

**PENGARUH TAYANGAN SINETRON "DARI JENDELA SMP" DI SCTV
TERHADAP PERKEMBANGAN PERILAKU REMAJA DI SMAN 2 PADANG**
***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC CINEMA "DARI JENDELA SMP" IN SCTV
ON THE DEVELOPMENT OF ADOLESCENT BEHAVIOR IN SMAN 2 PADANG***

Kevin Kurniawan¹, Yuliani Rachma Putri²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

kevinkurniawan@student.telkomuniversity.ac.id¹, yulianirachmaputri@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Televisi mampu membuat orang pada umumnya mengingat dari apa yang dilihat dan dengar pada layar kaca walaupun hanya sekali ditayangkan, terutama bagi anak-anak pada umumnya selalu meniru apa yang dilihat dan tidak menutup kemungkinan perilaku serta sikap anak tersebut akan mengikuti acara televisi yang ditonton. Remaja pada masa ini dinilai sangat menikmati media massa khususnya tayangan televisi di kehidupan sehari-harinya, dari segi jumlah waktu yang dihabiskan oleh para remaja dalam menonton televisi cukup masuk akal untuk menganggap bahwa hal ini dapat menimbulkan dampak yang mendalam pada diri remaja. Karena televisi sebagai salah satu hiburan yang sangat digemari untuk mengisi waktunya dibandingkan dengan belajar. Kebanyakan remaja lebih tertarik dengan acara yang imajinatif seperti sinetron tentang remaja, percintaan, drama. Dari Jendela SMP adalah sebuah sinetron Indonesia produksi SinemArt yang ditayangkan di SCTV, memiliki *genre* drama, roman dan remaja. Jendela dari SMP sudah memiliki 324 episode sampai tahun 2021 ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari tayangan sinetron Dari Jendela SMP terhadap perilaku remaja pada SMAN 2 Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbentuk deskriptif dan teknik regresi linier sederhana dengan tayangan sinetron sebagai variabel independen dan perilaku remaja sebagai variabel dependen. Populasi penelitian ini yakni siswa SMAN 2 Padang, dengan mengambil 100 responden sebagai sampel penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah tayangan televisi (sinetron) memiliki pengaruh yang positif sebesar 0,960 dan signifikan (Sig. 0,000<0,050). Serta model penelitian ini berkontribusi sebesar 92,2% artinya perilaku remaja dipengaruhi oleh tayangan televisi (sinetron) sebesar 92,2% dengan sisanya sebesar 7,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : Komunikasi Massa, Efek Media, Tayangan Televisi, Sinetron

ABSTRACT

Television is able to make people generally remember what they see and hear on the glass screen even though it is shown only once, especially for children in general, they always imitate what they see and do not rule out the child's behavior and attitude will follow the television program they watch. Adolescents at this time are considered to really enjoy mass media, especially television shows in their daily lives, in terms of the amount of time teenagers spend watching television, it is quite reasonable to think that this can have a profound impact on adolescents. Because television is one of the most popular entertainment to fill his time compared to studying. Most teenagers are more interested in imaginative shows such as soap operas about teenagers, romance, drama. Dari Jendela SMP is an Indonesian soap opera produced by SinemArt that airs on SCTV, has the genre of drama, romance and youth. Windows from SMP already has 324 episodes until 2021. This study aims to analyze the effect of soap operas From the Window of Junior High School on adolescent behavior at SMAN 2 Padang. This study uses quantitative methods in the form of descriptive and simple linear regression techniques with soap operas as the independent variable and adolescent behavior as the dependent variable. The population of this research is students of SMAN 2 Padang, by taking 100 respondents as the research sample. The results of this study are television shows (soap operas) have a positive and significant effect of 0.960 (Sig. 0.000 < 0.050). And this research model contributed 92.2%, meaning that adolescent behavior was influenced by television shows (soap operas) by 92.2% with the remaining 7.8% influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Mass Communication, Media Effects, Television Shows, Soap operas

1. PENDAHULUAN

Media massa, atau dalam hal ini disebut pula media jurnalistik, merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa, sebagaimana menurut Bittner (1986:12) dalam Muhtadi “Pengantar Ilmu Jurnalistik”, komunikasi massa di pahami sebagai “ *messages communicated through mass media to a large number of people*”, suatu komunikasi yang dilakukan melalui media kepada sejumlah orang yang tersebar di tempat yang tidak di tentukan, jadi media massa menurutnya adalah suatu alat transmisi informasi, seperti koran, majalah, buku, film, radio, dan televisi atau suatu kombinasi dari bentuk-bentuk media tersebut (Asep Saeful Muhtadi 2016: 34).

Televisi termasuk ke dalam komunikasi massa dan merupakan salah satu bentuk media massa yang banyak di tonton saat ini. Hampir setiap rumah memiliki televisi selain sebagai sarana hiburan juga sebagai sumber informasi yang cepat dan mudah untuk diakses. Berbeda dengan media massa lain, televisi mudah dimengerti dan dipahami oleh pemirsa karena tidak memerlukan kemampuan dan pengetahuan tertentu seperti halnya kemampuan membaca dalam menikmati surat kabar, tabloid atau majalah. Televisi mampu membuat orang pada umumnya mengingat dari apa yang dilihat dan dengar pada layar kaca walaupun hanya sekali ditayangkan, terutama bagi anak-anak pada umumnya selalu meniru apa yang dilihat dan tidak menutup kemungkinan perilaku serta sikap anak tersebut akan mengikuti acara televisi yang ditonton. Apabila yang ditonton merupakan acara yang lebih kepada edukatif, maka bisa memberikan dampak positif akan tetapi, jika yang ditonton lebih kepada hal yang tidak memiliki arti bahkan yang mengandung unsur-unsur negatif atau penyimpangan bahkan sampai kepada kekerasan, maka hal tersebut akan memberikan dampak yang negatif pula terhadap perilaku anak yang menonton acara televisi. Media komunikasi televisi memiliki beragam acara mulai dari berita, sinetron, musik, film sampai infotainment.

Berbagai acara yang ditayangkan di televisi telah mampu menarik minat pemirsanya, dan membuat ketagihan untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan, salah satunya adalah sinetron, televisi dapat memberikan dampak terhadap pemirsanya seperti anak-anak, remaja, bahkan orang tua untuk terus menyaksikan acara demi acara yang dikemas sedemikian mungkin dan ditambahkan dengan tayangan yang menarik, sehingga membuat pemirsanya terkagum-kagum dengan acara disajikan. Tidak jarang banyak anak-anak suka berlama-lama di depan televisi daripada belajar, bahkan hampir lupa waktu untuk ibadah dan makan. Hal ini merupakan masalah yang terjadi dilingkungan dan perlu adanya perhatian khusus bagi setiap orang tua untuk selalu mengawasi aktivitas anaknya.

Menurut Setiawaty (2016:29) sinetron adalah adalah film cerita yang dibuat untuk media televisi. Acara sinetron yang menampilkan drama kehidupan sehari-hari yang ditayangkan oleh stasiun televisi juga beragam mulai dari sinetron anak-anak, sinetron drama, sinetron laga, sinetron remaja sampai sinetron yang bertemakan religius. Sinetron yang banyak ditayangkan dalam rentang tahun 2020 ini di stasiun televisi SCTV yaitu sinetron yang bertemakan drama dan percintaan seperti Dewi Bunga, Kisah Cinta Anak Tiri, Istri Kedua, dan yang baru rilis pada bulan April-Juni 2020 adalah Dari Jendela SMP. Dari Jendela SMP adalah sebuah sinetron Indonesia produksi SinemArt yang ditayangkan perdana pada 29 Juni 2020 pukul 18.25 WIB di SCTV, memiliki *genre* drama, roman dan remaja. Jendela dari SMP tayang hingga tahun 2021 dan masih akan berlanjut, jumlah episode sampai tanggal 12 Maret 2021 adalah 324 episode, sinetron ini memiliki durasi 60 sampai 110 menit setiap penayangannya.

Berdasarkan hasil survey *Nasional Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) sebanyak 79,3% remaja menonton siaran televisi setiap harinya. Hanya 3,3% remaja mengaku tidak pernah menonton televisi. Sisanya memilih mengikuti siaran televisi 1-2 hari, 3-4 hari atau 5-6 hari seminggu. Sementara itu, sebanyak 54% remaja memilih media online sebagai sumber informasi. Adapun 27% mengaku tidak pernah mengandalkan media sosial. Dari segi jumlah waktu yang dihabiskan oleh para remaja dalam menonton televisi cukup masuk akal untuk menganggap bahwa hal ini dapat menimbulkan dampak yang mendalam pada diri remaja. Karena televisi sebagai salah

satu hiburan yang sangat digemari untuk mengisi waktunya dibandingkan dengan belajar. Kebanyakan remaja lebih tertarik dengan acara yang imajinatif seperti sinetron tentang remaja, percintaan, drama.

Segala hal yang disampaikan oleh televisi menjadi acuan kehidupan masyarakat terutama siswa yang masih berada pada masa remaja. Televisi sebenarnya mempunyai fungsi utama yang harus diperhatikan yaitu fungsi informatif, edukatif, rekreatif dan sebagai sarana mensosialisasikan nilai-nilai atau kepeahaman. Namun, dilihat dari kenyataannya saat ini, acara-acara televisi kepada fungsi informatif dan rekreatif saja. Sedangkan fungsi edukatif merupakan fungsi yang sangat penting untuk disampaikan atau dinformasikan hanya sedikit sekali frekuensinya. Hal ini dapat dilihat dari susunan acara-acara televisi, kebanyakan hanya acara-acara sinetron yang marak terdapat diberbagai *channel* televisi. Jauh berbeda dengan acara-acara yang mengarah kepada edukatif atau pendidikan sangat sedikit jumlah tayangnya.

Salah satunya adalah sinetron yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni sinetron Dari Jendela SMP yang ditayangkan di SCTV. Sinetron ini diambil menjadi objek penelitian dikarenakan Sinetron Dari Jendela SMP ini pernah menduduki rating 5 besar di Indonesia dalam kategori tayangan televisi di Indonesia pada Juli 2020 dan sampai saat ini rating Dari Jendela SMP kerap kali masuk dalam 5 besar dan 10 besar rating tayangan televisi di Indonesia

Dari Jendela SMP memiliki nilai yang tinggi dan hal tersebut mengartikan bahwa banyaknya penonton tayangan ini yang pada kenyataan sebenarnya sinetron inipun telah dikecam oleh pihak Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) karena terdapat adegan dan dialog yang tidak semestinya dipublikasikan. KPI menilai sinetron ini memuat pelanggaran yang dilakukan oleh siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP). Seperti berpacaran, hingga merencanakan pernikahan dini, *bullying*, berkelahi dan beberapa perbuatan tidak terpuji lainnya. Hal ini tentu akan membawa efek negatif bagi para penontonnya, terlebih saat ini penonton televisi adalah siswa/remaja. Karena cenderung memperlihatkan kebiasaan-kebiasaan siswa remaja yang hampir sama dengan kehidupan nyata. Banyak adegan yang ditayangkan memiliki gejala-gejala yang sesuai dengan kehidupan dan perilaku siswa/remaja.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Menurut McQuail (2012) dalam penelitian Vera (2016:12) komunikasi massa diartikan sebagai sebuah kelompok tertentu yang berada dalam sebuah lembaga dan memiliki alat teknologi seperti surat kabar, radio, film, televisi dan sebagainya guna menyebarkan pesan secara simbolis kepada khalayak ramai serta tersebar dan bersifat heterogen. Menurut Blumer (1939) dalam penelitian Shania (2020:4) hal tersebut tentunya berkaitan dengan gagasan komunikasi massa yang penggunaannya merupakan paradigma dari efek media yang berlaku pada abad ke-20 dan melakukan propaganda terhadap iklan. Dengan demikian, media massa merupakan kontrol yang kuat, mungkin yang paling menguntungkan bagi model kontrol massa adalah kenyataan bahwa penyerahan audiensi tidak hanya sukarela tetapi sering kali dengan antusias. Media massa dan komunikasi massa biasanya tidak dikenakan pada massa, akan tetapi mereka dicari oleh masing-masing massa.

2.2 Televisi Sebagai Saluran Komunikasi Massa

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 relative besar, tersebar, heterogen, dan perhatiannya terpusat pada isi pesan yang sama, serta tidak dapat memberikan umpan balik secara langsung pada saat itu juga (Wahyudi, 2016:41).

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) dalam Ismail (2018:21).

Pengertian televisi dikemukakan oleh Effendy (1989:24) sebagai berikut : “Istilah televisi berasal dari bahasa Yunani; “tele” dan “visio”. Tele artinya jauh dan visio artinya penglihatan. Jadi arti televisi menurut kata asalnya adalah; penglihatan jauh. Kemudian istilah televisi menurut ilmu komunikasi adalah untuk pengiriman dan penerimaan hasil penglihatan dari obyek-obyek yang bergerak dengan gelombang elektromagnetis radio” dalam Dede (2019:25).

Menurut Oemar Hamalik (2004:116) televisi dapat dirumuskan sebagai “an electronic motion picture with conjoined or attendant sound; both picture and sound reach the eye and ear simultaneously from a remote broadcast point”. Yang artinya suatu perlengkapan elektronis, yang pada dasarnya adalah sama dengan gambar hidup yang meliputi gambar dan suara dalam Ismail (2018:35).

Dengan demikian, definisi televisi merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang ditemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu “audiovisual”. Televisi memiliki kelebihan pada audiovisualnya dalam menyampaikan pesan sifat audiovisualnya yang tidak lain penayangannya yang mempunyai jangkauan yang relative tidak terbatas dengan modal audiovisual yang dimiliki siaran televisi sangat komunikatif dalam memberikan pesannya.

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, 2016).

Teknologi informasi bisa berdampak positif dan negatif khususnya pada jenis tayangan televisi. Berikut bahaya tayangan televisi apabila tidak dikelola dengan baik :

1. Pemikiran dan merusak akhlak contohnya, mulai dari cara berpakaian, gaya hidup, serta ucapan yang dikeluarkan mudah untuk ditiru oleh anak-anak.
2. Apabila seorang anak sering menonton tayangan televisi dengan pola kehidupan yang sosialita anak tersebut akan mengikuti perilaku yang telah diamati karena seorang anak akan mudah menirukan apa yang telah diamati.
3. Menghabiskan waktu yang tidak bermanfaat, faktanya kebanyakan anak lebih lama menghabiskan waktu untuk menonton televisi dibandingkan dengan belajar.

Tiga hal ini dapat muncul apabila yang mengelola tayangan televisi adalah orang yang hanya bertujuan untuk mengejar keuntungan tanpa memperhatikan edukasi dalam setiap tayangan televisi, dan juga orang-orang yang mempunyai tujuan untuk merusak moral anak bangsa dan menjauhkan dari nilai-nilai agama.

Setiap manusia harus bersikap yang benar terhadap tayangan televisi, agar benar-benar bisa menjaga diri, anak serta keluarga dari setiap hal yang tidak berguna dan berujung pada kerugian besar, menciptakan rasa malu dalam menyikapi beragamnya tayangan-tayangan televisi serta tidak membiasakan menghabiskan waktu berjam-jam di depan televisi tanpa memilih program acara yang bermanfaat dan bermakna bagi keluarga,

Efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengkonsumsi pesan-pesan media massa. Umumnya dikaitkan dengan perubahan berdimensi kognitif, afektif dan konatif menurut Halik (2015:122)

1. Efek kognitif berkenaan dengan fungsi informatif media massa. Informasi media massa dipandang sebagai tambahan pengetahuan bagi khalayak. Pengetahuan yang dimiliki khalayak dapat meningkatkan kesadaran pribadinya serta memperluas cakrawala berpikirnya. Seseorang yang mengkonsumsi media massa khususnya dalam bentuk isi pesan informasi akan dapat membantunya dalam menambah wawasan dan pengetahuannya.
2. Efek afektif berkenaan dengan emosi, perasaan, dan attitude (sikap). Pesan-pesan media massa yang dikonsumsi khalayak membangkitkan sikap, perasaan dan orientasi emosi tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi efek afektif adalah suasana emosional, skema kognitif, dan situasi terpaan media. Terkadang individu khalayak mengidentifikasi dirinya dengan sosok yang di lihat pada media massa. Kecendrungan sikap dan perasaan khalayak juga terkait dengan pola dan cara pengidentifikasian diri khalayak terhadap sosok-sosok dalam isi media tersebut.
3. Efek konatif merujuk pada perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Setelah khalayak menerima informasi media massa yang dilanjutkan dengan kecendrungan sikap tertentu yang didasarkan pada pengetahuan tersebut, khalayak terpengaruh dalam bentuk tindakan nyata.

2.3 Sinema Elektronik (Sinetron)

Menurut Veven (1997) dalam Batirahmah (2017:40) sinetron merupakan penggabungan dari “sinema” yang berarti gambar hidup dan “elektronika” yang bermakna ilmu tentang penerapan gerakan partikel pembawa muatan pada ruang hampa. Elektronika disini tidak mengacu pada pita kaset yang proses rekamnya berdasar kaidah-kaidah elektronis. Elektronika pada sinetron itu lebih mengacu pada mediumnya, yaitu televisi atau televisual yang merupakan medium elektronik selain siaran radio.

Sinetron sebagai salah satu media komunikasi yang paling efektif, karena sinetron lebih mudah dihayati dibandingkan dengan media lain. Sinetron menjangkau khalayak yang sangat luas dan mengandalkan tidak hanya sarana audio namun juga visual. Dengan begitu, tayangan televisi dapat dengan mudah menjadi contoh perilaku masyarakat khususnya anak-anak dan remaja. Padahal, salah satu fungsi media massa (televisi) selain sebagai media hiburan adalah sebagai sarana edukasi bagi penontonnya.

3. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2017 : 2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8).

Penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena pendekatan ini dapat mengukur secara jelas pengaruh tayangan sinetron televisi Dari Jendela SMP Di SCTV terhadap perkembangan perilaku remaja, melalui perbandingan angka akan mempermudah dalam menganalisis dan menyimpulkan jawaban dari rumusan masalah.

Dalam penelitian kuantitatif, keterkaitan diantara peneliti dan yang diteliti bersifat independen, digunakannya kuesioner untuk teknik pengumpulan data agar peneliti tidak mengetahui siapa saja responden yang diteliti (Sugiyono, 2013:23). Sehingga dapat disimpulkan, peneliti tidak memberikan pengaruh apapun pada data dalam penelitian ini. Jadi, berdasarkan keterlibatan peneliti, dapat dikatakan penelitian ini adalah penelitian tanpa intervensi data. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab satu, penelitian ini merupakan desain penelitian dengan tujuan deskriptif. Indrawati (2015:115) mengungkapkan, deskriptif umumnya dilakukan ketika peneliti telah mengetahui faktor atau variabel untuk mengukur suatu objek atau bidang tanpa mengetahui hubungan antara faktor atau variabel tersebut.

Penelitian ini lebih memfokuskan tayangan televisi yakni sinetron sehingga pada penelitian ini variabel independennya adalah Tayangan Sinetron Televisi, adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah Perkembangan Perilaku Remaja. Dengan menggunakan rumus Slovin di dapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 91 responden, namun atas pertimbangan peneliti maka sample dibulatkan menjadi 100 responden.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan tiga variabel pada variabel independen yaitu frekuensi, durasi dan atensi. Berikut ini merupakan analisis deskriptif dari ketiga dimensi dari sinetron. Berdasarkan uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan sudah valid dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$. Setelah dilakukan uji validitas menggunakan software SPSS didapati hasil dari variabel X, uji reliabilitas menunjukkan nilai cornbach melebihi r_{tabel} .

Variabel (X) Tayangan Sinetron			
No	Elemen	%	Kategori
1	Frekuensi	86,66%	Sangat Tinggi
2	Durasi	82,75%	Sangat Tinggi
3	Atensi	83,18%	Sangat Tinggi
Total Skor (X)		84,17%	

Tabel 1. Skor Variabel X1 (Tayangan Sinetron)

Variabel X Tayangan sinetron yang terdiri dari tiga dimensi yakni frekuensi, durasi dan atensi mendapatkan nilai sangat tinggi dengan total presentase sebesar 84,17%. Penelitian ini menggunakan tiga variabel pada variabel dependen yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif. Berikut ini merupakan analisis deskriptif dari ketiga dimensi dari sinetron. Berdasarkan uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan sudah valid dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$. Setelah dilakukan uji validitas menggunakan software SPSS didapati hasil dari variabel Y, uji reliabilitas menunjukkan nilai cornbach melebihi r_{tabel} .

Variabel (Y) Perilaku Remaja (Efek Media)			
No	Elemen	%	Kategori
1	Efek Kognitif	90,4%	Sangat Tinggi
2	Efek Afektif	82,2%	Sangat Tinggi
3	Efek Konatif	81,3%	Sangat Tinggi
Total Skor (X)		84,6%	

Tabel 2. Skor Variabel X2 (Perilaku Remaja)

Variabel Y yakni perilaku remaja sebagai efek dari media massa mendapatkan nilai sangat tinggi dengan total presentase sebesar 84,6%. Dapat disimpulkan bahwa Perilaku Remaja SMAN 2 Kota Padang pada Variabel Y secara keseluruhan masuk dalam kategori tinggi.

4.1 Regresi Linear Sederhana

Untuk memenuhi kriteria didalam penelitian ini mencakup satu variabel dependent dan satu variabel independent. Analisis regresi sederhana dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel x yaitu tayangan sinetron dan variabel y yaitu perilaku remaja (efek media). Analisis regresi sederhana ini dilakukan peneliti untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh antara tayangan sinetron Dari Jendela SMP di SCTV dengan perilaku remaja di SMAN 2 Kota Padang.

Variabel	Koefisien	Sig.	Keterangan
Konstanta	5,745		
Iklan	0,960	0,000	Signifikan

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi

Dari hasil perhitungan melalui software SPSS 25 diatas diperoleh model regresi sebagai berikut: $Y = 5,745 + 0,960X + e$. Dapat ditarik hasil dari persamaan regresi linier diatas adalah sebagai berikut,

- Nilai konstan a mempunyai arti yaitu iklan dengan minat penggunaan, jika tayangan sinetron bernilai nol atau perilaku remaja (Y) tidak dipengaruhi tayangan sinetron Dari Jendela SMP, maka nilai perilaku remaja sebesar 0,960. Sedangkan koefisien regresi b mempunyai arti bahwa jika variabel iklan (X) meningkat, maka minat penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,960 begitu pula dengan kebalikannya.
- Nilai Beta menunjukkan besarnya pengaruh variabel tayangan sinetron Dari Jendela SMP di SCTV dengan perilaku remaja di SMAN 2 Padang, dalam hal ini tayangan sinetron Jendela SMP memiliki nilai Beta sebesar 0,960.
- Dikarenakan nilai koefisien regresi tersebut bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa tayangan sinetron (X) berpengaruh positif terhadap perilaku remaja (Y). Jadi semakin tinggi nilai yang dihasilkan oleh tayangan sinetron maka semakin tinggi nilai perilaku remaja.

4.2 Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan uji hubungan antar kedua variabel. Dalam hal ini, uji korelasi dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara tayangan televisi (sinetron) dan perilaku remaja. Pengujian korelasi ini menggunakan Pearson Moment. Berikut ini adalah hasil uji korelasi:

Variabel	Koefisien Korelasi	Sig.	Keterangan
Iklan – Minat Penggunaan	0,960	0,000	Signifikan

Tabel 4. Uji Korelasi

Sumber : Olahan SPSS 25 (2021)

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh hubungan yang positif dan signifikan antara tayangan televisi (sinetron) dan perilaku remaja. Hasil positif diperoleh dari koefisien korelasi yang bernilai positif dan hasil signifikan diperoleh karena nilai sig lebih kecil dari 0,05. Artinya, terpaan media massa yakni tayangan televisi (Sinetron) yang tinggi akan mempengaruhi secara signifikan perilaku remaja dari sisi kognitif, afektif dan konatif.

4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas yaitu (X) terhadap variabel terikat yaitu *minat penggunaan* (Y). Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

R	R-Square
0,960	0,922

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (r^2) Model Summary

Sumber : Olahan SPSS 25 (2021)

Tabel 4. menunjukkan koefisien determinasi (r^2) memiliki nilai sebesar 0,922 maka nilai koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\% = 0,922 \times 100\% = 92,2\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 92,2%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel tayangan (X) terhadap variabel minat penggunaan (Y) adalah sebesar 92,2%. Sedangkan sisanya sebesar 7,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan regresi linear berganda, diperoleh hasil koefisien regresi sebesar 0,922 dengan signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Artinya, iklan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Berarti, hasil hipotesis diterima. Pengujian penelitian memperoleh hasil bahwa tayangan sinetron Dari Jendela SMP di stasiun televisi SCTV memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku remaja yang ada di SMAN 2 Padang. Komunikasi massa yaitu pada penelitian ini adalah tayangan televisi (sinetron) memiliki efek yang diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengkonsumsi pesan-pesan media massa. Umumnya dikaitkan dengan perubahan berdimensi kognitif, afektif dan konatif menurut Halik (2015:122) Perilaku remaja pada penelitian ini dilihat dari pertama yaitu efek kognitif yang berkenaan dengan fungsi informatif media massa. Seorang remaja yang mengkonsumsi media massa dalam penelitian ini adalah tayangan televisi (sinetron) khususnya dalam bentuk isi pesan informasi dapat menambah wawasan dan pengetahuannya, pada penelitian ini adalah wawasan mengenai gaya berpakaian, tingkah dan perilaku serta gaya berbahasa yang diterapkan dalam tayangan sinetron Dari Jendela SMP diserap oleh remaja dan *output* nya adalah remaja SMAN 2 Padang memiliki wawasan atau informasi mengenai hal-hal tersebut.

Efek yang kedua adalah afektif berkenaan dengan emosi, perasaan, dan attitude (sikap). Pesan-pesan media massa yang dikonsumsi remaja dari tayangan sinetron Dari Jendela SMP membangkitkan sikap, perasaan dan orientasi emosi tertentu pada remaja yang ada di SMAN 2 Padang. Remaja mengidentifikasi dirinya dengan sosok yang di lihat pada media massa dikarenakan memiliki kesamaan masa usia yaitu usia remaja 13-17 tahun, menjadikan remaja yang menonton tayangan sinetron Dari Jendela SMP menyukai gaya berpakaian, tingkah dan perilaku serta gaya berbahasa yang ditayangkan pada sinetron tersebut. Kecenderungan sikap dan perasaan khalayak juga terkait dengan pola dan cara pengidentifikasian diri khalayak terhadap sosok-sosok dalam isi media tersebut, dalam penelitian ini remaja memahami seluruh karakter atau sosok dalam sinetron tersebut yang menjadikan remaja mengidentifikasikan dirinya terhadap karakter pada sinetron Dari Jendela SMP.

Lalu yang ketiga terdapat efek konatif merujuk pada perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Setelah remaja menerima informasi dari tayangan televisi yakni sinetron Dari Jendela SMP, dilanjutkan dengan kecenderungan sikap tertentu yang didasarkan pada pengetahuan atau wawasan yang didapatkan dari tayangan tersebut, remaja terpengaruh dalam bentuk tindakan nyata seperti halnya menerapkan gaya berpakaian karakter pada sinetron, mengikuti tingkah dan perilaku yang ada pada cerita sinetron serta gaya berbahasa yang digunakan pada sinetron Dari Jendela SMP.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Iqbal (2019), Risti (2019), dan Ardian (2019) yang menyatakan bahwa media massa yakni tayangan televisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku seseorang. Dengan demikian, sebuah terpaan atau intensitas dari tayangan televisi yang khususnya pada penelitian ini adalah sinetron akan meningkatkan efeknya pada perilaku remaja. Dalam arti jika tayangan televisi kualitas pesannya baik maka perilaku remaja yang menonton tayangan tersebut juga baik, serta sebaliknya jika tayangan televisi kualitas pesannya kurang baik maka perilaku remaja yang menonton tayangan tersebut juga akan kurang baik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Tayangan Sinetron "Dari Jendela Smp" Di Sctv Terhadap Perkembangan Perilaku Remaja Di SMAN 2 Padang” memiliki kesimpulan bahwa tayangan sinetron memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku remaja, tayangan sinetron mempengaruhi perilaku remaja dinilai dari frekuensi, durasi dan atensi remaja saat menonton tayangan sinetron "Dari Jendela SMP" serta perilaku remaja yang dipengaruhi oleh tayangan tersebut dinilai dari efek media massa yang diterima remaja yaitu efek kognitif, afektif dan konatif. Mengartikan sebuah terpaan atau intensitas dari tayangan televisi yang khususnya pada penelitian ini adalah sinetron akan meningkatkan efeknya pada perilaku remaja. Dalam arti jika tayangan televisi kualitas pesannya baik maka perilaku remaja yang menonton tayangan tersebut juga baik, serta sebaliknya jika tayangan televisi kualitas pesannya kurang baik maka perilaku remaja yang menonton tayangan tersebut juga akan kurang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut, Bagi penyedia tayangan sinetron Dari Jendela SMP serta stasiun televisi SCTV diharapkan untuk memperhatikan kualitas isi cerita sinetron, gaya bahasa yang digunakan serta adegan-adegan yang akan ditayangkan secara luas, dikarenakan hal tersebut berpengaruh terhadap perilaku remaja sebagai penonton tayangan sinetron Dari Jendela SMP. Penyedia tayangan sinetron diharapkan meningkatkan kualitas isi pesan yang akan dibawakan agar perilaku remaja yang mengkonsumsi tayangan tersebut menjadi berkualitas baik dan bagi peneliti selanjutnya dapat melengkapi penelitian ini untuk mengetahui variabel-variabel lain diluar tayangan sinetron yang dapat mempengaruhi perilaku remaja..

6. REFERENSI

- A, Muri Yusuf. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Kencana: Jakarta
- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, Elvinaro. (2009). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2000). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bittner, John R. (1986). *Mass Communication An Introduction*. New Jersey: Prenticehall, Englewood Cliffs.
- Cangara, Hafied. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- CSIS. *Centre for Strategic and International Studies*. (2019). Survey pada remaja yang menonton siaran televisi setiap harinya. Jakarta: *Centre for Strategic and International Studies*.
- Dagun, M. S. (2002). Psikologi Keluarga. Jakarta : Rineka Cipta
- Devito, Joseph A. (2011). Komunikasi Antar Manusia. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Dita Risti. (2019). “Pengaruh Sinetron Terhadap Perilaku Anak di dalam Kehidupan Sehari-hari”. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Edi Ardian. (2019). “Pengaruh Media Televisi Terhadap Perilaku Remaja di Desa Gedongan Kota gede Yogyakarta”. Tembilahan: Universitas Islam Indragi.
- Effendy, Onong Uchjana. (1989). Kamus Komunikasi. Bandung : PT. Mandar Maju.
- Fauzia Rahmi. (2017). “Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Anak Pada Murid Kelas IV SD Negeri 47 Tompotikka Kecamatan Wara Kota Palopo”. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Firmansyah, Hilman & Syamsudin, Acep. (2016). Organisasi Dan Manajemen Bisnis. Ombak, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.
- Jahja, Yudrik. (2012). Psikologi Perkembangan. Edisi 2. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Katz, E, Blumer, & E, Katz (eds) (1939). *The Uses Of Mass Communication : Perspectives On Gratifications Research* (pp. 19-32). Beverly Hills : Sage.
- Kriyantono, Rachmat. (2015). Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, *Public Relations, Advertising*, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Kuswandi, (2006). Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Isi Media Televisi. Jakarta.
- Kuswandi, Wawan. (1996). Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Media Televisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Kuswarno, Engkus. (2006). Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi. Bandung: Widya Padjajaran.
- Mcquail, Denis. (2005). Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jakarta : Erlangga.
- Mcquail, Denis. (2012). "*Reflections On Paradigm Change In Communication Theory And Research.*" International Journal Of Communication 7 (1):216–29.
- Muhtadi, Asep Saeful. (2016). Pengantar Ilmu Jurnalistik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oemar Hamalik. (2004). Psikologi Belajar Dan Mengajar. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- Prof.dr.Khomsahrial Romli, M. (2016). Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ruliana, Poppy. (2016). Komunikasi Organisasi : Teori Dan Studi Kasus. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Sarwono. (1982). Teori-teori Psikologi Sosial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setyawati, Rahayu. (2016) Opini Remaja Surabaya Mengenai Sinetron Anak Jalanan.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2016). Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan Dan Implementasi, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Vera, Nawiroh. (2016). Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyudi, Firman. (2016). *Pola Komunikasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Riau Dalam Mencegah Dan Menanggulangi Bencana Asap Di Riau*. Jurnal. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Riau. Vol.3, no.2, 1-15.
- Wardhana, Veven SP. (1997). Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa. Yogyakarta: Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI).
- Wardhana, Veven SP. (2015). Kapitalisme Televisi Dan Strategi Budaya Massa. Yogyakarta: Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI).
- WHO. *World Health Statistics*. (2017) : *Monitoring Health For The Sdgs* [internet]. *World Health Organization*.103 P.
- Widiani, L. S., Darmawan, W., & Ma'mur, T. (2017). *Penerapan Media Film Sebagai Sumber Belajar Untuk Meningkatkan Kemampuan Mengolah Informasi Siswa Dalam Pembelajaran Sejarah*. Factum: Jurnal Sejarah Dan Pendidikan Sejarah.
- Yusuf, Burhanuddin. (2015). Manajemen sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada