

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Teori Dasar

#### 2.1.1. Teori Kultivasi atau *Cultivation Theory*

Teori pengaruh komunikasi massa dalam perkembangannya telah mengalami perubahan yang kelihatan berliku-liku dalam abad ini. Dari awalnya, para peneliti percaya pada teori pengaruh komunikasi “peluru ajaib” (*bullet theory*) Individu-individu dipercaya sebagai dipengaruhi langsung dan secara besar oleh pesan media, karena media dianggap berkuasa dalam membentuk opini publik. Kemudian pada tahun 50-an, ketika aliran hipotesis dua langkah (*two step flow*) menjadi populer, media pengaruh dianggap sebagai sesuatu yang memiliki pengaruh yang minimal. Kemudian dalam 1960-an, berkembang wacana baru yang mendukung minimalnya pengaruh media massa, yaitu bahwa pengaruh media massa juga ditengahi oleh variabel lain. Sehingga pada saat itu pengaruh media dianggap terbatas (*limited-effects model*). Sekarang setelah riset di tahun 1970-an dan 1980-an, banyak ilmuwan komunikasi sudah kembali ke *powerful-effects model*, di mana media dianggap memiliki pengaruh yang kuat, terutama media televisi (Effendy, 2003, p. 264).

Teori kultivasi dikembangkan untuk mengetahui dampak menyaksikan televisi pada persepsi, sikap, dan nilai-nilai orang (Severin dan Tankard, 2005, p.319). Menurut teori kultivasi (*cultivation*), media khususnya televisi merupakan salah satu sarana utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan budaya lingkungannya (Nurudin, 2007, p.167). Sedangkan menurut Gerbner, televisi pada hakikatnya memonopoli sumber-sumber, gagasan dan kesadaran lain. Dampak dari semua keterbukaan pesan-pesan yang sama menghasilkan apa yang diperoleh disebut kultivasi, atau pengajaran pandangan bersama tentang dunia sekitar, peran bersama dan nilai bersama (Severin dan Tankard, 2005, p.320).

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, teori kultivasi ini digunakan dalam penelitian ini sebagaimana dasar dari teori ini yang menyatakan bahwa

semakin seseorang menjadi pecandu berat televisi (*heavy viewers*) maka akan lebih mempengaruhi sikap mengenai objek yang dilihatnya di televisi. Sebaliknya seseorang yang bukan pecandu berat televisi (*light viewers*), sikap tidak mudah terpengaruh oleh tayangan televisi. Maka dalam penelitian ini akan dibuktikan apakah remaja Surabaya yang rutin menyaksikan program Indonesia Mencari Bakat di Trans TV akan lebih terpengaruh dalam hal sikap, dibandingkan dengan remaja Surabaya yang jarang menyaksikan program Indonesia Mencari Bakat di Trans TV.

### **2.1.2. Terpaan Media atau *Media Exposure***

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*). 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 pengukuran variabel durasi penggunaan media, menghitung berapa lama audien bergabung dalam media tertentu (berapa jam sehari) dan berapa lama audien mengikuti program (Ardianto dan Erdinaya, 2004, p.164).

Selain kedua hal diatas, hubungan antara khalayak dengan isi media itu sendiri berkaitan dengan perhatian (*attention*) juga turut mempengaruhi sikap dalam terpaan media (Rakhmat, 2008, p.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, p-52-53):

1. Gerakan, manusia secara visual akan tertarik pada objek yang bergerak.
2. 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.

3. 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.
4. 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 hubungan terpaan program Indonesia Mencari Bakat dengan sikap remaja Surabaya pada kesenian di Indonesia. Sehingga dengan teori ini dapat menjelaskan penggunaan media anak muda Surabaya dalam menonton program Indonesia Mencari Bakat baik frekuensi maupun durasi penggunaan, serta perhatian yang diberikan pada program acara tersebut.

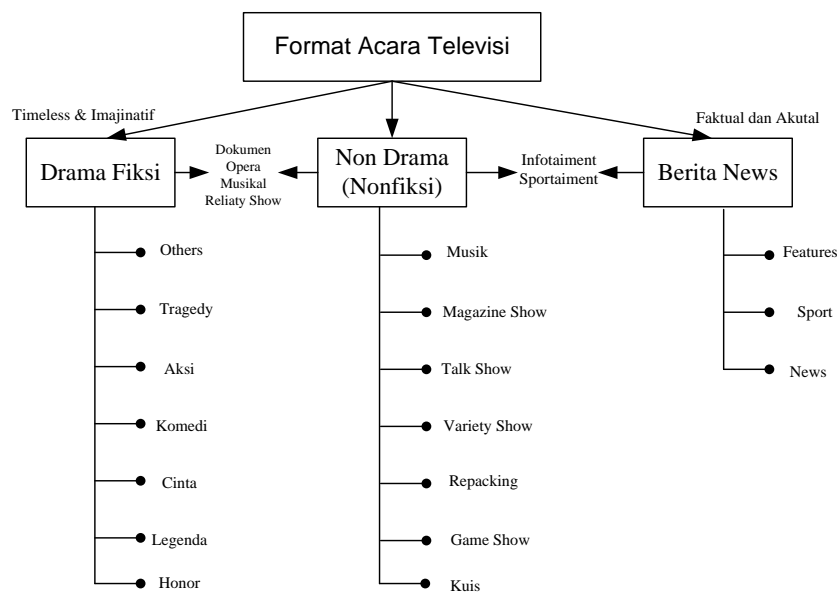
### **2.1.3. Televisi sebagai Media Massa**

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang banyak dimiliki oleh masyarakat. Media televisi dipandang sebagai media massa yang paling efektif saat ini dan karena perkembangan teknologinya yang sangat cepat, maka sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Skronis (1965), membandingkan televisi dengan media massa lainnya seperti radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya. Televisi nampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat politis, informatif, hiburan dan pendidikan atau bahkan gabungan dari ketiga hal tersebut. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu para pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Penyampaian pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi, akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual (Kuswandi, 1996, p.8)

Wahyudi (1994) menjelaskan bahwa media massa elektronik televisi merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh terhadap sikap dan perbuatan pemirsa melalui berbagai acara yang ditayangkan maupun berita yang disiarkan. Pengaruh tersebut bisa dalam hal politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan dalam bidang pertahanan dan keamanan negara (p.32).

#### 2.1.4. Format Acara Televisi

Format acara televisi menurut Naratama (2004, p.64) dibagi menjadi drama, nondrama dan berita seperti yang tampak pada gambar dibawa ini:



Gambar 2.1. Format Acara Televisi

Sumber: Naratama (2004, p.64)

##### 1. Fiksi (Drama)

Format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Format yang digunakan merupakan intepretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu runtutan cerita dalam sejumlah adegan. Adegan-adegan tersebut akan menggabungkan antara realitas kenyataan hidup dengan fiksi atau imajinasi khayalan para kreatornya

## 2. Nonfiksi (Nondrama)

Format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menjadi dunia khayalan. Nondrama bukanlah suatu runtutan cerita fiksi dari setiap pelakunya. Untuk itu format-format program acara nondrama merupakan sebuah runtutan pertunjukan kreatif yang mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi dengan aksi, gaya dan music

## 3. Berita dan Olahraga

Format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atau kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari. Format ini memerlukan nilai-nilai faktual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu dimana dibutuhkan sifat liputan yang independent.

Dari pembagian format acara televisi diatas maka program Indonesia Mencari Bakat generasi kedua masuk kedalam kategori *reality show* dikarenakan menampilkan realita persaingan para peserta sesungguhnya, demi terus berada di panggung IMB 2. Program acara yang bagus dilihat dari format acaranya, sesuai dengan definisi dari format acara menurut Bignell (2005) format acara adalah gambaran dari sebuah program yang meliputi latar belakang program (*setting*), yaitu dasar dari stasiun televisi tersebut dalam memproduksi sebuah acara untuk memberikan pemahaman mengenai apa yang ingin disampaikan, karakter utama (*main character*) yaitu simbol karakter yang menjadi faktor utama sebuah program acara, mempunyai peranan penting dalam suatu program acara televisi, tipe program (*genre*), yaitu jenis program tayangan yang menjadi acuan, bentuk (*form*), struktur yang membentuk suatu program acara televisi, dan tema utama (*main themes*), yaitu tema utama yang ditampilkan oleh setiap peserta di Indonesia Mencari Bakat generasi kedua.

### 2.1.5. *Reality Show*

*Reality show* adalah suatu acara yang menampilkan realita kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan televisi sehingga bisa dilihat masyarakat. *Reality show* tak sekedar mengekspose

kehidupan orang, tetapi juga ajang kompetisi, bahkan menjahili orang (Widyaningrum dan Christiastuti, 2004)

Sesuai dengan namanya maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Jadi menyajikan situasi sebagaimana apa adanya. Dengan kata lain program ini mencoba menyajikan suatu keadaan yang nyata (riil) dengan cara sealamiah mungkin tanpa rekayasa (Morissan, 2005, p.106).

Dalam penyajiannya, acara *reality show* terbagi menjadi 3 jenis yaitu (Harmandini, 2005):

1. *Docusoap (documenter dan soap opera)* yaitu gabungan rekaman asli dan plot. Disini penonton dan kamera menjadi pengamat pasif dalam mengikuti orang-orang yang sedang menjalani kegiatan sehari-hari mereka, baik yang profesional maupun pribadi.
2. *Hidden Camera* yaitu sebuah kamera tersembunyi merekam orang-orang dalam situasi yang sudah di-set.
3. *Reality game show* yaitu sejumlah kontestan yang direkam secara intensif dalam suatu lingkungan khusus guna bersaing memperebutkan hadiah. Fokus dari acara ini para kontestan menjalani kontes dengan tipu muslihat sampai reaksi yang menang dan kalah.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, Indonesia Mencari Bakat merupakan program acara yang termasuk jenis *reality show* khususnya *reality talent show* (namun disini dapat dimasukkan kategori *game show*). Dimana Trans TV selaku stasiun penyelenggara juga selalu menampilkan kegiatan sehari-hari peserta, persiapan yang dilakukan oleh para peserta sebelum beraksi, jalinan persahabatan yang terjadi secara alamiah antar peserta, hingga reaksi nyata peserta saat dibacakan pengumuman siapa yang harus menghentikan perjalanannya di panggung IMB 2. Tetapi yang difokuskan dalam IMB 2 ini adalah dimana para peserta menampilkan talenta mereka yang dikemas menarik menjadi suatu pertunjukan yang mengagumkan.

### 2.1.6. Sikap

Severin dan Tankard (2005) menjelaskan bahwa sikap pada dasarnya adalah tendensi manusia terhadap sesuatu. Rasa suka dan tidak suka terhadap sesuatu. Lebih lanjut, Severin dan Tankard juga menjelaskan bahwa “konsep lain yang berhubungan dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang” (p.177).

“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, p.39-40).

Tiga komponen sikap yakni (Azwar, 1995, p.24-28):

#### 1. Komponen Afektif

Komponen ini menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek 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 obyek termaksud.

#### 2. Komponen Kognitif

Komponen ini berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi obyek 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 obyek. Sekali kepercayaan itu telah terbentuk, maka akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari obyek tertentu. Tentu saja kepercayaan sebagai komponen kognitif tidak selalu akurat, kadang-kadang kepercayaan itu terbentuk justru dikarenakan kurang atau tiadanya informasi yang benar mengenai obyek yang dihadapi.

### 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 pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang.

Faktor-faktor pembentukan sikap manusia adalah:

#### a. Pengalaman pribadi

Apa yang telah dan sedang kita alami akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan kita terhadap stimulus sosial. Tanggapan akan menjadi salah satu dasar terbentuknya sikap.

#### b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Seseorang kita anggap penting, seseorang yang kita harapkan persetujuannya bagi setiap gerak tingkah dan pendapat kita, seseorang yang tidak ingin kita kecewakan atau seseorang yang berarti khusus bagi kita (*significant others*) akan banyak mempengaruhi pembentukan sikap kita terhadap sesuatu.

#### c. Pengaruh kebudayaan

Tanpa disadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah. Kebudayaan telah mewarnai sikap anggota masyarakat, karena kebudayaan pula lah yang memberikan corak pengalaman individu-individu yang menjadi anggota kelompok masyarakat asuhannya. Hanya kepribadian individu yang telah mapan dan kuat yang dapat memudahkan dominasi kebudayaan dalam pembentukan sikap individual.

d. Media massa

Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya media massa membawa pula pesan-pesan yang berarti sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang.

e. Lembaga pendidikan dan agama

Lembaga pendidikan dan agama sebagai suatu sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu.

f. Pengaruh faktor emosional

Tidak semua bentuk sikap ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang. Kadang-kadang suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur sikap remaja Surabaya pada kesenian Indonesia dalam hubungannya dengan terpaan program Indonesia Mencari Bakat yaitu dengan memperhatikan komponen kognitif, afektif dan konasi.

### **2.1.7. Remaja**

Mendefinisikan remaja untuk masyarakat Indonesia sama sulitnya dengan menetapkan definisi remaja secara umum. Walaupun demikian, sebagai pedoman umum dapat menggunakan batasan usia 11 sampai 24 tahun dan belum menikah dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut (Sarwono, 2002, p.14-15):

1. Usia 11 tahun adalah usia dimana pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai nampak (kriteria fisik).

2. Di banyak masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil balik, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial).
3. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri, tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual dan tercapainya perkembangan kognitif maupun moral (kriteria psikologik).
4. Batasan usia 24 tahun merupakan batas maksimal. Orang-orang yang sampai pada batas usia 24 tahun belum dapat memenuhi persyaratan kedewasaan secara sosial maupun psikologik, masih dapat digolongkan remaja.

Arti perkawinan masih sangat penting di masyarakat Indonesia secara menyeluruh. Seseorang yang sudah menikah pada usia berapa pun dianggap dan diperlakukan sebagai orang dewasa penuh, baik secara hukum maupun dalam kehidupan masyarakat dan keluarga.

Untuk dapat menganalisa adanya hubungan terpaan program IMB 2 dengan sikap remaja, maka peneliti menggunakan teori remaja untuk menjelaskan definisi serta ciri-ciri dari remaja.

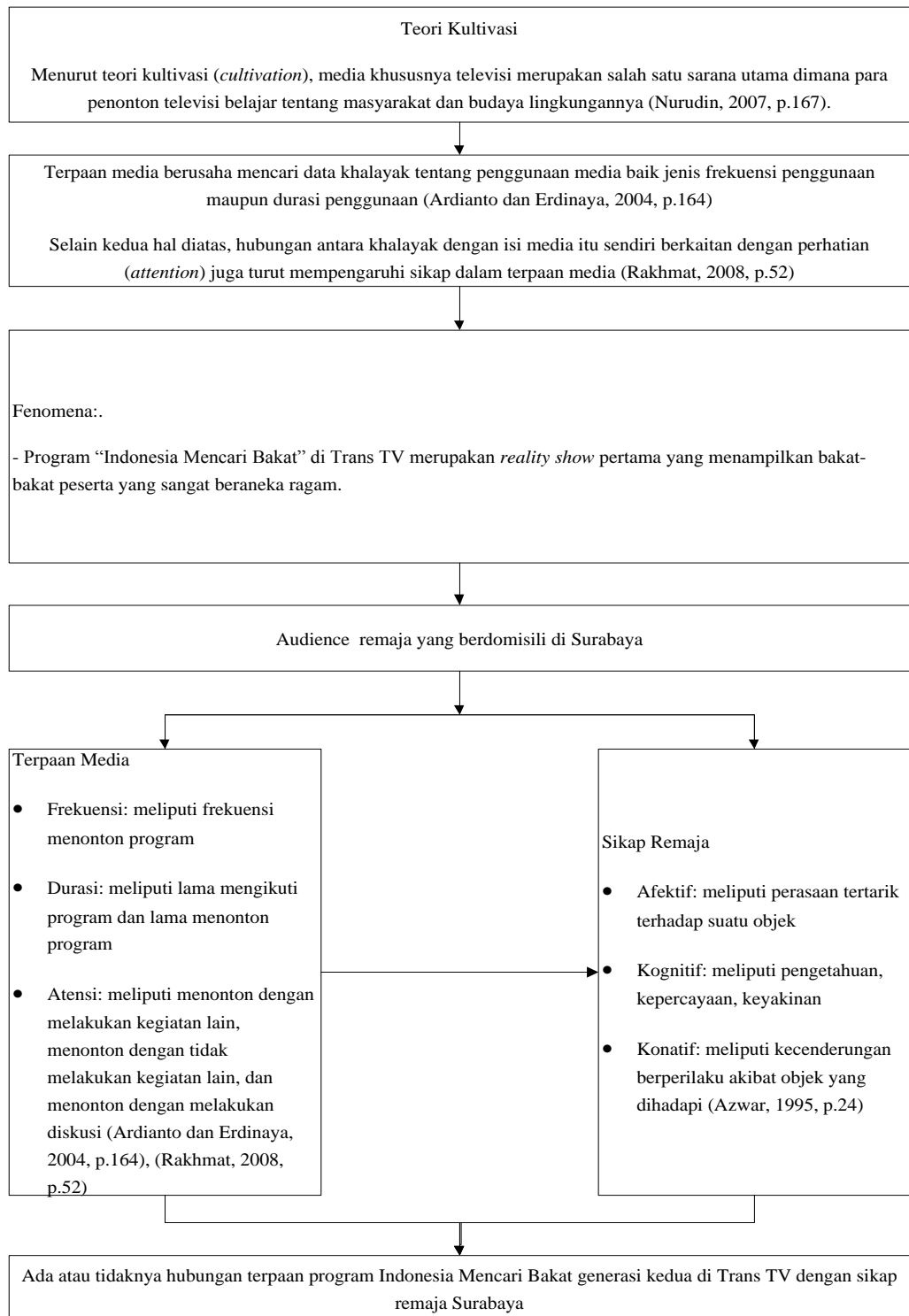
## **2.2. Nisbah Antar Konsep**

Teori Kultivasi dikembangkan untuk mengetahui dampak pecandu berat televisi saat menyaksikan televisi pada persepsi, sikap dan nilai-nilai orang. Media massa elektronik televisi merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh terhadap sikap dan perbuatan pemirsa melalui berbagai acara yang ditayangkan. Teori terpaan media dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menjadi indikatornya yaitu frekuensi, durasi dan atensi.

Indonesia Mencari Bakat merupakan ajang pencarian bakat putra putri bangsa yang dikemas menjadi suatu tayangan yang menarik dalam sebuah program acara televisi di Trans TV. Penerapan teori Kultivasi dalam penelitian ini yaitu untuk membuktikan apakah dengan semakin seringnya seorang remaja menyaksikan program Indonesia Mencari Bakat di Trans TV maka akan lebih berdampak pada sikap remaja tersebut, daripada seorang remaja lain yang jarang menonton program Indonesia Mencari Bakat tersebut (sesuai dengan teori Kultivasi).

Maka dalam penelitian ini, untuk mengukur sikap remaja Surabaya dalam hubungannya dengan terpaan program Indonesia Mencari Bakat di Trans TV yaitu dengan memperhatikan komponen kognitif, afektif dan konatif.

### 2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2. Alur Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti, 2010

#### **2.4. Hipotesis**

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara terpaan program “Indonesia Mencari Bakat” Trans TV dengan sikap remaja Surabaya.

$H_1$  : Ada hubungan antara terpaan program “Indonesia Mencari Bakat” Trans TV dengan sikap remaja Surabaya.