



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR DAN KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Sejenis Terdahulu

Penelitian pertama berjudul “Pendapat Remaja tentang Adegan Kekerasan dalam Sinetron Remaja (Studi terhadap Remaja yang Tinggal di Daerah Kumuh dan Menonton Sinetron ‘Bawang Merah Bawang Putih’)” sebuah skripsi yang disusun oleh peneliti lulusan Universitas Indonesia, Dyah Saraswaty I., Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada tahun 2005. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif. Tujuan penelitiannya adalah (1) untuk mengetahui pendapat remaja tentang adegan kekerasan dalam sinetron ‘Bawang Merah Bawang Putih’, (2) untuk mengetahui penilaian remaja terhadap adegan kekerasan yang ada dalam sinetron ‘Bawang Merah Bawang Putih’, dan (3) untuk mengetahui ketertarikan remaja terhadap adegan kekerasan yang ada dalam sinetron ‘Bawang Merah Bawang Putih’. Hasil penelitian ini adalah tanggapan remaja terhadap permasalahan ini adalah positif, yaitu remaja menganggap adegan kekerasan yang ditayangkan dalam sinetron ‘Bawang Merah Bawang Putih’ adalah berlebihan dan tidak wajar. Mereka juga melihat bahwa kekerasan dalam sinetron tersebut benar-benar terjadi dalam dunia nyata.

Penelitian kedua adalah penelitian berjudul “Efek Tayangan Sinetron Terhadap Tingkat Kesadaran Gender di Kalangan Remaja (Studi Kasus Siswa-Siswi

SLTP 2 dan SMU Mardi Yuana Depok)” sebuah skripsi yang disusun oleh peneliti lulusan Universitas Indonesia, M.I Rani Adityasari, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, pada tahun 2004. Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) melihat hubungan antara tingkat konsumsi sinetron, lingkungan peer group, keluarga dan sekolah terhadap tingkat kesadaran gender seseorang, (2) melihat faktor yang paling berperan dalam pembentukan tingkat kesadaran gender seseorang. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dan teori kultivasi. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa ternyata faktor yang paling berpengaruh terhadap pembentukan tingkat kesadaran gender pada remaja adalah tingkat patriarki dalam peer group dan tingkat patriarki dalam sekolah.

Penelitian ketiga berjudul “Pengaruh Terpaan Tayangan Insert terhadap Peniruan Gaya Hidup Selebriti di Kalangan Remaja (Survey Terhadap Remaja RT 005/ RW 01 Pangkalan Jati)”, sebuah skripsi yang disusun oleh peneliti lulusan Universitas Multimedia Nusantara, Veronika Christi Mandasari, fakultas Ilmu Komunikasi, tahun 2014. Tujuan dalam penelitian tersebut adalah untuk mengetahui seberapa kuat tayangan Insert di Trans TV terhadap peniruan gaya hidup selebriti di kalangan remaja. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dan teori belajar sosial (*social learning theory*). Hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan antara variabel terpaan tayangan Insert dengan variabel peniruan gaya hidup selebriti di kalangan remaja. Sekalipun hubungan tersebut lemah namun, tetap ada hubungannya.

Jika dibandingkan dengan tiga penelitian di atas, penelitian di atas juga meneliti hal yang ada sangkut pautnya antara media elektronik TV dengan para remaja, serta penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif.



2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Televisi sebagai agen sosialisasi

Televisi telah mengubah pola kehidupan dalam masyarakat manapun juga yang mengonsumsi tayangan acaranya. Sebagai teknologi, TV mengakibatkan perilaku kolektif, kebiasaan selagi menonton TV. Isi TV juga mempengaruhi budaya massa karena TV mengandung pengetahuan umum, kepercayaan, dan pengharapan yang dibagikan secara luas.

Media massa dianggap memiliki pengaruh besar bagi masyarakat, terutama penontonnya. Apa saja yang disajikan oleh media, itu pula yang akan menjadi ingatan mereka (Hamad, 2008:24). Menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah, (2014:135) dari semua media komunikasi yang ada, TV lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. TV mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan TV kabel. Transmisi program TV kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar TV di rumah dengan menggunakan *wireless cable* yang membuka tambahan saluran TV bagi pemirsa.

Conrad Philip Kottak (1990:9) melakukan penelitian antropologis di Amerika dan Brazil dan dia menyimpulkan bahwa

penetrasi televisi telah membuat pola budaya baru di Amerika sejak 1950-an. TV telah mengakibatkan perilaku kolektif, kebiasaan selagi menonton TV. Isi TV yang memengaruhi budaya massa karena TV mengandung pengetahuan umum, kepercayaan, dan pengharapan yang dibagikan secara luas.

Fungsi keempat komunikasi massa sebagai sumber hiburan, telah menyebabkan televisi menjadi primadona hiburan yang paling populer, misal, dan nasional. Artinya, tak hanya digemari pada satuan komunitas lokal tertentu, tetapi sudah mencakup seluruh wilayah nasional suatu Negara. Fenomena demikian bukan berarti tidak memberikan dampak negatif. Fakta menunjukkan, secara sosiologis cukup banyak materi siaran televisi yang bisa dikategorikan membunuh kekayaan norma-norma sosial budaya lokal. Televisi telah melahirkan budaya seragam, satu warna, monoton, dan bahkan bersifat mendikte (Sumadira, 2014: 146).

Dari pernyataan di atas, dapat dipahami bahwa TV jaman sekarang adalah media yang paling penting, dan dapat memberikan banyak informasi tentang lingkungannya, baik jauh maupun dekat. Fungsi TV adalah sebagai media massa yang menyiarkan tayangan-tayangan yang sifatnya menghibur, memberitakan, memberi pengetahuan, juga memuaskan kebutuhan penonton.

2.2.2 Efek Pesan

Berikut adalah efek pesan media massa menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah (2014:52-58):

- a. Efek Kognitif : akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias, dan tidak cermat. Oleh karena itu, muncul lah apa yang disebut *stereotip*, yaitu gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi atau masyarakat yang tidak berubah-ubah, bersifat klise dan seringkali timpang dan tidak benar (Rakhmat, 1985:224).
- b. Efek afektif : efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Maka dari itu kita dapat mengalami perasaan sedih dan menangis ketika melihat adegan yang mengharukan, dan kegembiraan yang dapat dilihat dari tawa keras para penonton sinetron televisi atau film.

- c. Efek behavioral : merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi bringas. Siaran kesejahteraan keluarga yang banyak disiarkan dalam televisi menyebabkan para ibu rumah tangga memiliki keterampilan baru. Pernyataan-pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan mereka sehari-hari.

2.2.3 Sinetron Remaja

Sinema elektronik, yang lebih dikenal sebagai sinetron, adalah sebuah program TV yang di dalamnya mengandung isi pesan yang berhubungan dengan realita sosial di masyarakat. Kehadiran sinetron merupakan satu bentuk aktualitas komunikasi dan interaksi manusia yang diolah berdasarkan alur cerita, untuk mengangkat permasalahan hidup manusia (Kuswandi 1996:131) Sinetron-sinema elektronika – sama dengan *TV-play*, sama dengan teledrama, sama dengan sandiwara televisi, sama dengan film – televisi, sama dengan lakon televisi. Persamaannya: sama-sama ditayangkan medium audio-visual bersama televisi (Wardhana, 1997:268).

Hanya lewat medium televisilah muncul berbagai genre sinetron: sinetron seri, sinetron serial, sinetron miniseri, dan opera sabun. Penamaan *soap opera*

atau opera sabun bukan semata ditandai oleh setting kisah tentang orang-orang kaya yang bergebyar-gebyar busana dan kostumnya, tetapi lebih merujuk pada dinamika sinema jenis bersangkutan: *ending* yang menggantung, kisah yang lantasi bisa terpecah-pecah, intrik yang malah kian menarik, dan seterusnya (Wardhana, 1997:280).

Dengan melihat asal-usul *genre* serial itu, sangat mudah untuk merumuskan jabaran sinetron serial, yakni yang masing-masing episodenya senantiasa bersambung dan bersebab-akibat. Berbeda dibandingkan dengan *genre* seri, kendati banyak episodenya, masing-masing episode itu tidak berkaitan satu sama lainnya, kecuali karakter tokoh-tokoh utamanya. Karenanya, untuk menyaksikan sinetron atau film seri, tidak harus berurutan (Wardhana, 1997:295-296).

Sinetron remaja adalah sinetron yang dikhususkan untuk remaja, sebagaimana sebuah sinetron memberikan sebuah perlakuan khusus yang berbeda sesuai dengan karakter pemirsanya (Wardhana, 1997:159). Pesan-pesan yang disampaikan televisi didasarkan oleh fungsi yang diemban televisi yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Namun yang terjadi kini fungsi televisi adalah kebanyakan menghibur, walaupun disajikan segi-segi informasi dan pendidikan, hanyalah sebagai pelengkap saja (Effendi, 1993:54).

Menjamurnya program sinetron di hampir seluruh stasiun TV swasta terjadi karena tingginya animo masyarakat untuk menontonnya. Beberapa faktor

yang membuat program acara ini disukai adalah isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya masyarakat, isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa dan lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat (Kuswandi (1996:130).

Jaman sekarang ini sinetron semakin menjamur di hampir semua TV swasta. Persaingan pun semakin tidak bisa dihindarkan. Berhasil atau tidaknya suatu sinetron dapat dilihat dari *rating* yang didapat. *Rating* sendiri adalah jumlah penonton di suatu stasiun TV pada acara, jam dan hari tertentu yang datanya diperoleh berdasarkan survey khalayak yang komperhensif oleh sebuah biro penelitian yang independen dan mempunyai kredibilitas tinggi (Mulyana & Idi Subandy 1997:19).

Akibat pentingnya *rating* ini lah kemudian muncul produksi sinetron kejar tayang. Produksi yang dilakukan secara cepat untuk mengantisipasi *rating*. Pada akhirnya, demi *rating* ini, kualitas isi cerita sinetron pun seakan-akan diabaikan, nilai dan pelajaran yang dapat diambil dari sinetron pun semakin sedikit. Sinetron lebih banyak menyajikan cerita yang bisa memenuhi kepuasan dan keinginan penonton.

Kekerasan bisa dimaknai secara psikis, bisa juga diartikan secara fisik. Secara psikis, terlukis dalam kata-kata makian, hujatan, penistaan, atau kata-kata serangan untuk menjatuhkan mental musuh. Secara fisik, terlihat dari adegan pemukulan, pengeroyokan, penganiayaan, penyiksaan, penusukan, atau

penembakan. Jadi, kekerasan bisa terdapat dalam teks, bisa pula muncul dalam bentuk gambar. Sebagai langkah antisipatif, dalam konteks Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) telah mengingatkan para pengelola stasiun televisi untuk lebih berhati-hati dengan penayangan film-film atau acara sejenis yang bertema kekerasan. Kalaupun tak terhindarkan, maka jam tayangnya diubah menjadi selepas pukul 22.00 malam. Asumsinya, pada jam itu, anak-anak dan remaja sudah tidur. (Sumadiria, 2014:190)

2.2.4 Riset Khalayak

Audience research (riset khalayak) adalah upaya untuk mencari data tentang khalayak (sebagai pengguna media massa). Berikut data yang dicari melalui riset khalayak menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah (2014:167-169), dikelompokkan ke dalam :

1. *Audience Profile* (Profil Khalayak)

Data mengenai profil khalayak mencakup variabel-variabel: jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pendapatan, kedudukan/jabatan, kepemilikan media.

2. *Media Exposure* (Terpaan Media)

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media (audio, audiovisual, cetak), frekuensi penggunaan (berapa kali seminggu/sehari), maupun durasi (berapa jam/menit) penggunaan (*longevity*).

3. *Audience Rating* (peringkat khalayak)

Peringkat khalayak digunakan untuk mengetahui persepsi khalayak terhadap jenis media, jenis informasi, format acara dan komunikator yang menjadi favorit khalayak. Peringkat khalayak ini juga digunakan untuk mencari tahu media apa yang paling sering digunakan oleh khalayak., acara yang paling disukai, informasi yang paling dibutuhkan, dan komunikator yang paling bagus dalam menyampaikan pesan.

4. Efek Media

Bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kehadiran suatu media atau proses penyampaian pesan memengaruhi khalayak dalam berpikir, bersikap dan berperilaku. Penelitian efek ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana perubahan sosial terjadi, karena kehadiran media atau karena pesan media massa.

Peranan riset khalayak dalam komunikasi massa ada 2, yang pertama, **peranan ilmiah** yang dilakukan riset khalayak adalah: (1) memberi ciri ilmiah pada ilmu komunikasi karena salah satu ciri keilmiahan suatu pengetahuan adalah penelitian; (2) mengembangkan sistem penelitian, menginformasikan eksistensi suatu teori apakah sudah ditumbangkan oleh teori lain ataukah diperkuat keberadaannya dan melahirkan teori-teori baru yang dapat memperkuat eksistensi komunikasi massa dalam jajaran ilmu sosial. Yang kedua adalah **peranan praktis** yang dilakukan riset khalayak ini adalah: (1) memberikan informasi kepada stasiun penyiaran mengenai profil khalayak, kebutuhan khalayak akan media, dan

respons khalayak setelah menerima pesan komunikasi massa; (2) memberikan rekomendasi kepada stasiun penyiaran untuk meningkatkan kualitas siarannya berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh setelah melakukan penelitian lapangan.

Jadi, riset khalayak mempunyai peranan yang penting baik untuk memperkuat eksistensi komunikasi dalam jajaran ilmu-ilmu sosial maupun meningkatkan kualitas siaran suatu stasiun televisi atau radio siaran. Mengingat peranannya yang sangat penting, maka kegiatan riset ini harus ditingkatkan sehingga eksistensi ilmu komunikasi akan semakin kuat dan berkembang, dan media massa akan lebih berperan secara aktif dan efisien dalam proses pembangunan.

2.2.5 Remaja dan Perilakunya

a) Remaja :

Remaja berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Hurlock, 2008:181). Pada masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua.

Seperti yang dikemukakan oleh Calon (dalam Monks, dkk 1994) bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak.

Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/fungsi untuk memasuki masa dewasa.

Hal senada diungkapkan oleh Santrock (2003:26) bahwa *adolescence* diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional.

Monks, Knoers, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-remaja 10 – 12 tahun, masa remaja awal 12 – 15 tahun, masa remaja pertengahan 15 – 18 tahun, dan masa remaja akhir 18. Masa pra remaja ditandai dengan meningkatnya cara berpikir kritis. Anak tanggung selalu menanyakan sebab-sebab, akibat-akibat dengan cara menyanggah pendapat orang dewasa (Mar'at, 2004:190). Fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang sangat penting, yang dengan matanya organ-organ fisik (seksual) sehingga mampu bereproduksi. Menurut Konopka (Pikunas, 1976) masa remaja ini meliputi (a) remaja awal: 12-15 tahun; (b) remaja madya: 15-18 tahun, dan (c) remaja akhir: 19-22 tahun (Dahlan, 2009:184). Pada masa remaja ini, anak sudah mengerti hal yang baik dan buruk bagi dirinya. Anak juga mulai menyadari adanya peraturan, misalnya dalam permainan dan bermasyarakat. Anak mulai berpikir terlebih dahulu sebelum bertindak.

Menurut Dahlan (2009:26), masa Usia Sekolah Menengah dibagi menjadi dua, yaitu masa praremaja dan remaja. Praremaja adalah masa negatif dalam prestasi, baik prestasi jasmani maupun prestasi mental, dan negatif dalam sikap sosial, baik dalam bentuk menarik diri dalam masyarakat maupun dalam bentuk agresif terhadap masyarakat. Sedangkan masa remaja adalah masa dorongan untuk hidup, kebutuhan akan adanya teman yang dapat memahami dan menolongnya, teman yang dapat turut merasakan suka dan dukanya. Pada masa ini, sebagai masa mencari sesuatu yang dijunjung tinggi dan dipuja-puja hingga masa ini disebut masa merindu puja, yaitu sebagai gejala remaja.

Kelompok anak remaja memungkinkan terbentuknya persahabatan yang mendalam dan identifikasi dengan anggota sejenis yang terpilih. Ikatan teman sebaya ditandai dengan loyalitas dan solidaritas yang kuat, oleh karena itu pengaruh kelompok sebaya sangat besar sehingga pengendalian dan pengaruh orang tua menjadi berkurang, yang mengakibatkan anak sering menolak segala hal yang dianggap baik menurut orang tua tetapi tidak bagi anak tersebut.

b) Perilaku

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bayangan yang sangat luas, antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau

aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003:114). Perilaku juga berarti apa yang orang lakukan dan katakan (Raymon G. Miltenberger, 2004:2).

2.2.6 Media Massa

Menurut Cangara (2006:122), media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan TV. Pengertian lain, Media massa itu adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen (Nurudin, 2007:9).

Istilah media massa merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) 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 warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain (Nurani Soyomukti, 2010:198).

Dari definisi diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa media massa merupakan pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti TV, radio, surat kabar,

majalah, tabloid, buku, film, internet, dll.

Seperti yang dinyatakan Donald K. Robert: efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Namun tentu saja, membatasi efek hanya selama berkaitan dengan pesan media, akan mengesampingkan banyak sekali pengaruh media massa. Kita cenderung melihat efek media massa, baik yang berkaitan dengan pesan maupun dengan media itu sendiri (Rakhmat, 2000: 218).

2.2.6.1 Jenis-Jenis Media Massa

Menurut Nurani (2010 : 200) terdapat jenis-jenis media massa dan cirinya, yaitu:

1. Media Cetak (koran, majalah):

Pesan yang disampaikan memuat unsur reproduksi utama, yaitu simbol verbal gambar dan warna, relatif nyaman, mudah dibawa ke mana-mana, unsur umpan balik yang ada juga bersifat verbal.

2. Media audio (radio):

Unsur reproduksinya adalah suara, secara relatif bisa dibawa ke mana-mana, tidak bisa diulang lagi informasi yang telah didengar, pesan bersifat serempak, proses komunikasinya menggunakan unsur umpan balik, baik verbal dan nonverbal

3. Media audio-visual (TV)

Unsur reproduksinya bersifat verbal, gambar, warna, suara, dan gerakan. Pesan tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu, dan bersifat serempak.

Selain itu ada beberapa kasus yang diakibatkan oleh sinetron atau dari kebanyakan nonton sinetron remaja. Diantaranya adalah berita yang diunggah oleh health.detik.com pada Senin, 28 Januari 2013 adalah berita yang berjudul “Angka Kematian Ibu Tinggi, Pengaruh Sinetron dan Tayangan Gosip?”. Dalam berita tersebut diberitakan bahwa angka kematian ibu dipicu oleh maraknya nikah muda dan kehamilan di usia remaja. Cerita tentang pernikahan dini dan hamil muda terkadang disajikan dalam satu sinetron remaja, yang memicu wanita muda lainnya untuk menikah dan memiliki anak pada usia muda, juga selain sinetron ada tayangan gossip yang selalu memberitakan tentang artis-artis yang menikah muda.

Kasus kedua, berita yang dilansir dari detik.com, yang diunggah pada 1 Desember 2013, dengan judul “Kekerasan di SMA 90 Diduga Akibat Pengaruh Sinetron”. Dalam berita ini dilansir bahwa kekerasan yang terjadi diperkirakan akibat dari sinetron yang semakin sering menampilkan kekerasan, dan para remaja yang masih mencari jati diri ini pun ikut-ikutan dengan aksi kekerasan yang ditayangkan dalam sinetron agar terlihat keren.

Kasus ketiga adalah berita yang masih dari detik.com, yang diunggah pada 12 Desember 2013, dengan judul “Bahasa Nasional Indonesia Dirusak Sinetron”

isinya adalah komentar dari 2 orang mahasiswi UGM tentang bagaimana bahasa-bahasa yang digunakan oleh aktris/aktor di dalam sinetron yang semakin beragam, dan terkadang menggunakan bahasa asing, telah mempengaruhi audiens untuk menggunakan bahasa-bahasa tersebut.

2.3 Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*)

Belajar dari media massa tidak tergantung hanya pada unsur stimulus yang ada pada media massa saja. Kita memerlukan teori untuk menjelaskan peristiwa belajar semacam ini. Menurut teori belajar sosial dari Bandura, orang cenderung meniru perilaku yang diamatinya. Stimulus menjadi teladan untuk perilakunya. Wanita meniru potongan rambut Lady Di yang disiarkan media massa. Penyajian adegan kekerasan dalam media massa akan menyebabkan orang melakukan kekerasan pula. Jadi sejauh ini, tampaknya teori belajar sosial dapat diandalkan untuk menjelaskan efek behavioral media massa (Ardianto, Komala, Karlinah, 2014:58).

Teori ini kini diaplikasikan pada perilaku konsumen, kendati pada awalnya menjadi bidang penelitian komunikasi massa yang bertujuan untuk memahami efek terpaan media massa. Berdasarkan hasil penelitian Albert Bandura, teori ini menjelaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi, melalui suatu proses *observational learning* (pembelajaran dari pengamatan) (Ardianto, Komala, Karlinah, 2014:64).

Teori sosial learning di sini adalah memusatkan perhatiannya pada pengaruh media komunikasi, khususnya TV, terhadap khalayak. TV merupakan sarana utama masyarakat untuk belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya, serta adaptasi kebiasaannya. Kita sebagai penonton meniru segala hal yang ada di TV, dari iklan-iklan yang tayang di TV, lalu hal itu menjadi konsumsi yang kita contoh. Kita mengikuti semua yang ditampilkan di TV. Kita sebagai konsumen publik menerapkannya dalam *mindset* kita, contohnya seperti cantik itu harus putih, tinggi semampai dan sebagainya.

Sebagian besar tindakan dan perilaku kita bukan hanya semata-mata melalui pengalaman langsung, melainkan dengan mengamati tingkah orang lain dan dari perintah-perintah orang lain tentang bagaimana cara bertingkah laku. Kita memiliki tindakan, sikap, dan “gambaran” dunia bukan hanya melalui pengalaman langsung, melainkan juga melalui pengalaman orang lain dengan mengamati orang lain, baik secara selintas maupun dengan sengaja. Pengamatan-pengamatan ini bisa bersifat langsung, seperti ketika kita melakukan tindakan secara langsung, atau secara tidak langsung, seperti ketika kita mengamati perilaku yang ditunjukkan di media massa (Winarso, 2005:173)

Albert Bandura menyajikan teori perilaku manusia secara lebih umum yang disebutnya “*sosial learning theory*”. Teori ini menjelaskan bagaimana kita belajar dari pengalaman langsung seperti halnya dari pengamatan atau permodelan. Jadi teori

itu dapat mencatat seperangkat perilaku daripada yang dicatat teori-teori pembelajaran yang tradisional (Winarso, 2005:173).

Teori pembelajar sosial menjelaskan perilaku merupakan hasil dari faktor lingkungan dan faktor kognitif. Teori ini mempertimbangkan unsur penguatan dalam berperilaku dan stimulus sebagai hal yang penting, tetapi hal itu juga mempertimbangkan pengaruh proses berpikir terhadap pembelajaran pada manusia. Teori belajar sosial secara khusus relevan dengan komunikasi massa karena banyak perilaku yang kita pelajari melalui permodelan (*modeling*) merupakan pengamatan pertama di media massa.

Teori belajar sosial menganggap media sebagai agen sosialisasi yang paling utama setara dengan keluarga, kelompok sebaya, dan guru-guru sekolah. Unsur-unsur utama alasisisnya adalah proses perhatian (*attentional process*), proses pengingatan (*retention process*), proses reproduksi motorik (*motor reproduction process*), dan proses motivasi (*motivational process*). Berikut adalah tahapan-tahapannya menurut Winarso (2005: 175-180) :

1. Proses Perhatian

Pertika tersebut mungkin memang benar-benar terjadi (seperti tindakan agresif yang baru saja terjadi), atau dapat juga pola-pola pikiran yang dilukiskan. Perilaku yang sesungguhnya dipelajari dari pengamatan terhadap perilaku tersebut, sementara sikap, nilai, pertimbangan moral, dan persepsi realitas sosial dipelajari

melalui model abstrak (*abstract modeling*). Pengamatan terhadap peristiwa tersebut mungkin selintas (karena adanya kesempatan), atau mungkin juga secara sengaja.

Peristiwa yang terjadi dapat diamati (dan karena itu ditiru atau dimodelkan), langkah pertama dalam pembelajaran sosial adalah perhatian terhadap peristiwa tersebut. Secara jelas kita tidak dapat belajar dari suatu peristiwa kecuali kita menaruh perhatian terhadap peristiwa itu dan dengan tepat menerima gambaran peristiwa itu dengan jelas. Perhatian terhadap suatu peristiwa ditentukan oleh karakteristik peristiwa itu (atau stimuli model) dan oleh pengamat.

Media massa menduduki peran penting dalam teori pembelajaran sosial. Karena sebagian besar dari kita terbatas dalam hal yang dapat kita amati secara langsung selama kegiatan rutin sehari-hari, banyak dari yang kita pelajari diamati dari media massa, khususnya media visual. Media massa dapat dengan kuat memperluas lingkup dari apa yang dapat kita pelajari dengan menerpakan kita pada peristiwa-peristiwa model yang sebaliknya tidak akan kita jumpai. Teori pembelajaran sosial menganggap media sebagai agen sosialisasi yang paling utama setara dengan keluarga, kelompok sebaya, dan guru-guru sekolah.

Seorang anak yang jarang menonton televisi, misalnya, tidak akan mempelajari tindakan yang agresif yang ditunjukkan program televisi. Teori pembelajaran sosial memperhitungkan nafsu sekadar lebih sebagai suatu fasilitator dari tindakan *modeling* (peniruan) daripada kondisi yang penting: pembelajaran dapat terjadi tanpa *arousal*.

2. Proses Pengingatan

Teori pembelajaran sosial terutama menaruh perhatian pada peniruan tertunda (*delayed modeling*), yakni penampilan dari peristiwa yang diobservasi ketika model tidak ada lagi. Pengingatan terhadap tindakan dipermudah dengan adanya pola-pola tanggapan dalam bentuk simbolis. Tindakan tersebut mesti tercermin dalam ingatan kita sehingga kita dapat mengingat kembali gambaran tersebut bila terdapat peluang untuk menampilkan tindakan itu.

Kita melakukan pola-pola tanggapan dalam dua sistem (*imaginal* dan verbal). Tindakan *imaginal*, berisi gambaran mental dari tindakan yang diamati dan menyimpan gambaran tadi dalam memori kita. *Visual imagery* merupakan proses yang umum terjadi. Tapi *visual imagery* biasanya tidak cukup untuk melakukan peniruan. Pembelajaran yang bersifat visual lebih mudah bagi manusia karena kemampuan kita untuk menghadirkan peristiwa-peristiwa secara simbolis dalam bentuk verbal dengan menggunakan bahasa.

Orang yang melakukan pengamatan harus tidak hanya menghadirkan peristiwa dalam bentuk verbal dan visual yang dapat disimpan dalam memori, melainkan ia juga harus dapat “melatih kembali secara mental” tindakan tersebut sebelum melakukannya secara terbuka. Riset telah membuktikan bahwa pembelajaran melalui pengamatan merupakan yang paling tepat bila kita lebih dulu mengorganisasikan

secara kognitif dan secara mental melatih kembali perilaku yang ditiru kemudian melakukan hal itu secara terbuka.

3. Proses Reproduksi Motorik

Tindakan yang dilakukan secara terbuka akan melibatkan langkah-langkah berikut ini: organisasi kognisi mengenai tanggapan, inisiasi (tatacara) tanggapan tersebut, monitoring (pemantauan), dan penyaringan berdasarkan umpan balik informatif. Langkah pertama adalah mengingat gambaran kognitif mengenai tindakan tersebut dan pemilihan tanggapan yang akan dilakukan, jadi seseorang berpikir dahulu sebelum bertindak. Kita sangat jarang dengan tepat melakukan kembali perilaku pada mulanya.

Tindakan melakukan kembali biasanya hasil dari usaha coba-coba (*trial and error*). Oleh karena itu, umpan balik penting karena memungkinkan kita memperbaiki perbedaan antara tindakan yang diamati dan tindakan yang kita tiru.

4. Proses Motivasional

Kita tidak melakukan semua hal yang kita pelajari. Motivasi untuk melakukan tindakan itu juga penting. Motivasi tergantung pada penguatan. Menurut Bandura,

ada tiga macam penguatan yang dapat memotivasi kita untuk bertindak: penguatan eksternal, penguatan karena orang lain, dan penguatan oleh diri sendiri.

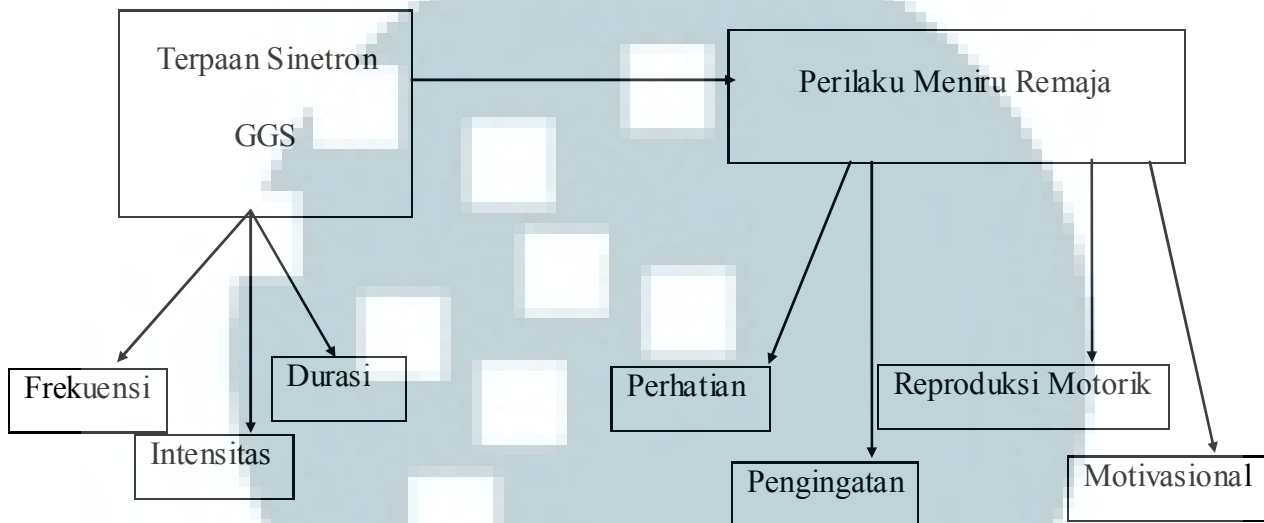
Penguatan eksternal adalah ganjaran yang diperoleh seseorang yang melakukan tindakan itu (*actor*) terhadap perilaku yang dilakukannya. Penguatan yang dilakukan oleh orang lain akan terjadi bila kita mengamati orang lain yang melakukan tindakan tertentu dan mendapat perhatian atau menarik perhatian. Penguatan diri sendiri juga menentukan dilakukannya tindakan dari perilaku yang dipelajari. Kita dapat mendorong diri kita sendiri terhadap perilaku-perilaku tertentu yang ditunjukkan. “Kepuasan diri”, dan “damai di dalam” merupakan penguat diri sendiri. Banyak perilaku kita tampilkan untuk alasan-alasan ini. Sebuah tindakan model akan diulang sejauh tindakan itu diperkuat sendiri oleh orang yang melakukan tindakan itu.

2.4 Kerangka Pemikiran

Jika melihat dari teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu teori belajar sosial, di mana TV memberi pengaruh dalam opini dan perilaku khalayak, maka dapat dilihat melalui bagan di bawah ini:

Gambar 2.1

Teori Belajar Sosial



Sumber: Adaptasi dari Winarso

Gambar di atas adalah cara peneliti mencari pengaruh tayangan sinetron GGS terhadap perilaku meniru remaja. Penelitian ini dimulai dengan membagi pokok pembahasan menjadi dua variabel, yaitu terpaan sinetron GGS dan perilaku meniru remaja.

Di mana variabel X dari penelitian ini, yaitu terpaan sinetron GGS, memiliki tiga dimensi, yaitu frekuensi, intensitas, dan durasi. Sedangkan variabel Y memiliki empat dimensi, yaitu perhatian, pengingatan, reproduksi motorik, dan motivasional. Empat dimensi ini sesuai dengan tahapan-tahapan teori belajar sosial.

Dimensi-dimensi ini membantu peneliti dalam membuat kuesioner yang akan disebar dan berfungsi untuk mengumpulkan data yang nantinya akan diolah dengan program SPSS. Setelah mendapatkan hasilnya, peneliti akan melakukan analisis data dan menyimpulkan jawaban yang telah diperoleh.

2.5 Hipotesis

Sinetron remaja dengan cerita yang penuh dengan kekerasan serta siluman-siluman ganteng dan cantik semakin merajai dunia pertelevisian Indonesia. Tayangan seperti ini ada karena pasar yang membutuhkannya. Kebanyakan dari penduduk Indonesia yang menyukai tayangan-tayangan sinetron seperti ini. Media-media juga ingin menaikkan *rating* perusahaan mereka dengan menayangkan sinetron semacam itu. Jadi menurut peneliti, seharusnya tayangan sinetron itu diubah menjadi lebih realistis, dengan bahasa atau pola komunikasi yang lebih baku, tepat dan lebih mendidik. Sehingga dapat mengubah pola komunikasi para remaja menjadi lebih baik dan tidak mengimitasi komunikasi yang ada dalam tayangan tersebut, karena kebanyakan dari remaja juga sering menonton sinetron dan melakukannya dalam kehidupan nyata dan kehidupan sehari-hari.

Akan lebih baik jika mulai sekarang, badan perusahaan perfilman membuat sebuah sinetron yang lebih berguna untuk ditonton, seperti misalnya persahabatan, atau cerita yang memberi pengaruh positif bagi masyarakat, terutama remaja. Jangan

hanya menyajikan cerita yang tidak realistis atau cerita yang hanya memberikan ketegangan untuk memberikan greget kepada masyarakat.

Hipotesis yang digunakan oleh peneliti adalah hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2011:69). Hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat berbentuk hubungan korelasional dan hubungan sebab akibat. Metode statistik untuk menguji kedua hubungan tersebut melalui analisis regresi, dan pengukuran koefisien korelasi. Regresi digunakan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan, sedangkan korelasi digunakan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih (kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan) (Kriyantono, 2012:35).

H : Terdapat pengaruh yang diakibatkan oleh sinetron remaja GGS terhadap perilaku meniru remaja

$H_0 \rho = 0$ (Tidak ada pengaruh yang diakibatkan oleh sinetron remaja GGS terhadap perilaku meniru remaja)

$H_a \rho \neq 0$ (Ada pengaruh yang diakibatkan oleh sinetron remaja GGS terhadap perilaku meniru remaja)

Table
Penelitian Terdahulu Sejenis

Nama Peneliti	Dyah Saraswaty I	M.I Rani Adityasari	Veronika Christi Mandasari	
Judul	Pendapat Remaja tentang Adegan Kekerasan dalam Sinetron Remaja	Efek Tayangan Sinetron Terhadap Tingkat Kesadaran Gender di Kalangan Remaja	Pengaruh Terpaan Tayangan Insert terhadap Peniruan Gaya Hidup Selebriti di Kalangan Remaja	Pe Sir Ga ter Mi
Tujuan	Untuk mengetahui pendapat remaja tentang adegan kekerasan dalam sinetron 'Bawang Merah Bawang Putih' Untuk mengetahui penilaian remaja terhadap adegan kekerasan yang ada dalam sinetron 'Bawang Merah Bawang Putih'	Melihat hubungan antara tingkat konsumsi sinetron, lingkungan <i>peer group</i>, keluarga dan sekolah terhadap tingkat kesadaran gender seseorang Melihat faktor yang paling berperan dalam pembentukan tingkat kesadaran gender seseorang	Untuk mengetahui seberapa kuat tayangan Insert di Trans TV terhadap peniruan gaya hidup selebriti di kalangan remaja	Ur sel sir me me

	Untuk mengetahui ketertarikan remaja terhadap adegan kekerasan yang ada dalam sinetron 'Bawang Merah Bawang Putih'			
Teori	Teori Kultivasi	Teori Kultivasi	Teori Belajar Sosial	Te
Metode	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	Ku
Kesimpulan	Tanggapan remaja terhadap permasalahan ini adalah positif, yaitu remaja menganggap adegan kekerasan yang ditayangkan dalam sinetron 'Bawang Merah Bawang Putih' adalah berlebihan dan tidak wajar. Mereka juga melihat bahwa kekerasan dalam sinetron tersebut benar-benar terjadi dalam dunia nyata.	Bahwa ternyata faktor yang paling berpengaruh terhadap pembentukan tingkat kesadaran gender pada remaja adalah tingkat patriarki dalam <i>peer group</i> dan tingkat patriarki dalam sekolah.	Terdapat hubungan antara variable terpaan tayangan Insert dengan variable peniruan gaya hidup selebriti di kalangan remaja. Sekalipun hubungan tersebut lemah namun, tetap ada hubungan.	Hu vai Ga Se pe ad.