**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

* 1. **Komunikasi Massa**
1. **Konsep Komunikasi Massa**

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kebutuhan informasi, hal tersebut membuat komunikasi menjadi hal penting dalam kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan informasi itu sendiri. Komunikasi merupakan sebuah kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan dimana komunikan akan memberikan umpan balik kepada komunikator sebagai umpan balik atau tanggapan dari pesan yang diterimanya, komunikasi dapat berupa komunikasi internal merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan sebuah individu terhadap dirinya sendiri mengenai apa yang hendak dilakukan.

Disisi lain terdapat juga sebuah komunikasi yang disebut dengan komunikasi massa yakni sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan media massa atau dapat juga komunikasi secara langsung seperti halnya pada acara seminar-seminar atau diskusi panel.

Dalam istilah lain, komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama.Sama dalam pengertian diatas adalah sama maknanya.[[1]](#footnote-2) Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pasan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh sumber, pesan, media, penerima dan efek.

Kemunculan istilah komunikasi massa dapat dikatakan merupakan hasil perkembangan panjang dari proses komunikasi manusia yang sejalan dengan perkembangan manusia itu sendiri.[[2]](#footnote-3) Artinya keinginan manusia untuk maju dan berkembang telah membawa peningkatan kualitas komunikasi sehingga melahirkan penemuan, modifikasi dan perkembangan bentuk komunikasi yang kita gunakan hingga saat ini.

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) Artinya sebuah komunikasi dapat dikatakan sebagai komunikasi massa apabila dihasilkan dari saluran teknologi-teknologi modern. Komunikasi massa sendiri berasa ldari pengembangan kata, *media of mass communication.* Massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, pendengar atau pembaca.

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan siklus dari komunikasi media massa*(mass media communication*). Mereka membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, majalah, radio, flim, atautelevisi.

1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa dapat dibedakan antara lain:

1. Fungsi informasi, Fungsi ini merupakan fungsi paling utama dalam setiap komunikasi massa.
2. Fungsi hiburan, Fungsi hiburan ini muncul dengan hadirnya media massa yang mampu memenuhi kebutuhan akan hiburan masyarakat.
3. Fungsi persuasi, Jika diperhatikan secara mendalam, komunikasi massa mencoba untuk memberitahu dan mengajak seseorang untuk paham atasin formasi tersebut.
4. Fungsi transmisi budaya, Dalam komunikasi massa, trans misi budaya menjadi hal yang sangat memilik ini nilai tambah. Secara pribadi, umat manusia akan menambahkan pengalaman baru dari budaya lain.
5. Fungsi sosial, Komunikasi massa dianggap sebagai proses untuk dengan mudah menyamaratakan pola pikiran atau perilaku manusia.
6. Fungsi Pengawasan, Komunikasi massa menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian sekitar.
7. Fungsi korelasi, Eratkaitannya dengan fungsi ini adalah peran media massa sebagai penghubung komponenanta rmasyarakat.

Sementara itu menurut Nurudin dalam buku pengantar komunikasi massa ada beberapa fungsi komunikasi massa diantaranya:

1. Informasi,
2. Hiburan,
3. Persuasif,
4. Transmisi budaya,
5. Mendorong kohesi sosial,
6. Pengawasan,
7. Korelasi,
8. Pewarisan sosial,
9. Melawan kekuasaan dan kekuatan represif, dan
10. Menggugat hubungan trikono
11. **Model Komunikasi Massa**

*Laswell*, menggambarkan suatu proses komunikasi massa yang mempunyai efek atau pengaruh, yang digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Model Komunikasi Massa**

1. **EfekKomunikasi Massa**

Salah satu hal yang tak terlepas dari komunikasi massa adalah komunikasi massa memiliki efek. Efek yang muncul dapat diketahui melalui tanggapan khalayak yang digunakan sebagai umpan balik dari komunikan (Audiens). Menurut Keith R. Stamm dan John E. Bowes, Berikut merupakan tingkatan efek komunikasi: [[3]](#footnote-4)

1. Primer

Komunikasi massa dapat mempengaruhi sikap seseorang dan membentuk sikap seseorang. Media pula yang menentukan pembentukan persepsi karena sumber informasi dalam pembentukan persepsi berasaldari media.

1. Sekunder
2. Kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap). Efek sekunder kognitif lebih menyangkut pada kesadaran dan pengetahuan. Menjadi tahu, sadar, ingat dan kenal.
3. Perubahan perilaku (menerima dan memilih). Efek perubahan perilaku yang dihasilkan oleh penerima menjadi sama atau bahkan berbeda sama sekali dengan apa yang dikomunikasikan.

Menurut Steven M. Chaffle, Efek media massa dapat dilihat daribeberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal dengan sebagai perubahan kognitif, efektif, dan Behavioral.

1. Efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif ini membahas bagaiman media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas keterampila yang media adalah realitas yang sudah diseleksi. Televisi memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh-tokoh lain. Efek proposional kognitif adalah bagaimana media massa memberikan manfaat yang dikehendakinya oleh masyarakat atau audiens.

1. Efek afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan memberitahukan khalayak tentang sesuatu, tatapi lebih dari itu, khalayak dapat turut merasakan perasaan sedih, iba, terharu, gembira, marah, setelah menerima pesan dari media massa.

Adapun faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan dari media massa yang pertama adalah suasana emosional, respon individu terhadap sebuah film atau sinetron televisi akan dipengaruhi oleh emosional individu. Kedua, skema kognitif, merupakan naskah yang ada dipikiran individu yangmenjelaskan alur peistiwa. Dan ketiga, suasana terapan, adalah perasaan individu setelah menerima terpaan informasi dari media massa.

1. Efek behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk tindakan atau kegiatan. Dampak sosial media massa secara pasti memengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, bukti sederhana terjadi pada seorang remaja laki-laki yang mengenakan topi seperti yang dipakai aktor dalam suatu tayangan komedi ditelavisi, anak-anak lainya pun dengan segera menirunya. Budaya, sosial dan politik bahkan semua aspek kehidupan dipengaruhi media.

* 1. **Televisi**
1. **Televisi Sebagai Media Komunikasi**

Televisi merupakan salah satu media komunikasi modern yang sangat penting dan menjadi salah satu kebutuhan hidup masyarakat. Hampir di seluruh rumah-rumah penduduk baik di Indonesia maupun di Negara lainnya, telah memiliki televisi. Ini menunjukan televisi telah menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia. dari semua media komunikasi massa yang ada, televisi lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi yang memiliki ciri-ciri berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya bersifat heterogen.

Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiaran dan video dari segi gambar bergeraknya. Suatu program televisi, dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa karena ditransmisikan oleh pemancar. Televisi sebagai media komunikasi massa, secara umum memiliki lima fungsiutama, yaitu :

1. Pendidikan
2. Hiburan
3. Penerangan/Informasi
4. Iklan
5. Seleksi.

Darwanto juga mengemukakan, dalam kaitanya terhadap peningkatan pengetahuan, suatu tayangan televisi hendaknya memperhatikan beberapa hal, antaralain:

1. Frekuensi menonton. Melalui frekuensi menonton komunikan, dapat dilihat pengaruh tayangan terhadap pengetahuan komunikan.
2. Waktu penayangan. Apakah waktu penayangan suatu acara sudah tepat atausesuai dengan sasaran komunikan yang dituju. Misalnya tayangan yang dikhususan bagi pelajar, hendaknya ditayangkan pada jam setelah kegiatan belajar disekolah usai.
3. Kemasan acara. Agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran komunikanya, suatu tayangan harus dikemas dan ditampilkan secara menarik.
4. Gaya penampilan pesan. Dalam menyampaikan pesan dan suatu tayangan,apakan host atau pembawa acara sudah cukup komunikatif dan menarik, sehingga dapat menghindari rasa jenuh pemirsanya dan juga memahami pesan yang disampaikan.
5. Pemahaman pesan apakah komunikan dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan oleh suatu tayangan.
6. **Bentuk Program Televisi**

Menurut Deddy Iskandar Muda dalam bukunya yang berjudul Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Professional Muda (2003), Siaran televisi dibagi menjadi 2 bagian yaitu pertama pendekatan Artistik yaitu merupakan pendekatan yang mempunyai nilai keindahan dan siaranya tidak terikat waktu. Kedua Pendekatan Jurnalistik yaitu merupakan siaran Kata yang mempunyai keterikatan waktu dan mempunyai nilai Aktual dan Faktual. Maka dapat dari hal tersebut bentuk program televise dibagi dua, yaitu program:

1. Program karya jurnalistik

Program ini mengutamakan kecepatan, ketepatan dan fakta atas informasi yang disajikan. Sumber atau ide awal diperoleh melalui lingkungan sekitar, masalah atau peristiwa yang sedang terjadi maupun yang sedang hangat diperbincangkan.

1. Program karya artistik

Merupakan sebuah progam yang proses produksinya bersumber dari ide atau gagasan manusia untuk dijadikan informasi audio dan informasi audio visual sesuai dengan criteria acara yang akan dibawakan. Program ini mengandalkan kreatifitas manusia untuk mengembangkan setiap ide yang ada.

Di Indonesia sendiri kegiatan penyiaran melalui media televisi dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan pesta Olahragase-Asia IV atau *Asean Games* di Senayan.sejak itu pula televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun hingga sekarang. Jenis-jenis program televisi di Indonesia meliputi, *News Reporting, TalkShow, Call – in Show, Documenter, Entertainment, Magazine, Advertising, Education, Art & Culture,* Musik, Sinetron, TV *Movies, Game Show* dan *Comedy.*

1. **Pola audiens tayangan televisi**

Menurut Noble dan Wiley pola penontonan aundiens televisi yang dimaksud adalah berdasarkan:

1. Durasi adalah waktu lamanya menonton siaran televisi
2. Frekuensi adalah jumlah waktu menonton dalam satu bulan
3. Menurut Anderson mengartikan konsep “tempat menonton televisi” dalam penelitiannya membagi tempat menonton televisi kepada lima tempat yaitu dirumah sendiri, menonton di rumah saudara, di rumah tetangga, menontonditempat umum.
4. Singer membedakan teman menonton televisi yaitu menonton dengan teman,keluarga, tetangga, dan menonton sendiri.
5. **Pengaruh Televisi**

Pengaruh atau efek menurut Stuart yaitu perbedaan antara apa yang difikirkan,dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dalam tinjauan psikologi adalah daya yang ada atau timbul dari (sesuatu orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang, saat sekarang ini, penyebaran informasi dan pengiriman pesan-pesan sudah semangkin mudah yaitu salah satunya dengan pesawat televisi. Jadi dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwasanya televisi merupakan gudang informasi dan sesuatu wadah tempat pembelajaran bagi manusia yang juga penanaman nilai yang terus menerus.

Menurut Jalaludin Rakhmat adapun tentang adanya pengaruh efek media massa (komunikasi massa) dari kehadirannya sebagai benda fisik. Steven H. Chaffe menyebut lima hal, yaitu:[[4]](#footnote-5)

1. Efek Ekonomis

Efek ekonomis, kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi “jasa” media massa.

1. Efek Sosial

Efek sosial, berkenaan dengan perubahan pola struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemiliknya. Dipedesaan, televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksisosial yang baru. Pemilik televisi sekarang menjadi pusat jaringan sosial yangmenghimpun di sekitarnya hubungan yang baru.

1. Efek pada penjadwalan kegiatan

Schramm, Lyle, Parker menunjukan dengan cermat bagaimana kehadiran televisi telah mengurangi waktu bermain, tidur, membaca, danmenonton film pada sebuah kota di Amerika.

1. Efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu

Sering terjadi orang menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa, sedih, dan sebagainya.Kehadiran media massa bukan hanya sebagai penghilang perasaan tertentu tetapi menumbuhkan perasaan tertentu pula. Tambahnya perasaan atau percaya pada apa yang disampaikan oleh media massa tersebut mungkin eratkaitannya dengan pengalaman individu tersebut.

1. Efek perasaan orang terhadap media

Efek media massa denagn melihat jelas perubahan yang terjadi pada diri khalayak yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

* 1. **Kesadaran Hidup Sehat**
1. **Defenisi Hidup Sehat**

Sehat merupakan sebuah keadaan yang tidak hanya terbebas dari penyakit akan tetapi juga meliputi seluruh aspek kehidupan manusia yang meliputi aspek fisik, emosi, sosial dan spiritual.[[5]](#footnote-6) Jadi dalam hal ini seseorang dapat dikatakan sehat apabila jiwa, raga dan sosialnya sehat.

Kesadaran mengandung pengertian mengetahui sesuatu atau tahu yang bersikap seharusnya, yang didukung oleh persepsi atau promosi. Kesadaran individual timbul karena ia memiliki persepsi atau informasi yang mendukungnya, sehingga ia tahu bagaimana seharusnya bersikap.[[6]](#footnote-7) Kesadaran hidup sehat berhubungan dengan perilaku sehat seseorang. Jika seseorang memiliki kesadaran hidup sehat maka hal tersebut akan mendorongnya untuk berperilakusehat. Ketika seseorang memiliki kesadaran, berarti orang tersebut memiliki pengertian,persepsi, pemikiran, perasaan, dan ingatan.

Menurut Notoatmodjo tingkat pengetahuandi dalam domain kognitif memiliki beberapa tingkatan, diantaranya tahu dan memahami.Tahudan memahami selaras dengan pengertian dari kesadaran.Hal itu menunjukkan bahwakesadaran berhubungan dengan pengetahuan. Sementara itu, menurut Lawrence Green perilaku sehat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor predisposisi. Salah satu bentuk dari faktor predisposisi adalah pengetahuan. Pengetahuan berhubungan dengan kesadaran. Jadi kesadaran berhubungan dengan perilaku seseorang. Dalam hal ini, kesadaran hidup sehat berhubungan dengan perilaku sehat.

Sementara itu, hidup sehat tercermin dari tindakan atau perilaku yang dilakukan seseorang yang disebut dengan istilah perilaku sehat. Jadi, kesadaran hidup sehat adalah pengertian, persepsi, pemikiran, perasaan, dan ingatan yang berkaitan dengan hidup sehat (makan dengan menu seimbang, kegiatan fisik secara teratur dan cukup, tidak merokok, tidak minum minuman keras dan narkoba, istirahat yang cukup, pengendalian dan manajemen stress, perilaku atau gaya hidup positif yang lain untuk kesehatan).

1. **Perilaku hidup sehat**

Perilaku hidup sehat adalah sebuah prilaku yang berkaitan dengan upaya atau kegiatan seseorang untuk mempertahankan dan meningkatkan kesehatannya. Adapun prilaku yang mencakup prilaku hidup sehat antara lain:

1. Makan dengan menu seimbang

Menu seimbang yang dimaksud adalah artian kualitas (mengandung zat-zat gizi yang diperlukan tubuh) dan kuantitas dalam arti jumlah cukup untuk memenuhi kebutuhan tubuh (tidak kurang, tetapi juga tidak lebih) secara kualitas atau dalam hal ini adalah menu empat sehat lima sempurna.

1. Olahraga teratur

Yang mencakup kualitas (gerakan) dan kuantitas dalam artian frekuensi dan waktu yang digunakan untuk olahraga. Dengan sendirinya kedua aspek ini akan tergantung dari usia dan status kesehatan yang bersangkutan.

1. Tidak merokok

Merokok adalah kebiasaan buruk yang mengakibatkan berbagai macam penyakit. Ironisnya kebiasaan merokok, khususnya di Indonesia seolah-olah sudah membudaya, hampir 50% penduduk Indonesia usia dewasa merokok bahkan di Indonesia menurut hasil penelitian hasil penelitian sekitar 15% remaja kita telah merokok.

1. Tidak mengkomsumsi minuman keras/narkoba

Kebiasaan mengkomsumsi minuman keras atau narkoba (narkotika dan bahan-bahan berbahaya lainnya) juga cenderung meningkat, sekitar 1% penduduk Indonesia dewasa diperkirakan sudah mempunyai kebiasaan mengkomsumsi miras atau narkoba.

1. Istrahat cukup

Dengan meningkatnya kebutuhan hidup, tuntutan untuk menyesuaikan dengan lingkungan modern mengharuskan orang untuk bekerja keras dan berlebihan sehingga berkurangnya waktu untuk istrihat. Hal ini tentu akan mengakibat hal yang buruk atau membahayakan kesehatan.

1. Mengendalikan stres

Stres akan terjadi pada siapa saja dan akibat yang ditimbulkan bermacam-macam bagi kesehatan. Lebih-lebih sebagai akibat dari tuntutan hidup yang keras, kecenderungan stress akan meningkat pada setiap orang. Stres tidak dapat dihindari maka penting agar stres tidak menyebabkan gangguan kesehatan kita harus dapat mengendalikan atau mengelola stres dengan kegiatan-kegiatan yang positif.

1. Perilaku/gaya hidup yang positif

Perilaku atau gaya hidup lainnya yang bersifat positif bagi kesehatan tidak berganti-ganti pasangan dalam hubungan seks, penyesuaian diri kita dengan lingkungan dan sebagainya.

* 1. **Pengaruh Tayangan DR OZ Trans Tv Indonesia Terhadap Kesadaran Hidup Sehat**

Pengaruh dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.Pengaruh atau efek menurut Stuart yaitu perbedaan antara apa yang difikirkan,dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

Pengaruh dalam tinjauan psikologi adalah daya yang ada atau timbul dari(sesuatu orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, keperceyaan atau perbuatanseseorang saat sekarang ini, penyebaran informasi dan pengiriman pesan-pesansudah semangkin mudah yaitu salah satunya dengan pesawat televisi. Jadi dalam halini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwasaanya televisi merupakan gudang informasidan sesuatu wadah tempat pembelajaran bagi manusia yang juga penanaman nilaiyang terus menerus.

Dalam sebuah teori *Stimulus-Organism-Respon (S-O-R)* dijelaskan bagaimana sebuah stimulus dalam penelitian ini yaitu tayangan televisi memberikan suatu rangsangan yang kemudian menghasilkan respon dari audiens (penonton) berupa kesadaran hidup sehat.Kesadaran hidup sehat berhubungan dengan perilaku sehat seseorang. Jika seseorang memiliki kesadaran hidup sehat maka hal tersebut akan mendorongnya untuk berperilakusehat.

Hidup sehat tercermin dari tindakan atau perilaku yang dilakukan seseorang yang disebut dengan istilah perilaku sehat. Jadi, kesadaran hidup sehat adalah pengertian, persepsi, pemikiran, perasaan, dan ingatan yang berkaitan dengan hidup sehat (makan dengan menu seimbang, kegiatan fisik secara teratur dan cukup, tidak merokok, tidak minum minuman keras dan narkoba, istirahat yang cukup, pengendalian dan manajemen stress, perilaku atau gaya hidup positif yang lain untuk kesehatan. Berikut skema pengaruh tayangan DR OZ Indonesia terhadap kesadaran hidup sehat dalam teori S-O-R.

**Gambar 2.2 Skema teori S-O-R**



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa proses perubahan sikap (respon) dari sebuah stimulus bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak.

Stimulus yang dihasilkan dari tayangan DR OZ Indonesia apabila pada proses organism mendapatkan perhatian, pengertian serta penerimaan secara baik maka stimulus tersebut dikatakan efektif dan akan menghasilkan reaksi berupa respon dari audiens (penonton) sehingga dapat mempengaruhi audiens untuk bersedia merubah sikap dalam hal ini kesadaran hidup sehat. Begitu sebaliknya, apabila stimulus yang dihasilkan dari tayangan DR OZ Indonesia mengalami penolakan sehingga rangsangan stimulus tidak mendapatkan perhatian, pengertian dan penerimaan maka stimulus tidak efektif.

Dalam teori selanjutnya, sebuah teori kultivasi yang dikembangkan oleh George Gerbner dan Larry Gross dari University of Pennsylvania, mengatakan bahwa televis menjadi media atau alat utama dimana para audiens (penonton) belajar tentang masyarakat dan kultur dilingkungan, dengan kata lain persepsi yang terbangun dibenak audiens tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak audiens dengan televisi, mereka belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai sosial, serta adat dan tradisinya.

Bagaimana televisi mampu mempengaruhi audiens dalam memandang dunia atau menjelaskan bagaimana kultivasi (penanaman) dapat terjadi. Dengan kata lain proses kultivasi terjadi dalam dua cara yakni:

1. *Manistreaming* (arus utama)

Proses mengikuti arus utama yang terjadi ketika berbagai syimbol, informasi dan ide yang ditayangkan televisi mendominasi atau mengalahkan simbol, informasi dan ide yang berasal dari sumber lain.

1. *Resonance* (resonansi)

Melalui resonansi yang terjadi ketika apa yang disajikan oleh televisi sama dengan realitas aktual sehari-hari yang dihadapi audiens. Dengan kata lain, realitas eksternal objektif masyarakat bergema atau bergaung ditelevisi.

Dari teori tersebut dapat dikatakan bagaimana sebuah tayangan televisi dalam penelitian ini tayangan DR OZ Indonesia memberikan kultivasi atau penanaman kepada audiens (penonton) tentang pesan kesehatan, hidup sehat dan sebagainya melalui simbol, informasi atau ide yang ditayangkan melalui media televisi sebagai arus utama dan resonansi yang mengalahkan simbol, informasi dan ide dari media lainnya.

1. Nurudin, *PengantarKomunikasi Massa*. (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada),hal.4 [↑](#footnote-ref-2)
2. *Ibid.,* hal 13 [↑](#footnote-ref-3)
3. Nurdin, *pengantar komunikasi massa “efek-efek komunikasi massa.* (Jakarta : Rajawali Press, 2007),hal.205-210 [↑](#footnote-ref-4)
4. Rakhmad, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya). hal. 220 [↑](#footnote-ref-5)
5. [Http://www.scribd.com/doc/konsep-sehat](http://www.scribd.com/doc/konsep-sehat). diakses pada tanggal 12 April 2017 [↑](#footnote-ref-6)
6. Kusdwiratri Setiono, Johan S, Masjhur, Anna Alisyahbana, ed. Manusia: *Kesehatan dan Lingkungan.* (Bandung: Alumni). Hal. 97 [↑](#footnote-ref-7)