

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka, penulis mencoba untuk menjabarkan bentuk penelitian terdahulu yang dinilai relevan dengan adanya beberapa persamaan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti lain dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

2.1.1 Penelitian Analisis Semiotik Mengenai Representasi Kekerasan Dalam Film

Claudita Sastris Paskanonka (2010), mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Surabaya ini melakukan sebuah penelitian yang berjudul “*Representasi Kekerasan dalam film Punk in Love*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan dalam film melalui tokoh-tokoh utama. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika.

Pendekatan semiotik yang dikemukakan John Fiske (*grammar and tv culture*) melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Data dibagi menjadi tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Pada level realitas, dianalisis penandaan yang terdapat pada kostum, *make up*, *setting* dan dialog. Pada level representasi dianalisis penandaan pada level kerja kamera, pencahayaan dan penataan suara. Pada ideologi dianalisis penandaan terhadap

ideologi yang terkandung dalam film. Teori-teori yang digunakan antara lain Teori Konstruksi Realitas Sosial, Kekerasan, Kategori Kekerasan, Kekerasan Dalam Media, Respon Psikologi Warna, Semiotika, Representasi, Efek Media Massa Dalam Kehidupan Masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Punk In Love* merupakan film yang mempresentasikan kekerasan, baik kekerasan spiritual, kekerasan fungsional, kekerasan psikologis, kekerasan seksual, dan kekerasan finansial. Kekerasan tersebut dilakukan karena latar belakang ekonomi atau kemiskinan yang dialami tokoh-tokoh utama dan kekerasan yang dihadirkan merupakan bumbu penyedap dan sarana humor dari film ini.

2.1.2 Penelitian Analisis Semiotik Mengenai Representasi Kekerasan Dalam Film

R.Novayana Kharisma (2010), mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Surabaya ini melakukan sebuah penelitian yang berjudul "*Representasi Kekerasan dalam film Rumah Dara*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan dalam film melalui tokoh-tokoh utama. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotik yang dikemukakan John Fiske (*grammar and tv culture*) melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Data dibagi menjadi tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Pada level realitas, dianalisis penandaan yang terdapat pada kostum, *make up*, *setting* dan dialog. Pada level representasi dianalisis penandaan pada level kerja kamera,

pencahayaan dan penataan suara. Pada ideologi dianalisis penandaan terhadap ideologi yang terkandung dalam film. Teori-teori yang digunakan antara lain Teori Konstruksi Realitas Sosial, Kekerasan, Kategori Kekerasan, Kekerasan Dalam Media, Respon Psikologi Warna, Semiotika, Representasi, Efek Media Massa Dalam Kehidupan Masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Rumah Dara* merupakan film yang mempresentasikan kekerasan, baik kekerasan fisik, kekerasan seksual, kekerasan verbal dan kekerasan psikologis. Kekerasan tersebut dilakukan karena ingin menyelamatkan diri dari serangan keluarga ibu dara yang dialami tokoh-tokoh utama, dan kekerasan yang dihadirkan merupakan bumbu untuk menimbulkan kengerian dan ketakutan bagi penontonnya.

Tabel 2.1
Review Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian	Peneliti 1: Claudita Sastris Paskanonka 0643010048 fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran	Peneliti 2: R.Novayana Kharisma 0743010213 fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran	Peneliti 3: Hilmy Mudzakkir 10080010048 fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung
Judul	<i>“Representasi Kekerasan dalam film Punk in Love”</i>	<i>“Representasi Kekerasan dalam film Rumah Dara”</i>	<i>“Kekerasan Dalam Sinetron Ganteng-gantengSerigala”</i>
Tujuan	Untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan dalam film melalui tokoh-tokoh utama.	Untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan dalam film melalui tokoh-tokoh utama.	Untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan ditinjau dari kekerasan fisik, verbal dan nonverbal
Metode/ Paradigma	Analisis Semiotik Mengenai Representasi Kekerasan Dalam Film <i>“Punk in Love”</i>	Analisis Semiotik Mengenai Representasi Kekerasan Dalam Film <i>“Rumah Dara”</i>	Studi Deskriptif Dengan Teknik Analisis Isi Mengenai Kekerasan Dalam Sinetron <i>“Ganteng-ganteng Serigala”</i>
Hasil	Film <i>Punk In Love</i> merupakan film yang mempresentasikan kekerasan, baik kekerasan spiritual, kekerasan fungsional, kekerasan psikologis, kekerasan seksual, dan kekerasan finansial.	Menunjukkan bahwa film <i>Rumah Dara</i> merupakan film yang mempresentasikan kekerasan, baik kekerasan fisik, kekerasan seksual, kekerasan verbal dan kekerasan psikologis.	Menunjukkan bahwa sinetron <i>‘Ganteng-ganteng Serigala’</i> mempresentasikan kekerasan, baik itu kekerasan fisik, verbal maupun nonverbal. Kekerasan tersebut banyak dilakukan di setiap episodenya karena latar

	Kekerasan tersebut dilakukan karena latar belakang ekonomi atau kemiskinan yang dialami tokoh-tokoh utama dan kekerasan yang dihadirkan merupakan bumbu penyedap dan sarana humor dari film ini.	Kekerasan tersebut dilakukan karena ingin menyelamatkan diri dari serangan keluarga ibu dara yang dialami tokoh-tokoh utama, dan kekerasan yang dihadirkan merupakan bumbu untuk menimbulkan kengerian dan ketakutan bagi penontonnya.	belakang mereka yaitu sebagai vampir dan manusia serigala. Adegan-adegan kekerasan tersebut banyak dilakukan oleh para pemainnya, tidak terkecuali para pemeran wanita.
Perbedaan	Perbedaan terletak pada objek penelitian, dimana peneliti terdahulu mengambil sebuah objek film, sedangkan penelitian ini mengambil objek program sinetron Televisi.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, dimana peneliti terdahulu mengambil sebuah objek film, sedangkan penelitian ini mengambil objek program sinetron Televisi.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, dimana peneliti terdahulu mengambil sebuah objek film, sedangkan penelitian ini mengambil objek program sinetron Televisi.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama”. “Sama” di sini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham mengenai suatu pesan tertentu (Effendy, 1998: 9).

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, Ilmu Komunikasi adalah: “Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap” (Effendy, 1998:10).

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, namun juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.

Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland mengatakan “Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*)”. Jadi komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Seseorang akan dapat mengubah perilaku orang lain, apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif, yaitu pesan yang disampaikan komunikator bisa dimengerti dan dipahami oleh komunikan.

Menurut *Wilbur Schramm*, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya “*Communication Research In The United States*”, menyatakan bahwa,

“Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya *Mitchell. N. Charmley* memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber (*Source*)
2. Komunikator (*Encoder*)
3. Pesan (*Message*)
4. Komunikan (*Decoder*)
5. Tujuan (*Destination*), (Susanto, 1988: 31)

Unsur-unsur dari proses komunikasi di atas, merupakan faktor penting dalam komunikasi. Para ahli menjadikan unsur-unsur komunikasi tersebut sebagai

objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu:

1. *Komunikasi Verbal*
Simbol atau pesan *verbal* adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan *verbal* disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode *verbal*.
2. *Komunikasi Nonverbal*
Secara sederhana pesan *nonverbal* adalah semua isyarat yang bukan berupa kata-kata. Menurut *Larry A. Samovar* dan *Richard E. Porter*, komunikasi *nonverbal* mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan *verbal*) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2001: 237).

Dari beberapa pernyataan ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses pengiriman dan penyampaian pesan baik berupa verbal maupun nonverbal oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Maksud dari komunikasi dapat mengubah perilaku orang lain di sini adalah melalui sebuah pesan atau informasi komunikator mengharapkan seseorang dapat melakukan sesuatu yang diharapkan oleh si komunikator tersebut. Komunikasi yang baik harus disertai dengan adanya jalinan pengertian antara kedua belah pihak (pengirim dan penerima), sehingga yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan dilaksanakan.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada

penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, “massa di sini menunjuk kepada khalayak, audiens, penonton, pemirsa, atau pembaca” (Nurudin, 2004:2).

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh Gerbner.

Gerbner mengemukakan bahwa,

Komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan atau bulanan (Ardianto, 2004: 4).

Hal di atas tersebut menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat banyak, atau biasa disebut massa. Tapi ini tidak berarti bahwa massa yang dimaksud adalah orang-orang yang hanya menonton televisi atau membaca koran, melainkan dapat diartikan sebagai masyarakat dalam arti luas. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film. Definisi komunikasi massa di atas merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan melalui media massa sebagai media penunjang, dan disampaikan secara terbuka kepada masyarakat luas yang sudah melalui proses beragam unsur komunikasi massa.

Definisi-definisi komunikasi massa secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi lainnya dapat saling melengkapi. Melalui definisi-definisi tersebut, dapat diketahui karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan**
Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik.
2. **Pesan Bersifat Umum**
Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak berlangsung tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.
5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**
Pada komunikasi massa, yang penting adalah unsur isi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**
Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, dan komunikan aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.
7. **Stimulasi Alat Indra Terbatas**
Pada komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa yang digunakan. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
8. **Umpan Balik Tertunda**
Komponen umpan balik atau feedback merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apa pun. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik dalam komunikasi massa tidak terjadi secara langsung karena komunikator tidak dapat melihat reaksi atau tanggapan dari komunikan secara langsung (Ardianto, 2004: 7).

Hubungan antara komunikasi massa dengan jurnalistik sangat erat, dalam komunikasi terdapat media massa sebagai wadah penyampaian pesannya (disebut dengan komunikasi massa) dan untuk memproduksi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak tersebut memerlukan cara atau aktivitas jurnalistik. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa dan untuk memproduksi media massa memerlukan aktivitas jurnalistik.

Menurut UU No. 40/1999 tentang Pers,

Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala saluran yang tersedia.¹

Komunikasi massa melibatkan banyak hal, antara lain komunikator, komunikan, media massa, unsur proses menafsirkan pesan, *feed back* (umpan balik) yang lebih kompleks, dan dalam media massa itu menggunakan *Gatekeeper* atau bisa di sebut sebagai palang pintu atau penjaga gawang yang bertugas menyortir atau mengedit suatu informasi agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan dalam jumlah besar.

Suhandang dalam bukunya Pengantar Jurnalistik, Organisasi, Produk dan Kode Etika memberikan pengertian jurnalistik sebagai berikut :

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani halayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya (Suhandang, 2004:21)

¹ <http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/17483/node/111/uu-no-40-tahun-1999-pers>

2.2.3 Media Massa

Menurut Mulyana,

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2001:75).

Media massa merupakan “kependekan” dari media komunikasi massa.

Media massa lahir untuk menjembatani komunikasi antar massa. Massa adalah masyarakat luas yang heterogen, tetapi saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan antar massa menjadi penyebab lahirnya media yang mampu menyalurkan hasrat, gagasan, dan kepentingan masing-masing agar diketahui dan dipahami oleh yang lain. Penyaluran hasrat, gagasan, dan kepentingan tersebut dinamai “pesan” (*message*). “Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata-cara, mode, gaya hidup dan norma-norma” (Mc Quail, 1987:1).

Penulis menyimpulkan pengertian di atas bahwa komunikasi massa adalah, komunikasi yang menggunakan media massa baik media cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada khalayak luas dan pesan yang disampaikan bersifat umum. Dalam komunikasi massa, media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting.

Pelaksanaan fungsi-fungsi media massa pada realitasnya, terdiri atas *Surveillance, Education, Transformation of Culture, Entertainment*. Fungsi – fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Surveillance*

Penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga saham di bursa efek, produk baru, ide tentang mode.

2. *Education*

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3. *Transformation of Culture*

Dalam keterkaitannya dengan budaya, media massa memiliki pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat. Karena dari media massa, masyarakat dapat belajar berbagai macam hal. Misal dalam hal kebudayaan, dari siaran atau tayangan televisi, masyarakat dapat belajar tentang budaya yang bersifat tradisional dan modern.

4. *Entertainment*

Fungsi lain dari media massa adalah sebagai hiburan, karena dalam media massa masyarakat akan mendapat hal-hal yang bersifat untuk menghibur, baik dari surat kabar, radio, tayangan televisi dan lain-lain. Misalnya dalam tayangan televisi, masyarakat dapat menikmati hiburan musik, film, sinetron, dan olahraga. Sehingga dengan adanya tayangan-tayangan tersebut masyarakat akan terhibur (Ardianto, Komala, Karlina, 2007:15).

2.2.4 Televisi sebagai Medium Komunikasi Massa

Televisi adalah media komunikasi yang bersifat audio-visual (dengar-lihat) dengan penyajian berorientasi pada reproduksi dengan kenyataan. Kekuatan utama dari media televisi adalah suara dan gambar, televisi lebih menarik daripada radio. Media televisi memiliki fungsi yang lebih dominan pada hiburan dibandingkan pada fungsi memberi informasi dan mendidik. Kelebihan televisi adalah sifatnya audio-visual yang dapat didengar dan lihat secara langsung, di

samping pemirsa mendapat sajian informasi atau berita yang lebih realistis, yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. “Media televisi sangat dipengaruhi beberapa faktor seperti pemirsa, alokasi waktu, durasi penayangan, dan cara penyajian berita” (Syarifudin, 2010:32).

Sedangkan menurut Skormis (Kuswandi, 1996:8) dalam bukunya *“Television and Society : An Incuest and Agenda “*,

Dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat informatif, hiburan, dan pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Informasi yang disampaikan oleh televisi, akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.

Dari pemaparan-pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa televisi saat ini merupakan media massa yang “terpopuler” di kalangan masyarakat dunia termasuk masyarakat Indonesia. Media televisi sebagaimana media massa lainnya berperan sebagai alat informasi, hiburan, dan kontrol sosial. Televisi tidak membatasi diri hanya untuk konsumsi kalangan tertentu saja namun telah menjangkau konsumen dari semua kalangan masyarakat tak terkecuali remaja dan anak-anak. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa.

Komunikasi massa dengan media televisi merupakan proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Kelebihan media televisi terletak pada kekuatannya menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa cukup besar. Nilai aktualitas

terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Menurut Effendy, seperti halnya media massa lain, televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi pokok yakni sebagai berikut :

1. Fungsi Penerangan (*The Information Function*)
Televisi mendapat perhatian yang besar dikalangan masyarakat karena dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang sangat memuaskan. Hali ini didukung oleh 2 (dua) faktor, yaitu :
 - a. *Immediacy* (Kesegaran) : Pengertian ini mencakup langsung dan peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung.
 - b. *Realism* (Kenyataan) : Ini berarti televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera sesuai dengan kenyataan.
2. Fungsi Pendidikan (*The Educational Function*)
Sebagai media massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan dengan makna pendidikan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Siaran televisi menyiarkan acara-acara tersebut secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika, ekonomi, politik, dan sebagainya.
3. Fungsi Hiburan (*The Entertainment Function*)
Sebagai media yang melayani kepentingan masyarakat luas, fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan dari fungsi lainnya. Sebagian besar dari alokasi waktu siaran televisi diisi oleh acara-acara hiburan, seperti lagu-lagu, film cerita, olahraga, dan sebagainya. Fungsi hiburan ini amat penting, karena ia menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk mengisi waktu mereka dari aktivitas di luar rumah (Effendy, 1994 : 27-30).

2.2.5 Sinetron

Sinetron adalah *abreviasi* dari sinema elektronik. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* edisi ketiga, sinetron adalah film yang dibuat khusus untuk penayangan di media elektronik, seperti televisi. Sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi (Depdiknas, 2005: 1070). Istilah ini pertama kali dicetuskan oleh Soemardjono (salah satu pendiri dan mantan pengajar Institut Kesenian Jakarta).

Sinema elektronik (sinetron) adalah salah satu fenomena pertelevisian yang tumbuh pesat seiring makin maraknya industri televisi di tanah air, dalam dua dekade terakhir ini. Bagi sebagian orang, berbicara tentang sinetron Indonesia identik dengan membicarakan alur cerita yang berbelit-belit, mengada-ada, mengabaikan logika, dan tidak mewakili realitas masyarakat pada umumnya. Menurut Kuswandi (1996:130) “Sinetron merupakan bentuk alur cerita yang menggambarkan permasalahan kehidupan manusia sehari-hari”. Sedangkan menurut Eduard Depari dikutip oleh Kuswandi “Sinetron adalah sinema elektronik yang berisikan alur cerita bersambung, cerita pendek dan memiliki pesan yang menggambarkan kehidupan sosial yang menyangkut aspek hubungan dan pergaulan sosial” (Kuswandi, 1996:131).

Produksi sinetron ternyata melonjak pesat terutama setelah munculnya *production house*, yakni perusahaan yang bergerak dalam pembuatan sinetron untuk dijual kepada stasiun-stasiun TV. Di akhir tahun 1992 saja tercatat tidak kurang dari 300 *production house* (Effendy 2003:194).

Beberapa faktor yang membuat sinetron banyak disukai para penonton adalah sebagai berikut:

1. Isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa
2. Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya masyarakat (pemirsa)
3. Isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat (Kuswandi, 1996:130).

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan pengertian sinetron adalah suatu rangkaian alur cerita yang memiliki isi pesan yang menggambarkan permasalahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Ganteng-ganteng Serigala adalah sebuah sinetron yang ditayangkan di SCTV. Sinetron ini diproduksi oleh Amanah Surga Productions. Pemainnya antara lain Kevin Julio, Jessica Mila, Ricky Harun, Aliando Syarief, Dicky Muhammad Prasetya, Dahlia Poland, dan Michelle Joan. Sinetron ini mula menemui penonton sejak tanggal 21 April 2014, dan ditayangkan setiap hari pada pukul 19.45 WIB.

2.2.6 Teori Kultivasi

George Gerbner memfokuskan penelitiannya beserta rekan-rekannya pada media televisi. Ia menyatakan bahwa televisi menyajikan kepada penonton suatu cara yang sama dalam memandang dunia:

Television is centralized system of story-telling. It is part and parcel of our daily lives. Its dramas, commercials, news, and other programs bring a relatively coherent world of common image and messages to every home. Television cultivates from infancy to very predispositions and preferences that used to be acquired from other primary sources. Transcending historic barriers of literacy and mobility, television has become the primary common source of socialization and everyday information (mostly in the form of entertainment) of an otherwise heterogeneous population. The repetitive pattern of television's mass-produced messages and images forms the mainstream of common symbolic environment.

Gerbner menyebut efek televisi ini sebagai kultivasi (*cultivation*), yang artinya 'penanaman', istilah yang pertama kali dikemukakan pada tahun 1969. Televisi dengan segala pesan dan gambar yang disajikannya merupakan proses atau upaya untuk 'menanamkan' cara pandang yang sama terhadap realitas dunia kepada khalayak. Televisi dipercaya sebagai instrumen atau agen yang mampu menjadikan masyarakat dan budaya bersifat homogen (*homogenizing agent*) (Littlejohn & Foss, 2005:299).

Teori kultivasi/analisis kultivasi adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian, dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Dengan kata

lain, realitas yang khalayak media terima adalah realitas yang diperantarai (*mediated reality*). Teori kultivasi tidak membahas efek dari suatu tayangan tertentu (apa yang akan dilakukan seseorang setelah menonton suatu tayangan), tetapi mengemukakan gagasan mengenai budaya secara keseluruhan (Morrissan 2010:106).

Tiga asumsi dasar teori kultivasi:

1. Televisi adalah media yang sangat berbeda.
Televisi merupakan media yang memiliki akses paling besar untuk menjangkau masyarakat. Televisi mampu menarik perhatian kelompok-kelompok masyarakat yang berbeda namun sekaligus menunjukkan kesamaannya. Televisi menggabungkan pesan yang bersifat audio dan visual (tidak seperti radio yang hanya audio atau koran yang hanya visual).
2. Televisi membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi.
Gagasan ini menyatakan bahwa jumlah kekerasan di televisi jauh lebih banyak dibandingkan dengan realitas yang sebenarnya, sebagaimana yang ditunjukkan oleh penelitian Kurtz (1998), yang mengemukakan angka statistik menunjukkan penurunan jumlah kejahatan pembunuhan sebesar 20% dalam periode 1993-1996, walaupun pada saat yang sama jumlah film yang bercerita soal pembunuhan melonjak sebesar 721%
3. Pengaruh Televisi bersifat terbatas.
Berdasarkan observasi yang terukur dan independen, pengaruh televisi terhadap individu dan budaya ternyata relatif kecil. Meski begitu, pengaruh itu tetap ada dan signifikan. Gerbner menyatakan bahwa menonton televisi pada umumnya akan menghasilkan pengaruh yang berifat kumulatif dan luas dalam hal bagaimana kita memandang dunia (Morrissan 2010:106).

Definisi di atas menunjukkan bahwa teori kultivasi pada dasarnya menyatakan bahwa para pecandu berat televisi (*heavy viewers*) membangun keyakinan yang berlebihan bahwa “dunia itu menakutkan.” Hal tersebut disebabkan keyakinan mereka bahwa apa yang mereka lihat di televisi, yang cenderung banyak menyajikan acara kekerasan, adalah apa yang mereka yakini terjadi juga dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.7 Kekerasan

Saat ini semakin banyak kekerasan yang dimunculkan dalam berbagai media, seperti halnya kekerasan naratif, agresivitas, kekerasan virtual, pornografi, kekerasan simbolik, dan kekerasan lembut yang manipulatif. Kekerasan memiliki berbagai macam definisi yang dikemukakan oleh beberapa tokoh. Menurut P. Lardellier, kekerasan didefinisikan sebagai “tindakan yang mendasarkan diri pada kekuatan untuk memaksa pihak lain tanpa persetujuan” (Lardellier, 2003 : 18).

Sedangkan menurut S. Jehel :

”Dalam kekerasan terkandung unsur dominasi pihak lain dalam berbagai bentuknya: fisik, verbal, moral, psikologis atau melalui gambar. Penggunaan kekuatan, manipulasi, fitnah, pemberitaan yang tidak benar, pengkondisian yang merugikan, kata-kata yang memojokkan, dan penghinaan merupakan ungkapan nyata kekerasan. Logika kekerasan merupakan logika kematian karena bisa melukai tubuh, melukai secara psikologis, merugikan, dan bisa menjadi ancaman terhadap integritas pribadi” (Jehel, 2003 : 123).

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia, “kekerasan diartikan sebagai sifat atau hal yang keras, kekuatan dan paksaan. Sedangkan paksaan berarti tekanan, desakan yang keras. Jadi kekerasan berarti membawa kekuatan, paksaan dan tekanan” (Poerwadarminta, 1999 : 102). Sedangkan dalam Bahasa Inggris, “kekerasan (*violence*) berarti sebagai suatu serangan/invasi fisik maupun integritas mental psikologis seseorang” (Englander dalam Saraswati, 2006 : 13).

Istilah kekerasan digunakan untuk menggambarkan suatu perilaku, baik terbuka, tertutup, menyerang, maupun bertahan, yang disertai penggunaan kekuatan terhadap orang lain. Kekerasan terbuka adalah kekerasan yang dapat dilihat, misalnya perkelahian, sedangkan kekerasan tertutup adalah kekerasan secara langsung, seperti mengancam. Di sisi lain, adapula istilah kekerasan agresif, yakni kekerasan yang dilakukan tidak untuk perlindungan diri, tetapi dilakukan untuk mendapatkan sesuatu. Sementara itu, kekerasan defensif adalah kekerasan yang dilakukan untuk perlindungan diri (Rasyid, 2013:73).

Ada dua jenis kekerasan menurut Kompas (1993) dalam penelitian Paul Joseph I. R (1996 : 37) yaitu kekerasan verbal dan nonverbal. Kekerasan verbal adalah kekerasan yang berbentuk kata-kata, kategori kekerasan verbal meliputi umpatan, olok-olok, hinaan dan segala perkataan yang menyebabkan lawan bicara tersinggung, emosi dan marah. Sedangkan, kekerasan nonverbal adalah kekerasan melalui bahasa tubuh, tindakan, intonasi dan kecepatan suara.

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa kekerasan itu mudah, maka ia menjadi begitu mudah dan gampang memasuki cara berpikir orang, memanipulasinya, tanpa orang tersebut menyadari bahwa ia telah dimanipulasi. Kenapa kekerasan banyak muncul di media massa, karena kekerasan itu sendiri adalah komoditas yang laku keras di pasaran dan menguntungkan bagi praktisi media. Salah satu alasan yang paling mendasar mengapa kekerasan begitu sulit dilenyapkan adalah, karena kekerasan itu indah dan menciptakan sensasi-sensasi kenikmatan. Kekerasan menghasilkan rasa muak, sekaligus rasa kagum hampir pada saat yang bersamaan. Akibatnya, pemirsa yang menikmati adegan tersebut menjadi tumpul dan hilang kepekaannya terhadap korban kekerasan di dalam adegan, dan mungkin pada akhirnya di dalam realitas sehari-hari.

2.2.7.1 Jenis-jenis Kekerasan

2.2.7.1.1 Kekerasan Fisik

Kekerasan fisik adalah bentuk atau perilaku kekerasan diberikan pada seseorang terhadap orang lain, yang pastinya akan menyakiti dan lebih bersifat pada perusakan fisik seseorang. Seperti perilaku meninju, menoyor, memukul, menendang, mendorong, menampar, membakar, menusuk, membuat tersedak, menyetrum, dan membunuh. Perilaku atau adegan tersebut membuat korban merasa sakit dan bisa berdampak negatif (Rasyid, 2013:94).

2.2.7.1.2 Kekerasan Verbal

Kekerasan verbal yaitu (*verbal violence*) dalam kepustakaan komunikasi dimaknai sebagai bentuk kekerasan yang halus, dilakukan dengan menggunakan kata-kata kasar, jorok, dan menghina. (Rasyid, 2013:95). Atau ucapan yang membuat lawan bicara merasa tersinggung, emosi, marah, dan diinjak-injak.

2.2.7.1.3 Kekerasan nonverbal

Dalam kajian komunikasi, pesan nonverbal adalah isyarat yang bukan kata-kata. Secara garis besar, menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Mulyana, 2010:352) pesan nonverbal dibagi menjadi dua kategori besar yakni, (1) perilaku, yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan dan parabahasa, (2) ruang, waktu dan diam. Jadi, dalam yang dimaksud dalam kekerasan nonverbal di sini merupakan pesan kekerasan yang disampaikan dalam bentuk nonverbal berupa perilaku seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dan intonasi.