

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Film

1. Pengertian Film

Pengertian film secara harfiah film (sinema) berupa rangkaian gambar hidup (bergerak), sering juga disebut movie. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian, film merupakan selaput tipis yang dibuat dari soluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop dan televisi), yang kedua, film diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup.¹

Film adalah sekedar gambar yang bergerak. Adapun pergerakannya disebut sebagai *intermittent movement*, gerakan yang muncul hanya karena keterbatasan kemampuan mata dan otak manusia menangkap sejumlah pergantian gambar dalam sepersekian detik. Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media-media lainnya. Secara audio visual dia bekerja sama dengan baik dalam membuat penontonnya tidak bosan dan lebih mengingat, karena formatnya yang menarik. Secara umum film dapat dibagi atas dua unsur pembentuk, yakni unsur *naratif* dan *sinematik*. Biasa dikatakan

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 242

unsur naratif adalah bahan (materi) yang akan diolah, sedangkan unsur sinematik adalah cara (gaya) untuk mengolahnya.²

Defenisi film menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1992 adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam menggunakan pita seloloid, pita video, piringan video, atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukan atau dapat ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, elektronik dan lainnya.³

Film merupakan media elektronik paling tua dari pada media lainnya, apalagi film telah berhasil mempertunjukan gambar-gambar hidup yang seolah-olah memindahkan realitas ke atas layar. Keberadaan film telah diciptakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang benar-benar telah memasuki kehidupan umat manusia yang sangat luas lagi beraneka ragam.⁴

Film adalah fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumen yang terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik. Sehingga film merupakan produk yang multi dimensial

² Pamusuk Eneste, *Novel dan Film* (Jakarta, Nusa Indah, 1989), hlm. 36

³ *Undang-Undang Dasar* (Surabaya: Pustaka Anugrah Harapan, 1992) hlm. 83-85

⁴ Liliweri, Alo, *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. (Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004), hlm. 153

dan kompleks. Kehadiran film ditengah kehidupan manusia dewasa ini semakin penting dan setara dengan media lainnya. Keberadaanya praktis, hampir dapat disamakan dengan kebutuhan akan sandang pangan. Dapat dikatakan hampir tidak ada sehari-hari manusia yang berbudaya maju yang tidak tersentuh media ini.⁵

Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) di baliknya. Tanpa pernah berlaku sebaliknya. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar.⁶

Film telah menjadi komunikasi audio visual yang akrab dinikmati oleh segenap masyarakat dari berbagai rentang usia dan latar belakang sosial. Kekuatan dan kemampuan film dalam menjangkau banyak sekmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya.⁷ Film memberi dampak pada setiap penontonnya, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Melalui pesan yang terkandung di dalamnya, film mampu memberi pengaruh bahkan mengubah dan membentuk karakter penontonnya.

⁵ Ashandi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi*, (Yogyakarta, LP31, 2000), hlm. 176

⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 127

⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 17

Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sutradara menggunakan imajinasi untuk mempresentasikan suatu pesan melalui film dengan unsur-unsur yang menyangkut eksposisi (penyajian langsung atau tidak langsung). Tidak sedikit film yang mengangkat cerita nyata atau sungguh-sungguh terjadi dalam masyarakat. Banyak muatan-muatan ideologis di dalamnya, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi pola pikir para penontonnya. Sebagai gambar yang bergerak, film adalah reproduksi dari kenyataan seperti adanya.

2. Klasifikasi Film

1. Menurut Jenis Film

Jenis film saat ini ada beragam, dengan hadirnya film dengan karakter tertentu, memunculkan pengelompokan-pengelompok sendiri. Beberapa genre film sebagai berikut:

a. Film Cerita (Fiksi)

Film cerita adalah film yang dibuat berdasarkan cerita yang dikarang atau dimainkan oleh aktor atau aktris. Umumnya film cerita bersifat komersial. Pengertian komersial diartikan bahwa film yang dipertontonkan di bioskop dengan harga karcis tertentu. Artinya, untuk menonton film itu di gedung bioskop, penonton harus membeli karcis terlebih dahulu. Demikian pula bila ditayangkan di televisi, penayangan didukung dengan sponsor iklan tertentu pula.

b. Film Non Cerita (Non Fiksi)

Film yang mengambil kenyataan sebagai subjeknya. Film non fiksi terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Film Faktual, yang menampilkan fakta atau kenyataan yang ada, dimana kamera sekedar merekam suatu kejadian. Sekarang film faktual dikenal sebagai berita (*news*) yang menekankan pada sisi pemberitaan suatu kejadian aktual.
2. Film Dokumenter, film dokumenter adalah dokumentasi dalam bentuk film mengenai suatu peristiwa bersejarah atau suatu aspek seni budaya yang mempunyai makna khusus agar dapat menjadi alat penerang dan alat pendidikan.⁸ Film dokumenter adalah film non fiksi yang mana merupakan kisah nyata dan bukti otentik dari kejadian yang pernah terjadi di kehidupan nyata.

2. Menurut Cara Pembuatan Film

a. Film Eksperimental

Film Eksperimental adalah film yang dibuat tanpa mengacu pada kaidah-kaidah pembuatan film yang lazim. Tujuannya adalah untuk mengadakan eksperimentasi dan mencari cara-cara pengucapan baru lewat film. Umumnya dibuat oleh sineas yang kritis terhadap

⁸ Depdikbud, 2005, hlm. 242

perubahan (kalangan seniman film), tanpa mengutamakan sisi komersialisme, namun lebih kepada sisi kebebasan berkarya.

b. Film Animasi

Film Animasi adalah film yang dibuat dengan memanfaatkan gambar, lukisan, maupun benda-benda mati lainnya, seperti boneka, meja, dan kursi yang biasanya dihidupkan dengan teknik animasi.⁹

3. Menurut Tema Film (Genre)

a. Romance/drama

Banyak film romantis yang dibuat sepanjang sejarah film hingga akhir abad ke-20. Hal tersebut digemari karena film romantis mengangkat cerita sehari-hari tetapi terkadang diselipi dengan unsur percintaan yang memang digemari oleh banyak orang. Ceritanya yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan faktor prasaan dan realita hidup nyata ditawarkan dengan senjata simpati dan empati penonton terhadap tokoh yang diceritakan. Tetapi di Indonesia film romantis tidak hanya bercerita tentang romantisme saja tetapi terkadang juga diselipi dengan kejahatan seperti sinetron-sinetron yang sekarang ini sedang marak ditayangkan di televisi dalam negeri.

⁹ Gotot Prakosa, *Pengetahuan Dasar Film Animasi*, (Jakarta, Fakultas Film dan Televisi, 2010), hlm. 102

b. Action/aksi

Film yang bertema aksi atau laga dan menceritakan tentang perjuangan hidup dengan bumbu utama keahlian setiap tokoh untuk bertahan dengan pertarungan hingga akhir cerita. Kunci sukses dari genre film ini yaitu kepiawaian sutradara menyajikan aksi pertarungan secara afik dan detil seolah penonton merasakan ketegangan yang terjadi.

c. Comedy/humor

Genre terbaik penghilang rasa penat ini adalah film yang mengandalkan kelucuan sebagai faktor penyajian utama. Genre jenis ini tergolong paling disukai, dan merambah ke segala usia di kalangan penonton, tetapi termasuk film paling sulit dalam penyajiannya, bila kurang waspada komedi yang ditawarkan bisa terjebak humor yang terkesan memaksa penonton untuk tertawa dengan kelucuan yang dibuat-buat. Salah satu kunci sukses film tersebut yaitu memainkan tokoh humoris yang sudah dikenal masyarakat.

d. *Horor*

Genre ini menjadi salah satu favorit penonton karena menawarkan sensasi kengerian yang tidak dimiliki oleh genre lainnya. Sejak kemunculan sinema, banyak film maker yang memotret peristiwa menakutkan dan beberapa diantaranya menjadi film-film.

Semua materi media secara tidak terelakkan merupakan produk dari berbagai masa dan budaya yang membuatnya. Dengan dua alasan, dapat diperdebatkan bahwa genre-genre memiliki tempat yang khusus dalam hal ini. Salah satu alasan itu adalah bahwa genre-genre tersebut membawa pesan mereka dalam selubung protektif berupa bentuk hiburan populer yang mapan. Alasan lain bahwa genre-genre tersebut didasarkan pada topik inti yang jika tidak universal, setidaknya tidak cepat usang.¹⁰

B. Komunikasi Massa

Film tidak terlepas dari komunikasi. Film adalah salah satu bagian medium komunikasi massa, yaitu sebagai alat penyampaian berbagai jenis pesan peradaban modern ini. Secara sederhana komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui media massa. Media adalah bentuk jamak dari kata “medium”. Menurut Morissan dkk, menjelaskan bahwa istilah media massa adalah alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan masyarakat, dengan skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media.¹¹

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui

¹⁰ Graeme Burton, *Yang Tersembunyi di Balik Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), hlm. 108

¹¹ Morissan, dkk., *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 1

media massa sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.¹² Komunikasi massa memiliki unsur-unsur yang sangat penting, antara lain:¹³

1. Komunikator yakni orang yang melakukan komunikasi atau penyampai pesan. Dalam hal ini yang menjadi komunikator adalah film/sinetron.
2. Media adalah sarana yang digunakan dalam berkomunikasi seperti telepon, radio televisi surat kabar dan lain sebagainya.
3. Pesan Massa adalah isi atau intisari yang disampaikan dalam berkomunikasi. Yakni pesan yang disampaikan oleh film/sinetron.
4. Gate keeper adalah orang atau kelompok yang mengatur, memilih, menyaring dan memantau arus komunikasi dalam suatu saluran komunikasi massa. Dalam film atau sinetron yang berperan sebagai gate keeper adalah seorang sutradara
5. Khalayak (publik) adalah orang yang menerima pesan komunikasi.
6. Umpan balik adalah reaksi dari penerima pesan yakni khalayak kepada komunikator. Media massa bukan hanya sebatas sebagai salah satu sarana berkomunikasi dan menyampaikan pesan, akan

¹² Abdul Halik, *Komunikasi Massa* (Makassar: Alauddin University Press, 2013), hlm. 7

¹³ Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 15

tetapi dalam penyampaian pesan melalui media memiliki fungsi dan efek terhadap gaya dan perilaku bagi penerima pesan.

a. Fungsi Komunikasi Massa

Banyak film atau sinetron seharusnya menayangkan sesuatu yang seimbang antara tayangan yang positif dan negatif sesuai perkembangan siswa remaja, film Anak Jalanan adalah sinetron remaja. Dalam tayangan sinetron Anak Jalanan dimana selalu menayangkan perselisihan, perkelahian dan perbuatan-perbuatan tidak terpuji lainnya, meskipun dalam sinetron ini terdapat tayangan positif, tetapi penayangannya kurang seimbang karena lebih menonjolkan adegan-adegan negatif.

Di dalam komunikasi massa film atau sinetron yang tayang di televisi adalah salah satu media untuk belajar sebagaimana salah satu fungsi komunikasi massa yakni sebagai media edukasi bagi para penonton, terutama bagi para siswa remaja. Film sebagai komunikasi massa yang dapat mempengaruhi khalayak melalui media massa memiliki berbagai macam fungsi. Adapun fungsi komunikasi massa dalam tatanan kehidupan, salah satunya dalam bidang sistem sosial, sebagai berikut:¹⁴

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Peraktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 28

1) Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2) Sosialisasi (pemasyarakatan)

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

3) Motivasi

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginan, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4) Perdebatan dan Diskusi

Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

5) Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

6) Memajukan kebudayaan

Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7) Hiburan

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, komedi, olahraga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8) Integrasi

Menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

b. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengonsumsi pesan-pesan

media massa. Umumnya dikaitkan dengan perubahan berdimensi kognitif, afektif dan konatif.

1) Efek kognitif

Efek kognitif berkenaan dengan fungsi informatif media massa. Informasi media massa dipandang sebagai tambahan pengetahuan bagi khalayak. Pengetahuan yang dimiliki khalayak dapat meningkatkan kesadaran pribadinya serta memperluas cakrawala berfikirnya. Seseorang yang mengkonsumsi media massa khususnya dalam bentuk isi pesan informasi akan dapat membantunya dalam menambah wawasan dan pengetahuannya.

2) Efek afektif

Efek afektif berkenaan dengan emosi, perasaan, dan attitude (sikap). Pesan-pesan media massa yang dikonsumsi khalayak membangkitkan sikap, perasaan dan orientasi emosi tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi efek afektif adalah suasana emosional, skema kognitif, dan situasi terpaan media. Terkadang individu khalayak mengidentifikasi dirinya dengan sosok yang dilihat pada media massa. Kecendrungan sikap dan perasaan khalayak juga terkait dengan pola dan cara pengidentifikasian diri khalayak terhadap sosok-sosok dalam isi media tersebut.

3) Efek konatif

Efek konatif merujuk pada perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Setelah khalayak menerima informasi media massa yang dilanjutkan dengan kecenderungan sikap tertentu yang didasarkan pada pengetahuan tersebut, khalayak terpengaruh dalam bentuk tindakan nyata.

C. Landasan Teori

1. Analisis Isi (*Content Analysis*)

Menurut para ahli teori analisis merupakan suatu uraian atas sebuah permasalahan sesuai dengan penelitian atau hasil observasi yang telah dilakukan. Teori analisis memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan suatu penemuan atau solusi terhadap sebuah permasalahan. Peran analisis juga dapat ditunjukkan untuk melakukan deteksi apabila terdapat suatu kejanggalan dalam suatu penelitian. Melalui analisis isi, langkah penyelesaian suatu masalah dapat diketahui.

Analisis Isi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya) yang terkandung (termuat) di dalam suatu benda dan sebagainya.¹⁵

¹⁵ Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring* (Edisi III; Jakarta : Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2011-2017), hlm. 42

Menurut Barelson dan Kerlinger,¹⁶ analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Wimmer dan Dominick). Sedangkan menurut Budd, analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Secara umum analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Analisis isi dapat didefinisikan sebagai teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks. Isi dalam hal ini dapat berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.¹⁷

Analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media, untuk kemudian simbol-simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis.

Ada beberapa langkah untuk melakukan analisis isi yaitu, merumuskan masalah penelitian, melakukan studi pustaka, menentukan unit observasi dan unit analisis, menentukan sampel, menentukan variabel,

¹⁶ Rahmad Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta, Kencana Prenada Media Grup, 2010), hlm. 232-233

¹⁷ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 212

membuat kategorisasi dan pedoman pengkodean, mengumpulkan data, melakukan coding data, mengolah data, menyajikan data, dan memberikan interpretasi, dan yang terakhir menyusun laporan hasil penelitian.

Penggunaan analisis isi mempunyai beberapa manfaat atau tujuan, McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* mengatakan bahwa tujuan dilakukannya analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah (1) mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media, (2) membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial, (3) Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat, (4) mengetahui fungsi dan efek media, (5) mengetahui apa ada bias media.

Analisis isi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Objektif

Salah satu ciri paling penting dari analisis isi adalah objektif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi tanpa adanya campur tangan peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Analisis isi memang menggunakan manusia (*human*), tetapi harus dibatasi sedemikian rupa sehingga subjektivitas ini tidak muncul. Hasil dari analisis ini adalah benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks, dan bukan akibat dari subjektivitas (keinginan, bias, atau kecenderungan tertentu) dari peneliti.

2. Sistematis

Analisis ini selain objektif, juga harus sistematis. Sistematis bermakna suatu tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas, dan sistematis, berarti setiap kategori yang dipakai menggunakan suatu definisi tertentu, dan semua bahan dianalisis menggunakan kategori dan definisi yang sama.

3. Isi yang tampak

Isi yang tampak adalah bagian dari isi yang terlihat nyata, ada di dalam teks (dalam penelitian ini adalah tayangan film *Anak Jalanan*) dan dibutuhkan penafsiran untuk menemukannya.

4. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Ada banyak teori yang berkaitan dengan efek media bagi audiens. Tetapi dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teori kultivasi (*cultivation theory*). Kultivasi adalah proses interaksi diantara pesan, audiens, dan konteks, yang terus berlangsung kontinyu, dan dinamis. Analisis kultivasi dimulai dengan analisis sistem pesan untuk mengidentifikasi pola-pola permanen, kontinyu dan overarching dari konten televisi.¹⁸ Riset kultivasi adalah riset tentang efek sosial terpaan media massa, sama dengan yang dilakukan melalui riset *uses and gratifications* atau *agenda setting*. Bedanya, kultivasi lebih memfokuskan

¹⁸ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm. 44

pada pengaruh seseorang atau kelompok dalam realitas sosial setelah menonton televisi.¹⁹

Asumsi teori kultivasi adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh terhadap pemirsanya. Teori kultivasi dalam bentuk yang paling mendasar, percaya bahwa televisi berperan penting dalam membentuk dan mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada di sekelilingnya.

Teori kultivasi (cultivation theory) pertama kali dikenalkan oleh professor George Gerbner ketika ia menjadi Dekan Annenberg School of Communications di Universitas Pennsylvania Amerika Serikat (AS). Teori kultivasi ini diawal perkembangannya lebih memfokuskan kajiannya pada studi televisi dan audience, khususnya memfokuskan pada tema-tema kekerasan di televisi. Akan tetapi dalam perkembangannya, teori tersebut bisa digunakan untuk kajian diluar tema kekerasan.²⁰ Seperti penelitian ini yang mengkaji mengenai perubahan individu dalam aspek pengetahuan, sikap dan perilaku setelah menonton tayangan televisi.

Gerbner membedakan penonton televisi dalam dua kategori, light viewer (penonton ringan) dan heavy viewer (penonton berat). Penonton ringan yakni penonton yang hanya menonton televisi sekitar dua jam tiap

¹⁹ Rachmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006), hlm. 285

²⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 167.

hari sedangkan penonton berat adalah yang menonton lebih dari empat jam tiap hari. Teori kultivasi berpendapat bahwa pecandu berat televisi membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan. Tentu saja, tidak semua pecandu berat televisi terkultivasi secara sama. Beberapa lebih mudah dipengaruhi televisi dari pada yang lain. Sebagai contoh, pengaruh ini bergantung bukan saja pada seberapa banyak seseorang menonton televisi melainkan juga pada pendidikan, penghasilan, usia dan jenis kelamin pemirsa. Jadi, meskipun televisi bukanlah satu-satunya sarana yang membentuk pandangan kita tentang dunia, televisi merupakan salah satu media yang paling ampuh terutama bila kontak dengan televisi sangat sering dan berlangsung dalam waktu lama.²¹

Garbner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain. Penelitian kultivasi menekankan bahwa media massa merupakan agen sosialisasi dan menyelidiki penonton televisi itu lebih mempercayai sajian televisi dari pada yang mereka lihat sesungguhnya.

²¹ Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa suatu pengantar edisirevisi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 67.

D. Pengertian Remaja

Kata “Remaja” berasal dari bahasa latin yaitu *adolescere* yang berarti *to grow* atau *to grow maturity*. Banyak tokoh yang memberikan definisi tentang remaja, seperti De Brun (dalam Rice, 1990) mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa.²²

Remaja menurut (Dr. H. Syamsu Yusuf), M. Pd) adalah tingkat perkembangan anak yang telah mencapai jenjang menjelang dewasa. Pada jenjang ini, kebutuhan remaja telah cukup kompleks, cakrawala interaksi sosial dan pergaulan remaja telah cukup luas. Dalam penyesuaian diri terhadap lingkungan, remaja telah mulai memperhatikan dan mengenal berbagai norma pergaulan. Masa remaja adalah proses belajar untuk menyesuaikan diri. Masa remaja merupakan masa dimana individu mencari identitas atau jati diri. Dalam fase ini terkadang remaja mengalami kesulitan dalam menjalani perkembangan sosialnya.

Ada beberapa kecenderungan yang dialami anak pada masa pubertas, hal ini diakibatkan dari masih labilnya emosi mereka, yaitu, kecenderungan untuk meniru ini tidak lepas dari pencarian jati diri, mencari perhatian kesukaannya untuk meniru hal-hal baru, tertarik kepada lawan jenis, mencari idola, ingin mencoba terhadap hal-hal baru dan emosinya mudah meletup.

²² Sudarsono, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. (Jakarta, Ranika Cipta, 1989), hlm. 23.

Masa remaja adalah masa yang penuh kontradiksi, sebagian orang mengatakan masa remaja adalah masa energik, dinamis, kritis, dan masa yang paling indah, tetapi ada pula yang menyebutkan bahwa masa remaja sebagai masa badai dan topan, dan masa nyentrik.²³

Dalam masa remaja ada sifat-sifat yang positif dan ada pula sifat-sifat yang negatif, namun sifat yang paling menonjol pada masa ini adalah sifat negatifnya terhadap sebagian remaja yang hidup pada masa ini adalah sifat sebagaimana mudah tersentuh kebudayaan baru yang negatif.

E. Tinjauan Tentang Prilaku

Defenisi prilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan tau reaksi seseorang terhadap suatu rangsangan atau lingkungan.²⁴ Menurut Robert Kwick dalam Notoatmojo (2003;48) menyatakan bahwa prilaku adalah tindakan suatu organisme yang dapat diamati dan dipelajari.

Sementara Gabriel Tarde mengatakan prilaku adalah segala macam kegiatan orang lain yang ditiru atau dicontohkan oleh orang lain yang melihatnya. Gabriel Tarde juga berpendapat bahwa semua orang memiliki kecendrungan alami untuk mengikuti atau meniru tindakan orang disekitarnya. Prilaku itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru. Dalam penelitian ini prilaku-prilaku yang diteliti

²³ Sri Rumini, *Perkembangan Anak Remaja*. (Jakarta, Rineka Cipta, 2004), hlm. 21

²⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), hlm. 859

adalah perilaku imitasi (meniru) seseorang terhadap suatu tayangan film atau sinetron.

F. Tinjauan Tentang Khalayak

Kata Khalayak (*audience*) menjadi mengemuka ketika diidentikan dengan “*receivers*” dalam model proses komunikasi masa (*source, message, receiver, effect*) (Wilbur Schramm, 1955), arti khalayak sendiri adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Kegiatan komunikasi bila diboikot oleh khalayak, maka pasti akan gagal dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Khalayak sering diidentikan dengan pengguna media (elektronik dan cetak). Khalayak dapat didefinisikan dengan beberapa aspek seperti: aspek lokasi, aspek personal (seperti ketika media dicirikan dengan mengacu pada kelompok usia tertentu), aspek isi pesan, aspek waktu (“*primetime*”, penonton dan juga lama menonton).