

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal mendasar yang melekat pada diri manusia dan memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Hal tersebut muncul seiring dengan besarnya manfaat komunikasi yang diperoleh manusia. Manfaat tersebut berupa dukungan identitas diri untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, baik itu dilingkungan rumah, sekolah, kampus maupun lingkungan kerja. Proses komunikasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung seperti komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih dan komunikasi secara tidak langsung dengan menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik. Proses komunikasi dengan menggunakan media massa tersebut disebut dengan komunikasi massa.

Dalam komunikasi massa, televisi merupakan salah satu media massa yang umum digunakan dan merupakan media massa yang efektif karena memiliki sifat audio visual. Televisi kini menjadi bagian yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hampir dalam keseharian kita selalu berhubungan dengan televisi. Ketika kita menginginkan informasi, kita dapat melihat siaran berita yang ditayangkan di televisi. Saat kita ingin memperoleh hiburan maka televisi selalu dapat menyajikan tayangan-tayangan hiburan yang menarik. Melalui televisi pula kita dapat memperoleh hiburan,

pengalaman dan pengetahuan baru, maka televisi selalu dapat menyajikan tayangan-tayangan hiburan yang menarik.

Kondisi dimana peran vital televisi selaku media hiburan, tak dapat dipungkiri bahwa hampir di seluruh stasiun televisi berlomba-lomba menayangkan sinema elektronik atau akrab didengar dengan sinetron yang dimana menyajikan cerita bersifat romantis, menghibur, penuh khayalan hingga yang bersifat kejahatan, kekerasan dan aksi *Bullying*. Namun pada umumnya, kondisi inilah yang menjadi laris manis dikonsumsi oleh sebagian Remaja yang menjadikan sinetron sebagai ritual wajib untuk disaksikan.

Remaja Indonesia usia 6-14 tahun, menurut Yudi Suryanata, Executive Director untuk Consumer Research di Nielsen, mengkonsumsi media khususnya televisi dan internet, lebih tinggi daripada populasi pada umumnya. Riset yang dilakukan Nielsen menunjukkan bahwa penetrasi TV di kalangan Remaja dan remaja mencapai 98%. Penetrasi TV pada umumnya (95%). Penonton TV anak dan remaja laki-laki sedikit lebih banyak daripada perempuan (51% vs 49%). Berapa lama mereka menonton TV, Remaja dan remaja menonton TV rata-rata 4 jam setiap hari. Dilihat dari jenis kelaminnya, anak dan remaja perempuan menonton TV lebih lama daripada anak laki-laki (4,75 jam vs. 4,2 jam) (Edhy-aruman.blogspot.com).

Sinetron yang diangkat dalam penelitian ini adalah sinetron *Anak Jalanan* yang tayang setiap hari pukul 18.00-19.00 WIB di stasiun RCTI. Sinetron ini berkisah tentang dunia remaja dengan latar belakang geng atau kelompok remaja bermotor dengan segala romansa kehidupan; penuh gejolak

usia muda, percintaan, persaingan antar remaja dan “galaunya” hubungan dengan keluarga. Dari survey yang di lakukan oleh lembaga *rating* terdata rating sinetron ini tergolong tinggi dan berdampak cukup signifikan pada kehidupan remaja keseharian. Meskipun tidak berdasarkan data yang valid, remaja putri Ponorogo yang dalam sebulan terakhir

Dampak menonton sinetron di televisi bagi anak di Desa Cekok Kecamatan Jambean Kabupaten Ponorogo bisa jadi cukup besar. Hal ini terlihat dari prilaku mereka seperti cara bergaya dan berbicara. Mereka mengadopsi hal – hal baru yang ada dalam sinetron sehingga membuat para orang tua resah karena anak mereka mulai berubah.

Tayangan TV amat mempengaruhi emosi penontonya. Maka wajar bila masyarakat ikut meniru atau merubah perilaku. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul: "Dampak Menonton Tayangan Sinetron Anak Jalanan Terhadap Perilaku Remaja Desa Cekok Dusun Jambean Kabupaten Ponorogo."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: bagaimana dampak menonton tayangan sinetron Anak Jalanan terhadap perilaku remaja desa Cekok dusun Jambean Kabupaten Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak menonton sinetron Anak Jalanan terhadap perilaku remaja desa Cekok dusun Jambean Kabupaten Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perkembangan penelitian terutama berkaitan dampak televisi (sinetron) terhadap perilaku remaja.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi para perilaku remaja, selain itu untuk lebih mengembangkan penalaran sekaligus mengetahui kemampuan penulis dalam rangka menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah memahami konsep dalam penelitian ini akan di jelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Menurut Otto Soemarwoto (1989; 4) dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktifitas dan aktifitas itu dapat dilakukan oleh

manusia yang mengarah kepada perubahan dalam kehidupan manusia itu sendiri.

2. Tayangan dalam penelitian ini adalah tontonan yang disiarkan televisi pada jam tertentu.
3. Sinetron adalah Kependekan dari sinema elektronik, yakni sebuah film seri yang ditayangkan melalui media elektronik (televisi). Di Barat, sering dikenal dengan soap opera atau opera sabun, atau disebut juga telenovela (bahasa Spanyol). Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik, misalnya kehidupan remaja dengan intrik-intrik cinta segi tiga, kehidupan keluarga yang penuh penistaan, dan kehidupan alam gaib.
4. Notoatmodjo (1998;60) mengatakan, “hal ini berarti bahwa perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni disebut rangsangan. Dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu
5. Menurut John W. Santrock dalam bukunya “Adolescence”(2003: 157), remaja adalah masa perkembangan atau transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang mencakup perkembangan biologis, kognitif, dan sosial emosional.

F. Kajian Pustaka

1. Proses Komunikasi

Model komunikasi dari Harold Lasswell ini mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab

pertanyaan; *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa) (Effendy, 2007). Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu media hingga dapat menimbulkan reaksi tertentu, komunikasi yang terjalin dengan baik akan menghasilkan penerimaan pesan serta reaksi yang sesuai dengan keinginan komunikator.

Dari pengertian Lasswell di atas, dapat dipahami bahwa komponen dalam Ilmu Komunikasi ada lima yaitu: Komunikator (*who*), Pesan (*what*), Komunikan (*whom*), media atau channel (*channel*), dan reaksi atau efek (*effect*).

Sementara Carl I. Hovland menyatakan bahwa Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Selain itu Joseph A Devito menegaskan bahwa komunikasi adalah komunikasi oleh dan diantara manusia. Istilah Komunikasi dipergunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda: proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, dan studi mengenai proses komunikasi. Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh Devito sebagai: “Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber,

penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses encoding, penerimaan atau proses decoding, arus balik, dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Hal ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi. Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-personal, anatarpersonal, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antar budaya.

Dalam Ilmu Komunikasi Komunikasi Massa mengandung aspek-aspek unik yang menuntut adanya cabang teori komunikasi tersendiri. Cabang teori komunikasi tersebut lebih bersifat sosiologis daripada psikologis, dan lebih normatif daripada teori yang berkenaan mikro. Cabang teori komunikasi tersebut cenderung lebih bersifat tegas, universal, dan daya ramalnya lebih dapat dipercaya. (McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, 1991: 8). Namun demikian, sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu. Sebagai gejala perilaku, komunikasi komunikasi mempelajari bermacam-macam ilmu disiplin ilmu. Antara lain sosiologi dan psikologi.

2. Komunikasi Massa

Dalam ilmu komunikasi, terdapat kajian komunikasi massa yang membahas hubungan antara media dan masyarakat. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah media massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberikan informasi, menghibur, atau membujuk (Vivian, *Teori Komunikasi Massa*,

2008: 450).

Menurut Joseph R. Dominick mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.

Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elektronik. sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Komunikasi massa mempunyai beberapa perbedaan dengan komunikasi tatap muka.

Komunikasi Massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Maka unsur-unsur penting dalam komunikasi masa adalah:

- a) Komunikator
- b) Media masasa
- c) Informasi (pesan) massa
- d) Gatekeeper
- e) Khalayak (publik), dan
- f) Umpan balik di Masyarakat (2008: 71)

Tolok ukur kekuatan sosial adalah efek yang muncul akibat pengaruh media terhadap masyarakat dan efek pesan. Efek yang dari pesan disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu efek melekat pada khalayak

sebagai akibat dari perubahan psikologis. Mengenai efek komunikasi diklasifikasikan sebagai *efek kognitif* (cognitive effect), *efek afektif* (affective effect), dan *efek behavioral* (behavioral effect) (Effendy, 2003: 318). pada Penelitian ini lebih menekankan pada efek pesan yang meliputi:

a) Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif. Dalam efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Schramm mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu “yang mengurangi ketidakpastian alternatif (Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, 1999 : 223).

Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi. Kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa. Televisi sering menyajikan adegan kekerasan, penonton televisi cenderung memandang dunia ini lebih keras, lebih tidak aman dan lebih mengerikan.

Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra

tentang lingkungan sosial yang bias dan timpang. Oleh karena itu, muncullah 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. Sebagai contoh, dalam film India, wanita sering ditampilkan sebagai makhluk yang cengeng, senang kemewahan dan seringkali cerewet.

b) Efek Afektif

Efek afektif adalah efek yang bertujuan mempengaruhi khalayak untuk turut merasakan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Efek ini yang akan menimbulkan pembentukan dan perubahan sikap.

Menurut asch, semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Sikap selalu diarahkan pada objek, kelompok, atau orang. (Rahmat: 233).

Secara singkat, sikap ditentukan oleh citra. Pada gilirannya, citra ditentukan oleh sumber-sumber informasi. Di antara sumber informasi yang paling penting dalam kehidupan modern adalah media massa. Media massa tidak mengubah sikap secara langsung, tetapi mengubah citra dulu, dan citra inilah yang mendasari sikap.

c) Efek Behavioral

Efek behavioral adalah akibat timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Program acara memasak bersama Rudi Khaeruddin, misalnya, akan menyebabkan para ibu rumah tangga mengikuti resep-resep baru. Bahkan, kita pernah mendengar kabar seorang anak sekolah dasar yang mencontoh adegan gulat dari acara *Smack Down* yang mengakibatkan satu orang tewas akibat adegan gulat tersebut. Namun, dari semua informasi dari berbagai media tersebut tidak mempunyai efek yang sama.

Pada penelitian ini lebih kearah efek behavioral karena akibat melihat sinetron akan menimbulkan suatu tindakan atau perilaku. Tindakan atau kegiatan ini lah yang bisa menimbulkan perubahan perilaku pada remaja.

Tidak hanya efek dari komunikasi massa yang menyebabkan perubahan perilaku remaja akan tetapi juga faktor sosiologi. Di mana faktor ini juga dapat menyebabkan remaja untuk melakukan perilaku menyimpang.

3. Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Media

masa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi.

Media massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.

Di tengah sengitnya persaingan memperebutkan uang pengiklan dan perhatian publik, media telah mengembangkan dan berbagi sejumlah peran. Sebagai media informasi, radio dan televisi unggul dalam menyampaikan berita secara dini yang dilengkapi dengan ulasan penjelasan. Kalau media siaran memberi perhatian pada suatu peristiwa, biasanya waktu dan perhatian untuk peristiwa lain berkurang.

a. Media dan Kontrol Sosial

Sejumlah teoritis, meski tak sejauh Innis atau McLuhan dalam mengupas kekuatan komunikasi massa, juga mengakui peran komunikasi massa sebagai alat kontrol sosial dan pemeliharaan tertib masyarakat. Ini kontras dengan teori *libertarian* yang berkeyakinan bahwa pers atau media adalah kekuatan pembebas manusia dari tirani, kesewenang-wenangan dan kebodohan. Teori baru tadi sebenarnya tidak menolak pandangan libertarian ini, namun sekedar pemberi wawasan baru bahwa sebenarnya selain bisa menjadi alat pembebas,

media juga bisa menjadi alat penekan.

Kontrol sosial oleh media masa begitu ekstensif dan efektif, sehingga sebagian pengamat menganggap kekuatan utama media masa memang disitu. Media juga sebagai pengubah bentuk kontrol sosial. Paul Lazarseld dan Robert K. Merton juga melihat media dapat menghgaluskan pakasaan sehingga tampak sebagai bujukan. Mereka mengatakan “kelompok kuat kian mengandalkan teknik manipulasi melalui media untuk mencapai apa yang diinginkannya.

Kekuatan media memang sering menciptakan imitasi di kalangan masyarakat, mulai Remaja hingga orang dewasa. Kita sering melihat Remaja melompat-lompat seperti hendak terbang, atau saling memukul dengan temannya meniru gerakan Supermen atau Batman dalam film di televisi.

Kenyataan tersebut sebenarnya menunjukkan bahwa ada realitas sosial media yang memiliki daya tarik luar biasa sehingga orang rela bertahan selama beberapa jam di depan layar kaca. Sang pemeran dalam sinetron, sebenarnya tidak lebih dari orang kebanyakan menjadi orang yang memiliki daya tarik dan menjadi panutan penggemarnya.

b. Jenis-jenis Media Massa

1) Media Massa Tradisional

Media masa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa. Secara tradisional media massa digolongkan sebagai berikut: surat kabar,

majalah, radio, televisi, film (layar lebar). Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

- a) Informasi dari lingkungan diseleksi, diterjemahkan dan didistribusikan
- b) Media massa menjadi perantara dan mengirim informasinya melalui saluran tertentu.
- c) Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat dan menyeleksi informasi yang mereka terima.
- d) Interaksi antara sumber berita dan penerima sedikit.

2) Media massa modern

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

- a) Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (melalui SMS atau internet misalnya)
- b) Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual
- c) Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu
- d) Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam
- e) Penerima yang menentukan waktu interaksi

c. Fungsi Media Massa

Berdasarkan ketentuan pasal 33 UU No. 4 tahun 1999 tentang pers, fungsi pers adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Sementara itu Pasal 6 UU Pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut ;

1) Memenuhi hak masyarakat

Pemenuhan hak masyarakat ini untuk mengetahui dan menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia. Selain itu pers juga harus menghormati kebinekaan mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar melakukan pengawasan.

2) Sebagai pelaku Media Informasi

Pers itu memberi dan menyediakan informasi tentang peristiwa yang terjadi kepada masyarakat, dan masyarakat membeli surat kabar karena memerlukan informasi.

3) Fungsi Pendidikan

Pers itu sebagai sarana pendidikan massa (mass Education), pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat bertambah pengetahuan dan wawasannya.

4) Fungsi Hiburan

Pers juga memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Berbentuk cerita pendek, cerita bersambung,

cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, dan karikatur.

5) Fungsi Kontrol Sosial

Fungsi ini terkandung makna demokratis yang didalamnya terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

- a) *Social participation* (keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan)
- b) *Social responsibility* (pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat)
- c) *Social support* (dukungan rakyat terhadap pemerintah)
- d) *Social control* (kontrol masyarakat terhadap tindakan-tindakan pemerintah)

d. Karakteristik Media Massa

Jika khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa juga mempunyai karakteristik yaitu:

- 1) Bersifat lembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- 2) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- 3) Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan

simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.

- 4) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- 5) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2002) 134-135

e. Efek Media Massa

Efek media massa adalah suatu efek yang berasal dari perlakuan media massa kepada kita. Ada 3 pendekatan dalam media massa yakni: efek media massa, perubahan pada diri khalayak komunikasi massa dan tinjauan suatu observasi yang dikenai efek komunikasi massa. Efek kehadiran masa secara fisik memberikan 5 efek yakni: efek ekonomis, efek sosial, efek penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu dan efek pada perasaan orang terhadap media. Pesan media massa memberikan efek kognitif, efektif dan behavioral kepada khalayak penerima. Selain efek-efek negatif media massa juga memberikan efek positif dengan menimbulkan efek prososial. Tiga wilayah efek prososial, antara lain efek terapeutik, pengembangan kendali diri, kerja sama membagi dan membantu (<http://putro2009.wordpress.com/2009/05/25/psikologi-komunikasi-uas>)

Barangsiapa menguasai informasi maka dia akan menguasai dunia. Hampir semua orang yang mendengar ungkapan tersebut percaya akan kebenarannya. Dan ini memang bukan basa basi, realitas telah memberikan bukti disepanjang sejarah manusia. Seseorang yang memiliki informasi selalu memenangkan setiap kesempatan yang ada. Oleh karena itu peran media massa memiliki pengaruh yang luar biasa. Di dalam media berbagai macam informasi saling bertarung untuk merebut perhatian khalayak.

Efek yang ditimbulkan oleh media erat kaitannya dengan perubahan akan pengetahuan, sikap serta perilaku yang disebabkan oleh pemberitaan media massa. Media sebenarnya merupakan sebuah elemen penyalur informasi yang mempunyai pengaruh cukup kompleks. Dapat dikatakan kompleks dikarenakan media tidak hanya mempengaruhi benak individu per individu tetapi lebih jauh media juga mampu merubah tataran kehidupan yang ada di masyarakat.

Permasalahan tentang gaya , mode serta trend yang sering kali terjadi dan berubah secara dinamis merupakan campur tangan dari media. Pemberitaan mengenai peristiwa tertentu yang disusun dan diberitakan sehingga khalayak menganggapnya lebih penting dibandingkan beberapa peristiwa lain yang sebenarnya lebih penting tetapi dianggap tidak penting karena tidak ada campur tangan media. Bertambahnya pengetahuan individu serta perubahan perilaku individu juga dapat dikatakan merupakan campur tangan media.

Dampak media massa lainnya adalah kekuatan media dalam mengubah dan membentuk gaya hidup seseorang. Sejumlah peneliti mengungkapkan, mengungkap, menonton televisi secara berlebihan di kalangan Remaja bisa menyebabkan cara hidup yang pasif dan malas bergerak pada Remaja . Hal ini mengakibatkan munculnya gejala semacam kegemukan, kebiasaan makan yang salah, naiknya kolesterol, penyakit pencernaan, dan gangguan psikologis. Kian meningkatnya arus urbanisasi di negara-negara berkembang, memunculkan pula gaya hidup perkotaan ala Barat. Padahal, setiap negara memiliki kebudayaan dan keyakinan khas yang terkadang berseberangan dengan nilai-nilai Barat. Karena itu, media-media massa lokal harus memberikan perhatian yang lebih serius terhadap nilai dan budaya setempat masyarakatnya.

Meski demikian, media massa juga bisa berperan positif bagi masyarakat. Karena itu, masalah kesehatan sosial masyarakat harus kita kaji dari beragam sisi. Dari sisi moral, masyarakat yang sehat adalah masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral, semacam cinta sesama manusia, menghormati hak-hak orang lain, menyebarkan tradisi saling memaafkan dan mengasihi. Terkait hal ini, media massa bisa berperan positif dalam menyebarkan dan membumikan nilai-nilai moral. Penayangan acara yang mendidik namun menghibur merupakan salah satu cara efektif bagi media untuk membangun masyarakat yang sehat. Media massa juga bisa berperan sebagai sumber rujukan di

bidang pendidikan dan penyebaran informasi yang cepat. Dalam hal ini, media dapat meningkatkan tingkat pengetahuan masyarakat. Sekarang ini, media memiliki andil yang penting dalam mengajak masyarakat untuk memerangi kekerasan, dan tindak kriminalitas. Media sebagai kekuatan strategis dalam menyebarkan informasi merupakan salah satu otoritas sosial yang berpengaruh dalam membentuk sikap dan norma sosial suatu masyarakat.

Secara perlahan-lahan namun efektif, media membentuk pandangan pemirsanya terhadap bagaimana seseorang melihat pribadinya dan bagaimana seseorang seharusnya berhubungan dengan dunia sehari-hari.

- 1) Pertama, media memperlihatkan pada pemirsanya bagaimana standar hidup layak bagi seorang manusia, dari sini pemirsa menilai apakah lingkungan mereka sudah layak, atau apakah ia telah memenuhi standar itu, dan gambaran ini banyak dipengaruhi dari apa yang pemirsa lihat dari media.
- 2) Kedua, penawaran-penawaran yang dilakukan oleh media bisa jadi memengaruhi apa yang pemirsanya inginkan, sebagai contoh media mengilustrasikan kehidupan keluarga ideal, dan pemirsanya mulai membandingkan dan membicarakan kehidupan keluarga tersebut, dimana kehidupan keluarga ilustrasi itu terlihat begitu sempurna sehingga kesalahan mereka menjadi menu pembicaraan sehari-hari pemirsanya, atau mereka mulai menertawakan perilaku tokoh yang

aneh dan hal-hal kecil yang terjadi pada tokoh tersebut.

3) Ketiga, media visual dapat memenuhi kebutuhan pemirsanya akan kepribadian yang lebih baik, pintar, cantik/ tampan, dan kuat. Contohnya Remaja kecil dengan cepat mengidentifikasi mereka sebagai penyihir seperti Harry Potter, atau putri raja seperti tokoh Disney. Bagi pemirsa dewasa, proses pengidolaaan ini terjadi dengan lebih halus, mungkin remaja ABG akan meniru gaya bicara idola mereka, meniru cara mereka berpakaian. Sementara untuk orang dewasa mereka mengkomunikasikan gambar yang mereka lihat dengan gambaran yang mereka inginkan untuk mereka secara lebih *halus*.

4) Keempat, bagi remaja, mereka tidak hanya berhenti sebagai penonton atau pendengar, mereka juga menjadi "penentu", dimana mereka menentukan arah media populer saat mereka berekspresi dan mengemukakan pendapatnya

([wikipedia.org/wiki/Media_massa](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_massa))

5) Kekuatan efek media massa mempengaruhi khalayak pertama kali dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam disertasinya, dengan menganalisis teknik-teknik propaganda yang dipergunakan oleh pendeta melalui radio dalam mempengaruhi khalayak. Lasswell melalui penelitian itu berpendapat bahwa khalayak atau pendengar dalam menerima informasi yang disiarkan oleh media massa berada dalam posisi pasif (Mattelart, 1998).

4. Sosiologi

Kata Sosiologi berasal dari *sofie*, yaitu tanam atau bertanam, kemudian berkembang menjadi *socius*, dalam bahasa latin yang berarti teman, kawan. Berkembang lagi menjadi kata *sosial* artinya berteman, bersama, berserikat.

Secara khusus kata *sosial* maksudnya adalah hal-hal yang mengenai berbagai kejadian dalam masyarakat yaitu persekutuan manusia, dan selanjutnya dengan pengertian itu untuk dapat berusaha mendatangkan perbaikan dalam kehidupan bersama. (Shadily,1993:1-2).

Dengan kata lain menurut Hassan Shadily, sosiologi adalah ilmu masyarakat atau ilmu kemasyarakatan yang mempelajari manusia sebagai anggota golongan atau masyarakatnya (tidak sebagai individu yang terlepas dari golongan atau masyarakat), dengan ikatan-ikatan adat, kebiasaan, kepercayaan atau agamanya, tingkah laku serta keseniannya atau yang disebut kebudayaan yang meliputi segala segi kehidupannya. (1993:2).

Pitirin Sorokin (Soekanto, 2003:19), mengemukakan sosiologi adalah suatu ilmu yang mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala-gejala sosial, hubungan dan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala non sosial, dan ciri-ciri umum semua jenis gejala-gejala sosial.

Umumnya mempelajari ilmu kemasyarakatan. Salah satu sub bagian sosiologi adalah kajian terhadap interaksi sosial. Yang dimaksud interaksi sosial adalah hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Faktor yang mendasari terbentuknya interaksi sosial adalah imitasi, identifikasi,

sugesti, motivasi, simpati, dan empati. Namun yang berkaitan langsung dengan penelitian ini adalah Imitasi dan identifikasi.

a) Imitasi adalah proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain melalui sikap, penampilan, gaya hidup, bahkan apa saja yang dimiliki oleh orang lain.

b) Identifikasi adalah upaya yang dilakukan oleh individu untuk menjadi sama atau identik dengan individu lainnya yang ditiru. Faktor identifikasi menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditampilkan dalam media massa. Dengan identifikasi penonton, pembaca, atau pendengar menempatkan dirinya dalam posisi tokoh. Karena itulah, ketika tokoh identifikasi (identifikasi) itu kalah, ia juga kecewa, ketika identifikasi berhasil, ia ikut gembira. Semuanya ini menunjukkan bahwa makin tinggi identifikasi kita dengan tokoh yang ada di media, makin besar intensitas emosional pada diri kita akibat terpaan media massa.

Dalam penelitian ini lebih fokus kepada imitasi dan identifikasi karena berhubungan dengan pengaruh sinetron terhadap perubahan perilaku remaja. Maraknya sinetron dan film layar lebar yang mengupas tentang kehidupan remaja turut pula memberikan andil yang besar terhadap perkembangan remaja. Hal itu disebabkan karena keingintahuan mereka yang sangat tinggi terhadap apa yang mereka lihat. Karena itulah mereka cenderung ingin mengikuti apa yang mereka lihat di televisi. Misalnya sikap mereka yang tidak sopan pada orang tua, penampilan yang

tidak sopan, gaya hidup yang glamor. Mereka berusaha untuk meniru apa yang di lihat dan melakukannya agar sama dengan artis idolanya.

Selain faktor sosiologi, faktor psikologis juga berperan penting dalam perubahan perilaku remaja. Karena psikologi mengarahkan perhatiannya pada perilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya perilaku. Bila sosiologi melihat komunikasi pada interaksi sosial, sedangkan psikologi pada perilaku individu.

5. Psikologi

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian. Komunikasi sangat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasi, psikologi memberikan karakteristik manusia komunikasi serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya.

Faktor psikologi juga ikut berperan dalam mempengaruhi perilaku remaja. Faktor-faktor tersebut antara lain:

a) Kepentingan (Interest)

Faktor ini akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan.

b) Motivasi (Motivation)

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua

penggerak alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu.

Perubahan perilaku remaja itu disebabkan karena pengaruh sinetron yang ada di televisi. Mereka melihat sinetron pasti menggunakan media baik cetak maupun elektronik.

6. Sinetron

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan jika dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

Dari segi ilmu komunikasi sinetron merupakan wacana atau teks audio visual yang bermuatan gambaran realitas sosial virtual atau tiruan dari realitas sosial nyata. Sinetron menyajikan versi persepsi hubungan-hubungan sosial terkini, mengandung pesan-pesan respon terhadap perubahan persepsi-persepsi. Di sini sinetron menyodorkan berbagai cara untuk menciptakan ketergantungan pada remaja. Hal ini menyebabkan remaja menjadi pribadi yang lentur, tidak mempunyai pengalaman empirik untuk menanggapi empati sosial. Bahaya lain yang membuat sinetron Indonesia banyak di hujat oleh banyak orang adalah, karena bisa membawa pengaruh negatif, karena akan membentuk masyarakat jadi konsumtif dan hedonisme. Karena kehidupan disinetron yang serba glamor. Hal ini dikhawatirkan akan membuat Remaja dan remaja meniru sikap, tingkah laku, gaya, serta apapun yang mereka lihat dari sinetron-sinetron, yang berlimpah kemewahan.

Yang paling utama saat ini, adalah peranan orang tua untuk bisa mengontrol tayangan yang di tonton oleh Remaja nya. Orang tua perlu mendampingi Remaja nya saat nonton, memberikan pemahaman, tentang suatu tayangan sinetron yang sedang disaksikan, juga untuk membangun sarana komunikasi dengan anak, dan hal ini juga bisa mengurangi dampak negative dari tayangan sinetron bagi anak dan remaja. Karena kebiasaan mengkonsumsi televisi secara sehat harus dimulai sejak usia dini.

7. Perilaku Remaja

Pengertian perilaku negatif secara Etimologi terdiri dari dua kata yaitu perilaku dan negatif. Secara bahasa perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan negatif adalah kurang baik, menyimpang dari ukuran umum. Jadi, perilaku negatif menurut bahasa adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan yang kurang baik/menyimpang dari ukuran umum.

Beberapa pakar sosiologi dan psikologi sosial, mengutarakan pengertian perilaku negatif atau perilaku menyimpang, diantaranya :

- a. Dr. Saparinah Sadli (1977), perilaku menyimpang adalah tingkah laku yang dinilai sebagai menyimpang dari aturan-aturan normatif atau yang dinilai sebagai menyimpang dari pengharapan-pengharapan lingkungan sosial.
- b. Robert M. Z. Lawang, perilaku menyimpang adalah semua tindakan yang menyimpang dari norma-norma yang berlaku dalam suatu sistem

sosial dan menimbulkan usaha dari mereka yang berwenang dalam sistem itu untuk memperbaiki perilaku yang menyimpang tersebut.

c. Bruce J. Cohen (1992), Perilaku menyimpang bisa didefinisikan sebagai setiap perilaku yang tidak berhasil menyesuaikan diri dengan kehendak-kehendak masyarakat atau kelompok tertentu dalam masyarakat.

d. David Berry (1985) - Pokok dalam Pikiran bukunya dalam "Pokok yang diterjemah oleh Paulus Wiroutomo, mengatakan bahwa penyimpangan secara sederhana dapat didefinisikan sebagai tindakan yang tidak sesuai dengan norma-norma, jadi tanpa norma sosial tidak akan ada penyimpangan.

Sehingga, dapat disimpulkan perilaku negatif atau perilaku menyimpang merupakan tingkah laku individu yang tidak sesuai norma-norma yang dibuat dalam lingkungan atau masyarakat tersebut.

8. Remaja

Remaja sebagai periode tertentu dalam rentang kehidupan manusia. Istilah remaja dikenal dengan "*adolescence*" yang berasal dari kata dalam bahasa Latin "*adolescere*" yang berarti tumbuh menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa. Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah 12 hingga 21 tahun. Rentang usia remaja dibedakan atas tiga yaitu 12-15 tahun = masa remaja awal, 15-18 tahun = masa remaja pertengahan dan 18-21 tahun = masa remaja akhir. Menurut Monk, Knoers, dan Haditono, (2001) membedakan masa remaja atas

empat bagian yaitu: pertama, masa pra remaja atau pra pubertas (10-12 tahun), kedua masa remaja awal atau pubertas (12-15 tahun), ketiga masa remaja pertengahan (15-18 tahun), dan keempat masa remaja akhir (18-21). Remaja awal hingga remaja akhir inilah yang disebut *adolesens*. (Desmita, *Psikologi Perkembangan*, 2005: 189-190).

Menurut Piaget remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa, anak tidak merasa lagi di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan pada tingkat yang sama, sekurangnya masalah hak. Fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang sering diawali dengan matangnya organ seksual sehingga mampu direproduksi. Ditambah oleh Erikson bahwa remaja merupakan masa berkembangnya *identity* atau pencarian identitas diri yang merupakan *crisis point* dari pengalaman remaja, karena semua normatif sebelumnya telah memberikan kontribusi perkembangan identitas diri. Erikson memandang pengalaman hidup remaja berada dalam keadaan *moratorium*, yaitu suatu periode saat remaja diharapkan mampu mempersiapkan dirinya untuk masa depan dan mampu menjawab pertanyaan siapa saya/Who am I. (Elizabet Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta:Erlangga,1998),98-99.)

G . Metodologi Penelitian

Metode berasal dari bahasa Yunani "*Methodos*" yang berarti cara atau jalan yang di tempuh. Sehubungan dengan upaya ilmiah, maka metode menyangkut masalah cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi

sasaran ilmu yang bersangkutan. Fungsi metode berarti sebagai alat untuk mencapai tujuan.

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan dalam tipe penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Whitney, penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran/lukisan, secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifatsifat serta hubungan-hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sementara penelitian kualitatif bertitik tolak dari paradigma fenomenologis yang objektivitasnya dibangun atas rumusan tentang situasi tertentu sebagaimana yang dihayati oleh individu atau kelompok sosial tertentu dan relevan dengan tujuan penelitian itu. Tujuan penelitian kualitatif adalah bukan untuk selalu mencari sebab akibat sesuatu, tetapi lebih berupaya memahami situasi tertentu (Nasir, 1988: 63-64).

Alasan pemilihan tipe tersebut dilatarbelakangi pertimbangan bahwa penelitian difokuskan untuk mengetahui fakta-fakta, gejala-gejala atau fenomena-fenomena tertentu serta menggambarkan proses atau peristiwa yang ada pada masa sekarang.

Dasar penelitian adalah wawancara dan survey yaitu metode penelitian dengan cara mengumpulkan data melalui observasi terhadap

objek penelitian dan wawancara dengan sejumlah informan yang merupakan orang tua dari objek penelitian.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Secara keseluruhan, penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, terhitung sejak bulan November hingga bulan Januari tahun 2016. Lokasi penelitian di Desa Cekok Dusun Jambean Kabupaten Ponorogo.

3. Jenis dan Cara Penggalian Data

Dalam penelitian ini data-data yang diambil dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu data primer dan sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil :

- 1) Teknik *interview* atau wawancara yaitu melakukan wawancara baik secara mendalam maupun secara bebas kepada orang tua dari subjek penelitian (anggota Geng motor Super Nekat) dengan menggunakan daftar pertanyaan.
3. Observasi lembar pengamatan terhadap objek penelitian (anggota Geng motor Super Nekat) yang telah ditentukan.

b. Data sekunder

Data diperoleh melalui studi pustaka (*Library Search*) yaitu mengambil data dari sejumlah buku, literatur, internet, dokumentasi maupun perundang-undangan, dokumen yang sudah ada, seperti Kabupaten Ponorogo dalam Angka (BPS) dan Profil Desa Cekok

Dusun Jamban Kabupaten Ponorogo dan beberapa data penting lainnya.

c. Keabsahan dan Kepastian Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Yin (2003) mengajukan empat kriteria keabsahan dan keajegan yang diperlukan dalam suatu penelitian kualitatif. Empat hal tersebut adalah sebagai berikut :

1) Keabsahan Konstruksi (*Construct validity*)

Keabsahan bentuk batasan berkaitan dengan suatu kepastian bahwa yang berukuran benar-benar merupakan variabel yang ingin diukur. Keabsahan ini juga dapat dicapai dengan proses pengumpulan data yang tepat. Salah satu caranya adalah dengan proses triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Menurut Patton (dalam Sulistiany 1999) ada 4 macam triangulasi. Sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu :

a) Triangulasi Data

Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

b) Triangulasi Pengamat

Adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, dosen pembimbing studi kasus bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

c) Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlawanan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memasuki syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori digunakan untuk menguji data yang terkumpul.

d) Triangulasi Metode

Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

2) Keabsahan Internal (*Internal validity*)

Keabsahan internal merupakan konsep yang mengacu pada seberapa jauh kesimpulan hasil penelitian menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Keabsahan ini dapat dicapai melalui proses analisis dan interpretasi yang tepat. Aktivitas dalam melakukan penelitian kualitatif akan selalu berubah dan tentunya akan mempengaruhi hasil dari penelitian tersebut. Walaupun telah

dilakukan uji keabsahan internal, tetap ada kemungkinan munculnya kesimpulan lain yang berbeda.

3) Keabsahan Eksternal (*Eksternal validity*)

Keabsahan eksternal mengacu pada seberapa jauh hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada kasus lain. Walaupun dalam penelitian kualitatif memiliki sifat tidak ada kesimpulan yang pasti, penelitian kualitatif dapat dikatakan memiliki keabsahan eksternal terhadap kasus-kasus lain selama kasus tersebut memiliki konteks yang sama.

4) Keajegan (*Reabilitas*)

Keajegan merupakan konsep yang mengacu pada seberapa jauh penelitian berikutnya akan mencapai hasil yang sama apabila mengulang penelitian yang sama, sekali lagi.

Dalam penelitian ini, keajegan mengacu pada kemungkinan peneliti selanjutnya memperoleh hasil yang sama apabila penelitian dilakukan sekali lagi dengan subjek yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa konsep keajegan penelitian kualitatif selain menekankan pada desain penelitian, juga pada cara pengumpulan data dan pengolahan data.

4. Informan

Informan dalam penelitian ini adalah kelompok orang tua dari Geng Motor *Super Nekad* Pimpinan *Blaksy* yang bermarkas di Desa Cekok dengan anggota sekitar 40-an pemuda berumur antara 15 – 25 tahun. Rata-rata masih berstatus pelajar dan tamatan SMA. Meski beranggota 40-an, yang aktif menonton tayangan sinetron *Anak Jalanan* hanya sejumlah 12 orang. Orang tua dari kedua belas anggota Geng Motor *Super Nekad* tersebutlah yang selanjutnya dijadikan informan dalam penelitian.

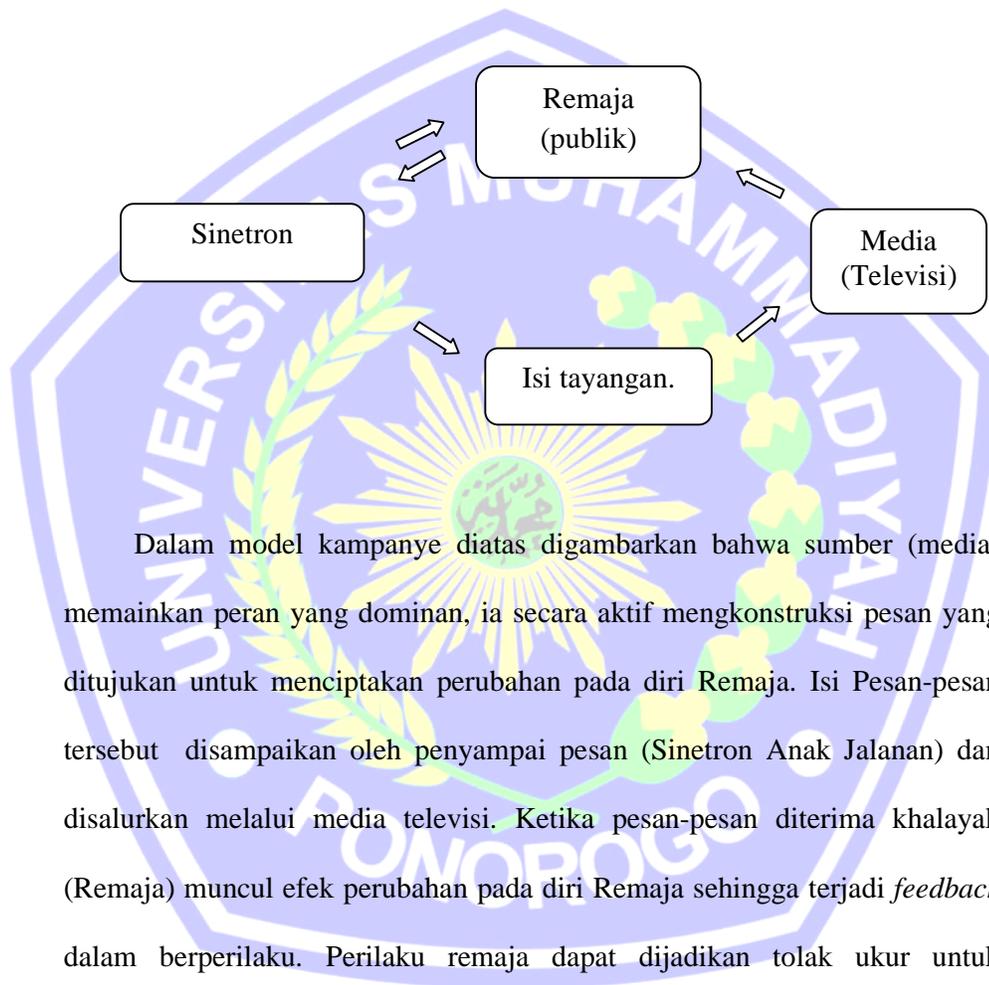
5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran dan sebagainya (Sugiono, 2007).

H. Kerangka Berpikir

Bagan 1.1

Model dampak tayangan sinetron terhadap perilaku remaja
(di adaptasi dari Karl W. Deusht)



Dalam model kampanye diatas digambarkan bahwa sumber (media) memainkan peran yang dominan, ia secara aktif mengkonstruksi pesan yang ditujukan untuk menciptakan perubahan pada diri Remaja. Isi Pesan-pesan tersebut disampaikan oleh penyampai pesan (Sinetron Anak Jalanan) dan disalurkan melalui media televisi. Ketika pesan-pesan diterima khalayak (Remaja) muncul efek perubahan pada diri Remaja sehingga terjadi *feedback* dalam berperilaku. Perilaku remaja dapat dijadikan tolak ukur untuk mengetahui dampak tayangan sinetron itu sendiri. Akhirnya dapat dikatakan bahwa keseluruhan proses tayangan sinetron, tidak terlepas dari media dan khalayak.

Model ini dapat dengan mudah di identifikasikan, alasan yang mendasarinya adalah bahwa tayangan sinetron merupakan kegiatan komunikasi yang direncanakan, karena bersifat purposive atau bertujuan dan membuka peluang untuk saling bertukar informasi dengan khalayak. Lebih dari itu tayangan sinetron merupakan kegiatan yang bersifat persuasif dimana sumber secara aktif mempengaruhi penerima yang berada dalam kondisi pasif.

