

**PENGARUH TERPAAN MEDIA TERHADAP PERUBAHAN SIKAP DARI
TAYANGAN SINETRON '7 MANUSIA HARIMAU' DI KALANGAN
REMAJA SMA KOTA BANDUNG**

***THE INFLUENCE OF MEDIA EXPOSURE ON A CHANGE IN ATTITUDE
FROM THE TELEVISION SERIES '7 MAN TIGERS ' AMONG TEENAGERS
SMA BANDUNG CITY***

**Raden Aditya Novianto¹
Martha Tri Lestari, S. Sos., MM²
Sylvie Nurfebriani, S.Sos., M.Si³**

^{1,2,3}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹radenadityan@gmail.com, ²martha.djamil@gmail.com, ³sylvienurfebria@gmail.com

Abstrak

Besarnya jumlah stasiun televisi di Indonesia, baik secara nasional maupun lokal menunjukkan bahwa perkembangan media massa khususnya media televisi kini semakin maju dan pesat. Dimulai sejak tahun 1962, Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI mulai mengudara sebagai televisi pertama di Indonesia. Televisi dengan kemampuan untuk mencitrakan informasi secara audiovisual juga memegang pengaruh penting dalam *mode*, sikap, perilaku, dan pergaulan masyarakat dan menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran dan perubahan budaya masyarakat penikmat televisi. Salah satunya melalui tayangan sinetron yang menjadi tayangan andalan di beberapa stasiun televisi pada jam *primetime*. Sinetron merupakan kepanjangan dari sinema elektronik yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, dan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video melalui proses elektronik lalu di tayangkan melalui stasiun televisi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif untuk kemudian diolah dan diambil kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh terpaan media tayangan sinetron "7 Manusia Harimau" terhadap perubahan sikap remaja di SMA Kota Bandung berada pada tingkat hubungan sedang, dengan nilai 0,571 yang berada pada interval 0,40 – 0,59. Pengaruh terpaan media tayangan sinetron "7 Manusia Harimau" terhadap perubahan sikap remaja di SMA Kota Bandung dengan koefisien regresi sebesar 0,642. 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 "7 Manusia Harimau" tersebut terdiri dari 3 komponen, yang diantaranya adalah komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Kata kunci: *7 manusia harimau, sikap, sinetron, terpaan media*

Abstract

The magnitude of the number of television stations in Indonesia, national and local shows that the development of the mass media especially television media is now more advanced and rapidly. Started in 1962, television of the Republic of Indonesia that is abbreviated as TVRI television began broadcasting the first in Indonesia. Television with the ability to information in audiovisual Imaging also holds an important influence in fashion, attitude, behavior, and the Association community and

became one of the primary means of spread and cultural changes of the community television appreciator. One of them through the tayanga soap opera that became a mainstay in the impressions of a few hours, primetime television station. The soap opera is the length of the electronic cinema which means a work of art and culture, copyright and media communication point of view heard based on Cinematography with recorded on videotape through the electronic process and then on impressions via television station. The kind of research used is descriptive quantitative to then processed and extracted conclusion .The research results show influence double-digit media impressions telenovela “7 man tiger” to a change in attitude a high school bandung city be on a level link being , with the 0,571 who are at intervals 0,40 - 0.59 .The influence of double-digit media impressions patron “7 man tiger” to a change in attitude a high school bandung city with the regression coefficient of 0,642. A change in attitude influenced by impressions telenovela ”7 man tiger” consist of 3 components, who of them are the cognitive component, the affective component, and components conative.

Keywords: *7 man tiger, attitude, media exposure, television series*

1. Pendahuluan

Besarnya jumlah stasiun televisi di Indonesia, baik secara nasional maupun lokal menunjukkan bahwa perkembangan media massa khususnya media televisi kini semakin maju dan pesat. Dimulai sejak tahun 1962, Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI mulai mengudara sebagai televisi pertama di Indonesia. Kemudian pada tahun 1989 muncul Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang bersifat komersial. Secara berturut-turut berdiri stasiun televisi lainnya yakni Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Andalas Televisi Indonesia (ANTV), Indosiar, TV7 menjadi Trans7, Lativi menjadi TvOne, Metro TV, Trans TV, Global TV, dan banyak siaran televisi lokal di setiap kota.

Dengan bertambahnya jumlah stasiun televisi, mengakibatkan persaingan pada industri televisi di Indonesia semakin ketat. Saat ini rating menjadi hal yang penting bagi industri televisi. *Rating* menjadi indikator apakah program itu memiliki audien atau tidak. *Rating* menjadi perhatian pula bagi pemasang iklan yang ingin mempromosikan produk atau jasa. Riset *rating* meneliti efektivitas program pada saat ditayangkan di stasiun penyiaran. Riset rating pada dasarnya meneliti tindakan audien terhadap pesawat penerima televisi atau radio. Jika di bandingkan dengan riset non-rating yang lebih bersifat kualitatif, maka riset rating sangat mengandalkan perhitungan kuantitatif.

Televisi dengan kemampuan untuk mencitrakan informasi secara audiovisual juga memegang pengaruh penting dalam *mode*, sikap, perilaku, dan pergaulan masyarakat dan menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran dan perubahan budaya masyarakat penikmat televisi. Salah satunya melalui tayanga sinetron yang menjadi tayangan andalan di beberapa stasiun televisi pada jam *primetime*. Hal tersebut dikarenakan program sinetron mampu menghasilkan *rating* yang cukup tinggi sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi stasiun televisi tersebut. Karena itu televisi berperan besar dalam pembentukan sikap. Sikap itu sendiri merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, nilai. Objek sikap dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi atau kelompok.

Sinetron merupakan kepanjangan dari sinema elektronik yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, dan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan

direkam pada pita video melalui proses elektronik lalu di tayangan melalui stasiun televisi. Sinema elektronik atau lebih populer dalam akronim sinetron adalah istilah untuk serial drama sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik berkepanjangan. Seperti layaknya drama atau sandiwara, sinetron diawali dengan pengenalan tokoh-tokoh yang memiliki karakter masing-masing. Berbagai karakter yang berbeda menimbulkan konflik yang makin lama makin besar sehingga sampai pada titik klimaksnya. Akhir dari suatu sinetron dapat bahagia maupun sedih, tergantung dari jalan cerita yang ditentukan oleh penulis skenario.

Dari 10 sinetron yang diunggulkan menurut tabloid bintang, beberapa diantaranya adalah program sinetron yang bertemakan kehidupan remaja, yakni sinetron "7 Manusia Harimau". Dari hasil *rating* menunjukkan bahwa tayangan sinetron remaja masih sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, dengan begitu pengaruh terhadap perubahan sikap bagi remaja sangat besar.

Sinetron 7 Manusia Harimau diangkat dari novel 7 Manusia Harimau karya Motinggo Boesje tahun 1986 yang kembali di angkat kisahnya dengan besutan rumah produksi sinemArt. Sinetron '7 Manusia Harimau' menciptakan berbagai konflik untuk menarik perhatian penonton, adanya berbagai konflik yang muncul di cerita '7 Manusia Harimau' ini tak heran banyak yang menggemari sehingga *rating* dan *share* sinetron '7 Manusia Harimau' sendiri selalu menduduki posisi lima besar. Menurut Karsono Hadi selaku sutradara 7 Manusia Harimau "Setiap hari ada konflik yang diciptakan. Terutama konflik yang berkaitan dengan ketujuh manusia harimau. Itu benang merahnya," Tak hanya itu saja, untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan saat beradegan laga, para pemeran pengganti atau stuntman juga sudah bersiap untuk menggantikan aktor dan aktris yang memerankan '7 Manusia Harimau' ketika adegan laga yang berbahaya dimasukkan dalam sebuah rekaman. "Begitu *fighting serious kami sediakan pemeran pengganti yang memang sudah berpengalaman,*" ungkap sang sutradara. Sinetron 7 Manusia Harimau yang dikemas dengan tampilan berbeda dengan sinetron lain memiliki segmentasi penonton remaja. Pemeran yang bermain didalam sinetron ini sedang di gandrungi oleh banyak remaja wanita maupun pria. Dengan menampilkan artis-artis baru yang memiliki paras yang menawan, sehingga membuat remaja menyaksikan sinetron ini. Debut sinetron terbaru RCTI ini cukup menjanjikan dengan langsung memimpin perolehan *rating* harian. Di tahun ini 7 Manusia Harimau baru menyabet penghargaan dengan gelar drama seri tervaforit "Terima kasih kepada Panasonic Gobel Awards, RCTI, bapak Hary Tanoesoedibjo dan tim programming dan pak Tantowi sebagai pencetus sinetron 7 Manusia Harimau. Ini berkat kerja sama teman-teman semua. I love you," ujar perwakilan tim sinetron 7 Manusia Harimau dalam acara penganugerahan Panasonic Gobel Awards 2015 di Hotel Fairmont, Jakarta.

Walaupun sinetron 7 Manusia Harimau mempunyai *rating* yang tinggi, namun sinetron 7 Manusia Harimau tidak lepas dari beberapa teguran yang disampaikan oleh KPI seperti:

1. Pada tanggal 11 november 2014 pukul 20.43 WIB, 7 Manusia Harimau menayangkan adegan remaja laki laki berseragam sekolah berkelahi saling memukul dan menendang. KPI menilai adegan tersebut rentan di tiru oleh anak anak dan remaja.
2. Pada tanggal 28 November 2014 pukul 21.08 WIB, ada adegan seorang pria dewasa mencekik leher remaja pria secara eksplisit.
3. Pada tanggal 9 November 2014 pukul 21.16 WIB, terdapat adegan supranatural yaitu mematikan bara api dengan tangan dan adegan suntet atau teluh yaitu 2 orang pria mengibaratkan wajah seorang wanita dengan buah papaya lalu mengiris papaya tersebut sehingga wanita tersebut merasakan efek nya yang mengakibatkan bibir yang terluka dan mengeluarkan darah.
4. Pada tanggal 10 Novemver 2014 pukul 21.04 WIB, terdapat adegan seorang pria menghunuskan 2 bilah pisau kearah leher lawanya secara eksplisit. Adegan tersebut sangat berbahaya dan mengerikan. (kpi.go.id diakses pada tanggal 19 Maret 2015 pukul 22.10 WIB)

Dilihat dari teguran-teguran yang disampaikan oleh KPI kepada 7 Manusia Harimau, pihak KPI menghawatirkan adegan-adegan tersebut di tiru oleh para remaja yang menonton, karena segmentasi penonton 7 Manusia Harimau adalah para remaja.(tabloidbintang.com diakses pada tanggal 19 Maret 2015 pukul 22.10 WIB)

Data KPAI menyebutkan jumlah kekerasan antar siswa yang meningkat tiap tahunnya. Sepanjang tahun 2013 total telah terjadi 255 kasus kekerasan yang menewaskan 20 siswa di seluruh Indonesia. Jumlah ini hampir dua kali lipat lebih banyak dari tahun 2012 yang mencapai 147 kasus dengan jumlah tewas mencapai 17 siswa. Tahun 2014 lalu, Komisi Nasional Perlindungan Anak sudah menerima 2.737 kasus atau 210 setiap bulannya termasuk kasus kekerasan dengan pelaku anak-anak yang ternyata naik hingga 10%. Komnas PA bahkan memprediksi tahun 2015 angka kekerasan dengan pelaku anak-anak, termasuk tawuran antar siswa akan meningkat sekitar 12-18%. (indonesianreview.com diakses pada 26 Juni 2015 pukul 23.10 WIB)

Seperti dilihat banyak kekerasan yang terjadi antar remaja di Bandung khusus nya para remaja SMA kota Bandung “Sejumlah pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) 20 dan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 2 Bandung terlibat tawuran. Dua sekolah yang jaraknya berdekatan di Jalan Ciliwung ini, adu jotos di Jalan Ambon Bandung, yang jaraknya sekira 1 kilometer dari kedua sekolah tersebut”.(merdeka.com di akses pada tanggal 25 Juni 2015 pukul 20.10 WIB)

Kasus menarik lainnya yang terjadi di Kota Bandung yaitu, Puluhan alumni SMAN 5 Bandung dan pelajar SMAN 20 Bandung terlibat tawuran Minggu (20/7/2014) dini hari Jln. Belitung, tepat di depan kampus SMAN 3 Bandung. Dikemukakan, beberapa pelajar SMAN 20 terlibat cekcok dengan alumni SMAN 5. Kemudian mereka pun terlibat aksi lempar batu. “Akhirnya kita amankan 23 orang. Tapi dari 23 orang itu ada yang terlibat langsung dan ada juga yang tidak terlibat. Tapi mereka sudah dikembalikan tadi pagi sekitar pukul 06.30 WIB. Kami sudah damaikan dan kami mengamankan 35 motor,” tutur Diki selaku Kabag Ops Polrestabes Bandung.(cb-magazine.com di akses pada tanggal 28 juni 2015 pukul 02.24 WIB)

Dijelaskan oleh BKKBN, populasi remaja kota Bandung terdiri dari terdiri dari 345.975 remaja lakilaki dan 319.277 remaja perempuan yang berusia 10 – 24 tahun dan 28,55% nya adalah siswa- siswi SMA, berdasarkan survey bulan Januari hingga April 2015 mendapati kekerasan remaja SMA menepati urutan kedua dengan 33.6% setelah seks pranikah dengan 58,2% dilanjutkan dengan masalah yang lain lain dengan persentase 8.2%.(duaanak.com diakses pada 25 Juni 2014 pukul 21.03 WIB).

Dapat disimpulkan dari banyaknya kasus yang bermunculan diatas akibat kekerasan remaja SMA Bandung cukup tinggi. Fenomena yang terjadi tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti pengaruh tayangan sinetron 7 Manusia Harimau terhadap perubahan sikap remaja di kota Bandung. Sebagai objek penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti siswa-siswi SMA di kota Bandung yang gemar menonton sinetron 7 Manusia Harimau. Dari uraian latar belakang tersebut peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Terpaan Media Terhadap Perubahan Sikap Dari Tayangan Sinetron 7 Manusia Harimau Di Kalangan Remaja SMA Kota Bandung”**.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi Massa

Teori ini digunakan karna berkaitan dengan penelitian yang diteliti yaitu tentang film yang sebagai bagian dari komunikasi massa, karna film merupakan salah satu media massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Kegiatan komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran disebut dengan komunikasi massa. Pengertian komunikasi massa menurut Jalaludin Rakhmat (2009:189) adalah sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serempak dan sesaat.

Menurut Dominick (2001:15–16), komunikasi massa merupakan suatu proses media massa sebagai organisasi yang komplek terdiri dari : satu atau lebih mesin yang menghasilkan dan

mentransmisikan pesan-pesan masyarakat secara langsung dalam jumlah besar, bersifat heterogen dan khalayak yang teratur. Dalam komunikasi massa ini, lembaga penyelenggara komunikasi bukanlah perorangan, melainkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks dan pembiayaan yang sangat besar.

2.2 Televisi Sebagai Media Massa

Istilah media massa terbagi atas dua kata yaitu, media yang artinya alat teknis atau sarana untuk penyampaian suatu pesan, dan massa yang artinya sekumpulan orang banyak. Karena itu media massa adalah sarana untuk menyampaikan isi pesan/ informasi yang bersifat umum, kepada sejumlah orang, yang jumlahnya relatif besar, tersebar, heterogen, dan perhatiannya terpusat pada isi pesan yang sama, serta tidak dapat memberikan umpan balik secara langsung pada saat itu juga. "Media massa dibagi menjadi media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa, baik media cetak atau media elektronik harus diterbitkan secara periodik, atau siarannya secara periodik, isi pesan bersifat umum atau menyangkut semua permasalahan, mengutamakan aktualitas dan disajikan secara berkesinambungan." (Wahyudi, 2010:90).

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2003 : 134).

Pada prinsipnya media massa merupakan suatu institusi yang melembaga dan bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar *well informed* (tahu informasi). Ada beberapa unsur penting dalam media massa, yaitu:

- 1) Adanya sumber informasi.
- 2) Isi pesan (informasi).
- 3) Saluran informasi (media).
- 4) Khalayak sasaran (masyarakat).
- 5) Umpan balik khalayak sasaran.

"Dari lima komponen di atas terciptalah proses komunikasi antara pemilik isi pesan (sumber informasi) dengan penerima pesan melalui saluran informasi (media). Proses komunikasi ini dimaksudkan untuk mencapai kebersamaan terhadap isi pesan yang disampaikan." (Kuswandi, 2006: 98).

2.3 Televisi

Menurut Effendy (2002 : 21) yang dimaksud dengan televisi adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen. Televisi adalah sistem telekomunikasi untuk penyiaran dan penerimaan gambar dan suara dari jauh atau media komunikasi yang mentransmisikan gambar (*visual*) dan suara (*audio*).

2.4 Televisi Sebagai Media Massa

Komunikasi massa media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat "*transitory*" (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut, hanya dapat didengar dan dilihat secara sekilas. "Pesan-pesan di televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (*audiovisual*)." (Wahyudi, Komunikasi Jurnalistik, 1991:62).

Dalam menyampaikan isi pesannya, komunikasi massa media televisi memiliki sifat-sifat, yaitu publisitas, periodisitas, universalitas, aktualitas dan kontinuitas. Dan karena sifat komunikasi massa media televisi itu“

- a. Isi pesan yang akan disampaikan harus singkat dan jelas.
- b. Cara penyampaian per kata, harus benar.
- c. Intonasi suara dan artikulasi harus tepat dan baik.

Komunikasi massa dengan media televisi merupakan proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Kelebihan media televisi terletak pada kekuatannya menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa cukup besar. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Menurut (Effendy, 2004 : 27-30), seperti halnya media massa lain, televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi pokok yakni sebagai berikut:

1. Fungsi Penerangan (*The Information Function*)
Televisi mendapat perhatian yang besar dikalangan masyarakat karena dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang sangat memuaskan. Hali ini didukung oleh 2 (dua) faktor, yaitu *Immediacy* (Kesegaran) dan *Realism* (Kenyataan).
2. Fungsi Pendidikan (*The Educational Function*)
Sebagai media massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan dengan makna pendidikan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Siaran televisi menyiarkan acara-acara tersebut secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika, ekonomi, politik, dan sebagainya.
3. Fungsi Hiburan (*The Entertainment Function*)
Sebagai media yang melayani kepentingan masyarakat luas, fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan dari fungsi lainnya. Sebagian besar dari alikasi waktu siaran televisi diisi oleh acara-acara hiburan, seperti lagu-lagu, film cerita, olahraga, dan sebagainya. Fungsi hiburan ini amat penting, karena ia menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk mengisi waktu mereka dari aktivitas di luar rumah (Effendy, 2004 : 27-30).

2.5 Terpaan Media

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*). Media *Exposure* menurut Jalaluddin Rakhmat (2009:14) diartikan sebagai terpaan media, sedangkan Masri Singarimbun (2012:21) mengartikannya dengan sentuhan media. Menurut Rakhmat, media *exposure* dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menyaksikan televisi, film, membaca majalah atau surat kabar maupun mendengarkan radio.

Terpaan Media meliputi:

- Frekuensi: meliputi frekuensi menyaksikan sinetron 7 Manusia Harimau
- Durasi: meliputi lama mengikuti dan lama menyaksikan sinetron 7 Manusia Harimau
- Atensi: meliputi menonton dengan melakukan kegiatan lain, menyaksikan dengan tidak melakukan kegiatan lain, dan menyaksikan dengan melakukan diskusi (Ardianto dan Erdinaya, 2004:164), (Rakhmat, 2004)

2.6 Sinetron

Graeme Burton dalam bukunya *Talking Television: An Introduction to the Study of Television* tahun (2001:185-186), menjamurnya sinetron di televisi, bukan hal luar biasa. Kehadiran sinetron merupakan suatu bentuk aktualitas komunikasi dan interaksi manusia yang diolah berdasarkan alur cerita, untuk mengangkat permasalahan hidup manusia sehari-hari. Dalam membuat sinetron, *crew* televisi (sutradara, pengarah acara, dan produser) harus memasukkan isi pesan yang positif bagi

pemirsa. Dengan kata lain, pesan sinetron dapat mewakili aktualitas kehidupan masyarakat dalam realitas sosialnya.

2.7 Pesan Sinetron

Berbicara mengenai isi pesan dalam sebuah paket sinetron televisi Wawan Kuswandi dalam buku Komunikasi massa: analisis interaktif budaya massa (2008:79-80,180), bukan hanya melihat dari segi budaya, tetapi juga berhubungan dengan masalah ideologi, ekonomi, maupun politik. Dengan kata lain, paket sinetron merupakan cerminan kenyataan kehidupan dari masyarakat sehari – hari.

Paket sinetron yang tampil di televisi adalah salah satu bentuk untuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku yang sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya masyarakat setempat. Otomatis, isi pesan yang terungkap secara simbolis dari sinetron, berwujud kritik sosial dan kontrol sosial terhadap penyimpangan – penyimpangan yang terjadi dalam masyarakat. Masalah yang sangat krusial dalam isi pesan sinetron ialah soal kualitas dan objektivitas. Dalam artian, tidak selamanya sinetron yang berkualitas dapat menunjukkan atau mengungkapkan objektivitas sosial. Ini terjadi karena dalam kehadirannya, isi pesan sinetron selalu terbentur pada masalah politis dan ideologis dalam suatu sistem politik nasional.

2.8 Remaja

Istilah remaja merupakan padanan dari istilah *adolesence* yang berasal dari kata latin *adolescere* yang berarti bertumbuh atau tumbuh menjadi matang. Secara psikologis, masa remaja adalah usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak (Hurlock, 2005: 206).

Dalam pandangan masyarakat Indonesia, yang dikategorikan sebagai remaja seseorang yang ada dalam rentang usia 11 - 24 tahun (Sarwono, 2007:14) pengklarifikasian ini didasari oleh pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut ini:

- a. Usia sebelas tahun adalah usia ketika pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik)
- b. Di banyak masyarakat Indonesia, usia seblas tahun sudah dianggap akil baliq, bai menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial)
- c. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa, seperti tercapainya identitas diri (Erik Erikson), tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual (Freud) dan tercapainya puncak perkembangan kognitif (Piaget) maupun moral (Kohlberg).
- d. Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang dewasa (secara adat/tradisi), belum dapat memberikan pendapatan sendiri, dan sebagainya.

2.9 Remaja

Istilah remaja merupakan padanan dari istilah *adolesence* yang berasal dari kata latin *adolescere* yang berarti bertumbuh atau tumbuh menjadi matang. Secara psikologis, masa remaja adalah usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak (Hurlock, 2005: 206).

Dalam pandangan masyarakat Indonesia, yang dikategorikan sebagai remaja seseorang yang ada dalam rentang usia 11 - 24 tahun (Sarwono, 2007:14) pengklarifikasian ini didasari oleh pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut ini:

- a. Usia sebelas tahun adalah usia ketika pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik)
- b. Di banyak masyarakat Indonesia, usia seblas tahun sudah dianggap akil baliq, bai menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial)
- c. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa, seperti tercapainya identitas diri (Erik Erikson), tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual (Freud) dan tercapainya puncak perkembangan kognitif (Piaget) maupun moral (Kohlberg).
- d. Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang dewasa (secara adat/tradisi), belum dapat memberikan pendapatan sendiri, dan sebagainya.

2.10 Sikap

Para ahli dalam memberikan definisi tentang sikap banyak terjadi perbedaan. Terjadinya hal ini karena sudut pandang yang berbeda tentang sikap itu sendiri. Sikap pada awalnya diartikan sebagai suatu syarat untuk munculnya suatu tindakan. Konsep itu kemudian berkembang semakin luas dan digunakan untuk menggambarkan adanya suatu niat yang khusus atau umum, berkaitan dengan kontrol terhadap respon pada keadaan tertentu Young (Zaim Elmubarak, 2009: 45).

“Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, nilai. Objek sikap dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi atau kelompok” (Rakhmat, 2008:40).

Sementara itu, Saefuddin Azwar dalam bukunya yang berjudul *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya* (2005:24-28) menyebutkan tiga komponen sikap, yaitu ada:

1. Komponen Kognitif

Komponen ini berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Kepercayaan datang dari apa yang telah kita lihat atau apa yang telah kita ketahui. Berdasarkan hal tersebut, terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek. Sekali kepercayaan itu telah terbentuk, maka akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari objek tertentu. Tentu saja kepercayaan sebagai komponen kognitif tidak selalu akurat, kadang-kadang kepercayaan itu terbentuk justru dikarenakan kurang atau tiadanya informasi yang benar mengenai objek yang dihadapi.

2. Komponen Afektif

Komponen ini menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Pada umumnya, reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang dipercayai sebagai benar dan berlaku bagi objek termaksud.

3. Komponen Konatif

Komponen ini dalam sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan obyek sikap yang dihadapinya. Pengertian kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen ini meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pertanyaan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:8) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan pengertian dari metode Penelitian menurut I Made Wiratha (2006:77), adalah sebagai berikut: “Metode penelitian merupakan suatu cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan.”

Berdasarkan dari pengertian di atas, maka metode penelitian adalah teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data, baik data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah yang kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diinginkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

4. Pembahasan

Dari hasil penghitungan data yang dimiliki, didapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

Setiap tayangan program yang di tayangkan oleh stasiun televisi tidak terlepas kaitannya dari audiens atau penonton untuk menyaksikan berbagai tayangan acara seperti : sinetron, olahraga, musik , berita, dan lain sebagainya. Tentu saja hal tersebut dipengaruhi oleh minat masing – masing penontonnya. Seperti tayangan FTV yang disiarkan oleh SCTV, merupakan bentuk dari komunikasi masa yang bermanfaat dan berguna untuk memberikan dan menyampaikan informasi kepada penontonnya. Pesan, pengetahuan, informasi mengenai kebudayaan dan tempat – tempat baru yang belum pernah dikunjungi, kemudian para pemain – pemain atau pemeran baru yang sebelumnya belum dikenal, unsur edukasinya, dan semua itu ditunjukkan dan diberikan kepada seluruh penonton yang melihatnya. Penelitian dilakukan khususnya terhadap para pelajar SMA Kota di Bandung sebanyak 100 orang yang di dapati 63 orang Perempuan dan 37 orang laki – laki. Dari hal tersebut, sebagaimana permasalahan yang telah diteliti dan dibahas yakni mengenai “pengaruh terpaan media terhadap perubahan sikap dari tayangan sinetron 7 Manusia Harimau di kalangan remaja SMA Kota Bandung”, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara terpaan media pada tayangan “7 Manusia Harimau” dengan perubahan sikap para pelajar siswa khususnya SMA di Kota Bandung.

Penelitian ini dilakukan di SMA Kota Bandung dengan mengambil 100 responden yang menaruh perhatian pada tayangan sinetron remaja. Responden di dapati 63 orang pelajar perempuan dan 37 orang pelajar laki-laki dan beberapa diantaranya berusia antara 14 – 16 tahun.

Bersumber pada data yang diolah dari hasil penelitian, pengaruh terpaan media tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Kota Bandung berada pada tingkat hubungan sedang, dengan nilai 0,571 yang berada pada interval sedang 0,40 – 0,59. Tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” terhadap perubahan sikap remaja sebesar 32,6% dan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Tayangan sinetron remaja berpengaruh positif terhadap perubahan sikap pelajar di SMA Kota Bandung dengan koefisien regresi sebesar 0,642. Artinya apabila terjadi peningkatan tayangan sinetron remaja yang ditonton oleh remaja sebesar 1 satuan, maka perubahan sikap remaja juga akan meningkat sebesar 0,642. Tanda positif (+) pada variabel X (tayangan sinetron “7 Manusia Harimau”) hubungan searah, artinya apabila semakin lama tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” yang ditonton oleh para peajar, maka perubahan sikap mereka juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada para pelajar di SMA Kota Bandung mengenai pengaruh terpaan media tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” terhadap perubahan sikap remaja, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh terpaan media tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Kota Bandung adalah sebesar 32,6% dan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain seperti pelarangan orantua terhadap anaknya agar lebih memlilih belajar daripada menonton televisi. Adapun pengaruh lain yaitu sang anak memilih untuk bermain dengan teman-temannya dibandingkan mereka menonton televisi.

Pengaruh terpaan media tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Kota Bandung berada pada tingkat hubungan sedang, dengan nilai 0,571 yang berada pada interval 0,40 – 0,59. Pengaruh terpaan media tayangan sinetron “7 Manusia Harimau” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Kota Bandung dengan koefisien regresi sebesar 0,642. 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 “7 Manusia Harimau” tersebut terdiri dari 3 komponen, yang diantaranya adalah komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Daftar Pustaka

- [1]Ardianto, Elvinaro dkk. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [3] Beauvoir, 2003. *Cambridge Companions to Philosophy*. London: Cambridge University Press
- [4] Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenanda Media Group.
- [5]Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Badan Penerbita Universitas Diponegoro.
- [6] Masri. S.Riduwan dan Kuncoro. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- [8] Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* .Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [9] Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. cetakan ke-2. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [10] Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.