univariat dari beberapa dimensi mengenai Variabel program Reality Show "86" di NET. (X) terhadap Sikap (Y) dapat diketahui bahwa tingkat persetujuan tertinggi dari semua dimensi yaitu dimensi *Afektif* memiliki nilai rata-rata tertinggi 462 bahwa tingkat persetujuan responden berada di tingkat Setuju dan terendah terletak pada Dimensi *Pengendara* memiliki nilai rata-rata terendah 434,4 bahwa tingkat persetujuan responden berada ditingkat Ragu-ragu mendekati setuju.

Pada hasil analisis Bivariat menunjukkan nilai R (koefision korelasi) sebesar 0,869 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel program Reality Show "86" di NET. (X) dan variabel Sikap (Y). sementara nilai R<sup>2</sup> (R Square) atau disebut sebagai *koefisien* Determinasi menunjukkan nilai sebesar 77,5 % yang artinya terdapat pengaruh variabel program

Reality Show “86” di NET. (X) terhadap variabel Sikap (Y) sangat signifikan yaitu sebesar 77,5%. Karena nilai R<sup>2</sup> lebih dari 50%. Sementara sebesar 22,5% pengaruh pada Sikap penonton disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 5. Kesimpulan

Terdapat pengaruh yang sangat signifikan dari variabel Program Kognitif sangat tepat digunakan pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Program Reality Show Kepolisian Terhadap Sikap Penonton, Khususnya Para Pengendara Di Jakarta Dalam Mematuhi Rambu Lalu Lintas (Studi tentang segmen lalu lintas dalam program “86” di NET.)”.

Sehingga didasarkan pada hasil skor disetiap dimensi pada penelitian ini, ada beberapa indikator yang memiliki skor rendah, maka rekomendasi penelitian ini meliputi *Response Observational Learning* : “Polisi yang bertugas dalam Program Reality Show Reality Show "86" di NET. Murah senyum ketika bertinteraksi dengan pengendara di jalan”. Sehingga, penonton nyaman ketika menonton tayangan Reality Show "86". Peneliti menyarankan seharusnya Polisi harus konsisten untuk terus memberikan senyuman kepada setiap pengendara yang taat maupun tidak taat peraturan.

Skor terendah dari dimensi Pengendara, *Response Disinhibition*

Reality Show “86” di NET. (X) terhadap Variabel Sikap (Y) dari para responden pada penelitian ini. Hubungan di antara kedua variabel juga sangat kuat. Selain itu, teori Sosial Kognitif yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kecocokan yang membuat hasil dari Pengaruh Program Reality Show “86” di NET. (X) terhadap Sikap (Y) menjadi signifikan. Hal ini membuktikan bahwa teori Sosial *Effect*: sehingga tim produksi harus menayangkan seorang pengendara yang sangat taat peraturan, mulai dari kendaraan yang memenuhi standar berkendara, surat-surat lengkap, tutur kata yang sopan dan santun kepada polisi, membawa surat berkendara lengkap dll. Karena menurut peneliti, pengendara yang taat peraturan sudah biasa, tetapi pengendara yang sempurna sudah pasti penonton menemukan perbedaannya. Pada dimensi Solusi, *Observational Learning Effect*: “Adegan yang ditampilkan dalam program Reality Show "86" di NET. dapat merubah sikap mereka dalam mematuhi rambu lalu lintas”. Saran dari penelitian ini adalah ketika seorang polisi memberikan nasihat kepada pengendara yang tidak taat, alangkah lebih baik tim produksi untuk membuat visual dan audio yang lebih menarik untuk dilihat seperti penambahan background atau menambahkan adegan atau foto dampak dari tidak taat peraturan, agar adegan tidak terkesan monoton

dengan adegan-adegan yang lain. Pada akhirnya acara embuat penonton belajar bagaimana cara mematuhi rambu lalu lintas". Peneliti menyarankan untuk menambahkan video teaser cara-cara mematuhi rambu lalu lintas yang aman bagi pengendara di jalan.

### Daftar Pustaka

- Reality Show "86" Hadir Temani Pemirsa NET. TV.* Retrieved from KapanLagi.com:  
<https://www.kapanlagi.com/showbiz/televiisi/program-reality-show-348634-hadir-temani-pemirsa-net-tv-9175b2.html>
- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alfaiz, A., Hariko, R., Zulfikar, Z., & Suarja, S. (2017). Perspektif Teori Kognitif Sosial dan Psikosintesis dalam Membentuk Kepribadian. In C. I. Gunawan, *BUKU BUNGA RAMPAI(Kumpulan Karya Dosen Seluruh IndonesiaBidang Ilmu-ilmu Sosial dan Ilmu-ilmu Eksakta Tahun 2017)* (pp. 1-24). Malang: CV IRDH.
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1999). *Self-Efficacy in Changing Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Belmont: Wadsworth.
- Baranowsky, T., Perry, C. L., & Parcel, G. S. (1997). How Individuals, environments, and health behavior interact: Social Cognitive Theory. In K. Glanz, F. M. Lewis, & B. K. Rimer, *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice. 2nd edition* (pp. 153-157). San Francisco: Wiley.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th Edition*. New York: Oxford University Press.
- Darajat, I. R. (2017, April 25). *Memoles Citra Polisi di Televisi*. Retrieved from remotivi.co.id:  
<http://www.remotivi.or.id/aman/377/memoles-citra-polisi-di-televiisi>
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Jakarta: CV Andi Offset.
- Gayatri, D. (2004). Mendesain Instrumen Pengukuran Sikap. *Jurnal Keperawatan Indonesia Volume 8, No. 2, September 2004;*, 76-80.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group .
- Lumbanraja, S. (2014, September 24). '86' Hati-hati Melanggar Hukum Anda Masuk TV! Retrieved from

- Kompasiana.com:  
<https://www.kompasiana.com/sahroha.lumbanraja/54f4b3647455137e2b6c8f44/86-hatihati-melanggar-hukum-anda-masuk-tv>
- Mahesthi, A. P. (2017). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Iklan Air Asia "We'll Take You There". *Jurnal E-Komunikasi VOL 5. NO.1*, 1-12.
- Morissan, M. (2018). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Riduwan. (2013). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3S, Jakarta.