

# **PENGARUH TERPAAN TAYANGAN SIBAK A1 PADANG TV TERHADAP PENGETAHUAN HUKUM MASYARAKAT KECAMATAN KOTO TANGAH**

**Oleh : Anissa Kumala Sari**

*E-mail: Nnskumala@gmail.com*

**Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si**

Konsentrasi Jurnalistik - Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## **Abstract**

*The mass media is very instrumental in the development or even changes in behavior patterns of the public. According to S-R theory, the mass media has a direct, immediate and direct effect on the communicant. One of the mass communication media is television, compared to other mass media television has a special characteristic that is a combination of image and listening media that are informative, entertainment, and education. The purpose of the study was to determine how much influence the broadcast of Sibak A1 Padang TV on the legal knowledge of the people of Koto Tangah District.*

*This research uses quantitative research methods, with data collection techniques, namely through the distribution of questionnaires with the type of closed questionnaire. The data analysis technique used in this study is Simple Linear Regression Analysis. The number of respondents is 166 people determined through simple random sampling technique, using the formula unknown population.*

*The results of this study indicate that the magnitude of the influence of the Sibak A1 Padang TV show on the community's legal knowledge of Koto Tangah District is quite strong. This can be seen from the summary model table showing that the coefficient of determination ( $R^2$ ) obtained was 0.637 and the coefficient of determination (Rsquare) was 0.406. This figure shows the understanding that the influence of exposure to Sibak A1 Padang TV on the legal knowledge of the Koto Tangah District Community is 40.6 % with a moderate or quite strong category. While the remaining 59.4 % was influenced by other variables not included in this study.*

## PENDAHULUAN

Menurut Effendy (2003:65) Media massa merupakan kependekan dari istilah media komunikasi massa, yang secara sederhana dapat memberikan pengertian sebagai alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara serentak kepada khalayak banyak yang berbeda-beda dan tersebar di berbagai tempat. Salah satu media komunikasi massa adalah televisi.

Televisi sebagai salah satu media elektronik dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informasi, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Bila dibandingkan dengan radio yang hanya dapat didengar, televisi jelas mempunyai pengaruh yang lebih kuat dalam kapasitasnya tersebut, karena selain siarannya dapat didengar dan dapat dilihat, siaran televisi yang memiliki sifat-sifat langsung, simultan, intim, dan nyata. (Mulyana, 2008:169)

Menurut Bungin (2007:277), prinsip S-R merupakan dasar dari teori jarum hipodermik, teori ini memandang bahwa sebuah pemberitaan media massa diibaratkan sebagai obat yang obat disuntikan kedalam pembuluh darah *audience*, yang kemudian *audience* akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dalam masyarakat massa, dimana prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi yang disiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas, sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditunjukkan pada orang perorang, kemudian sejumlah besar individu itu akan memproses informasi tersebut.

Sejalan dengan teori diatas, terpaan tayangan dari salah satu media massa yaitu televisi mampu memberikan efek langsung kepada penontonnya. Rosengren mengemukakan terpaan media diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis

media, media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media dengan secara keseluruhan. (Rakhmat, 2009:66)

Menyadari peran televisi mempunyai relevansi terhadap pengaruh publik, pemerintahanpun ikut memahami dan memanfaatkan hal tersebut. Di Indonesia khususnya, telah banyak organisasi pemerintahan baik pusat maupun daerah yang sudah memanfaatkan media massa untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Implementasi media massa dalam pemerintahan memberikan banyak manfaat dan keunggulan bila dibandingkan dengan interaksi tradisional. (Pratama, 2017:38)

Salah satu program tayangan media massa yang bekerjasama dengan pemerintahan adalah Sibak A1 Padang TV. Sibak A1 mengajak Kepolisian Resor Kota (POLRESTA) Padang sebagai *partner* pada tayangannya. Tayangan ini dikemas dalam bentuk *news magazine* berdurasi 30 menit serta bersifat mingguan.

Dalam kemasannya pemirsa akan diajak melihat kronologi kegiatan Kepolisian dan jajarannya dalam menjalankan tugas-tugas khususnya tentang penegakan hukum, dimulai dari menertibkan pelanggaran lalu lintas, hingga penggerebekan. Sibak A1 memiliki target pemirsa yaitu kalangan dewasa, remaja, dan anak-anak namun dalam pengawasan orangtua, tujuannya berguna untuk memberikan edukasi dan pengetahuan hukum kepada semua kalangan umur. (Padang TV)

Menurut Notoadmodjo (2012:138), pengetahuan merupakan hasil tahu setelah orang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indera manusia yaitu: indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan merupakan hasil dari usaha manusia untuk tahu. Pekerjaan tahu tersebut hasil dari kenal, insaf, mengerti, dan pandai.

Kecamatan Koto Tangah merupakan wilayah kota yang paling besar di Kota

Padang, serta kawasan dengan tingkat pelanggaran hukum tertinggi di Kota Padang. Dilihat dari fenomenanya, masyarakat yang berada di kota besar lebih sering melakukan pelanggaran hukum, baik dari pelanggaran lalu lintas, tindak kriminalitas, penyalahgunaan narkoba, dan lain sebagainya. Hal ini disebabkan masyarakat kota besar terkadang mereka kurang mengetahui serta sadar akan hukum dan peraturan yang berlaku, dan juga mereka terpengaruh oleh lingkungan sekitar.

Alasan peneliti memilih wilayah Kecamatan Koto Tangah adalah kurang patuh dan kurangnya pengetahuan terhadap hukum yang dapat dilihat dari daftar riwayat pelanggaran hukum masyarakat di wilayah ini. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Riyono (2016:12), bahwa pengetahuan hukum memberikan pengaruh terhadap kepatuhan hukum. Oleh karena itu pengetahuan hukum yang dimiliki harus selalu ditingkatkan. Pengetahuan hukum yang benar akan menjadi modal yang sangat penting dalam pembentukan sikap kepatuhan terhadap hukum di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui apakah aspek tayangan yakni; frekuensi, durasi, isi pesan, dan daya tarik dapat mempengaruhi pengetahuan hukum yang menonton tayangan tersebut yaitu masyarakat Kecamatan Koto Tangah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori S-R (Stimulus- Respons)**

Teori S-R dikenal sebagai teori jarum hipodermik atau teori peluru. Teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan penerima pesan. Teori ini menunjukkan sebagai proses aksi (*stimulus*) dan reaksi (*response*) yang sangat sederhana. Teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi (Effendy, 2003:255).

Teori ini berasal dari psikologi. Objek material dari psikologi dan

komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, perilaku, opini, kognisi, afeksi, dan konasi. Menurut stimulus response ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Unsur-unsur dalam mode ini adalah (Effendy, 2003: 254-255) :

1. Pesan (Stimulus)
2. Komunikasi (*Organisme*)
3. Efek (*response*)

Menurut Bungin (2007:277), prinsip S-R ini merupakan dasar dari teori jarum hipodermik, teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Teori jarum hipodermik memandang bahwa sebuah pemberitaan media massa diibaratkan sebagai obat yang obat disuntikan kedalam pembuluh darah *audience*, yang kemudian *audience* akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dalam masyarakat massa, dimana prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi yang disiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas, sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditunjukkan pada orang perorang, kemudian sejumlah besar individu itu akan memproses informasi tersebut.

### **Komunikasi Massa**

Menurut Effendy (2004:50), komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Isi komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Oleh karena itu, maka sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal dan sang pengirimnya seringkali merupakan komunikator profesional.

Komunikasi massa menekankan pada

isi atau pesan dengan penggunaan media. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi dengan menggunakan media massa.

Komunikasi berarti suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan suatu efek tertentu. Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan. Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lainnya. Sedangkan perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, keberanian, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati seseorang.

### **Media Massa**

Istilah “media massa” merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dan dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh khalayak melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain (Suyomukti, 2016:198).

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi (Effendy, 2000).

### **Televisi**

Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar. Televisi berbeda dengan media cetak, yang lebih merupakan media pandang. Televisi juga berbeda dengan radio, yang merupakan media dengar. Orang memandang gambar

yang ditayangkan di televisi sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau naskah dari gambar tersebut. (Usman Ks, 2009:23)

Segala yang disiarkan pada media televisi merupakan sebuah tayangan atau program. Deddy Iskandar Muda (2005:7-9) menjelaskan jenis-jenis tayangan televisi sebagai berikut: *News reporting* (Laporan Berita), *Talk show*, *Call in show*, *Documentary*, *Magazine*, *Rural Program*, *Advertising*, *Education/Instructional*, *Art & culture*, *Music*, *Opera/ Drama*, *Movie*, *Game show*, serta *Comedy*. Acara-acara tersebut sangat tergantung dari kepentingan masing-masing stasiun penyiaran televisi yang bersangkutan.

### **Terpaan Media**

Rosengren mengemukakan bahwa terpaan media diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media, jenis isi media, media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. (Rakhmat, 2009 : 66)

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan) serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), dalam penelitian ini program yang diteliti merupakan program mingguan. Untuk pengukuran variabel durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program. (Ardianto & Erdinaya, 2004)

: 164)

### Pengetahuan

Pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat-ingat kembali atau mengenali kembali tentang nama, istilah, ide, gejala, rumus, dan sebagainya, tanpa mengharapkan kemampuan untuk menggunakannya. Pengetahuan atau ingatan ini adalah merupakan proses berfikir yang paling rendah (Anas Sudijono, 2008:50).

Menurut Notoadmojo (2007), pengetahuan adalah merupakan hasil tahu setelah orang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia yaitu: indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan merupakan hasil dari usaha manusia untuk tahu. Pekerjaan tahu tersebut hasil dari kenal, insaf, mengerti, dan pandai.

### METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah riset kuantitatif. Sementara itu, jenis atau tipe riset penelitian yang digunakan adalah metode eksplanasi.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 7 Pekanbaru Jl. Kapur Gg. Kapur III No. 7. Pemilihan tempat ini sebagai tempat pusat informasi dan data yang terkait dengan penelitian ini. Jadwal penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juli 2019.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat. Pemilihan tempat ini sebagai tempat pusat informasi dan data yang terkait dengan penelitian ini. Pelaksanaan dari tahap persiapan, proses pengumpulan data, pengolahan hingga tahap penyuntingan pada penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2018 hingga selesai.

### Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya, sehingga objek ini menjadi sumber data penelitian. Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti (Kriyantono, 2010:151).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang yang menonton tayangan Sibak A1 Padang TV. Dikutip dari data Badan Pusat Statistik Kota Padang, Kecamatan Koto Tangah memiliki jumlah populasi sebanyak 191.632 jiwa.

#### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Sampel merupakan suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Kriyantono, 2006:151).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus *unknown populations* (Frendy, 2011:53), sebagai berikut :

$$n = \left[ \frac{Za / 2\sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Za = ukuran tingkat kepercayaan a = 0,01 (tingkat kepercayaan 99% berarti Z 0,01 = 2,58

$\sigma$  = Standar Deviasi

e = Standart error atau kesalahan yang dapat ditoleransi (1% = 0,01)

Perhitungan :

$$n = \left[ \frac{Za / 2\sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[ \frac{(2,58) \cdot (0,5)}{0,01} \right]^2$$

$$n = 166,41$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 99% bahwa sampel random berukuran 166,41. Melihat hasil tersebut maka untuk memudahkan penghitungan data, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 166.

### Teknik Pengukuran Data

Teknik Pengukuran data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup dan terbuka. Melalui Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik apabila r hitung lebih besar daripada r tabel.

Penelitian ini menggunakan teknik pengukuran data dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk centang (*checklist*) ataupun pilihan ganda. Setiap pernyataan memiliki bobot nilai yang berbeda. Skala likert pada penelitian ini menggunakan kata-kata: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS).

### Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data secara statistik dengan program SPSS (*Statistic Package for Sosial Science*) for Windows, yaitu regresi linier sederhana untuk melihat Pengaruh terpaan tayangan Sibak A1 Padang TV terhadap pengetahuan hukum masyarakat Kecamatan Koto Tangah. Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

X = Variabel bebas (Pengaruh Tayangan Sibak A1 Padang TV)  
Y = Variabel terikat (Pengetahuan hukum masyarakat)  
a = Nilai konstanta  
B = Nilai Regresi

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan 40 orang sampel sebagai target uji, dengan rumus *Pearson Product Moment Correlation* dan bantuan *SPSS for Windows* versi 25. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam menentukan r tabel dapat dicari dengan menentukan *degree of freedom* (df) = n-k. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Dalam penelitian ini terdapat jumlah sampel sebanyak 166 responden, sehingga diperoleh nilai (df)= 166-2 dengan nilai df dari 164 adalah 0,1524.

### Uji Reliabilitas

Angka pada kolom Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item pernyataan tersebut apabila dinyatakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama. Sekarang dalam Priyatno (2008:26), suatu pengukuran dapat dikatakan apabila memiliki koefisien cronbach alpha sama atau lebih dari 0,60.

Teknik untuk menguji reliabilitas *instrumentnya* yaitu menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan bantuan *SPSS for Windows* versi 25, dimana variabel tersebut dinyatakan *reliable* dengan ketentuan :

1. Apabila nilainya kurang dari 0,6 adalah kurang baik
2. Apabila nilainya diatas 0,7 dapat diterima

3. Apabila nilainya diatas 0,8 adalah baik

Pada variabel Terpaan Tayangan Sibak A1 Padang TV mempunyai nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,737 atau 73,7%, dan variabel Pengetahuan Hukum mempunyai nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,768 atau 76,8%. Nilai reliabel semua pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* 0,70, maka dapat dikatakan semua pertanyaan reliabel dan layak digunakan sebagai data penelitian.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 12,776 + 1,101X + e$ . Bilangan konstanta (a) sebesar 12,776 dan koefisien variabel tayangan Sibak A1 Padang TV sebesar 1,101.

Sehingga jika variabel Terpaan Tayangan Sibak A1 Padang TV mengalami kenaikan 1 dalam satuan maka Pengetahuan Hukum akan mengalami kenaikan sebesar 1,101. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Terpaan Tayangan Sibak A1 Padang TV dengan Pengetahuan Hukum.

### Uji Koefisien Determinasi

Tabel *Model Summary* memperlihatkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,637 dan koefisien determinasi ( $R_{square}$ ) adalah sebesar 0,406 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,637 x 0,637. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa pengaruh terpaan tayangan Sibak A1 Padang TV terhadap pengetahuan hukum masyarakat Kecamatan Koto Tangah sebesar 40,6 % dengan kategori sedang atau cukup. Sementara sisanya sebesar 59,4 % lagi dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Hal ini berarti pengaruh terpaan tayangan Sibak A1 Padang TV sebesar 40,6 % terhadap pengetahuan hukum

masyarakat Kecamatan Koto Tangah dikategorikan memiliki pengaruh yang sedang atau cukup kuat.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Terpaan Tayangan Sibak A1 Padang TV terhadap Pengetahuan Hukum. Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah di uraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Terpaan Tayangan Sibak A1 Padang TV berpengaruh signifikan terhadap Pengetahuan Hukum pada masyarakat di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

Hasil ini didapat dari nilai signifikan Terpaan Tayangan Sibak A1 Padang TV sebesar 0,000 lebih rendah dari tingkat probabilitas yang sebesar 0,05. Pada tabel *Model Summary* memperlihatkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,637 dan koefisien determinasi ( $R_{square}$ ) adalah sebesar 0,406 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,637 x 0,637.

Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa pengaruh terpaan tayangan Sibak A1 Padang TV terhadap pengetahuan hukum masyarakat Kecamatan Koto Tangah sebesar 40,6 % dengan kategori sedang atau cukup. Sementara sisanya sebesar 59,4 % lagi dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Hal ini berarti pengaruh terpaan tayangan Sibak A1 Padang TV sebesar 40,6 % terhadap pengetahuan hukum masyarakat Kecamatan Koto Tangah dikategorikan memiliki pengaruh yang sedang atau cukup kuat.

### Saran

Untuk mengembangkan ilmu komunikasi mengenai pengaruh program siaran acara, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan menggunakan topik yang sama, hendaknya meneliti faktor lain yang dapat

mempengaruhi kreativitas pelajar yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi:

1. Masyarakat

Untuk masyarakat dapat mempelajari dan memahami pengetahuan hukum yang ada di Indonesia melalui media massa seperti lewat program acara televisi yang menyajikan konten-konten tentang hukum dan pelanggaran.

2. Peneliti Selanjutnya

Dapat menambahkan jumlah variabel yang dapat mempengaruhi pengetahuan hukum yang tidak ada dalam penelitian ini, serta memperluas objek penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2015). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Komala dan Siti Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, Uchjana Onong. (2006). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Gassing, S, Syarifuddin. (2016). *Public Relation. Edisi I*. Yogyakarta:

ANDI.

- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Juliansyah, Noor. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Kanaidi. (2010). *Pengaruh Customer Relationship, Citra Perusahaan, dan Customer Trust Terhadap Loyalitas*. “COMPETITIVE” Majalah Ilmiah, Volume 6 No.2. ISSN : 0216 –2539.
- Lexy J. Moleong. (2005). *metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja.
- Marzuki. (2002). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPFE UII.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muda, Deddy Iskandar. (2005). *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. (2000). *McQuail’s Mass Communication Theory 5th Edition*. London: Sage Publication.
- Notoadmodjo, Soekidji. (2012). *Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurudin, M.Si. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa* . Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Soemirat, saleh. (2015). *Dasar-dasar public relation*. Bandung: Rosda.
- Sony. (2004). *Metode Riset Sumber Daya*

- Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suprpto. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Edisi V. Cetakan ketujuh.
- UU No. 32 Th. 2002 tentang penyiaran.
- Usman Ks. (2009). *Ekonomi Media : Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.