

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah maraknya tayangan *reality show*, film-film dan sinetron dengan tema remaja dan cinta masih ada film dengan tema alam gaib muncul di televisi. Ini merupakan indikasi bahwa tayangan televisi dengan tema alam gaib masih diminati oleh masyarakat Indonesia termasuk didalamnya masyarakat Pucungrejo Muntilan sebagai objek penelitian ini. Meski era tayangan televisi dengan tema alam gaib telah lewat sekitar tahun 2003 yang lalu. Namun masih ada stasiun televisi yang menyajikan tayangan dengan tema alam gaib. Sebagai contohnya program "Bioskop Indonesia Spesial Horor" yang ditayangkan oleh stasiun Trans TV setiap hari Selasa dan Kamis jam 19.00 WIB.

Dalam penelitian ini lokasi penelitian dipilih Kelurahan Pucungrejo Muntilan yang berada didaerah antara pedesaan dan perkotaan dimana masih banyak warganya menganut keyakinan Jawa atau yang biasa disebut *kejawen* dan melakukan hal-hal yang berbau klenik. Program tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV dipilih sebagai objek penelitian karena tayangan ini merupakan program yang ditayangkan secara rutin yaitu dua kali dalam satu minggu dan menyajikan film-film horor yang menceritakan tentang dunia gaib termasuk didalamnya hal-hal yang berbau klenik

Film horor adalah genre utama dalam film sedangkan genre adalah sekumpulan pakem dalam unsur- unsur naratif. Dalam film, unsur- unsur naratif yang terpola itu tentu mencakup unsur-unsur visual. Genre film horor kurang lebih adalah sekumpulan film yang dimaksudkan untuk memancing atau menerbitkan rasa takut pada penonton.

Menurut Wikipedia oleh Darmawan Hikmat dalam Redaktur Rumahfilm.org, film horor adalah film yang dirancang untuk menerbitkan rasa ngeri, takut, teror, jijik atau horor dari penontonya. Dalam plot-plot film horor, berbagai kekuatan, kejadian atau karakter jahat kadang semua itu berasal dari dunia supranatural, memasuki dunia keseharian kita. Dalam pengertian ini film horor memusatkan diri pada tema kejahatan dalam berbagai ragam bentuknya. Rasa takut, jijik, teror atau horor adalah efek yang diinginkan.

Menurut artikel oleh Wicaksono Adi dan Nurrudin Asyhadie di filmsite.org, film horor adalah film-film "menggangu" yang dirancang untuk menakuti atau membuat panik, menimbulkan rasa ngeri, waspada dan untuk memancing berbagai ketakutan terburuk kita yang tersembunyi. Seringkali pancingan itu ada dalam sebuah akhir kisah yang mengerikan dan membuat *shock*, sekaligus menghibur kita dengan memberikan sebuah pengalaman.

Banyak dari anggota masyarakat yang masih berpola pikir dan percaya pada hal-hal gaib seperti hantu, setan dan sejenisnya. Menurut koentjaraningrat, manusia dituntut untuk mengimani adanya makhluk gaib termasuk didalamnya

setan dan iblis dimana mereka tinggal di alam gaib yang berbeda dengan dunia nyata.

”Segala manusia sadar akan adanya suatu dunia yang tidak tampak yang ada di luar panca indranya dan di luar batas-batas akalinya, yaitu dunia gaib atau dunia lain atau dunia supranatural. Dinyatakan pula bahwa dunia gaib didiami oleh berbagai makhluk dan kekuatan yang tidak dapat dikuasai oleh manusia dengan cara-cara biasa, termasuk di dalamnya makhluk-makhluk halus seperti roh leluhur, roh yang baik atau jahat serta kekuatan-kekuatan sakti yang bisa berguna atau bisa menyebabkan bencana” (Koentjaraningrat 1981 : 229)

Tayangan-tayangan yang berbau misteri sedikit banyak membawa pengaruh bagi khalayak penontonnya karena pada dasarnya sifat media televisi yang dalam penyampaiannya pesannya selalu menimbulkan efek bagi audisinya sebagai komunikasi.

”Efek media bermacam-macam, ada efek kognitif, efektif dan behavior. Efek kognitif merupakan efek media massa yang menyentuh aspek pengetahuan audiens. Dengan menonton tayangan di televisi, audiens kemudian mempunyai persepsi tentang sesuatu yang ditontonnya. Dilihat dari sisi efeksi, media massa berpengaruh terhadap aspek emosi audiens. Banyak audiens yang mempunyai tendensi merasa ketakutan setelah menonton tayangan misteri. Pada aspek behavior, adanya pengaruh media massa ditandai dengan adanya perubahan perilaku nyata.” (Rakhmat, 2000:218).

Sebagai contoh atas efek yang ditimbulkan oleh televisi dalam majalah Posmo diceritakan ada pengakuan seorang karyawan sebuah Bank Swasta di Yogyakarta menceritakan bahwa dirinya menjadi lebih berhati-hati dan waspada kepada orang yang baru dikenalnya. Dia menjadi orang yang tak mudah percaya dengan orang lain. Hal ini disebabkan setelah menonton ”Situs Ki Joko Bodo” episode Ilmu Gendam sebuah acara di Trans 7 (Posmo, 18 Desember 2007).

Fenomena serupa juga dialami seorang ibu yang menyatakan bahwa setelah menonton "Percaya Nggak Percaya", ia merasa takut dan takut diganggu makhluk halus. Kemudian ia menjadi rajin sholat dan mendekatkan diri pada Allah agar dijauhkan dari gangguan makhluk gaib itu. (Gatra, 15 Maret 2003:23).

Ditambah dengan fenomena nyata yang dimuat di Majalah Tempo. Sumanto, seorang kanobal ternama disinyalir memiliki ilmu pesugihan dan kesaktian (kekebalan tubuh). Tindakan irasional yang dilakukannya dengan memakan daging mayat manusia dimaksudkan untuk ilmu hitam yang diyakininya akan membawa kebahagiaan dan kesenangan hidup. Obsesi-obsesi manusia sakti, kebal, hidup bergemilang harta yang demikian tersalurkan lewat tayangan misteri atau sajian misteri lainnya.

Suatu penelitian berkenaan dengan keyakinan terhadap hal-hal gaib pernah dilakukan oleh Dean I Radin dan Janinne M Rebman dari *Consciousness Research Laboratory di University of Nevada, Amerika Serikat*,

Mereka menemukan bahwa "melihat makhluk lain" tidak lain merupakan masalah yang subyektif yang secara mudah dipicu oleh kondisi stimulus yang dramatis. Dalam penelitian ini, subyek penelitian dikondisikan pada situasi "seram" dan hampir semua subyek melaporkan merasa melihat "makhluk lain" yang hadir. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa keberadaan hantu hanya ada dalam persepsi orang yang mempercayai melihatnya. Hantu itu tidak ada secara obyektif (Gatra, 15 Maret 2003:23).

Dari hasil penelitian tersebut, dibarengi dengan fenomena nyata yang ada di dalam masyarakat Indonesia, terdapat kontradiksi. Setiap individu tentunya memiliki persepsi yang berbeda dalam menyikapi hal itu karena setiap individu memiliki latar belakang yang berbeda pula.

”Persepsi sebagai pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dalam mempersepsi sesuatu, seorang memberikan makna pada stimulasi indrawi. Sedangkan perbedaan persepsi setiap orang didasarkan pada faktor-faktor personal yang mempengaruhi kecermatan persepsi, yaitu pengalaman, motivasi dan kepribadian. Ini berarti bahwa persepsi seseorang terhadap sesuatu harus dipengaruhi oleh peristiwa-peristiwa tertentu yang pernah dihadapinya, dorongan internal dari individu dan sifat-sifat internal yang ada pada diri individu. (Rakhmat, 2001:51).

Dalam kaitannya dengan dunia lain, orang mungkin mempunyai persepsi yang berbeda karena faktor pengalaman, motivasi dan kepribadian dari masing-masing individu pada dasarnya adalah berbeda. Orang yang pernah melihat makhluk halus, apapun bentuknya, mempunyai tendensi yang lebih besar untuk mempersiapkan bahwa makhluk halus itu memang ada. Begitu juga, orang yang mempunyai dorongan (keyakinan) terhadap keberadaan makhluk-makhluk haluspun akan memiliki kecenderungan yang sama. Sifat internal individu juga demikian. Orang yang merasa takut setelah menonton tayangan misteri misalnya, menunjukkan baik secara sadar maupun tidak telah mempercayai adanya eksistensi dunia lain.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Pucungrejo Muntilan terhadap tayangan ”Bioskop Indonesia Spesialu Horor” di Trans TV dan faktor-faktor apakah yang mempengaruhi persepsi masyarakat

Kelurahan Pucungrejo Muntilan terhadap tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV

C. Tujuan Penelitian

Dengan melihat perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Pucungrejo Muntilan terhadap tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat Kelurahan Pucungrejo Muntilan terhadap tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah untuk memperkaya kajian di bidang ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah untuk menambah informasi serta sebagai masukan bagi penonton tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV terutama mengenai persepsi masyarakat Kelurahan Pucungrejo Muntilan terhadap tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV serta masukan bagi pengelola televisi dalam menyajikan tayangan bagi penontonya.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian manusia. Komunikasi amat erat kaitanya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia.

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu khalayak membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. (Mulyana, 2001 : 62)

Komunikasi secara umumnya adalah interaksi sosial yang didalamnya terdapat pesan-pesan yang harus disampaikan pada komunikan lewat suatu media tertentu dan menghasilkan dampak baik pada komunikan ataupun komunikator.

Dalam hal ini, komunikasi memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan. Komunikasi yang efektif bisa menghasilkan dampak seperti yang diinginkan oleh komunikator.

Jika kita lihat dari definisi yang diberikan oleh Dedy Mulyana, komunikasi merupakan proses menyortir atau memilah isi-isi pesan yang terdiri dari simbol-simbol baik verbal maupun non verbal yang diciptakan sedemikian rupa, sehingga bisa membantu khalayak untuk merespon isi-isi

pesan yang dikomunikasikan itu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Penelitian ini mendasarkan pada proses komunikasi dalam perspektif mekanitis, yaitu proses yang berlangsung ketika komunikator memberikan atau mengoper pesan baik lewat bibir jika lisan atau lewat tangan jika tulisan sehingga pesannya bisa ditangkap oleh komunikan.

Penangkapan pesan ini bisa dilakukan dengan indera mata, telinga atau indera-indera lainnya.

b. Model Proses Komunikasi

Bisa dikatakan setiap hari manusia melakukan interaksi sosial atau yang dikenal sebagai komunikasi . Untuk memahami pengertian komunikasi, kita sering mengutip paradigma yang telah diketengahkan oleh Harold Laswell. Menurut Laswell, komunikasi yang baik harus bisa menjawab pertanyaan sebagai berikut: *who say what in which channel to whom with what effects ?*

Paradigma ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- (1) Komunikator (*communicator, source, sender*)
- (2) Pesan (*Message*)
- (3) Media (*Channel, media*)
- (4) Komunikan (*Communicant, receiver, receiptent*)
- (5) Efek (*Effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut,

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Uchjana, 1993 : 3)

2. Persepsi

Efek media massa dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa sebagai publik yang terpengaruh. Adapun efek-efek tersebut dibagi menjadi tiga yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek behavior. (Rakhmat, 2000 : 219).

Telah dikatakan bahwa media massa, begitupun televisi, dapat menciptakan, efek kognitif, efektif dan behavior. Dalam tataran kognitif, dirumuskan bahwa media massa mempengaruhi aspek pengetahuan pemahaman dan persepsi seseorang.

Bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpan dan menafsirkan pesan. Dikatakan pula bahwa persepsi adalah memberikan makna pada stimulasi indrawi (sensory indrawi). (Rakhmat, 2001 : 129).

Persepsi sebagai proses dengan nama kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan yang akan kita serap dan makna apa yang akan kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. (De Vito 1997:75).

Persepsi sebagai proses menginterpretasikan, pengorganisasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang terintegrasi. (Rakhmat 2001:93-98).

Persepsi sebagai proses kognitif yang dialami setiap orang di dalam mengalami informasi tentang lingkungan, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan dan penciuman. (Toha 1990:53).

Persepsi merupakan proses aktif dengan memegang peran bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu secara keseluruhan dengan pengalaman, motivasi dan sikapnya yang relevan, dengan rangsangan tersebut. (Sadli, 1977 : 72).

Dalam menafsirkan sesuatu, persepsi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional dan faktor-faktor personal. Setiap individu memiliki persepsi yang berbeda dalam menyikapi sesuatu karena setiap individu mempunyai latar belakang yang berbeda pula. Dalam (Rakhmat, 2001:89) dijelaskan mengenai faktor-faktor personal yang mendasari perbedaan kecermatan persepsi setiap orang yaitu :

a. Pengalaman

Pengalaman ini membantu seseorang untuk lebih cermat dalam melakukan persepsi. Pengalaman tidak harus diperoleh melalui proses belajar formal tapi juga dapat diperoleh melalui serangkaian peristiwa yang pernah dihadapi.

b. Motivasi

Dalam hal ini, motivasi merupakan unsur yang melekat pada proses konstruktif yang mencakup motif biologis, ganjaran dan hukuman karakteristik kepribadian dan perasaan terancam karena personal stimulasi. Dorongan dari dalam individu ini pun memiliki pengaruh terhadap persepsinya.

c. Kepribadian

Disini dikenal istilah proyeksi yaitu mengiteralisasikan pengalaman subyektif secara tidak sadar. Orang mengena pada orang lain sifat-sifat yang ada pada dirinya, yang tidak disenanginya. Jelaslah bahwa orang yang banyak melakukan proyeksi akan lebih cermat menanggapi stimulasi sehingga tafsirannya menjadi salah.

Faktor yang menimbulkan persepsi seseorang terhadap sesuatu :

Pertama, Pengalaman masa lalu.

Seseorang mempunyai opini tentang orang lain yang baru dikenalnya berdasarkan persepsi yang dibentuk oleh pengalaman masa lalu.

Kedua, Latar Belakang Budaya.

Misalnya, persepsi tentang warna orang Indonesia mempersepsi warna hijau identik dengan partai politik, orang Malaysia mempersepsi warna hijau identik dengan kematian.

Ketiga, Nilai-nilai yang dianut :

Contohnya, seseorang merayakan hari raya Idul Fitri, di Indonesia berbeda dengan di Saudi Arabia.

Keempat, Berita-berita yang berkembang.

Seseorang membentuk pengetahuan tentang sesuatu yang menentukan persepsinya. (Rakhmat 1997:93-98).

Dalil-dalil mengenai persepsi :

Pertama, persepsi bersifat selektif fungsional.

Obyek-obyek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya adalah obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Contohnya, pengaruh kebutuhan, latar belakang budaya, suasana emosional dan kesiapan mental.

Kedua, medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Kita mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteksnya, walaupun stimuli yang diterima tidak lengkap, kita akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang kita persepsi.

Ketiga, sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktural ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Menurut dalil ini jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan

dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya dengan efek yang berupa asimulasi atau kontras.

Keempat, obyek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama. Generalisasi seseorang terhadap suatu peristiwa menyebabkan banyaknya persepsi seseorang terhadap suatu obyek. (Rakhmat 1996:55-61).

Media massa bukanlah sebagai "*agent of conversion*" (media sebagai pengubah perilaku), namun lebih berfungsi untuk mempertahankan keyakinan yang ada. Berkaitan dengan penemuan tersebut juga dinyatakan bahwa khalayak bukan lagi merupakan tubuh pasif yang menerima apa saja yang disuntikkan media ke dalamnya. Khalayak melakukan seleksi informasi melalui proses terpaan selektif (*selective exposure*) dan persepsi selektif (*selective perception*). (Rakhmat, 2000 : 198).

Dalam *selective exposure* terdapat 4 prinsip utama, yaitu :

- *Selective Attention*, dimana khalayak memilih dan memperhatikan pesan tertentu.
- *Selective Perception*, dimana khalayak memilih dan mempersepsi pesan tertentu.
- *Selective Recall*, dimana khalayak memilih dan mengingat pesan tertentu.
- *Selective Action*, dimana individu memilih membuat tindakan tertentu.

Prinsip tentang *Selective Perception* dibahas lebih mendalam dalam Teori Konsistensi bahwa individu berusaha menghindari perasaan tidak senang dan ketidakpastian dengan memilih informasi yang cenderung memperkuat keyakinannya, sembari menolak informasi yang bertentangan dengan kepercayaan yang diyakininya. Teori Konsistensi memiliki 3 konsep dasar, yakni : *Selective Perception*, yang merupakan pernyataan reaktif (spontan) khalayak terhadap

informasi yang selaras dengan sikapnya; *Selective Exposure*, yang merupakan pernyataan khalayak memilih informasi berdasarkan pilihan medium; *Selective Retention*, yang merupakan pilihan informasi khalayak berdasarkan bentuk media sejenis. (Rakhmat, 2000 : 110).

2.2. Proses Persepsi.

Pada proses persepsi banyak rangsangan sampai kepada setiap individu melalui panca indra, namun mereka tidak mempersepsi semua itu secara acak. Umumnya mereka hanya dapat memperhatikan suatu rangsangan saja secara penuh. Alasannya karena persepsi adalah proses aktif yang menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang diterima.

Persepsi bersifat kompleks, apa yang terjadi di dunia luar dapat sangat berbeda dengan apa yang mencapai otak setiap individu (Werner J. Sevrin, James W. Tankard, JR, 1992 : 88). Mempelajari bagaimana dan mengapa pesan-pesan ini berbeda sangat penting untuk memahami komunikasinya.

Gambaran dari bagaimana persepsi bekerja dapat dijelaskan dengan tiga langkah yang terlibat dalam proses ini. Langkah-langkah ini tidak saling terpisah, karena dalam prosesnya bersifat kontinyu, bercampur-campur dan tumpang tindih satu sama lainnya. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut : (Devito, 1997 : 75-76).

a. Terjadinya Stimulus Alat Indra (*Sensory Stimulation*).

Pada langkah pertama alat-alat indra distimulasi (dirangsang). Meskipun setiap individu memiliki kemampuan penginderaan untuk merasakan stimulus (rangsangan), namun tidak selamanya digunakan. Artinya ada kecenderungan bahwa setiap individu akan menangkap tidak bermakna.

b. Stimulasi Terhadap Alat Indra Diatur.

Langkah kedua, rangsangan terhadap indra diatur menurut berbagai prinsip, salah satu prinsip yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas (*proximity*) atau kedekatan. Orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain dipersepsikan bersama-sama sebagai satu unit (satu pasangan). Demikian pula, dalam mempersiapkan pesan yang datang segera setelah pesan yang lain sebagai satu unit dan menanggapi bahwa keduanya tentu saling berkaitan. Prinsip yang lain adalah kelengkapan (*closer*). Setiap orang memandang atau mempersiapkan suatu gambar atau pesan yang dalam kenyataan tidak lengkap sebagai gambar atau pesan yang lengkap. Gambar prinsip tersebut mengingatkan bahwa yang dipersiapkan akan didata ke dalam suatu pola yang bermakna bagi setiap diri individu. Pola ini belum tentu benar atau logis dari suatu segi objektif tertentu.

c. Stimulasi Alat Indra Ditafsirkan-Dievaluasi.

Langkah ketiga dalam proses perseptual adalah penafsiran-evaluasi. Gambaran kedua istilah ini untuk menegaskan bahwa keduanya tidak dapat dipisahkan. Langkah ini merupakan proses subjektif yang melibatkan evaluasi (penilaian) dipihak penerima. Penafsiran-evaluasi tidak semata-mata didasarkan pada rangsangan luar, melainkan sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, sistem nilai, kepercayaan, keadaan fisik dan emosi pada saat itu , serta sebagian ayang ada dalam diri individu. Setiap individu menerima satu buah pesan, cara masing-masing individu menafsirkan-mengevaluasinya tidaklah sama. Penafsiran-evaluasi ini akan berbeda bagi satu individu yang sama dari waktu ke waktu. Perbedaan ini jangan sampai menyamarkan akan validitas beberapa generalisasi tentang persepsi, meskipun generalisasinya ini belum tentu berlaku untuk individu tertentu, tetapi dimungkinkan ini berlaku untuk sebagian cukup besar orang.

3. Media

1) Media Massa

Sejak berabad-abad dahulu, kegiatan berkomunikasi sudah dimulai. Kegiatan ini awalnya hanya bermula dari percakapan biasa secara tatap muka, hingga kini berinovasi menjadi satu kegiatan yang sangat penting dalam bersosialisasi di masyarakat. Bahkan ini kegiatan berkomunikasi telah didukung dengan adanya peralatan modern seperti surat kabar, film,

radio, televisi, hingga media-media elektronik baru seperti komputer, *faximile, videoteks, videodisk* dan lain-lain.

Ilmu-ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Houvlund , 1989 : 1).

A systematic to formulation pigorous fashion the principles by which information is transmitted and attitudes are formed (Ross 1989 : 1).

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak suka untuk didefinisikan.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang *audio* dan *visual*. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio, surat kabar, majalah film, buku dan pita (Devito, 1993 : 21).

2) Televisi sebagai Media Massa.

Televisi sebagai media massa memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku-perilaku individu. Ini disebabkan sifat dari media itu sendiri yang mampu menarik perhatian dan selanjutnya pemahaman individu terhadap pesan yang disampaikan lewat media-media tertentu.

Televisi sebagai media massa terlihat paling populer diantara berbagai teknologi komunikasi yang ada. Kepopuleran televisi disebabkan televisi tidak hanya dapat menyentuh ruang psikologis pemirsanya, tapi lebih dari itu, televisi benar-benar hadir secara riil dalam bentuk materialnya dalam setiap rumah. Kenyataan ini dibuktikan lewat fakta bahwa hampir sebagian besar masyarakat menyimpan televisi dalam rumahnya. Ini menunjukkan bahwa televisi benar-benar telah menjadi bagian yang tidak

terpisahkan dalam perjalanan hidup manusia abad ini. Fenomena ini oleh Martin Esslin. Seorang analisis televisi terkemuka disebut sebagai "*The Age of Television*".

Kehadiran televisi telah menggiring umat manusia untuk memahami "realitas" menjadi "dunia khayalan" dan sebaliknya dunia khayalan seakan menjadi realitas (Fahmi, 1997 : 162).

Sejalan dengan perkembangan media komunikasi melalui televisi, dengan sendirinya dibutuhkan berbagai perangkat dasar yang menggerakannya, salah satunya adalah program siaran. Program siaran di dalam media televisi berkaitan erat dengan jurnalistik televisi sebagai ketrampilan praktis seseorang dalam melakukan proses komunikasi mulai dari mencari mengumpulkan, mengelola dan menyajikan informasi kepada khalayak. Dalam perkembangannya, program siaran televisi tidak lagi hanya merujuk pada pengemasan berita tapi mulai bergerak ke arah penyajian hiburan kepada khalayak. Hal ini berkaitan dengan makin ketatnya kompetensi media-media televisi yang ada dalam meraih tingkat kepemirsaan yaitu dengan berlomba menyajikan prohram siaran (acara) yang dianggap sesuai dengan selera khalayak. Ketatnya kompetensi antar media televisi memotivasi mereka saling bersaing untuk menciptakan produk-produk program siaran yang sekreatif mungkin. Karena jatuh bangunnya penyelenggaraan siaran televisi selain dipengaruhi oleh tingkat kepemirsaan juga bergantung pada kreativitas pengelolaan dalam mengembangkan kreativitas penciptaan program siaran televisi. Dengan

kondisi semacam itu, saat ini, muncul beragam tayangan-tayangan baik itu yang bersifat informatif maupun hiburan. Mulai dari siaran-siaran berita umum, berita-berita khusus seperti berita kriminal, siaran infotainment, film layar lebar, sinetron, acara-acara musik, talk show, film animasi dan lain sebagainya. Program-program siaran televisi ini dikemas semenarik mungkin untuk dapat menarik perhatian khalayak pemirsanya.

3) Keunggulan Televisi.

Menurut dr. A. Alatas Fahmi dalam bukunya "*Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*" (1997 : 30-31), televisi sebagai media komunikasi modern memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat dilihat dari dua sisi, yaitu :

a. Keunggulan pragmatis.

Keunggulan ini lebih menyangkut aspek isi yang disajikan oleh televisi yakni meliputi :

- Menyangkut isi dan bentuk, media televisi meskipun direkayasa mampu membedakan fakta dan fiksi, realistis dan tidak terbatas.
- Menyangkut hubungan dengan khalayaknya, media televisi mempunyai khalayak yang tetap, memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya dan intim.
- Media televisi memiliki tokoh berwatak sedang media lain memiliki bintang yang direkayasa.

b. Keunggulan teknologis.

Keunggulan ini menyangkut aspek kemampuan teknologi komunikasi meliputi :

- Mampu menjangkau wilayah yang sangat luas dalam waktu bersamaan, sehingga dapat menghantarkan secara langsung suatu peristiwa di suatu tempat ke berbagai tempat lain yang berjarak sangat jauh.
- Mampu menciptakan suasana yang bersamaan di berbagai wilayah jangkauannya dan mendorong khalayaknya memperoleh informasi dan melakukan interaksi secara langsung.

Televisi juga mempunyai keunggulan untuk menghidupkan imajinasi khalayak keluar ke dunia nyata. Melalui program-program siaran yang ditayangkan, media televisi mampu memunculkan fantasi dari angan-angan khalayak secara nyata dan kontekstual. Ini membuktikan bahwa sebagai salah satu bentuk media massa, televisi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pemirsanya (Bungin, 2001:53).

Efek media massa dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa sebagai publik yang terpengaruh. Adapun efek-efek tersebut dibagi menjadi tiga, yaitu efek kognitif, efek afektif, efek behavior (Rakhmat, 2000:219).

Efek-efek yang ditimbulkan oleh televisi :

a. Efek Kognitif.

Efek ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek kognitif berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi.

b. Efek Afektif.

Efek ini timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci oleh khalayak. Efek afektif ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai. Efek afektif juga dapat dilihat dari adanya perubahan sikap dan pendapat khalayak.

c. Efek Behavior.

Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku. Efek behavior dapat dilihat pada tindakan dan gerakan yang tampak dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul berkaitan dengan adanya gejala peniruan atau peneladanan.

Melalui kontak dengan televisi (dan media lain), kita belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaannya. Teori kultivasi ini memperkirakan suatu keadaan yang berbeda dalam realitas sosial antara pencandu berat televisi dengan penonton yang biasa-biasa saja. Teori ini membedakan antara penonton berat dan penonton ringan televisi.

Televisi dipercaya dapat membuat budaya homogen. Yang terpenting adalah mengenai totalitas pola yang dikomunikasikan secara kumulatif oleh televisi dalam jangka waktu penghidupan yang panjang. Teori ini lebih menekankan pada pertumbuhan diri dalam acara-acara tanpa pemilihan tayangan, tapi citra umum yang melampui segalanya yang ditayangkan di televisi akan merasuk ke dalam setiap kelompok sosial dan sub budaya dan mempengaruhi semuanya. Teori ini disebut *cultivation* (Little John, 1996 : 339-440).

Orang yang merupakan pecandu berat televisi seringkali mempunyai sikap stereotip tentang peran jenis kelamin, dokter, bandit, atau tokoh-tokoh lain yang biasa muncul dalam serial TV Dalam dunia mereka, ibu rumah tangga mungkin digambarkan sebagai orang yang paling mengurus kebersihan "kamar kecil" Suami adalah orang yang selalu menjadi korban dalam kisah lucu. Perwira polisi menjalani hari-hari yang menyenangkan. Orang "mati" tanpa mengalami sekarat, dan semua bandit berwajah seram (De Vito, 1997 : 527).

Tidak semua pecandu berat televisi terkultivasi secara sama. Beberapa lebih mudah dipengaruhi televisi daripada yang lain. Pengaruh ini akan bergantung bukan saja pada seberapa banyak seseorang memirsa televisi melainkan juga pada pendidikan, penghasilan, dan jenis kelamin si pemirsa. Artinya, ada faktor-faktor lain di luar tingkat keseringan memirsa televisi yang mempengaruhi persepsi kita tentang dunia serta kesiapan kita untuk menerima gambaran dunia di televisi sebagai dunia yang sebenarnya (De Vito, 1997 : 527).

Analisa pertumbuhan juga menemukan bahwa efek sampingnya yang umum dari televisi pada kebudayaan secara keseluruhan sehingga kebudayaan menjadi homogen atau konvensional melalui televisi. Pengaruh pertumbuhan akan berbeda antara kelompok yang satu dengan yang lain karena kecenderungan menerima realita televisi juga dipengaruhi oleh interaksi seseorang dengan orang lain. Tapi yang menarik adalah orang yang menonton lebih banyak suatu acara di televisi cenderung memperlihatkan pengaruh yang lebih besar dibanding orang yang tidak menonton sebanyak itu.

4. Masyarakat

Salah satu kehidupan manusia yang bersifat umum bahwa manusia pada dasarnya mempunyai sifat egois dan mempunyai sifat bebas dan sangat luas oleh. Oleh sebab itu manusia baru dapat dikatakan manusia apabila ia dapat hidup bersama dengan manusia sekelilingnya sebagai makhluk hidup yang mempunyai perasaan sosial dengan sifat-sifat yang dapat dibentuk sejak ia mulai bergaul dengan manusia lain, inilah yang disebut sebagai makhluk hidup bermasyarakat (Mansyur, 1993 : 22).

Yang dimaksud dengan hidup bermasyarakat adalah dimana sekelompok orang atau manusia yang hidup bersama yang mempunyai tempat atau daerah tertentu untuk jangka waktu yang lama dimana masing-masing anggotanya saling berhubungan satu dengan yang lain. Hubungan yang dimaksudkan adalah dapat berbentuk sikap, tingkah laku maupun perbuatan. Dan segala tingkah laku atau perbuatan itu diatur dalam suatu tata tertib atau undang-undang atau peraturan tertentu yang biasa disebut atau dikenal dengan hukum adat.

Kehidupan bermasyarakat pada umumnya sangat berbeda antara masyarakat satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut disebabkan karena struktur masyarakat tersebut dan faktor tempat tinggal. Dari faktor tempat (tinggal) masyarakat tersebut, dapat digolongkan kedalam masyarakat golongan tinggi, menengah, kota, pedesaan dan lain-lain. Sedangkan pengertian masyarakat sendiri menurut kesimpulan (Mansyur, 1993 : 26)

adalah perkumpulan manusia yang banyak dan bersatu dengan cara tertentu karena adanya hasrat-hasrat kemasyarakatan yang sama / bersamaan.

Menurut Soerjono Soekanto (1988 : 214), dalam kehidupan masyarakat ada sesuatu yang dihargai oleh masyarakat, maka hal ini tersebut menimbulkan bibit yang dapat menumbuhkan adanya sistem berlapis-lapis dalam masyarakat yang bersangkutan. Barang sesuatu yang dihargai dalam masyarakat mungkin berupa uang atau harta, tanah, kekuasaan, ilmu pengetahuan dan lain-lain. Barang siapa yang memiliki sesuatu yang berharga tadi dalam jumlahnya yang banyak, akan dianggap oleh masyarakat sebagai orang yang menduduki laisan atas, sebaliknya mereka yang hanya memiliki sedikit, dalam pandangan masyarakat hanya memiliki kedudukan yang rendah.

Sedangkan ukuran atau kriteria yang biasanya dipakai untuk menggolongkan anggota-anggota masyarakat kedalam lapisan-lapisan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran kekayaan. Ukuran kekayaan (kebendaan) dapat dijadikan suatu ukuran, barang siapa yang memiliki kekayaan paling banyak termasuk dalam lapisan teratas. Kekayaan tersebut misalnya dapat dilihat dari bentuk rumah yang bersangkutan, mobil pribadinya, cara berpakaian, kebiasaan berbelanja barang mahal dan lain-lain.

- b. Ukuran kekuasaan. Barang siapa yang memiliki kekuasaan atau mempunyai wewenang terbesar, menempati lapisan tertinggi dalam masyarakat.
- c. Ukuran kehormatan. Ukuran ini mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan atau kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati, mendapat tempat teratas. Ukuran semacam ini banyak terdapat atau dijumpai pada masyarakat-masyarakat tradisional. Biasanya mereka adalah golongan tua atau mereka yang pernah berjasa besar kepada masyarakat.
- d. Ukuran ilmu pengetahuan. Hal ini sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat-masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan. Akan tetapi ukuran tersebut kadang menyebabkan terjadinya akibat-akibat yang negatif. Oleh karena itu kemudian ternyata bukan mutu ilmu pengetahuan yang dijadikan ukuran, akan tetapi gelar kerjasamanya. Hal tersebut menimbulkan usaha untuk mendapatkan gelar kerjasama tersebut dengan cara-cara yang tidak halal.

Ukuran tersebut diatas tidaklah bersifat limitatif, oleh karena itu masih ada ukuran-ukuran lain yang dapat dipergunakan. Akan tetapi ukuran-ukuran tersebut yang sangat menonjol sebagai dasar timbulnya lapisan-lapisan dalam masyarakat.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian studi kasus, yaitu salah satu Jenis penelitian ilmu-ilmu sosial yang menjelaskan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program atau situasi sosial (Mulyana, 2001 : 201).

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif, yaitu tidak menjelaskan hubungan antar *variabel*, tidak menguji hipotesis atau melakukan prediksi (Rakhmat, 1995 : 24).

Jumlah informan yang diambil dalam penelitian ini ada 5 orang yang merupakan penonton tayangan "Bioskop Indonesia Spesial Horor" di Trans TV.

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Pucungrejo Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang.

3. Metode Pengambilan Informan

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara *aksidental* yaitu dengan memilih responden yang kebetulan ditemui oleh peneliti. Beberapa pertimbangan biasanya sangat diperlukan dalam sampel ini. Seperti keterbatasan waktu, tenaga dan dana yang akan mengakibatkan tidak dapatnya mengambil sampel (informan) yang besar dan jauh. Walaupun peneliti dapat

menentukan informan, tetapi ada berbagai syarat yang harus dilakukan syarat tersebut adalah:

- a. Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat, atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.
- b. Subjek yang diambil sebagai informan benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi (*key subject*).
- c. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat didalam studi pendahuluan. (Arikunto, 1996 : 127-128).

Dalam penelitian ini, informan ditentukan secara *aksidental*. Hal ini dikarenakan informan yang dipilih sudah memenuhi kriteria yang dimaksud dan mampu memberikan informasi yang lengkap dan mendalam. Adapun kriteria informan adalah sebagai berikut:

- a. Berdomisili di Kelurahan Pucungrejo Muntilan.
- b. Menonton tayangan ”Bioskop Indonesia Spesial Horor” di Trans TV sekurang-kurangnya sekali dalam satu minggu.

4. Metode Pengumpulan Data.

a. Wawancara (*Interview*)

Adalah suatu proses percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Lincoln dan Guba 1985 : 266). Menurut Sudjiono,

wawancara yaitu segala kegiatan menghimpun data dengan jalan melakukan tanya jawab secara lisan dan tatap muka dengan siapa saja yang diperlukan mengenai pendapat pesan pribadi, dengan menggunakan *instrument* yaitu *interview guide* dan *tape recorder*, agar memperoleh dan memperlancar proses wawancara (Sudjiono, 1982 : 24).

Wawancara menurut Soetrisno Hadi yaitu cara pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan responden yang telah ditentukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian (Hadi, 1997 : 224). Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara *In- depth* (mendalam), karena dalam wawancara dapat dicapai secara maksimal dan akan memudahkan diperolehnya data secara mendalam. Menurut Michael Quinn Patton, wawancara mendalam yaitu meliputi menanyakan pertanyaan dengan format terbuka, mendengarkan dan merekamnya dan kemudian menindak lanjuti dengan pertanyaan tambahan yang terkait (Patton, 1991 :182).

Wawancara atau *interview* adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden serta jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (Soeharto, 1995 : 67). Menurut Deddy Mulyana tujuan wawancara mendalam adalah memperoleh bentuk-bentuk informasi tertentu dari semua informan, tetapi susunan pertanyaannya serta susunan kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, termasuk karakteristik sosial budaya (agama,

suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dsb) informan yang dihadapi.

Sedangkan wawancara mendalam menurut Masri Singarimbun dan Soffyan Effendi adalah percakapan yang dilakukan oleh pewawancara dengan cara menyampaikan pertanyaan kepada responden, merangsang responden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya. Untuk itu dibutuhkan ketrampilan mewawancarai, motivasi yang tinggi, dan rasa aman, artinya tidak ragu dan takut menyampaikan pertanyaan (Singarimbun dan Effendi, 1989 : 192). Wawancara ini dapat dilakukan pada waktu dan konteks yang dianggap tepat, guna memperoleh data yang rinci dan mendalam, serta dapat dilakukan berkali-kali sesuai dengan keperluan peneliti yang berkaitan dengan kejelasan masalah yang sedang diteliti. Meskipun peneliti merancang beberapa pertanyaan wawancara, fungsinya tak lebih hanya sebagai pemandu peneliti dalam wawancara itu, bahkan ada kemungkinan peneliti tidak membutuhkan panduan tertulis pada saat melakukan wawancara artinya peneliti memiliki panduan wawancara (*interview guide*), namun pertanyaan dapat berkembangsesuai dengan jawaban responden. Dengan model wawancara ini peneliti mampu memperoleh informasi-informasi penting berkaitan dengan permasalahan yang dirumuskan.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka pendukung yang berkaitan dengan konsep, teori, data atau temuan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan yang mendasari penelitian yang sedang dijalankan.

Studi pustaka pendukung yang berkaitan dengan konsep, teori, data atau temuan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan mendasari penelitian yang sedang dijalankan. Studi kepustakaan adalah cara pengumpulan data dan teori yang diperoleh melalui literatur-literatur, kamus, buku-buku dan jurnal-jurnal yang mendukung dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini (Nawawi, 2003 : 133). Masri Singarimbun dan Soffyan Effendi menjelaskan bahwa pengumpulan data melalui studi pustaka dalam hal ini membaca, mengkaji, mempelajari buku atau literatur, catatan kepustakaan, dokumen yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti. Selain itu juga mencari data pendukung lain yang diperlukan seperti bacaan, literatur, *booklet*, majalah, koran dsb yang terkait dengan masalah penelitian (Singarimbun dan Effendi, 1989 : 70-79).

5. Teknik Analisis Data.

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang mengacu pada sejumlah metodologi yang berdasar pada beragam prinsip teoritis dan menggunakan metode pengumpulan dan analisis data non kuantitatif. Dengan kata lain, penelitian ini menunjukkan kualitas dari sesuatu

yang berupa kedalam atau proses kejadian, peristiwa dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata (Moleong, J. Laxy, 200:50).

6 . Validitas Data.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pendekatan dalam penelitiannya, melakukan varifikasi temuan risetnya dengan hasil penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif atau sebaliknya (Sarwono, 2007:267-268).