

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi dan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia berinteraksi dengan cara berkomunikasi dengan orang lain guna membangun relasi antar sesamanya. Komunikasi menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia terutama dalam kehidupan sosial. Alasan itu lah yang menyebabkan manusia tidak dapat menghin dari komunikasi dalam kehidupannya. Pada dasarnya komunikasi memiliki pengertian yang sama yaitu penyampaian suatu pesan atau informasi dari satu sumber kepada sumber yang lain nya. Namun seiring dengan berjalannya waktu, banyak ahli yang memberikan pendapatnya tentang apa itu komunikasi dan Ilmu komunikasi. Secara etimologi istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communicatio, dan bersumber dari kata communis yang berarti “ sama”. “ Sama” disini maksudnya adalah “ sama makna”. Jadi komunikasi dapat terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.<sup>9</sup> Definisi Ilmu komunikasi menurut Carl I. Hovland adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara khusus Hovland juga mengatakan definisi dari komunikasi itu sendiri adalah proses untuk mengubah perilaku orang lain.

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah mereka<sup>10</sup>. Menurut Dennis L. Wilcox, Komunikasi adalah proses pengiriman informasi, ide, dan sikap dari seseorang kepada orang lainnya. Dimana mereka

<sup>9</sup> ) Effendy.2006.Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.hal 9

<sup>10</sup> ) Mulyana.2007.Komunikasi sebagai Pengantar.hal 69

berkomunikasi yang terdiri dari communicator, sebagai pemberi pesan, dan receiver sebagai penerima pesan<sup>11</sup>. Kedua definisi di atas menyimpulkan bahwa komunikasi itu adalah sebuah proses dimana partisipannya membuat dan bertukar informasi dengan orang lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman pesan dan mengubah sikap penerima.

## B. Broadcasting

Menurut disiplin ilmu komunikasi broadcasting adalah cabang dari ilmu komunikasi yang berhubungan dengan penyiaran. Penyiaran (broadcasting) merupakan kegiatan penyelenggaraan siaran, yaitu serangkaian mata acara dalam bentuk audio visual yang ditransmisi kan dalam bentuk signal suara, dan atau gambar.

Output penyiaran adalah siaran. Siaran merupakan benda abstrak yang sangat potensial untuk dipergunakan mencapai tujuan bersifat ideal maupun material. Siaran merupakan hasil kerja kolektif yang memerlukan dana besar, banyak tenaga yang kreatif dan profesional, serta sarana listrik canggih yang harga relatif mahal

Di dalam broadcasting sendiri sebenarnya yang paling dominan dikaji adalah bagaimana membuat konten sebuah siaran mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi jadi bukan sekedar belajar teori namun juga mempelajari praktek bagaimana membuat sebuah tayangan atau content yang menarik dan enak dilihat dan enak di dengar, dan juga efek yang ditimbulkannya kepada publik. Menurut ilmu komunikasi bagaimana pesan yang disampaikan sampai kepada khalayak umum karna itu produksi siaran sebenarnya produksi massal yang memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, hiburan dan pendidikan kepada sebagian besar khalayak nya , dengan biaya yang cukup besar .

<sup>11</sup> ) Wilcox.2003.*Public Relation Strategys and Tactics*, Pearson hal 170

Pesawat menerima siaran antara lain adalah : radio dan televisi, baik televisi dan radio memiliki kekhasan masing masing. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana efek massal yang di timbul yang dari pada suatu program ke pada pemirsanya.

### C. Media Massa

Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya<sup>12</sup>. Media massa menurut McQuail merupakan sebuah alat yang mengatur tentang segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Kemudian juga dikemukakan pendapat yang lain.

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi<sup>13</sup>.

Sebagaimana media massa menurut Sadiman adalah suatu media yang digunakan melalui alat-alat komunikasi untuk menyalurkan informasi. Penyaluran informasi yang berguna untuk membangun sebuah komunikasi antar manusia.

Beberapa pendapat diatas media massa adalah suatu alat atau wadah yang berisi suatu informasi yang mempunyai kepentingan yang bersifat membangun yang dilakukan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Informasi tersebut berupa seperti iklan atau himbauan bagi masyarakat dalam dunia kesehatan cara mencegah demam berdarah. Masyarakat juga bisa melakukan pengawasan pemerintah melalui siaran televisi dan radio.

<sup>12</sup>) Mc.Quail.2005.*Mass Communication Theory*. Hal 3

<sup>13</sup>)Sadiman.1993.*Media Pendidikan, Pengertian,Pengembangan dan Pemanfaatannya*.hal

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fungsi dari media massa adalah<sup>14</sup>

1) Informasi

Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia, menunjukkan hubungan kekuasaan, memudahkan inovasi adaptasi dan kemajuan.

2) Korelasi

Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan, melakukan sosialisasi, mengkoordinasikan beberapa kegiatan, membentuk kesepakatan, menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.

3) Kesenambungan

Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

4) Hiburan

Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi, meredakan ketegangan sosial.

5) Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan, ekonomi, pekerjaan dan agama.

#### D. Sinetron

Sinetron memang merupakan penggabungan dan pemendekan dari “sinema” dan “elektronika”. Menurut Wardhana sinetron adalah suatu proses gabungan pertunjukan gambar yang hidup dimuat ke dalam sebuah cerita yang berbentuk media eletronika. Sinetron dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video melalui proses elektronik yang disiarkan melalui stasiun televisi.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> ) Mc.Quail.1994. Teori Komunikasi Massa suatu pengantar.hal 70

<sup>15</sup> ) wardhana.1997. Kapitalisme Televisi Strategi Budaya Massa.278



Sinetron merupakan bentuk alur cerita yang menggambarkan permasalahan kehidupan manusia sehari-hari. Menurut Kuswandi sinetron artinya program sinema elektronika yang dibuat manusia mengkisahkan tentang kehidupan manusia atau permasalahan-permasalahan yang dialami sehari-harinya. Kisah sinetron berupa cerita tragedi, komedi, melodrama dan sebagainya.<sup>16</sup>

Sejalan dalam pengertian sinetron (lakuran dari sinema elektronik) adalah istilah untuk program drama bersambung produksi Indonesia yang disiarkan oleh stasiun televisi di Indonesia.

### E. Teori Kultivasi

Teori kultivasi dalam media lebih menekankan bagaimana dampak yang dicapai dari seseorang ketika mengkonsumsi media. Hal ini didukung dari pernyataan bahwa teori kultivasi adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan dalam pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi media dalam jangka panjang.<sup>17</sup> Jadi, dalam teori kultivasi ini kebanyakan dari apa yang kita ketahui atau kita pikir, sebenarnya tidak kita alami sendiri, melainkan dengan adanya cerita-cerita yang kita dapat dari media menyatakan bahwa teori kultivasi memiliki tiga asumsi dasar, yaitu:<sup>18</sup>

1. Secara esensial dan fundamental televisi berbeda dengan media yang lain. Asumsi ini menunjukkan bahwa spesifikasi keunikan dari televisi yaitu kelebihan dari televisi menjadikannya istimewa, seperti televisi tidak memerlukan sederetan huruf-huruf seperti halnya media cetak lainnya. Televisi bersifat audio dan visual yang dapat dilihat gambar dan suaranya, televisi tidak memerlukan mobitas atau memutar tayangan yang disenangi

<sup>16</sup>) Kuswandi.1996. Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi.130

<sup>17</sup>) Morrisan.2013.Teori Individu hingga massa.hal 519

<sup>18</sup>) West.2008.Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi.hal 85-88

dan karena aksesibilitas dan availabilitasnya untuk setiap orang membuat televisi menjadi pusat kebudayaan masyarakat kita.

2. Televisi membentuk cara kita berfikir dan berhubungan. Asumsi ini masih berkaitan dengan pengaruh tayangan televisi, pada dasarnya televisi tidak membujuk kita untuk benar-benar meyakini apa yang kita lihat di televisi. Berdasarkan asumsi ini teori kultivasi *mensuplay alternative* berfikir tentang tayangan kekerasan di televisi.
3. Televisi hanya memberi sedikit dampak. Asumsi yang terakhir ini mungkin agak berbeda dengan asumsi dari teori kultivasi, namun Gebner memberikan analogi *ice age* yang menganggap bahwa televisi tidak harus mempunyai dampak tunggal saja akan tetapi mempengaruhi penontonnya melalui dampak kecil yang tetap konstan.

Konsumen media massa memahami realitas melalui perantara media massa sehingga realitas yang diterima oleh masyarakat adalah realitas media bukan realitas yang mereka alami sendiri. Hal ini didukung dengan pemikiran Gebner dalam (Morissan, 2013: 519) yang menyatakan bahwa media massa, khususnya televisi, menyebabkan munculnya suatu kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa. Menurutnya “sebagian besar yang kita ketahui atau apa yang kita pikirkan kita tahu, tidak kita alami sendiri. Kita mengetahuinya karena adanya berbagai cerita yang kita lihat dan kita dengar melalui media”. Contohnya, program acara televisi seperti sinetron-sinetron remaja yang membahas konflik antar orangtua dan anak serta hamil diluar nikah. Para pecandu berat televisi akan mengatakan bahwa di masyarakat sekarang lebih banyak terjadi gejala hamil di luar nikah karena televisi melalui sinetron-sinetronnya selalu menceritakan kasus tersebut. Pendapat tersebut mungkin tidak salah, tetapi ia terlalu menggeneralisasikan ke semua lapisan masyarakat bahwa ada gejala hamil di luar nikah itu salah.<sup>19</sup> Para pecandu berat sinetron sangat percaya bahwa apa

<sup>19</sup>) Ibid hal 519

yang terjadi pada masyarakat seperti yang dicerminkan dalam sinetron-sinetron yang mereka tonton<sup>20</sup>

## F. Teori Komunikasi Massa dan Efek Media Massa

Komunikasi massa sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Komunikasi massa menurut Wright dilihat berdasarkan karakteristik utamanya yaitu diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim, pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada dalam organisasi yang kompleks dan melibatkan biaya besar.<sup>21</sup> komunikasi massa diartikan 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.

Media komunikasi massa antara lain :<sup>22</sup>

- (1) Pers, media cetak dimana pesan diungkapkan dengan kata-kata yang baru menimbulkan makna apabila khalayak 10 menggunakan tatanan mentalnya secara aktif.
- (2) Radio siaran, memiliki kekhasan sebagai media audio (dengar).
- (3) Televisi, media yang bersifat audiovisual (didengar dan dilihat)
- (4) Film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop yang mempunyai fungsi dan sifat mekanik, rekreatif, edukatif dan persuasif.

### 1. Efek Komunikasi Media Massa.

#### a). Efek kognitif

Komunikasi massa secara tidak langsung menimbulkan perilaku tertentu tetapi cenderung mempengaruhi cara kita

<sup>20</sup> ) Nurudin.2014.Pengantar Komunikasi Massa.hal 169

<sup>21</sup> )Rakmat.1991.Metode Penelitian Komunikasi.hal 21

<sup>22</sup> ) Ibid hal 20

mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan dan citra inilah yang mempengaruhi cara kita berperilaku. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi dan informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra. Media menampilkan realitas yang sudah diseleksi (realitas tangan kedua), misalnya 11 televisi memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh lain dan karena seseorang tidak dapat dan tidak sempat mengecek peristiwa-peristiwa yang disajikan media sehingga cenderung menerima informasi itu hanya berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa. Akhirnya seseorang membentuk citra tentang lingkungan sosial seseorang berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media massa.<sup>23</sup>

#### b). Efek afektif

faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan pesan media massa. Faktor-faktor itu antara lain suasana emosional, skema kognitif, predisposisi individual dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh media massa. Respon seseorang pada film, sandiwara televisi atau novel akan dipengaruhi oleh suasana emosional orang itu sendiri. Skema kognitif yaitu semacam naskah pada pikiran seseorang yang menjelaskan alur peristiwa. Misalnya seseorang tahu bahwa dalam film seorang tokoh utama akan menang pada akhirnya, jadi tidak terlalu cemas ketika tokoh utama atau pahlawan jatuh dari jurang. Lalu faktor yang ketiga adalah suasana terpaan, misalnya anak-anak lebih ketakutan menonton televisi dalam keadaan sendirian atau di tempat gelap. Faktor predisposisi individual mengacu pada karakteristik khas individu, misalnya orang yang melankolis cenderung menanggapi tragedi lebih terharu daripada orang periang. Identifikasi menunjukkan sejauhmana orang merasa terlibat dengan tokoh yang

<sup>23</sup> ) Ibid hal 9



ditampilkan dalam media massa. Dengan identifikasi penonton, pembaca atau pendengar menempatkan dirinya dalam posisi tokoh.<sup>24</sup>

### c). Efek Konatif

Teori yang menjelaskan efek konatif yaitu teori dari Bandura dimana kita belajar bukan dari pengalaman langsung tetapi dari peniruan atau peneladanan. Ia menjelaskan proses belajar sosial melalui empat tahap yaitu (1) proses perhatian, adanya peristiwa yang menarik perhatian dimana peristiwa tersebut tampak menonjol dan sederhana, terjadi berulang-ulang atau menimbulkan perasaan positif pada pengamatnya; (2) proses pengingatan, dimana khalayak harus sanggup menyimpan hasil pengamatan dalam benaknya dan memanggilnya kembali tatkala mereka akan bertindak sesuai dengan teladan yang diberikan; (3) proses reproduksi motoris, artinya menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang kita amati, serta (4) proses motivasional, maksudnya kita akan terdorong melakukan teladan bila kita melihat orang lain yang berbuat sama mendapat ganjaran karena perbuatannya.

## G. Pembentukan Prilaku

Perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar<sup>25</sup> Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik.

Perilaku juga diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi dua, yakni :

<sup>24</sup> )Ibid hal 27

<sup>25</sup> )Notoadmojo.2003.Pendidikan dan perilaku kesehatan.hal 27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit),
- b. dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit),
1. Ciri-ciri emosional remaja usia 12-15 tahun<sup>26</sup> :
  - a) Pada usia ini seorang siswa/anak cenderung banyak murung dan tidak dapat diterka.
  - b) Siswa mungkin bertingkah laku kasar untuk menutupi kekurangan dalam hal rasa percaya diri.
  - c) Ledakan-ledakan kemarahan mungkin saja terjadi.
  - d) Seorang remaja cenderung tidak toleran terhadap orang lain dan membenarkan pendapatnya sendiri yang disebabkan kurangnya rasa percaya diri
  - e) Remaja terutama siswa-siswa SMP mulai mengamati orang tua dan guru-guru mereka secara lebih obyektif.

Dalam karakteristik remaja bisa dilihat beberapa keadaan emosi remaja yang tinggi, kondisi mental remaja mulai berpikir kritis dan cenderung melawan hal yang kurang mengerti, sering melakukan sesuatu yang baru dilihat salah satunya siaran televisi dan berbuat kurang baik. Keadaan tersebut karena dipengaruhi belum matang mereka karena perpindahan dari masa kanak-kanak ke remaja awal, keingintahuan remaja yang tinggi, masa transisi pencarian krisis identitas dan upaya pengakuan diri terhadap lingkungan sekitar. Setiap remaja pada akhirnya memiliki perkembangan yang berbeda-beda. Bentuknya bisa mengandung nilai positif atau negatif tergantung dari faktor-faktor mempengaruhinya.

## H. Teori Pembelajaran Sosial

Teori belajar sosial menekankan, bahawa lingkungan-lingkungan yang dihadapkan pada seseorang secara kebetulan; lingkungan-lingkungan itu kerap kali dipilih dan diubah oleh orang itu melalui perilakunya sendiri. Menurut

<sup>26</sup> )Rumini.1995.Psikologi Pendidikan.hal 37

Bandura, “sebagian besar manusia belajar melalui pengamatan secara selektif dan mengingat tingkah laku orang lain”. Inti dari teori pembelajaran sosial adalah pemodelan (modelling), dan permodelan ini merupakan salah satu langkah paling penting dalam pembelajaran terpadu.<sup>27</sup>

Ada dua jenis pembelajaran melalui pengamatan (observational learning). Pertama, pembelajaran melalui pengamatan dapat terjadi melalui kondisi yang dialami orang lain atau vicarious conditioning. Contohnya, seorang pelajar melihat temannya dipuji atau ditegur oleh gurunya kerana perbuatannya, maka ia kemudian meniru melakukan perbuatan lain yang tujuannya sama ingin dipuji oleh gurunya. Kejadian ini merupakan contoh dari penguatan melalui pujian yang dialami orang lain atau vicarious reinforcement. Kedua, pembelajaran melalui pengamatan meniru perilaku suatu model meskipun model itu tidak mendapatkan penguatan atau pelemahan pada saat pengamat itu sedang memperhatikan model itu mendemonstrasikan sesuatu yang ingin dipelajari oleh pengamat tersebut dan mengharapkan mendapat pujian atau penguatan apabila menguasai secara tuntas apa yang dipelajari itu. Model tidak harus diperagakan oleh seseorang secara langsung, tetapi kita dapat juga menggunakan seseorang pemeran atau visualisasi tiruan sebagai model<sup>28</sup> Perilaku manusia dipengaruhi oleh persekitaran melalui peneguhan (reinforcement) dan pembelajaran peniruan (observational learning), dan cara berfikir yang kita miliki terhadap sesuatu maklumat dan juga sebaliknya, yaitu bagaimana tingkah laku kita mempengaruhi persekitaran dan menghasilkan peneguhan (reinforcement) dan peluang untuk diperhatikan oleh orang lain (observational opportunity). Menurut Bandura proses mengamati dan meniru perilaku dan sikap orang lain sebagai model merupakan tindakan belajar.

<sup>27</sup> ) Kardi.1997.Pengajaran Langsung.hal 14

<sup>28</sup> )Nur.1998.Proses belajar mengajar dengan metode pendekatan ketrampilan proses.hal 4

Teori Bandura menjelaskan perilaku manusia dalam konteks interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku dan pengaruh lingkungan. Kondisi lingkungan sekitar individu sangat berpengaruh pada pola belajar sosial jenis ini. Contohnya, seorang yang hidupnya dan dibesarkan di dalam lingkungan judi, maka dia cenderung untuk memilih bermain judi, atau sebaliknya menganggap bahawa judi itu adalah tidak baik

## H. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Malikhah (2013). Penelitian yang berjudul *Korelasi Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Perilaku Negatif Usia Dini (Studi Pada Kelompok B Taman Kanak-kanak Aisyiyah Bustanul Arifin V Kudus Tahun 2011/2012)*. Penelitian ini membahas hubungan pengaruh tayangan televisi dengan perkembangan perilaku negatif anak kelompok B Taman Kanak-kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara pengaruh tayangan televisi (X) dengan perkembangan perilaku negatif anak (Y) di Taman Kanak-kanak Aisyiyah Bustanul Athfal V Kudus dengan hasil yang menunjukkan bahwa korelasi antara variable x dan y tergolong cukup. Nilai signifikan F hitung (38,019) > dari nilai F table (2,31) atau signifikan (0.00) < alpha (0.05), menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara variabel x dan y.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ismal Riyanto. Penelitian ini berjudul *Pengaruh Tayangan Sinetron “Ganteng-ganteng Serigala” Terhadap Perubahan Sikap di Kalangan Remaja Di Bekasi (Survey pada SMA Negeri 2 Bekasi)*. Penelitian ini membahas bagaimana tingkat perubahan sikap remaja pada siswa di SMA Negeri 2 Bekasi dengan adanya Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala. Penelitian ini menghasilkan Pengaruh tayangan sinetron “Ganteng-ganteng Serigala” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Negeri 2 Bekasi berada pada tingkat hubungan sedang, dengan nilai



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

0,571 yang berada pada interval 0,40 – 0,59. Pengaruh tayangan sinetron “Ganteng-ganteng Serigala” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Negeri 2 Bekasi dengan koefisien regresi sebesar 0,642. Artinya apabila terjadi peningkatan tayangan sinetron remaja yang ditonton oleh remaja sebesar 1 Artinya apabila terjadi peningkatan tayangan sinetron remaja yang ditonton oleh remaja sebesar 1 satuan, maka perubahan sikap remaja juga akan meningkat sebesar 0,642. Perubahan sikap yang dipengaruhi oleh tayangan sinetron “Ganteng-ganteng Serigala” tersebut terdiri dari 3 komponen, yang diantaranya adalah komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Demikian penelitian yang dilakukan oleh Didin Syarif Wahyudin (2009). Penelitian yang berjudul *Studi Kasus Pengaruh Intensitas Remaja Terhadap Etika Pergaulan Siswa Kelas I Di SMAN 1 Sedayu*. Peneliti ini membahas bagaimana tingkat menonton sinetron oleh para remaja terhadap etika pergaulan para siswa. Penelitian ini menghasilkan bahwa intensitas siswa kelas 1 SMAN 1 Sedayu dalam menonton sinetron remaja memiliki nilai 0,838. Maka kesimpulannya bahwa siswa kelas 1 SMAN 1 Sedayu tergolong kepada kategori tinggi.

## I. Definisi Konseptual dan Konsep Operasional

### 1. Definisi Konseptual

Definisi konsep adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variable tersebut<sup>29</sup>. Untuk mengukur hubungan intensitas menonton tayangan sinetron anak langit terhadap pembentukan perilaku anak usia 12-14 tahun ini, terdapat beberapa indikator pada variable intensitas menonton tayangan sinetron (x) dan pembentukan perilaku (y) sebagai berikut:

<sup>29</sup>) Moh.Nazir.Ph.D.2005.Metode Penelitian.Ghalia Indonesia.Bogor hal 126

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### A) Indikator Intensitas Menonton Tayangan Sinetron (x)

Peneliti menentukan indikator pesan kampanye (x) menggunakan konsep yang diutarakan oleh Fattah 2006 dalam buku Sebagai berikut:

- a)) **Berapa lamanya menonton televisi**, lamanya menonton televisi ini meliputi:
  - a. Durasi anat saat menonton televisi
- b)) **Seberapa sering menonton televisi**, seringnya anak menonton televisi ini meliputi :
  - a. frekuensi menonton televisi
- c)) **Ketergantungan menonton televisi**, ketergantungan menonton televise meliputi :
  - 1)). antusiasme menonton televisi
- d)) **Menonton televise hingga larut malam**, menonton televisi hingga larut mala meliputi:
  - a. batasan waktu menonton televise

### B) Indikator pembentukan sikap (y)

Peneliti menentukan indikator pembentukan sikap (y) menggunakan konsep yang diutarakan oleh Tri dayah sini dan hudaniyah dalam buku *psikologi sosial* Sebagai berikut:

- 1) **Self Gain**, self gain meliputi:
  - a. Keinginan untuk maju
- 2) **Personal Value**, personal value meliputi:
  - a. menjunjung tinggi nilai-nilai dan norma
  - b. perasaan untuk menegakkan keadilan
- 3) **Empati**
  - a. mampu merasakan perasaan orang lain

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Konsep Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang menyatakan seperangkat petunjuk atau kriteria atau operasi yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengamatnya dengan memiliki rujukan-rujukan empiris.<sup>30</sup> Didalam topik ini operasional konsep akan berisi dimensi-dimensi yang berkaitan dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian, dan bagaimana konsep tersebut berhubungan dengan indikator yang dapat menjawab hubungan-hubungan yang akan diteliti didalam penelitian ini

**Tabel 2.1**  
**Operasional Variabel**

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	skala
1	Intensitas menonton tayangan (X)	Berapa lamanya menonton televisi	Durasi anak saat menonton televisi	Likert
		Seberapa seringnya menonton televisi	Frekuensi menonton televisi	Likert
		Ketergantungan menonton televisi	Antusiasme menonton televisi	Likert
		Menonton televisi hingga larut malam	Batasan waktu menonton televisi	Likert
2	Pembentukan Perilaku (Y)	Self Gain	Keinginan untuk maju	Likert
		Personal Value and Norms	Menjunjung tinggi nilai-nilai dan norma	Likert
			Perasaan untuk menegakkan kebenaran	Likert
Empati	mampu merasakan perasaan orang lain	Likert		

Sumber olahan peneliti 2017

<sup>30</sup>Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakart:Kencana Pranadamedia Group,2009)17

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## J. Hipotesis

**1. Ha** : Intensitas menonton tayangan (X) sinetron anak langit berhubungan dengan pembentukan perilaku (y) anak usia 12-14 tahun di smpn 21 kota pekanbaru

**Ho** : Intensitas menonton tayangan (X) sinetron anak langit tidak berhubungan dengan pembentukan perilaku (y) anak usia 12-14 tahun di smpn 21 kota pekanbaru

## 2. Analisis Korelasi

Untuk melihat korelasi antara variable X dan Y peneliti menggunakan teori yang diutarakan oleh jonathan sarwono (2006.37) “analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung.”<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Jonathan, metode penelitian kuantitatif kualitatif. Jogjakarta. Graha ilmu. Hal 37