HUBUNGAN PROPAGANDA TERHADAP TINGKAT KECEMASAN ATLET KABUPATEN KENDAL PADA PORPROV JAWA TENGAH 2018

SKRIPSI
diajukan dalam rangka penyelesaian studi Strata 1
untuk memperoleh gelar Sarjana Olahraga
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

Gunanjar Sugiharso

6211412104

ILMU KEOLAHRAGAAN

FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2019

ABSTRAK

Gunanjar Sugiharso. 2019. ***Analisis Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah*** . Skripsi, Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Dr. Heny Setyawati, M.Si.

Kata Kunci: Analisis, Propaganda, Tingkat Kecemasan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan propaganda terhadap tingkat kecemasan atlet kabupaten Kendal dalam porprov Jawa Tengah 2018.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis data. Penelitian ini dilaksanakan 26 Oktober sampai 26 Nopember 2018 di Kabupaten Kendal. Responden dalam penelitian ini sebanyak 232 atlet Kabupaten Kendal yang berpartisipasi dalam Porprov Jawa Tengah 2018. Teknik pengumpulan data menggunakan 1) Angket, dan 2) dokumentasi. Instrumen Penelitian menggunakan angket dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini diketahui adanya Hubungan positif Propaganda terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018. Tingkat Kecemasan dengan hasil responden paling banyak dalam kategori cukup tinggi sebanyak 52,59% dan paling sedikit dalam kategori sangat tinggi yaitu 3,02%. Propaganda dengan hasil responden paling banyak dalam kategori cukup tinggi sebanyak 62,50% dan paling sedikit dalam kategori rendah sebanyak 0%.

Simpulan Penelitian ini terbukti dari hasil uji statistik korelasi propaganda dan tingkat kecemasan dengan membandingkan antara koefisien korelasi (r) dengan r table pada taraf nyata 5% dan derajat bebas n-2. Hipotesis yang diuji adalah: H0 : Hubungan antar propaganda dan tingkat kecemasan tidak signifikan melawan H1 : Hubungan antara propaganda dan tingkat kecemasan signifikan. Tolak H0 jika r > r-tabel. Nilai r-tabel adalah 0,129. Karena e (0,472) > r-tabel (0,129) maka H0 ditolak dan disimpulkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara propaganda dan tingkat kecemasan.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya:

Nama	: Gunanjar Sugiharso
NIM	: 6211412104
Jurusan/Prodi	: Ilmu Keolahragaan
Fakultas	: Ilmu Keolahragaan
Judul Skripsi	: Analisis Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini hasil karya saya sendiri dan tidak menjiplak (plagiat) karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya maupun sebagian. Bagian tulisan dalam skripsi ini yang merupakan kutipan dari karya ahli atau orang lain, telah diberi penjelasan sumbernya sesuai dengan tata cara pengutipan.

Apabila pernyataan saya ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Negeri Semarang dan sanksi hukum sesuai ketentuan yang berlaku di wilayah negara Republik Indonesia.

Semarang, 14 Januari 2019
Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Gunanjar Sugiharso
6211412104

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018." telah disetujui untuk diajukan dalam sidang panitia ujian skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang pada:

Hari :

Tanggal :

Menyetujui,

Ketua Jurusan	Pembimbing,
Drs. Said Junaidi, M.Kes	Dr. Heny Setyawati, M.Si.
NIP.196907151994031001	NIP. 196706101992032001

PENGESAHAN

Skripsi atas nama Gunanjar Sugiharso NIM 6211412104. Jurusan Ilmu Keolahragaan. Judul Hubungan Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018, telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang pada hari Senin tanggal 28 Januari 2019.

Panitia Ujian

Ketua

Prof. Dr. Tandiyo Rahayu, M. Pd
NIP. 196103201984032001

Sekretaris

Sugiarto, S.Si.,M.Sc
NIP. 198012242006041001

Dewan Penguji

1. Drs. Said Junaidi, M.Kes (Ketua)
   NIP. 196907151994031001

2. Dr. Siti Baitul M, S.Si.,M.Si.Med (Anggota)
   NIP. 198112242003122001

3. Dr. Heny Setyawati, M.Si (Anggota)
   NIP. 196706101992032001

v

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

~Jangan anda merasa mencintai kegiatanmu kalau tidak bisa bertanggung jawab, tetapi awali kegiatanmu dengan rasa tanggung jawab dan rasa cinta itu akan datang sendiri.

Persembahan:

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Orang tua saya Bapak Sukahar dan Ibu Sudarwati. Terima kasih atas Motivasi, do'a dan materi yang telah diberikan.
2. Seluruh keluarga saya, terima kasih atas limpahan kasih sayang, doa dan dukungannya.
3. Keluarga Hockey Kabupaten Kendal yang selalu memberikan saya semangat.
4. Almamaterku Universitas Negeri Semarang.

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL i
ABSTRAK ii
PERNYATAAN iii
PERSETUJUAN iv
PENGESAHAN v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 1
1.3 Pembatasan Masalah 7
1.4 Rumusan Masalah 7
1.5 Tujuan Penelitian 7
1.6 Manfaat Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Olahraga 9
2.2 Propaganda 10
2.3 Media Online 20
2.3.1 Media Sosial Sebagai Media Komunikasi 22
2.3.2 Jenis Komunikasi 23
2.3.3 Komunikasi menurut Perilakunya 23
2.3.4 Komunikasi Menurut Aliran Informasi 24
2.3.5 Jenis Komunikasi Menurut Jaringan Kerja 25
2.3.6 Jenis Komunikasi Menurut Peranan Individu 25
2.3.7 Jenis Komunikasi Menurut Jumlah Pelaku Dalam Komunikasi . 25
2.3.8 Seni Berkomunikasi 25
2.3.9 Alat Propaganda 26

2.3.10 Seni Komunikasi Propaganda 27
2.3.11 Efek Psikologis Propaganda Media Massa..... 38
2.4 Kecemasan 29
2.4.1 Gejala Kecemasan 31
2.4.1.1 Pengaruh pada kondisi kefaalan 32
2.4.1.2 Pengaruh pada aspek psikis 32
2.4.2 Sumber Kecemasan..... 33
2.4.2.1 Sumber dari dalam 34
2.4.2.2 Sumber dari luar..... 34
2.4.3 Jenis-Jenis Kecemasan 36
2.5 Kerangka Berfikir..... 37
2.6 Hipotesis 38
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis dan Desain Penelitian 39
3.1.1 Jenis Penelitian 39
3.1.2 Desain Penelitian..... 40
3.2 Variabel Penelitian 40
3.2.1 Identifikasi Variabel 40
3.2.2 Definisi Oprasional Variabel..... 40
3.2.2.1 Propaganda..... 40
3.2.2.2 Tingkat Kecemasan..... 41
3.3 Populasi dan Sampel..... 42
3.3.1 Populasi 42
3.3.2 Sampel 43
3.4 Metode Pengumpulan Data 44
3.4.1 Angket 44
3.4.2 Dokumentasi 45
3.5 Kisi-Kisi Propaganda dan Tingkat Kecemasan 46
3.6 Validitas dan Reliabilitas..... 46
3.6.1 Validitas..... 46
3.6.1.1 Hasil uji validitas instrument propaganda..... 47
3.6.1.2 Hasil uji validitas instrument tingkat kecemasan 47
3.6.2 Uji Reliabilitas..... 48

3.6.2.1 Hasil uji reliabilitas instrument propaganda 49
3.6.2.2 Hasil uji reliabilitas instrument tingkat kecemasan 50
3.7 Prosedur Penelitian 51
3.7.1 Pembuatan Rancangan Penelitian 51
3.7.2 Pelaksanaan Penelitian 51
3.7.3 Pembuatan Laporan Penelitian 51
3.8 Persiapan Penelitian 52
3.8.1 Orientasi Kancah 52
3.8.2 Proses Perijinan 52
3.8.3 Penentuan Sampel 52
3.9 Analisis Data 52
3.9.1 Uji Normalitas Data 53
3.9.2 Presentase Perolehan Skor 53
3.9.3 Uji Koefisien Korelasi 55
3.9.4 Koefisien Determinasi 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 57
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Propaganda 57
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Tingkat Kecemasan 58
4.2 Hubungan Antara Propaganda dengan Tingkat Kecemasan 60
4.2.1 Pengujian Asumsi Normalitas 60
4.2.2 Korelasi Propaganda dan Kecemasan 60
4.2.3 Uji Signifikansi Korelasi 62
4.2.4 Koefisien Determinasi 62
4.3 Pembahasan 62
4.3.1 Propaganda 62
4.3.2 Tingkat Kecemasan 63
4.3.3 Hubungan antara Propaganda dengan Tingkat Kecemasan 64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan 66
5.2 Saran 66
DAFTAR PUSTAKA 68
LAMPIRAN 70

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
3.1	Komponen Propaganda	41
3.2	Komponen Tingkat Kecemasan	42
3.3	Populasi Penelitian	43
3.4	Kisi-Kisi Propaganda	47
3.5	Kisi-Kisi Tingkat Kecemasan	48
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Propaganda	54
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kecemasan	56
3.8	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	56
3.9	Interpretasi Presentase	58
4.1	Kriteria Nilai Propaganda	57
4.2	Presentase Propaganda	57
4.3	Kriteria Nilai Kecemasan	58
4.4	Presentase Tingkat Kecemasan	59
4.5	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	60
4.6	Hasil Uji Normalitas	60
4.7	Korelasi Spearman Propaganda dan Tingkat Kecemasan	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 37

2. Gambar 4.1 Presentase Jawaban Angket Propaganda 58

3. Gambar 4.2 Presentase Jawaban Angket Tingkat Kecemasan 59

4. Gambar 4.3 Hubungan antara Propaganda dan Tingkat Kecemasan ... 61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Surat Usulan Dosen Pembimbing 71
2. Surat Keputusan Dosen Pembimbing 72
3. Surat Ijin Observasi..... 73
4. Surat Balasan Ijin Observasi..... 74
5. Surat Ijin Penelitian..... 75
6. Surat Balasan Ijin Penelitian 76
7. Daftar Nama Atlet 77
8. Kisi-Kisi Propaganda dan Tingkat Kecemasan..... 84
9. Hasil Uji Coba Instrumen Propaganda dan Tingkat Kecemasan 89
10. Hasil Tabulasi Uji Coba Propaganda dan Tingkat Kecemasan 93
11. Uji Validitas, Reliabilitas (Propaganda, Tingkat Kecemasan) 96
12. Instrumen Penelitian 103
13. Tabulasi Hasil Penelitian..... 106
14. Hasil Analisis Data..... 126
15. Pelaksanaan Penelitian 134

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olahraga prestasi adalah olahraga yang membina dan mengembangkan olahragawan secara terencana, berjenjang, dan berkelanjutan melalui kompetisi untuk mencapai prestasi dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi keolahragaan, bahkan Dalam pencapaian prestasi yang maksimal pada Atlet diperlukan faktor latihan yang optimal, terencana dan berkelanjutan. Seperti yang dikemukakan oleh Bompa (1999:55) "*the stronger the physical foundation, the higher the technical, tactical, and psychological heights*". Maksudnya adapun empat aspek latihan yang perlu diperhatikan dan dilatih secara seksama oleh atlet, yaitu latihan tehnik, latihan taktik, latihan fisik, dan latihan mental.

Persaingan olahraga prestasi ini makin ketat, prestasi bukan lagi milik perorangan, tetapi juga menyangkut harkat dan martabat suatu bangsa. Itulah sebabnya berbagai daya dan upaya dilakukan oleh suatu negara untuk menempatkan atletnya sebagai juara pada berbagai kegiatan olahraga besar yang melibatkan nama suatu negara. Oleh sebab itu, berbagai daya dan upaya dilakukan untuk mencapai prestasi.

Pelaksanaan Porprov biasanya diwarnai dengan berbagai kegiatan propaganda. Segala cara ditempuh dan digunakan demi memenangkan Porprov terlepas dengan cara *positif* maupun *negative*. Propaganda yang tak berimbang tentunya memiliki kepentingan-kepentingan yang biasanya berkenaan dengan kepentingan kontingen masing-masing, bertujuan untuk menjatuhkan mental lawan dan menaikan pamor kontingen masing-masing.

Sebenarnya Propaganda sendiri berasal dari *Roman Catholic Congregatio de Propaganda Fide (Committee for the Propagation of The Faith),* sebuah tatanan gereja yang didirikan oleh Papal Bull tahun 1622. *Propaganda Fide* sesungguhnya ditemukan saat terjadinya penindasan terhadap reformasi kaum Protestan. Perlahan-lahan istilah propaganda mengacu pada jenis strategi komunikasi tertentu. Propaganda menggunakan jenis komunikasi lepas untuk menyebarkan kepercayaan dan harapan tertentu. Tujuan utama para propaganda adalah untuk mengubah cara orang bertindak dan membiarkan orang yang meyakini bahwa tidak ada paksaan pada tindakan diri mereka (Baran dan Davis, 2010: 94)

Hingga saat ini diperkirakan praktik propaganda masih digunakan oleh berbagai sumber berita. Para propagandis biasanya menggunakan media sebagai senjata untuk menyuntikan sesuatu yang dapat mempengaruhi dan pemaknaan tertentu. Namun tidak sedikit juga media itu sendiri yang justru melakukan praktik propaganda. Media seharusnya mempunyai obyektivitas tersendiri dalam menyajikan sebuah berita. Fenomena dalam pemberitaan inilah yang menarik untuk diteliti.

Media Massa mempunyai peran penting dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Tidak dapat disangkal, informasi merupakan salah satu kebutuhan *public*, dan *media massa* merupakan sarana bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin, S.Sos. M.Si mendefinisikan *media massa* sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.

Sebagian besar orang menghabiskan sebagian waktunya sehari-hari dengan memanfaatkan media massa, seperti membaca surat kabar dan menonton televisi. Gamble dan Gamble (2001) menyebutkan bahwa kebanyakan orang menghabiskan waktunya sekitar tujuh jam untuk mengkonsumsi media massa ditengah kesibukan pekerjaanya. Hal ini menunjukan bahwa *media massa* secara sadar maupun tidak, memiliki peran vital di kehidupan sehari-hari, karena selain sebagai penyalur informasi, media massa juga dapat sebagai penghibur, bahkan pelarian dari beban menumpuk.

Saat ini perkembangan media yang paling baru adalah penemuan *internet*. Tidak hanya berkembang dan tumbuh, penemuan *internet* saat ini sedang di gemari oleh masyarakat luas, salah satunya adalah *media online*. Media Online memiliki bebrapa kelebihan dibandingkan media lain, salah satunya adalah pembaruan suatu informasi dan pesan tidak hanya terjadi dalam hitungan hari atau jam, bahkan sudah dalam hitungan detik. Kelebihan inilah yang menyebabkan *media online* lebih digemari dan lebih maju secara pesat.

Media Online yang tumbuh dan maju sekarang ini, makin ramai mewarnai *media massa* dan menjadi pilihan dalam kebutuhan informasi. Beberapa kelebihan *media online* yang lain diantaranya, dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, *media online* juga sudah mampu mewakili media lain karena mempunya audio dan visual dengan melakukan *streaming* dan bias juga digunakan untuk siaran langsung atau *live streaming* seperti halnya pada televisi dan radio. Severin dan Tankard (2005: 458) mengutip dari Mc Luhan mengatakan, *Media Online* adalah gagasan baru dalam bermedia, namun media baru masih mengikuti pada media lama dan bahkan sering memanfaatkan media lama sebagai tolak ukur dalam segi isi yang diterapkan di *internet.*

Di Indonesia *media online* pada awalnya hanya memindahkan isi berita yang ada di surat kabar atau Koran ke *internet.* Dengan kata lain desain berita versi cetak dengan *online* tidak ada perbedaan. Salah satunya desain *media online* yang paling umum diaplikasikan adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh bebrapa fasilitas teknologi *online* dan berita didalamnya (Severin dan Tankard, 2005: 463)

Dalam dunia olahraga ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesiapan atlet saat menjelang pertandingan, yaitu fisik, teknik, taktik, dan mental. Tampak dari ke empat faktor tersebut segi psikologis juga sangat penting untuk diperhatikan kondisinya. Sebagaimana faktor mental yang lain seperti tingkat kecemasan, kecemasan merupakan salah satu faktor yang dapat menjatuhkan performa atlet.

Kondisi psikologi atlet Kabupaten Kendal yang akan menghadapi Porprov dapat mengalami masalah pada mental yang berakibat pada tingginya tingkat kecemasan atlet dalam menghadapi pertandingan. Menurut Monty Satiadarma, dan Myrna Soekasah (1996:49), “Aspek mental pertandingan harus dilatih karena keberhasilan saat pertandingan ditentukan 80% oleh mental dan 20% oleh faktor lainnya. Atlet akan mencapai prestasi masksimal jika ia siap secara fisik dan psikologis, mampu mempertahankan performa terbaiknya dalam situasi yang menegangkan.” Meskipun tidak semua atlet mengalami hal tersebut. Karena setiap atlet memiliki pola pikir yang berbeda-beda.

Menurut Alwisol (2009: 134-135) kecemasan dasar berasal dari rasa takut, yakni suatu peningkatan yang berbahaya dari perasaan tidak berteman dan tidak berdaya dalam dunia penuh ancaman. Kecemasan cenderung

dikeluarkan dari kesadaran, karena menunjukan rasa takut bisa membuka kelemahan diri dan menunjukan rasa marah. Bagi Atlet kondisi seperti inilah yang akan menurunkan kualitas performa saat bertanding dalam Porprov. Cemas akan membuat seorang atlet merasa tegang dan tertekan. Menurut Suyono (2011:11), kesiapan fisik dan psikologis atlet dalam mencapai prestasi secara maksimal, tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis olahraga dan kesehatan fisik yang dimiliki atlet yang bersangkutan, tetapi juga bergantung pada keadaan psikologis dan mentalnya.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada atlet Kabupaten Kendal dan pelatih. Berdasarkan wawancara tersebut, mereka menyatakan bahwa atlet tidak maksimal dalam berlatih, Hal ini dikarnakan aktifitas propaganda yang marak diperbincangkan, dengan menyajikan kabar tentang kontingen lawan yang mempunyai target juara, serta menjanjikan adanya dana bonus yang akan diterima, sehingga membuat Atlet Kabupaten Kendal merasa iri terhadap kontingen lain. Para Pelatih Kabupaten Kendal dalam persiapan mengikuti Porprov Jawa tengah tahun 2018, memberikan motivasi agar tidak terpengaruh strategi propaganda lawan melalui media-media yang membuat berita tersebut, hal ini disebabkan karena setiap kontingen mempunyai manajemen target dan tujuan sendiri-sendiri.

Melalui pendekatan-pendekatan psikologi olahraga, hal ini bagaimana cara mempersiapkan kondisi fisik dan keadaan cemas atau mental atlet melalui latihan-latihan yang terencana, terukur dan berkesinambungan dengan baik yang berkaitan dengan latihan mental menjadi ajang pertarungan atau persaingan tersendiri, karna pada kondisi-kondisi tertentu, mempersiapkan kondisi mental sebaik-baiknya sering kali menjadi faktor penentu dalam suatu pertandingan

dalam kejuaraan. McDonald & Angus (2001:3) mengungkapkan bahwa, "*Anxiety may occur as an effect of one's failure to develop the specific skills necessary for making career decisions. On the other hand anxiety may be viewed as a causative factor in career indecision",* Kecemasan mungkin terjadi sebagai suatu efek kegagalan seseorang dalam mengembangkan keahlian khusus yang penting dalam membuat keputusan karirnya. Sebaliknya kecemasan mungkin dipandang sebagai faktor yang menyebabkan penyebab kegagalan dalam karir.

Dalam momentum Porprov memberi dampak positif bagi semua yang berpartisipasi karena bisa saling mengenal dengan satu sama lain yang berasal dari berbagai daerah di Provinsi Jawa Tengah. Dengan kegiatan Porprov seluruh atlet Jawa Tengah bisa bekerja keras untuk memberikan yang terbaik agar bisa berprestasi diajang yang lebih tinggi lagi. Ada 46 cabang olahraga yang akan dipertandingkan dalam Porprov tahun 2018 di Jawa tengah.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul " Analisis Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018 ".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diketahui permasalahan yang ada. Permasalahan tersebut dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

1. Mendapat tekanan berupa Propaganda dari lawan yang dapat membuat atlet Kabupaten Kendal merasa cemas (*anxiety*).
2. Propaganda muncul sebelum pertandingan yang membuat atlet Kabupaten Kendal merasa cemas.

3. Kecemasan muncul saat bertanding oleh Propaganda saat sebelum bertanding.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar bisa memfokuskan pada penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan identifikasi masalah maka permasalahan dibatasi pada “Hubungan Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal pada Porprov Jawa Tengah 2018”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah maka masalah dapat dirumuskan menjadi “Hubungan Propaganda dengan Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018”.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah, untuk mengetahui hubungan propaganda terhadap tingkat kecemasan atlet kabupaten kendal dalam porprov Jawa Tengah 2018.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Memberikan sumbangan untuk perkembangan pengetahuan, khusunya bagi kepengurusan Kabupaten Kendal di bidang

kepelatihan serta umumnya bagi semua masyarakat pecinta olahraga.

b. Dapat dijadikan kajian untuk melakukan penelitian yang sama tentang hubungan propaganda dengan tingkat kecemasan Atlet Kabupaten Kendal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pemain, dapat mengetahui dan bagaimana cara terhindar dari strategi propaganda yang di terapkan oleh lawan.

b. Bagi Penonton, dapat mengetahui apa yang seharusnya dilakukan bagi Atlet Kendal, saat mengetahui strategi propaganda diterapkan oleh lawan.

c. Bagi Pelatih, dapat mengetahui dan memberikan arahan yang benar terkait hal-hal yang mengganggu mental dan performa atlet saat bertanding.

d. Bagi Organisasi, dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk merekrut pemain-pemain yang berkualitas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Pengertian Olahraga

Olahraga tidak dapat dipisahkan dari sejarah bangsa Yunani yang mengagungkan Dewa Olympus, keindahan fisik, serta melahirkan pesta olahraga dunia yakni olympiade Gardner 1980 dalam Singgih Gunarsa dkk (1996:118) Kata olahraga sepadan dengan kata “sport” dalam bahasa inggris yang dapat berarti aktivitas yang dikerjakan untuk mendapatkan kesenangan atau berarti rekreasi (Abdullah dan Manadji, 1994:9), menurut Bennet dkk dalam Harsuki (2002:30), olahraga (sport) adalah aktivitas jasmani yang dilembagakan yang peraturannya ditetapkan bukan oleh pelakunya atau secara eksternal dan sebelum melakukan aktivitas. Menurut Mochammad Sajoto (1988:1) bahwa ada empat dasar yang menjadikan manusia melakukan kegiatan olahraga, pertama adalah mereka, yang melakukan kegiatan olahraga untuk rekreasi, yaitu mereka-mereka yang melakukan olahraga hanya untuk mengisi waktu senggang, kedua adalah mereka yang melakukan kegiatan olahraga dengan tujuan pendidikan, seperti misalnya olahraga disekolah-sekolah yang diasuh oleh guru olahraga, ketiga adalah mereka yang melakukan kegiatan olahraga dengan tujuan mencapai tingkat kesegaran jasmani, sedangkan yang keempat adalah mereka yang melakukan kegiatan olahraga untuk mencapai prestasi. Undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional, No 3 Tahun 2005 Pasal I, ayat 3 (2005:10) menyatakan bahwa sistem keolahragaan nasional adalah keseluruhan aspek keolahragaan yang saling terkait secara terencana, sistimatis, terpadu, dan berkelanjutan sebagai satu kesatuan yang meliputi pengaturan, pendidikan,

pelatihan, pengelolaan, pembinaan, pengembangan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan keolahragaan nasional. Sebagaimana tertera dalam pasal 20 ayat 3-5 Undang-undang Sistem Keolahraga Nasional No 3 tahun 2005 yakni olahraga prestasi dilaksanakan melalui proses pembinaan dan pengembangan secara terencana, berjenjang, dan berkelanjutan dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi keolahragaan, oleh karena itu untuk memajukan olahraga prestasi, pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat dapat mengembangkan : (1) perkumpulan olahraga (2) pusat penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi keolahragaaan (3) sentral pembinaan olahraga prestasi (4) pendidikan dan pelatihan tenaga keolahragaan, (5) prasarana dan sarana olahraga prestasi (6) sistem pemanduan dan pengembangan bakat olahraga (7) sistem informasi keolahragaan; dan (8) melakukan uji coba kemampuan prestasi olahragawan pada tingkat daerah, nasional, dan internasional sesuai dengan kebutuhan. Berbagai upaya penyediaan sarana dan prasarana bagi pembinaan prestasi baik ditingkat nasional maupun daerah merupakan bagian integral dari keberhasilan pembinaan atau peningkatan kualitas olahraga prestasi. Oleh karena itu, pembangunan, penyediaan dan pengembangan saran dan prasaran bagi olahraga prestasi perlu mendapat perhatian tidak hanya oleh pembina olahraga tetapi oleh pemerintah maupun masyarakat. Hal ini tertuang dalam undang-undang RI no.3 tahun 2005, tentang Sistem Keolahragaan Nasional dalam mengatur sarana dan prasarana olahraga.

2.2 Propaganda

Harold Lasswell dalam Kunandar (2015: 7) membuat beberapa definisi tentang propaganda. Dalam *Propaganda Technique in the World War (1927)* ia

menyatakan. “Propaganda semata merujuk pada kontrol opini dengan simbol-simbol penting atau berbicara secara lebih konkret dan kurang akurat melalui cerita, rumor, berita, gambar, atau bentuk-bentuk komunikasi sosial lainya. Kemudian dalam *The Theory of Political Propaganda*, Lasswell menulis, “Propaganda adalah manajemen sikap kolektif melalui manipulasi simbol yang signifikan. Sebuah kelompok propaganda dapat berkembang secara rahasia dan yang lainnya dengan mengundang atau melakukan publisitas.” dilanjutkan, “Propaganda bias didefinisikan sebagai sebuah teknik melakukan control sosial, atau sebuah bentuk dari pergerakan sosial. Sebagai sebuah teknik, propaganda lebih merupakan manipulasi dari sikap kolektif dengan menggunakan simbol yang signifikan (kata, gambar, atau suara) ketimbang kekerasan, penyuapan, atau pemboikotan. Propaganda harus dibedakan dengan teknik pedagogi karena propaganda lebih menekankan pada sikap mencintai atau membenci, sementara pedagogi diarahkan untuk menyebarkan keahlian tertentu. Penyebaran sikap yang kontroversial dilakukan oleh propaganda, sementara penyebaran dari sikap yang bias diterima dan keahlian adalah pendidikan (edukasi).

Sepuluh tahun kemudian (1937) Lasswell memberikan definisi yang agak berbeda: “Propaganda dalam arti yang paling luas adalah teknik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bias berbentuk lisan, tulisan, gambar, atau musik. Dan suatu kesadaran yang paling luas seperti teknik atau manipulasi penyajian pesan tertentu yang mempengaruhi tindakan manusia.”

Tujuan propaganda adalah untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku dari kelompok sasaran, selagi kelompok ini dibentuk oleh struktur interaksi antara personal dan terintegrasi atau sebagai bagian dari masyarakat. Para

propagandis umumnya sedang berusaha untuk mengolah kelompok sasaran agar mereka dapat menerima pesan dan menjadikan pesan itu menjadi kenyataan dalam tindakan.

Menurut Kunandar (2015: 77) dilihat dari perspektif informasi palsu atau dilihat dari sumber penyebar informasinya, propaganda dapat digolongkan dalam tiga jenis, yaitu (1) propaganda putih, (2) propaganda hitam, dan (3) propaganda abu-abu. Sebenarnya penyebutan putih, hitam dan abu-abu sama sekali tidak berkaitan dengan tingkat kebenaran informasi yang disebarkan, tetapi lebih pada kejelasan siapa yang menjadi sumber propagandanya. Oleh karena itu, meskipun namanya propaganda putih, tidak serta-merta bahwa apa yang disebarkannya mengandung 100 persen kebenaranya.

(1) Propaganda Putih (*white propaganda*)

Propaganda putih adalah propaganda yang berasal dari sumber yang dapat diidentifikasi, sumbernya jelas dan terbuka, sehingga setiap orang dapat mengetahui kredibilitas sumber propaganda. Informasi yang berada dalam persen yang disampaikan kepada khalayak cenderung akurat (meskipun kebenaranya tetaplah harus diverifikasi). Masih sangat memungkinkan bahwa pesan yang disebarkan adalah pesan yang tidak benar atau seluruhnya benar. Akan tetapi, karena sumbernya terang-terangan, pengajuan pesan yang tidak benar jadi malah akan merusak reputasi dari si sumber.

Menurut Nicholas J. Cull dalam buku *Propaganda and Mass Persuasion, A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present* menyebutkan :

> *The massage conveyed in the white propaganda generally intended to convinve the public of the supremacy and truth of the regime of particular ideology. During the Cold War, for example, Voice of America and Moscow Radio equally used to spread propaganda message with*

the aim to establish the credibility of each party, both the US and Soviet. (Cull, 2003: 426).

Propaganda putih bisa juga berupa perayaan hari kemerdekaan yang mengusung pesan-pesan patriotism dan menumbuhkan rasa kebangsaan. Selain itu, kegiatan jurnalistik yang berkaitan dengan peliputan kompetisi olahraga internasional juga bisa digolongkan sebagai propaganda putih. Karena di situ biasanya terdapat bias (bagi khalayak dari negara lain), misalnya peliputan yang dilakukan BBC tentu saja akan bias bagi khalayak non-Inggris. Atau, contoh yang lebih konkrit, saat *Olimpiade 2004* dilaksanakan di Yunani, banyak media yang menyoroti rendahnya penjualan tiket, pemerintah Yunani melancarkan propaganda putih dengan mempromosikan negaranya sebagai 'tujuan yang aman' atau 'negara Eropa yang modern'.

(2) Propaganda Hitam (*black propaganda*)

Menurut Jowett dan O'Dinell (2006: 16), propaganda hitam adalah propaganda yang berasal dari sumber palsu yang menyebarkan kebohongan, pemalsuan, bahkan penipuan. Propaganda hitam adalah kebohongan besar termasuk didalamnya segala jenis dari usaha-usaha yang mengandung tipu daya. Propaganda hitam sering disamakan dengan *covert propaganda*, propaganda tertutup, yakni propaganda yang dilancarkan pihak tertentu dengan cara menyembunyikan identitasnya sendiri dengan mengaku berasal dari seseorang atau suatu tempat lain, dengan sumber informasi yang benar. Dalam propaganda hitam identitasnya seringkali harus disembunyikan karena memang informasi yang disampaikan penuh dengan distorsi bahkan kebohongan

Sedangkan menurut Alip Kunandar dalam buku Memahami Propaganda (Metode, Praktik, Analisis) menyebutkan:

> Propaganda hitam seringkali ditudingkan sebagai propaganda yang bersumber dari pihak lawan. Pada umumnya pihak lawan selalu mengajukan pesan-pesan dari propagandis. Dalam kampanye, jenis propaganda hitam, selalu di sebut black campaign, yaitu penyebarluasan pesan untuk merendahkan sumber propaganda, dengan demikian khalayak diajak untuk tidak perlu percaya kepada pihak propagandis. (Kunandar, 2015: 78)

Sukses tidaknya propaganda hitam, sangat tergantung dari bagaimana propagandis memahami khalayak sasaranya dengan melalui berbagai pendekatan, misalnya saja pendekatan budaya, sosial, politik, dan psikologi khalayak sasaranya.

Salah satu contoh propaganda hitam, saat PD II ketika Hitler merencanakan invasi ke Inggris Raya, muncul sebuah siaran radio yang dikenal sebagai *"The New English Broadcasting Station"* yang bersiaran selama setengah jam setiap hari, dibuka dengan lagu *Loch Lomond* dan ditutup dengan lagu *God Save The King*. Stasiun radio ini terus menerus menyiarkan apa yang disebutnya sebagai berita perang. Seolah-olah, radio ini dijalankan oleh pihak Inggris, padahal sesungguhnya ini adalah operasi diam-diam yang dijalankan oleh Jerman untuk meruntuhkan moral rakyat Inggris ketika terjadi Perang Britania.

(3) Abu – abu (*grey propaganda*)

Propaganda abu – abu adalah propaganda yang dilakukan oleh kelompok atau sumber yang tidak jelas. Biasanya isi pesanya menimbulkan keraguan, untuk mengacaukan pikiran orang, adu domba intrik, massa menjadi ragu atas suatu persoalan yang tengah berkembang. Propaganda dilancarkan dengan menghindari identifikasi sumbernya. Oleh karena itu,

ada yang menganggapnya propaganda hitam atau propaganda terselubung yang kurang mantap

Sedangkan *Institut for Propaganda Analysis* (IPA) didirikan pada tahun 1937 oleh pakar psikologi sosial Hadley Cantril dengan koleganya Edward A Filene yang bertujuan untuk menyadarkan rakyat AS tentang propaganda. Salah satu topic kajian yang dilakukan *IPA* adalah pengaruh propaganda Nazi Jerman. Charles E. Coughlin, seorang pendeta Katolik adalah salah satu tokoh utama penyebar faham Nazi di AS. Ia rajin berceramah di radio, dan mampu menjangkau 30 juta pendengar diseluruh AS, hingga ia dikenal dengan julukan 'pendeta radio'. Hal yang dianggap mencemaskan adalah, karena ceramah Coughlin dianggap menyajikan filsafat fasis. Salah satu majalah yang diterbitkannya. *Social Justice* akhirnya dilarang di AS karena dianggap mewakili jalur propaganda Nazi. (Severin dan Tankard, 2011: 130).

Hasil kajian IPA kemudian diterbitkan dalam bentuk buku yang disunting oleh Alfred McClung dan Elizabeth Briant Lee (1939) yang berjudul *The Fine Art of Propaganda*. Dalam buku inilah untuk pertama kalinya diungkapkan tujuh alat umum (teknik) propaganda berdasarkan contoh-contoh propaganda yang dilakukan Coughlin melalui pidato-pidatonya di radio. Ketujuh teknik ini adalah (1) *name calling*, (2) *glittering generality*, (3) *transfer*, (4) *testimony*, (5) *plain folks*, (6) *card stacking*, dan (7) *bandwagon*.

(1) *Name Calling*

Pemberian label buruk pada suatu gagasan, dipakai untuk membuat kita menolak dan mengutuk ide tanpa mengamati bukti (Lee dan Lee, 1939: 26). *Name Calling* tidak banyak muncul dalam periklanan, mungkin karena ada keengganan untuk menyebutkan produk yang

sedang bersaing, bahkan dengan menjelaskannya. Namun demikian, pemakaiannya dalam dunia politik dan bidang-bidang wacana public lain adalah lebih umum. Sebagai contoh labeling kata "*Terorist*" teroris dan terrorism telah menjadi kata klise dalam mencari makna yang sesungguhnya. Cristoper Hitchens (1989) dalam (Severin dan Tankard, 2011: 131). Menanyakan apakah sebuah 20 aksi terorisme selalu merujuk pada setiap aksi yang ditujukan atau terkadang pemakaianya tergantung siapa yang memakainya kadang tergantung pada siapa pelakunya.

Name Calling meski selalu berkonotasi dengan pemberian julukan buruk namun dalam praktiknya bisa juga sebaliknya, dilakukan dengan cara memberikan julukan yang baik untuk mendapatkan dukungan dari pihak lain (Kunandar, 2015: 89).

(2) *Glittering Generality*

Menghubungkan sesuatu dengan "kata yang baik", dipakai untuk membuat kita menerima dan menyetujui sesuatu tanpa memeriksa bukti-bukti, pemakaianya Glittering Generality sangat meluas sehingga kita sulit mengenalinya (Severin dan Tankard, 2011: 133).

Glittering Generality juga sering muncul di dalam periklanan ataupun selain diperiklanan, bahkan dapat mengandung penipuan pada tingkat tertentu, contoh kasus yang selalu ada dalam periklanan adalah penggunaan kata "bahan-bahan alami" pada iklan shampoo, yang sesungguhnya ternyata hanya minyak kelapa dan air. Pada politik sebagian besar rakyat biasanya tidak memandang perang sebagai sesuatu yang positif, tetapi para politisi memberikan kesan positif pada

perang. Jendral Norman Schwarzkopf, ketika berbicara tentang Perang Teluk pada tahun 1991, memberikan komentar tentang: Permintaan Washington untuk menunda gencatan senjata selama dua jam untuk menjadikan serangan darat sebagai “perang seratus jam”. Komentar miring Jendral Schwarzkopf. “Mereka benar-benar paham bagaimana mengemas sebuah peristiwa bersejarah.” Eisenhower dalam (Severin dan Tankard, 2011: 135).

(3) *Transfer*

Transfer adalah membawa otoritas, dukungan, dan gengsi dari sesuatu yang dihargai dan disanjung kepada ssesuatu yang lain itu dapat diterima, transfer bekerja melalui sebuah proses asosiasi. Tujuan komunikator adalah menghubungkan gagasan atau produk dengan sesuatu yang dikagumi orang (Severin dan Tankard, 2011: 136).

Transfer dapat terjadi melalui pemakaian objek-objek simbolik. Kampanye pendukung Nazi dilambangkan dengan Swastika khas Nazi Jerman dengan latar warna merah dan putih pada setiap sesi lingkup Nazi, mulai atribut politik dan partai sampai militer.

(4) *Testimony*

Testimony atau kesaksian adalah memberi kesempatan pada orang-orang yang mengagumi atau membenci untuk mengatakan bahwa sebuah gagasan atau program seseorang itu baik atau buruk. Ini merupakan teknik yang sudah biasa dalam kampanye politik.

Dalam dunia periklanan dikenal istilah *brand ambassador* atau duta *merk*. *Brand Ambassador* biasanya diangkat dari kalangan pesohor (selebriti) dengan harapan, khalayak percaya bahwa pesohor tersebut

mencapai prestasinya (kondisinya saat ini, seperti cantik, tampan, kulit putih, berprestasi) adalah karena menggunakan produk yang diiklankan. Sebuah produk yang menggunakan *brand ambassador* berupaya untuk menggiring persepsi khalayak dengan kalimat ‘dia saja pakai, kenapa kita tidak’ atau upaya untuk membuat asosiasi produk dengan si tokoh atau sebaliknya. Akan tetapi, inti dari *testimony* bukanlah pada ‘siapa’ melainkan pada ‘apa’ yang dia katakana atau kesaksianya.

(5) *Plain Folks*

Plain floks atau orang biasa adalah teknik dan metode yang dipakai oleh pembicara dalam upayanya meyakinkan khalayak bahwa dia dan gagasanya adalah bagus karena mereka adalah bagian dari rakyat dan mengatasnamakan kepentingan rakyat. Teknik ini biasa dilakukan oleh propagandis dengan berkata atau bertingkah laku layaknya rakyat jelata (khalayak tujuan propaganda) agar khalayak merasa aman dengan dirinya, atau menganggap si propagandis atau programnya sama dengan mereka dan programnya memang untuk mereka. (Kunandar, 2015: 92)

Plain Folks banyak digunakan dalam propaganda yang berkaitan dengan kampanye politik. Misalnya saja, pada akhir tahun 1992, para professional di bidang politik yang berusaha agar Bill Clinton terpilih sebagai presiden menemukan bahwa lebih dari 40 persen pemilih tidak menyukai kandidat tersebut. Clinton dianggap sebagai politisi yang lemah yang tidak berbicara lugas. Hillary Clinton (Istrinya) digambarkan suka pergi sendirian, mulai berkuasa dan ingin tampil. Pakar polling Clinton setuju untuk menciptakan citra baru untuk Clinton dan Istrinya

sebagai suami yang idealis yang jujur, orang biasa yang sederhana dan seorang istrinya yang mesra dan penuh cinta. Usaha ini berhasil karena kemudian Clinton terpilih sebagai presiden Amerika Serikat.

(6) *Card Stacking*

Card Stacking meliputi pemilihan dan pemanfaatan fakta atau kebohongan, ilustrasi atau penyimpangan, dan pernyataan-pernyataan logis atau tidak logis untuk memberikan kasus terbaik atau terburuk pada sebuah gagasan, program, orang atau produk. *Card Stacking* pada dasarnya sama dengan teknik *slanting* dari ilmu *semantic* umum. Teknik ini memilih argumen atau bukti yang mendukung sebuah posisi dan mengabaikan hal-hal yang tidak mendukung posisi itu.

Dalam propaganda perang, *card stacking* biasanya dilakukan dengan mengumumkan jumlah korban di pihak lawan dan menyembunyikan korban di pihaknya. Tujuanya adalah untuk menjatuhkan mental lawan, atau sebaliknya, untuk meraih simpati. Kemudian, dalam propaganda yang berkaitan dengan periklanan, produk-produk yang diiklankan seringkali hanya menyebutkan kegunaan atau kelebihannya saja, tetapi tidak menyebutkan efek samping penggunaan atau kekuranganya. (Kunandar, 2-15: 92).

(7) *Bandwagon*

Teknik ini sering disebut *Mob-Mentality Trick* dengan semboyannya *Everybody's Doing it.* Kebanyakan orang memiliki kecenderungan mengikuti apa yang orang lain lakukan. Kecenderungan ini disebabkan oleh ketidakamanan yang melekat pada diri hampir semua orang juga membuat mereka takut berbeda dari orang lain. Kita semua tahu

bagaimana orang-orang perintis diberbagai bidang sangat menderita ketika mereka dicerca orang lain.

Teknik ini digunakan oleh propagandis untuk mendorong orang lain membeli hal yang sebenarnya mereka tidak butuhkan. (Liliweri, 2011: 804).

2.3 *Media Online*

Ashadi Siregar dalam Kurniawan (2005: 20) “Bahasa Jurnalistik” mendefinisikan *media online* sebagai sebuah media ynag berbasis telekomunikasi dan multimedia (*computer dan internet*). Di dalamnya terdapat portal, *website*, *radio online*, *pers online, tv online, mail online* dll dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna (*user*) untuk memanfaatkannya. Ia merupakan penggabungan dari *media massa* konvensional dengan *internet* (Kurniawan, 2005: 20)

Setidaknya, ada 6 ciri utama *media online* menurut Ashadi Siregar. Pertama, adanya kecepatan (aktualisasi) informasi. Kedua, bersifat interaktif, melayani keperluan khalayak secara lebih personal. Ketiga, memberi peluang bagi setiap pengguna hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya atau yang dibutuhkanya. Keempat, kapasitas muatan dapat diperbesar. Kelima, informasi yang disediakan tetap tersimpan (tidak terbuang), dapat ditambah kapan saja dan pengguna dapat mencarinya dengan mesin pencari. Keenam, tidak ada waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung waktu kapan pengguna mau mengakses.

Sejalan dengan hal ini, menurut Iswara dalam Arifin (2012: 35), setidaknya ada 6 karakteristik umum yang dimiliki media online, yaitu:

(1) Kecepatan (aktualitas) informasi

Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat berlangsung di *upload* ke dalam situs *web media online* ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari seperti yang terjadi pada media elektronik dan cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan *internet*, dalam waktu bersamaan, dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

(2) Adanya pembaruan (*updating*) informasi

Informasi yang disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*) informasi. Penyajian yang bersifat *real time* ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

(3) Interaktivitas

Salah satu keunggulan *media online* ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (*linear*) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan *media online* bersifat dua arah dan *egaliter*. Berbagai *features* yang ada seperti *chatroom, e-mail, online polling survey, games,* merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di *media online*. Pembaca pun dapat

menyampaikan keluhann, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.

(4) Personalisasi

Pembaca atau pengguna semakin itinom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. *Media online* memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).

(5) Kapasitas muatan dapat diperbesar

Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di *server computer* dan *system global*. Informasi yang pernah disediakan akan tersimpan dan ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

(6) Terhubung dengan sumber lain

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber lain. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs *media online* dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dengan *chat room, e-mail atau games.*

2.3.1 Media Sosial Sebagai Sebuah Komunikasi Massa

Joseph A. Devito (2011: 43-45) mengatakan media sosial dan komunikasi massa adalah suatu proses di mana komunikator menggunakan

media untuk menyebarkan pesanpesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan berbagai cara. Menurut B.R Hergenhahn Matthew H. Olson (2010:175-177) beberapa ciri lingkungan media baru adalah: 1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung menjadi satu kesatuan utuh. 2. Kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang berlimpah. 3. Anonim, (tidak saling mengenal) baik komunikator maupun komunikan dalam komunikasi massa tidak mengenal satu sama lain.

2.3.2 Jenis Komunikasi

Menurut Joseph A. Devito (2011:125-134) jenis komunikasi dibedakan menjadi beberapa pandangan, diantaranya adalah:

a. Komunikasi Lisan, Yang dimaksud dengan komunikasi lisan adalah komunikasi yang terjadi secara langsung dan tidak dibatasi oleh jarak, yang artinya komunikasi bentuk ini dilakukan antara kedua belah pihak secara bertatap muka.

b. Komunikasi Tertulis, Komunikasi tertulis adalah salah satu bentuk komunikasi yang berupa tulisan, komunikasi ini biasanya berupa surat dan dipergunakan untuk menyampaikan suatu berita yang singkat, jelas, dan dipandang perlu untuk ditulis dengan maksud tertentu.

2.3.3 Komunikasi Menurut Perilakunya

Komunikasi dipelajari oleh manusia melalui proses kehidupannya, melalui belajar, bersosial dan lain sebagainya yang tentunya akan secara

otomatis dipengaruhi oleh perilaku dan posisi seseorang didalam masyarakat, berikut merupakan jenis komunikasi menurut perilakunya:

a. Komunikasi Formal, Komunikasi formal biasanya terjadi dalam suatu organisasi, komunikasi seperti ini biasanya sudah mempunyai aturan dan tata caranya sendiri menurut rules dari organisasi atau perusahaanya.
b. Komunikasi Informal, Komunikasi informal terjadi dalam suatu oraganisasi yang tidak ditentukan dalam struktur organisasi dan tidak dapat pengakuan resmi dan juga tidak berpengaruh terhadap kepentingan organisasi yang bersangkutan, misalnya adalah obrolan antar teman, desa-desus dan lain sebagainya.
c. Komunikasi Nonformal, Komunikasi nonformal adalah komunikasi yang terjadi antara bersifat formal dan informal, yaitu komunikasi yang bertujuan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan organisasi.

2.3.4 Komunikasi Menurut Aliran Informasi

Dapat Dibedakan Sebagai Berikut :

a. Komunikasi satu arah, yaitu merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak saja.
b. Komunikasi dua arah, yaitu komunikasi yang bersifat timbal balik, dalam hal ini komunikasi diberi kesempatan untuk memberikan respons atau feedback kepada komunikatornya.
c. Komunikasi ke atas yaitu merupakan komunikasi yang terjadi dari bawahan kepada atasan.
d. Komunikasi ke bawah, yaitu merupakan komunikasi yang terjadi dari atasan kepada bawahan.

e. Komunikasi kesamping, yaitu merupakan komunikasi yang terjadi diantara orang yang memiliki kedudukan sejajar. Dengan demikian arah informasi tersebut akan dianut sebagai bentuk interaksi komunikasinya.

2.3.5 Jenis Komunikasi Menurut Jaringan Kerja.

Dalam konteks media sosial, jenis komunikasi ini biasanya terjadi melalui group-group sosial media yang dibentuk berdasarkan lingkungan pekerjaan, komunitas dan kesepahaman, diantaranya adalah:

a. Komunikasi jaringan kerja rantai: Komunikasi terjadi menurut saluran hirarki organisasi dengan jaringan komando sehingga mengikuti pola komunikasi formal.
b. Komunikasi jaringan kerja lingkaran: Komunikasi terjadi melalui saluran komunikasi yang berbentuk seperti lingkaran.
c. Komunikasi jaringan bintang: Komunikasi yang terjadi melalui satu sentral dan saluranya yang dilalui lebih pendek.

2.3.6 Jenis Komunikasi Menurut Peranan Individu

a. Komunikasi antara individu dengan individu yang lain.
b. Komunikasi antara individu dengan lingkungan yang lebih luas.
c. Komunikasi antara individu dengan dua kelompok atau lebih.

2.3.7 Jenis Komunikasi Menurut Jumlah Pelaku Dalam Komunikasi

a. Komunikasi Perseorangan, Komunikasi yang terjadi secara perseorangan atau individual antara pribadi dengan pribadi tentang permasalahan yang bersifat pribadi juga.

b. Komunikasi Kelompok, Komunikasi yang berlangsung dalam suatu kelompok atau group tentang masalah-masalah yang menyangkut kepentingan banyak orang dalam kelompok.

2.3.8 Seni Berkomunikasi

Menurut Morisan (2010: 150-152) ada tiga karakter untuk membangun seni berpendapat atau seni berkomunikasi, diantaranya adalah:

a. Menumbuhkan Seni Mendengar Dalam kaligrafi Tiongkok, kata komunikasi diartikan sebagai seni mendengar. Ada unsur kata kuping untuk mendengar, mata untuk melihat, hati yang mempedulikan. Itu semua merupakan kesatuan yang sempurna dan tak terpisahkan. Orang yang mampu mendengar dengan baik akan jadi seperti raja yang mampu mengendalikan situasi. Kita belajar ketika mendengar. Kita lebih disukai dan menjadi lebih bijaksana bukan ketika berbicara, tapi ketika kita mendengarkan.

b. Mengelola Penguasaan Diri Perkataan dapat membangun, tetapi juga dapat meruntuhkan. Dengan lidah kita dapat memuji Tuhan, namun juga bisa mengutuk orang. Penguasaan diri juga berbicara tentang waktu, tempat, dan dalam situasi yang tepat kita dapat berkomunikasi.

c. Membangun Sikap Empati Empati adalah perhatian dan kasih yang diwujudkan melalui tindakan. Empati dalam komunikasi berarti kata-kata yang disertai tindakan selaras. Komunikasi yang bijak adalah komunikasi yang dapat menyimak kebutuhan orang lain, bukan sekadar kepentingan pribadi dan kepuasan berbicara.

2.3.9 Alat Propaganda

Propaganda merupakan sarana yang terselubung dalam kajian Jurnalistik, ia hadir dalam dimensi yang berbeda, masuk melalui celah-celah yang sempit, namun hasilnya dapat memberikan effek besar pada negara dan dunia. Media massa merupakan satu dari alat yang harusnya nampak secara fisik, namun dengan adanya propaganda media saat ini menjadi samar atau jenisnya menjadi grey alias abu-abu, antara membela rakyat atau menjadi oportunis. Propaganda sebagai sebuah ilmu, ia akan membuahkan hasil positif jika melekat pada kepribadian yang baik, begitu sebaliknya, jika melekat pada pribadi yang kurang baik maka akan menjadi kurang baik juga. Jadi, propaganda hanya sebuah alat, baik atau buruknya tergantung dari siapa pelaku yang ada di belakangnya. Bisa jadi, komunikasi dalam media sosial ini digunakan oleh orang yang berambisi kekuasaan tanpa mengindahkan apakah kegiatan itu merugikan orang banyak atau tidak, benar atau tidak, semuanya dipikir belakangan, yang penting target tujuan tertentu tercapai dengan baik sesuai dengan rencana. Memainkan emosi masyarakat melalui media sosial memang sangat mudah, sebab media sosial adalah media yang tidak ada redaksinya, membuat semua orang dapat mengakses.

2.3.10 Seni Komunikasi Propaganda

Pada awalnya manusia terpengaruh oleh sistem pemikiran pra-konsepsi dan nilainilai yang tertanam di dalam benaknya semenjak anak-anak akibat pengaruh lingkungan sosialnya. Pra konsepsi dan nilai-nilai tersembunyi di relung-relung tak sadar dalam dirinya. Manusia menerapkannya pada objek yang dilihatnya dan sering sekali menganggapnya sebagai sebuah ketidaksadaran. Ini disebabkan pandangan dunia manusia dipengaruhi oleh tiga faktor, diantaranya adalah:

a. Kecenderungan Personal

b. Pandangan Kultural

c. Kedudukan Sosial

Kalau kita bicara personal dalam konteks propaganda, maka konteks itu tidak pernah akan lepas dari siapa yang ada di belakang layar. Kecenderungan personal menjadi latar utama dalam menyikapi akan seperti apa dampak ke depannya. Seni propaganda ini adalah sebuah metode berkomunikasi dengan mempertimbangkan effek Psikologi secara mendalam, sehingga akan terwujud sebuah komunikasi yang baik tanpa ada yang dirugikan khususnya dalam menyampaikan isu SARA yang baru marak di Indonesia. Pencermatan saat ini adalah, Indonesia menjadi negara yang terkuasasi oleh konflik horizontal, terjadi kondisi saling menghujat dan melemparkan kebencian di media sosial, perannya sederhana saja, lempar batu sembunyi tangan, sebagian besar orang tidak melihat dampak secara menyeluruh, yang dilihat adalah apakah emosi akan tersalurkan atau tidak.

2.3.11 Effek Psikologis Propaganda Media Massa

Morisan (2010: 255) mengatakan efek merupakan perubahan-perubahan yang terjadi didalam diri individu akibat dari pesan-pesan media, namun yang diberi oleh media massa tidak pernah berorientasi pada kehendak pasar. Media hanya ingin memberikan sebuah informasi yang dianggap seolah-olah memang sebuah realitas. Ada lima jenis efek yang ditimbulkan oleh media massa (khususnya media sosial) secara Psikologis, diantaranya:

a. Efek Kognitif: Efek yang dapat mengubah nilai yang saat ini sudah ada dan terpelihara pada masyarakat. Efek ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami atau dipersepsi khalayak.

b. Efek Kognitif Media Massa: Komunikasi tidak langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisir citra kita tentang lingkungan.

c. Efek Afektif: Efek ini merupakan proses yang berhubungan dengan emosi dan perasaan seseorang seperti ketakutan dan kegelisahaan. Efek ini timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi dan dibenci khalayak.

d. Efek Kultivasi: Efek ini memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengkonsumsi pesan media dalam jangka waktu panjang.

e. Efek Behavioral Manusia: Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati diantaranya pola tindakan, kegiatan atau berperilaku.

f. Apa saja yang sudah terjadi di media sosial kita secara perspektif Psikologis merujuk kepada sebuah pemahaman yang disebut dengan Agresi. Menurut Robert (2003: 47) Agresi adalah segala bentuk perilaku yang disengaja terhadap makhluk lain dengan tujuan untuk melukainya dan pihak yang dilukai tersebut berusaha untuk menghindarinya. Dari definisi tersebut terdapat empat masalah penting dalam Agresi. Pertama, Agresi merupakan perilaku. Kedua, ada unsur kesengajaan. Ketiga, sasarannya adalah makhluk hidup, terutama manusia. Keempat, ada usaha menghindar pada diri korban.

2.4 Kecemasan

Menurut Fauzul Iman (2012: 17) kecemasan merupakan masalah gejolak emosi yang sering menghadapi atlet, terutama pada cabang olahraga

individu dengan kesulitan yang cukup tinggi. Sebagaimana diketahui perasaan manusia ada yang positif dan ada perasaan yang negatif. Perasaan positif seperti bahagia, senang, gembira. Perasaan negatif seperti kecewa, binggung, khawatir dan sebagainya. Tidak ada satu pun untuk mengembangkan perasaan negatif, tetapi seringkali tidak mempunyai pilihan lain, selain menghadapi keadaan yang tidak menyenangkan dan harus masuk dalam keadaan perasaan yang negatif.

Menurut Levitt (Singgih D. Gunarsa, 2008:74) kecemasan dirumuskan sebagai "*subjective feeling of apprehension and heightens physiological arousal*". Kecemasan berbeda dari rasa takut biasa. Rasa takut dirasakan jika ancaman berupa sesuatu yang sifatnya objektif, spesifik, dan terpusat. Sementara itu, kecemasan disebabkan oleh suatu ancaman yang sifatnya lebih umum dan subjektif. Kecemasan merupakan reaksi biasa atau sesuatu yang normal terjadi, misalnya dalam menghadapi suatu pertandingan.

Kecemasan adalah suatu sinyal yang menyadarkan, memperingatkan adanya bahaya yang mengancam dan memungkinkan seseorang mengambil tindakan untuk mengatasi ancaman.

Menurut Yetisa Ika Putri (2007: 11) kecemasan merupakan keadaan emosi negatif dari suatu ketegangan mental yang ditandai dengan perasaan khawatir, was-was dan disertai dengan peningkatan gugahan sistem faal tubuh yang menyebabkan individu merasa tidak berdaya dan mengalami kelelahan.

Kecemasan merupakan reaksi emosional individu terhadap kejadian atau situasi yang tidak pasti, sehingga ketika harus menghadapi hal yang tidak pasti, maka timbul perasaan terancam. Menurut Prisna Adisti (2010: 128) gejala yang muncul pada gangguan kecemasan antara lain ada ciri fisik seperti sakit

kepala, berkeringat banyak, susah bernafas, merasa gugup, gelisah, dan otot menegang. Beberapa gangguan kecemasan juga disertai dengan gangguan-gangguan tidur seperti susah tidur atau malah tidur terlalu banyak. Terkadang orang yang mengalami kecemasan merasakan kekhawatiran dan kepanikan yang berlebihan, sehingga mereka seringkali sulit berkonsentrasi.

Setiap orang pasti pernah merasakan cemas dalam menghadapi sesuatu. Perasaan yang muncul pada diri seseorang dalam menghadapi apa yang ingin dicapainya adalah wajar, karena untuk mencapai keberhasilan terkadang selalu diikuti dengan gejolak psikologis perasaan tersebut, dapat menimbulkan ketegangan atau stress sehingga dalam perkembangan lebih lanjut akan menimbulkan kecemasan. Kecemasan juga terjadi dalam dunia olahraga, manakala atlet menghadapi suatu *event* atau pertandingan yang sangat menentukan karir atlet itu sendiri maupun tim. Kecemasan pada setiap atlet terjadi dalam rentan waktu yang berbeda dan tingkatan yang berbeda. Dalam dunia olahraga kecemasan akan muncul lebih dominan pada sebelum menghadapi pertandingan. Tingkat kecemasan setiap atlet akan berbeda karena dipengaruhi oleh banyak hal seperti pengalaman bertanding, kesiapan dari atlet itu sendiri.

Menurut Cratty (Husdarta, 2011: 75) hubungan antara kecemasan dengan pertandingan sebagai berikut: (a) pada umumnya kecemasan meningkat sebelum pertandingan yang disebabkan oleh bayangan akan beratnya tugas dan pertandingan yang akan dating. (b) selama pertandingan berlangsung, tingkat kecemasan mulai menurun karena sudah mulai adaptasi. (c) mendekati akhir pertandingan, tingkat kecemasan mulai naik lagi, terutama apabila skor pertandingan sama atau hanya berbeda sedikit. Kecemasan ada atlet pada

umumnya meningkat sebelum pertandingan yang disebabkan oleh bayangan akan beratnya tugas dan pertandingan yang akan datang.

2.4.1 Gejala Kecemasan

Kecemasan atlet dapat dideteksi melaui gejala-gejala kecemasan, yang dapat menganggu penampilan seorang atlet. Menurut Singgih D. Gunarsa (2008: 65) kecemasan dapat berpengaruh pada kondisi fisik maupun mental atlet bersangkutan. Berikut ini merupakan perwujudan dari ketegangan atau kecemasan pada komponen fisik dan mental.

2.4.1.1 Pengaruh pada kondisi kefaalan

1) Denyut jantung meningkat. Artinya, atlet akan merasakan debaran jantung yang lebih keras atau lebih cepat
2) Telapak tangan berkeringat.
3) Mulut kering, yang mengakibatkan bertambahnya rasa haus.
4) Gangguan-gangguan pada perut atau lambung, baik yang benar benar menimbulkan luka pada lambung maupun yang sifatnya semuseperti mual-mual.
5) Otot-otot pundak dan leher menjadi kaku. Kekakuan pada leher dan pundak merupakan cirri yang banyak ditemi pada penderita penderita stress.

2.4.1.2 Pengaruh pada aspek psikis

1) Atlet menjadi gelisah.
2) Gejolak emosi naik turun. Artinya, atlet menjadi sangat peka sehingga cepat bereaksi, atau sebaliknya, reaksi emosinya menjadi tumpul.
3) Konsentrasi terhambat sehingga kemampuan berfikir menjadi kacau.
4) Kemampuan membaca permainan lawan menjadi tumpul.

5) Keragu-raguan dalam mengambil keputusan.

Jika seorang atlet berada dalam kondisi kefaalan dan psikis seperti tersebut di atas, tentu penampilannya pun ikut terganggu. Gangguan yang dialami oleh atlet adalah:

a. Irama permainan menjadi sulit dikendalikan.
b. Pengaturan ketepatan waktu untuk bereaksi menjadi berkurang.
c. Koordinasi otot menjadi tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki. Misalnya, sulit untuk mengatur kekerasan atau kehalusan dalam menggunakan kontraksi otot-otot.
d. Pemakaian energi menjadi boros. Oleh karena itu, dalam kondisi tegang atlet akan cepat merasa lelah.
e. Kemampuan dan kecematan dalam membaca permainan lawan menjadi berkurang.
f. Pengambilan keputusan menjadi cenderung tergesa-gesa dan tidak sesuai dengan apa yang seharusnya dilakukan.
g. Penampilan saat sedang bermain menjadi dikuasai oleh emosi sesaat. Gerakan pun akan dilakukan tanpa kendali pikiran.

Berdasarkan uraian di atas, ditarik kesimpulan bahwa gejala-gejala kecemasan sering dialami para atlet sebelum pertandingan, atlet akan mengalami gelisah karena merasa takut tidak bisa memberikan yang terbaik dalam pertandingan, detak jantung semakin kencang ketika melihat penonton memenuhi stadion tempat pertandingan bahkan sampai sering buang air besar maupun buang air kecil.

2.4.2 Sumber Kecemasan

Menurut Singgih D. Gunarsa (2008: 67) sumber kecemasan yang dialami oleh atlet dapat berasal dari dalam diri atlet tersebut serta dapat pula berasal dari luar diri atlet atau lingkungan. Berikut ini merupakan sumber-sumber kecemasan atlet.

2.4.2.1 Sumber dari dalam

1) Atlet terlalu terpaku pada kemampuan teknisnya. Akibatnya, pikiran seorang atlet didominasi oleh pikiran-pikiran yang terlalu membebani, seperti komitmen yang berlebihan bahwa harus bermain sangat baik.
2) Munculnya pikiran-pikiran negatif, seperti ketakutan akan dicemooh oleh penonton jika tidak memperlihatkan penampilan yang baik. Pikiran-pikiran negative tersebut menyebabkan atlet harus mengantisipasi suatu kejadian negative.
3) Alam pikiran atlet akan sangat dipengaruhi oleh kepuasaan yang secara subjektif dirasakan dalam diri atlet. Padahal hal tersebut sering kali tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya atau tuntutan dari pihak lain seperti pelatih dan penonton. Pada atlet akan muncul perasaan khawatir akan tidak mampu memenuhi keinginan pihak luar sehingga menimbulkan ketegangan baru.

2.4.2.2 Sumber dari luar

1) Munculnya berbagai rangsangan yang membingungkan. Rangsangan tersebutdapat berupa tuntutan atau harapan dari luar yang menimbulkan keraguan pada atlet untuk mengikuti hal tersebut, atau sulit dipenuhi.

Keadaan ini menyebabkan atlet mengalami kebingungan untuk menentukan penampilannya, bahkan kehilangan kepercayaan diri.

2) Pengaruh massa. Dalam pertandingan apapun emosi massa sering berpengaruh besar terhadap penampilan atlet, terutama jika pertandingan tersebut sangat ketat dan menegangkan. Reaksi massa dapat bersifat mendukung, sehingga ketegangan yang ada pada atlet menjadi positif. Dalam keadaan yang demikian atlet akan baik. Ketegangan yang positif akibat pengaruh lingkungan dapat membangkitkan suatu upaya untuk mengalahkan lawan dengan gerakan atau pukulan yang luar biasa, seakan-akan secara tiba-tiba muncul kekuatan baru. Sebaliknya, reaksi massa juga dapat berdampak negative, yaitu jika penonton berada dalam suasana emosiyang meluap-luap dan menuntut sehingga mengeluarkan teriakan yang negative. Hal ini menyebabkan atlet menjadi serba salah dalam bertindak, sehingga penampilannya menjadi sangat buruk.

3) Saingan-saingan lain yang bukan lawan tandingnya. Seorang atlet menjadi sedemikian tegang ketika menghadapi kenyataan mengalami kesulitan untuk bermain sehingga keadaanya menjadi terdesak. Pada saat harapan untuk menang sedang terancam akan muncul berbagai pemikiran-pemikiran negatif, seperti: “jika saya gagal dalam pertandingan ini, maka saingan saya yang nantinya akan maju” atau “jika saya kalah dalam pertandingan ini, maka saya akan dicoret sebagai anggota tim inti dari regu ini, lalu saingan saya akan menggantikan posisi saya”.

4) Pelatih yang memperlihatkan sikap tidak mau memahamibahwa atlet sudah berusaha sebaik-baiknya. Pelatih seperti inisering menyalahkan atau bahkan mencemooh atletnya, yang sebenarnya dapat mengguncangkan kepribadian atlet tersebut.
5) Hal-hal non-teknis seperti kondisi lapangan, cuaca yang tidak bersahabat, angin yang bertiup terlalu kencang, atau peralatanyang dirasakan tidak memadai.

2.4.3 Jenis-Jenis Kecemasan

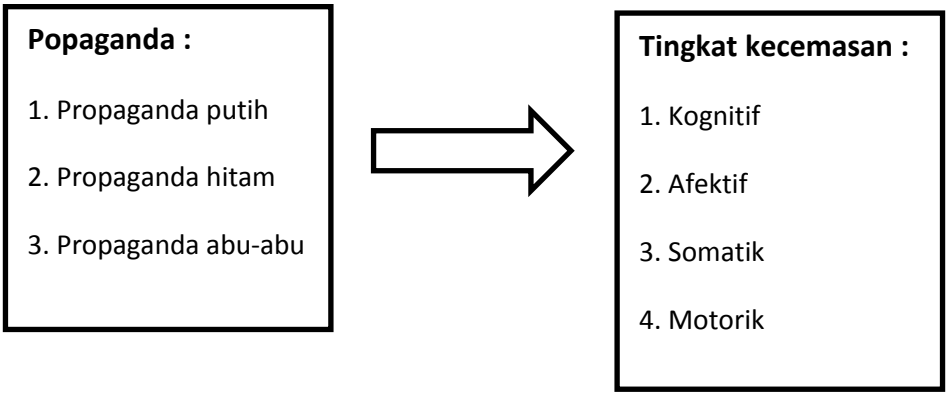
Jenis-jenis gangguan kecemasan dapat digolongkan menjadi beberapa pendekatan. Menurut Wiramiharja (Wisnu Haruman, 2013: 23) beberapa jenis gangguan kecemasan yang dijelaskan sebagai berikut:

a. *Panic disorder* yaitu gangguan yang dipicu oleh munculnya satu atau dua serangan atau panik yang dipicu oleh hal-hal yang menurut orang lain bukan merupakan peristiwa yang luar biasa. Agrofobia yaitu suatu keadaan dimana seseorang merasa tidak dapat atau sukar menjadi baik secara fisik mauppun psikologis untuk melepas diri.
b. *Phobia* lainnya merupakan pernyataan perasaan cemas atau takut atas suatu yang tidak jelas, tidak rasional, tidak realistis.
c. *Obsesive-compulsive* yaitu suatu pikiran yang terus menerus secara patologis muncul dari dalam diri seseorang, sedangkan komplusif adalah tindakan yang didorong oleh impuls yang berulang kalindilakukan.

d. Gangguan kecemasan yang tergenerelisasikan yang ditandai adanya rasa khawatir yang eksesif dan kronis dalam istilah lama disebut *Free Floating Anxiety.*

Menurut Husdarta (2010: 80) kecemasan dapat dibedakan menjadi dua yaitu kecemasan yang dirasakan oleh atlet dalam waktu tertetu, misalnya menjelang pertandingan (*state anxiety*) dan kecemasan yang dirasakan karena atlet tergolong pencemas (*trait anxiety*). Kecemasan adalah perasaan subjektif yang sulit dipahami penyebabnya oleh penderita. Ibrahim dan Komarudin (Fauzul Iman, 2012: 22) menjelaskan bahwa: "Istilah *Anxiety* (kecemasan) merupakan suatu perasaaan subjektif berupa kekhawatiran dan meningkatkan ketegangan secara psikologis. Konsep ini hampir sama dengan rasa takut yang memiliki objek yang jelas, tetapi kecemasan atau kekhawatiran tidak memiliki objek yang jelas.

2.5 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Pada bagian awal telah dibahas secara rinci dengan kajian teoritis mengenai propaganda terhadap tingkat kecemasan atlet yang dijadikan topik

utama dalam penelitian ini. Penelitian ini pada dasarnya dititik beratkan pada pembahasan tentang Hubungan Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018.

Berdasarkan masalah yang ada, maka dapat dibuat suatu kerangka berfikir dari propaganda dengan bagian-bagian yang ada dan hubungannya terhadap tingkat kecemasan

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenaranya (Sugiyono, 2009: 64). Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H_1 : Terdapat Hubungan Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018.

H_0 : Tidak Terdapat Hubungan Pengaruh Propaganda Terhadap Tingkat Kecemasan Atlet Kabupaten Kendal Pada Porprov Jawa Tengah 2018.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis data pada pembahasan bab 4, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara propaganda dan tingkat kecemasan pada atlet Kabupaten Kendal yang berpartisipasi dalam Porprov Jawa Tengah 2018 di Surakarta.
2. Propaganda menjadi salah satu faktor yang berpengaruh atau berperan dalam tingkat kecemasan. Karena dengan propaganda akan mengakibatkan atlet sulit untuk mengontrol rasa cemas meskipun masih banyak faktor yang lain yang mempengaruhi tingkat kecemasan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran:

1. Atlet belajar memahami propaganda dan mengontrol diri dalam menyesuaikan sikap dan perilaku, sehingga terhindar dari rasa cemas yang berlebihan saat bertanding.
2. Bagi pelatih diharapkan mampu lebih memperhatikan atlet dengan mengalihkan informasi-informasi yang terindikasi propaganda dengan memberikan kegiatan yang membuat rasa cemas itu tidak datang pada atlet.

3. Pengurus daerah harus lebih maksimal dalam membina mental atlet dan memfasilitasi cabang-cabang olahraga yang nantinya akan di ikuti pada Porprov Jawa Tengah tahun selanjutnya
4. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya memberikan solusi dengan memberikan treatmen seperti training motivasi untuk menghadapi propaganda agar atlet mampu menyesuaikan diri dan kecemasan bisa di redam.

DAFTAR PUSTAKA

Alwisol. 2010. *Psikologi Kepripadian (Edisi Revisi)*. Malang: UMM – Press.

Amir, Nyak. 2012. *Pengembangan Alat Ukur Kecemasan Olahraga*. Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, 1, 116-137.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Azmi Nur Aini Adam. 2013. *Propaganda Cable News Network (CNN) Dalam Upaya Mendukung Kebijakan Luar Negri Amerika Serikat di Suriah Tahun 2011 – 2013*.

Azwar, Saifudin. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

-----. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

-----. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

-----. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

-----. 2011. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Cull, Nicholas J. 2003. *Propaganda and Mass Persuasion, A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. California: ABC-CLIO.

Gunarsa, D Singgih. 2008. *Psikologi Olahraga Prestasi*. Jakarta: Gunung Mulia.

Kunandar, Alip. 2015. *Memahami Propaganda: Metode, Praktik, Analisis.* Yogyakarta: Galuh Patria.

Nar Herrhyanto. 2008. *Statistik Dasar*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Nasrulloh, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).* Jakarta: Kencana Prenada Group.

Nurudin. 2002. *Komunikasi Propaganda.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Puspa, R.H. 2013. Hubungan Self Efficacy dengan Kecemasan dalam Menghadapi Ujian. Jurnal Psikologi Universitas Indonesia, 1(1), 1-6.

Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Severin, Wernenr J. dan Tankard, James W. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukestiyarno. 2012. *Olah Data Penelitian Berbantuan SPSS*. Semarang: Unnes.

Syarif Hidayatulloh. 2014. *Teknik Propaganda Nazi Dalam Film (Analisis Isi pada Film Hitler The Rise of Evil).*

Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi FIK Unnes*. Semarang: Unnes.

Trihendradi, C, 2007. *Statistic Inferen Menggunakan SPSS: Teori Dasar dan Aplikasinya.* Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Widoyoko, E. P. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes/article/view/13285

http://digilib.uinsuka.ac.id/18768/1/BAB%20I%2C%20V%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf

http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/32225/1/NUR%20AJIJAH-FDK.pdf

http://eprints.umm.ac.id/22260/2/jiptummpp-gdl-muhammadik-39998-1-pendahul-.pdf