

**PENGARUH TAYANGAN SINETRON ‘GANTENG-GANTENG SERIGALA’
TERHADAP PERUBAHAN SIKAP DI
KALANGAN REMAJA DI BEKASI (Survey
pada Siswa di SMA Negeri 2 Bekasi)**

Ismail Riyanto

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, fakultas komunikasi dan bisnis, universitas telkom

pantofwear@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh tayangan sinetron “Ganteng-ganteng Serigala” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Negeri 2 Bekasi berada pada tingkat hubungan sedang, dengan nilai 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 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.

Keyword : perubahan sikap, ganteng-ganteng serigal

ABSTRACT

Influence telenovela "handsome-looking wolf" to change the attitude of a teenager in SMA 2 Bekasi is at the level of relationship is, with a value of 0.571 which is in the interval from 0.40 to 0.59. Influence telenovela "handsome-looking wolf" to change the attitude of a teenager in SMA 2 Bekasi with a regression coefficient of 0.642. This means that if there is an increase in teen telenovela that is watched by teenagers of one unit, then the change in the attitude of teenagers will also increase by 0.642. Changes in attitude are influenced by the telenovela "handsome-looking wolf" is made up of three components, which include cognitive component, affective component, and conative component.

Keyword:change of attitude, ganteng-ganteng serigala

1. Pendahuluan

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.

2. Dasar Teori

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.

Ardianto dan Erdinaya dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa: suatu Pengantar* mengungkapkan bahwa, frekuensi penggunaan media dalam mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari menggunakan media dalam satu minggu, berapa kali seminggu menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan) serta berapa kali sebulan menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan). Untuk mengukur variabel durasi penggunaan media, menghitung berapa lama audien bergabung dalam media tertentu (berapa jam sehari) dan berapa lama audien mengikuti program (2004:164).

Hubungan antara khalayak dengan isi media itu sendiri berkaitan dengan perhatian (*attention*) juga turut mempengaruhi sikap dalam terpaan media (Rakhmat, 2008:52). Menurut Andersen mendefinisikan perhatian sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada stimuli yang lainnya melemah. Sifat menonjol yang menjadi bahan perhatian oleh stimuli, sebagai berikut (Rakhmat, 2008:52-53) :

- Gerakan, manusia secara visual akan tertarik pada objek yang bergerak.

- Intensitas Stimuli, kecenderungan kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol daripada yang lain, misalnya warna merah diantara putih, atau tawaran pedagang di pasar yang paling nyaring, sukar lolos dari perhatian kita.
- Kebaruan (*novelty*). Hal-hal yang baru yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimuli yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat.
- Perulangan, hal yang disajikan berkali-kali bila disertai dengan variasi akan menarik perhatian. Di sini unsur "*familiarity*" (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur "*novelty*" (yang baru kita kenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti mempengaruhi bawah sadar kita.

Teori *media exposure* (terpaan media) digunakan karena peneliti ingin mengetahui pengaruh terpaan media tayangan Sinetron "*Ganteng-ganteng serigala*" terhadap perubahan sikap remaja di Kota Bekasi. Sehingga dengan teori ini dapat menjelaskan penggunaan media anak muda di Kota Bekasi dalam menyaksikan Sinetron "*Ganteng-ganteng serigala*" baik frekuensi maupun durasi penggunaan, serta perhatian yang diberikan pada program acara tersebut.

2.1 Sinetron

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.

Memang belum ada metode atau ukuran yang jelas dan pasti dalam membuat sinetron yang baik dan berkualitas serta memenuhi selera pemirsa. Semua masih relatif, tergantung masing-masing penilaian pemirsa. Tetapi para kru televisi dituntut untuk bertanggung jawab dalam membuat paket sinetron. Ini merupakan beban moral yang harus diterima.

Banyaknya sinetron yang menggambarkan sisi-sisi sosial dan moral dalam kehidupan masyarakat, tentu sangat bermanfaat bagi pemirsa dalam menentukan sikap. Pesan-pesan sinetron terkadang terungkap secara simbolis dalam alur ceritanya. Kalau isi sinetron tidak mencerminkan realitas sosial yang objektif dalam kehidupan pemirsa, maka yang tampak dalam cerita sinetron tersebut hanya gambaran semu.

Akibat fatal yang muncul apabila isi pesan sinetron berlawanan dengan kondisi sosial, yakni pemirsa tidak mendapatkan manfaat secara khusus bagi kehidupannya, menyangkut aspek hubungan dan pergaulan sosial. Sinetron-sinetron yang hanya “menjual” kemiskinan dan menonjolkan doktrin tertentu (menggurui), akan membuat pemirsa jenuh untuk menyaksikannya.

2.3 Keterangan Tabel dan Gambar



Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor item	Skala
Variabel bebas (X) = Pengaruh tayangan sinetron (teori terpaan	Frekuensi	Seberapa sering menyaksikan tayangan sinetron “ganteng-ganteng serigala“ yang di tayangkan oleh SCTV	1	Likert
		intensitas dalam menyaksikan tayangan sinetron “Ganteng-ganteng	2	Likert

media)		Serigala” dalam satu minggu		
	Durasi	Berapa lama penayangan sinetron “ganteng-ganteng serigala”	3	<i>Likert</i>
		Berapa lama menyaksikan tayangan sinetron “Ganteng-ganteng Serigala” dalam satu episode	4	<i>Likert</i>
Atensi	Perhatian remaja terhadap sinetron "Ganteng-ganteng Serigala"	5 – 10	<i>Likert</i>	
Variabel terikat (Y) = Perubahaan Sikap	Efek kognitif	Pengetahuan remaja tentang sinetron "Ganteng-ganteng Serigala"	11	<i>Likert</i>
		Pemahaman remaja tentang sinetron "Ganteng-ganteng Serigala"	12 – 13	<i>Likert</i>
	Efek afektif	Kesukaan remaja terhadap sinetron "Ganteng-ganteng Serigala"	14 – 16	<i>Likert</i>
		Kepuasan remaja terhadap sinetron "Ganteng-ganteng Serigala"	17 – 18	<i>Likert</i>
	Efek konatif	Kecenderungan berperilaku yang dapat dilihat secara langsung	19 – 20	<i>Likert</i>

		Bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan	21 – 22	<i>Likert</i>
--	--	--	---------	---------------

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada para pelajar di SMA Negeri 2 Bekasi mengenai pengaruh tayangan sinetron “*Ganteng-ganteng Serigala*” terhadap perubahan sikap remaja, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan sinetron “*Ganteng-ganteng Serigala*” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Negeri 2 Bekasi.
- Pengaruh tayangan sinetron “*Ganteng-ganteng Serigala*” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Negeri 2 Bekasi adalah sebesar 32,6% dan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain seperti pelarangan orangtua terhadap anaknya agar lebih memilih belajar daripada menonton televisi. Adapun pengaruh lain yaitu sang anak memilih untuk bermain dengan teman-temannya dibandingkan mereka menonton televisi.

Pengaruh tayangan sinetron “*Ganteng-ganteng Serigala*” terhadap perubahan sikap remaja di SMA Negeri 2 Bekasi berada pada tingkat hubungan sedang, dengan nilai 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 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.

Daftar Pustaka:

Buku :

- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Baksin, Askurifai. 2009. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Cetakan ke-2. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenanda Media Group.
- Bungin, Burhan, 2006. *Sosiologi Komunikasi*. cetakan ke-1, Jakarta: Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Badan Penerbita Universitas Diponegoro.
- Masri. S.Riduwan dan Kuncoro. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. cetakan ke-2. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, Sarlito. 2009. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cangara. 2003. *Komunikasi politik: konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali pers
- Hurlock. 2005. *Kenalilah anak remaja anda*. Jakarta: PT elex media komputindo
- Desmita . 2006. *Terapi cinta*. Bandung: Dar Mizan
- Almubarok, zaim. 2009. *Pendidikan karakter*. Jawa timur: alfabeta
- Suprpto,tommy. 2009. *Komunikasi linear*. Yogyakarta: media pressindo

- Ardianto. 2009. *metode penelitian*. Bandung: metodologi penelitian
- Sugiyono. 2012. *Objek penelitian*. Jakarta: pusat bahasa, pendidikan nasional
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat . 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy. 2003. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabeta
- Sugiyono 2002. *Pintar menulis karangan ilmiah*. Jakarta: ANDI
- Dominik 2001. *Komunikasi massa heterogen*. Jakarta: PT alex media komputindo
- Azwar, Saefuddin 2004 . *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Jakarta: Rajagrafindo
- Liliweri 2001. *Komunikasi massa*. Malang

Jurnal Penelitian Online

- Astuti, Santi Indra. 2010. *Sinetron Remaja dan Penonton Belia : Audiensi terhadap Penonton Sinetron Remaja*. Universitas Islam Bandung. www.mimbar.lppm.unisba.ac.id, diakses pada 26 Agustus 2013 pukul 01.33.
- Hawkins, Emily A. 2012. *Relationship Behavior Portrayed In A Popular Television Drama : A Critical Analysis Of Mad Men*. University of Central Missouri. www.centuralspace.ucmo.edu, diakses pada 26 Agustus 2013 pukul 00.18.
- Hernawati, Riza dan Maya Amalia. 2010. *Pola Konsumsi Remaja dalam Menonton Televisi*. Universitas Islam Bandung. <http://prosiding.lppm.unisba.ac.id>, diakses pada 25 Agustus 2013 pukul 01.30.
- Jones, Denna. 2011. *The Television Teen Drama as Folktale*. <http://dspace.nmmu.ac.za>, diakses pada 26 Agustus 2013 pukul 00.10.
- Lubis, Mazdalifah. 2011. *Televisi Dan Anak : Tantangan dalam Mewujudkan Televisi Sehat bagi Anak-anak Indonesia*. Universitas Sumatera Utara. <http://jurnalsemai.blogspot.com>, diakses pada 25 Agustus 2013 pukul 02.00.

Nurlailah dan Suzy Azeharie. 2012. *Pengaruh Program MTV Terhadap Gaya Hidup Remaja Jakarta*. Universitas Tarumanegara. www.journal.tarumanegara.ac.id, diakses pada 25 Agustus 2013 pukul 01.45.

Riyadi, Sonef dan Sri Mastuningsih. 2010. *Sinetron Remaja di Televisi dan Perilaku Imitasi Remaja di kota Semarang*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang. <http://jurnalsemai.blogspot.com>, diakses pada 25 Agustus 2013 pukul 01.34.

Suratnoaji, Catur M. Si. 2010. *Model Pengembangan "Diet Media TV" Sebagai Penangkal Kecanduan Anak terhadap Media TV dan Dampak Negatifnya*. Universitas Pembangunan Nasional. <http://eprints.upnjatim.ac.id>, diakses pada 25 Agustus 2013 pukul 01. 40.

Simamora, Bilson. 2004. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.

Utami, Melati Erica. 2012. *Hubungan Menyaksikan Infotainment dan Sinetron dengan Sikap Meniru Perilaku Artis Remaja pada Siswa Kelas XI*. Universitas Bandar Lampung. unlam.ac.id/web/e-journal/, diakses pada 26 Agustus 2013 pukul 00.35.

Walker, Esther. 2009. *Learning Through Action : Engagement and Behoviouriural Change Through The Use of Drama*. <http://www.emeraldinsight.com>, diakses pada 26 Agustus 2013 pukul 00.15.

Yulianti, Nova dan M.Rochim. 2011. *Identifikasi Menonton Televisi dalam Keluarga di Kalangan Masyarakat Kota Bandung*. Universitas Islam Bandung. <http://prosiding.lppm.unisba.ac.id>, diakses pada 26 Agustus 2013 pukul 01.30.

Media Online :

<http://www.tabloidbintang.com/extra/top-list/60675-kaleidoskop-10sinetron-paling-bikin-kecanduan-2013.html> diakses pada tanggal 10 Mei 2013.

<http://www.tabloidbintang.com/extra/top-list/554447-apa-sinetron-remaja-yang-tampilnya-paling-anak-muda.html> diakses pada tanggal 10 Mei 2013.

<http://www.tempo.co.id/news/2013/03/06/090465467/Acara-TV-Ini-Paling-Digemari-Penonton-Indonesia.html> diakses pada 13 Mei 2013.

[http://www.artikeltik.com/sejarah televisii/item/4565.html](http://www.artikeltik.com/sejarah_televisii/item/4565.html) di akses 11 september 2014.

[http:// ict.unimed.ac.id/pengertian televisie/extra/5769.html](http://ict.unimed.ac.id/pengertian_televisi/extra/5769.html) di akses 12 januari 2012.

<http://b1ms.wordpress.com/2014/05/02/struktur-sikap-afektif-konatif-kognitif>.