

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi telah mencapai suatu tingkat di mana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Teknologi komunikasi mutakhir telah menciptakan apa yang disebut “publik dunia” atau *weltoffentlichkeit*. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi ini, meningkat pula kecemasan tentang efek media massa terhadap khlayaknya.

Dofivat mengingatkan kita tentang kemungkinan di kontrolnya media massa oleh segelintir orang untuk kepentingannya sendiri, sehingga jutaan manusia kehilangan kebebasannya. Walaupun hampir semua orang menyadari efek komunikasi massa, sedikit sekali orang yang memahami gejala komunikasi massa. Akibatnya komunikasi mssa telah dipandang secara ambivalen. Pengutuk menimpakan gejala “dosa” dan kegagalan komunkasi massa, pemuja mengharapkan segala “jasa” dan keberhasilan daripadanya.

Definisi komunikasi massa sendiri banyak sekali salah satunya yang dijabarkan oleh Gerbner, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat. Menurut meletzke komunikasi massa kita artikan setiap bentuk komunikasi yang

menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.

Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Bila sistem komunikasi massa diperbandingkan dengan sistem komunikasi interpersonal, secara teknis kita dapat rakhir menunjukkan empat tanda pokok dari komunikasi massa:

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis.
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta komunikasi.
3. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.
4. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Kemajuan utama dalam teknologi media massa telah terjadi selama dasawarsa terakhir ini yang menjanjikan perubahan bentuk dan kekuatan media massa. Yang pertama di antara terobosan ini adalah televisi kabel yang memungkinkan komunikasi timbal balik antara komunikator dan khalayak dan satelit-satelit komunikasi. Digabung dengan teknologi komputer kita yang semakin maju, prospek-prospek dampak sosial kelihatannya menakutkan tetapi tidak lebih menakutkan mungkin, bila

1 Jalaludin rakhmat, Psikologi komunikasi, (bandung: PT remaja rosdakarya, 2012), hlm. 184-187

dibandingkan dengan prospek-prospek yang di duga karena adanya perubahan komunikasi lainnya, seperti siaran radio dan televisi.

Pemahaman sejarah telah menambah perspektif. Ramalan-ramalan mengenai efek-efek sosial sudah dapat dimengerti, bercampur baur: para peminat secara optimistik melihat ke arah faedah-faedah sosial media baru di masa mendatang: para kritikus memusatkan kerusakan pada kerusakan sosial. Televisi kabel dilihat oleh sebagian orang dapat memecahkan ikatan yang membatsi siaran pada beberapa saluran, dan membuka pintu pada berbagai macam pertunjukan, menyesuaikan program dengan selera minoritas, program lokal, dan kaidah-kaidah lainnya.

Orang-orang pesimis melihat televisi kabel sebagai sesuatu yang berkembang ke dalam serangkaian program-program yang lebih mahal (bagi konsumen) sama seperti program-program yang sekarang tersedia melalui siaran televisi langsung. Mereka meramalkan bahwa televisi kabel akan berkembang menjadi instrumen yang sangat terkontrol untuk propaganda, pengawasan pemerintah terhadap warganya, dan gangguan-gangguan yang bersifat menindas lainnya ke dalam kehidupan pribadi individu, sama dengan yang difiksikan dalam novel George Orwell, 1984. Satelit-satelit dilihat oleh orang optimis sebagai sesuatu yang memungkinkan komunikasi antar orang yang melintasi batas-batas negara, sedangkan orang-orang pesimis melihatnya sebagai alat yang potensial untuk propaganda internasional dan dan invasi kebudayaan.

Rasanya terlalu cepat untuk meramalkan dengan keyakinan penuh apa yang dijanjikan oleh masa mendatang. Mungkin efek-efek sosial teknologi baru, sebagaimana juga teknologi lama, bercampur-baur tak menentu, ada yang baik, ada 2juga yang buruk, ada juga yang tak berarti apa-apa.

Menurut McLuhan, bentuk media saja sudah mempengaruhi kita. Media saja sudah menjadi pesan ia bahkan menolak pengaruh isi pesan sama sekali. Adapun yang mempengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media, tetapi jenis media komunikasi yang kita gunakan interpersonal, media cetak, atau televisi.

Teori McLuhan, disebut teori perpanjangan alat indra, menyatakan bahwa media adalah perluasan dari alat indra manusia: telepon adalah perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Seperti Gatot kaca, yang mampu melihat dan mendengar dari jarak jauh, begitu pula manusia yang menggunakan media massa. McLuhan menulis, “secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. Ini berarti bahwa akibat-akibat personal dan sosial dari media, yakni karena perpanjangan diri kita, timbul karena skala baru yang dimaksudkan pada kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh teknologi baru”. Media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia.

2. Charles R. Wright, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Remadya Karya, 1988).
hlm 206

Efek sosial berkenaan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Sudah diketahui bahwa kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemiliknya. Di pedesaan, televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi sosial yang baru. Pemilik televisi sekarang menjadi pusat jaringan sosial, yang menghimpun di sekitarnya tetangga dan penduduk desa sekitarnya. Televisi telah menjadi sarana untuk menciptakan hubungan *patronclient* yang baru.

Efek ekonomis tidaklah menarik perhatian. Kita mengakui bahwa kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha, produksi, distribusi, dan konsumsi “jasa” media massa. Kehadiran surat kabar berarti menghidupkan pabrik yang mensuplai kertas koran, menyuguhkan pengusaha percetakan dan grafika, memberi pekerjaan pada wartawan, ahli rancang grafis, pengedar, pengecer, pencari iklan, dan sebagainya. Kehadiran televisi disamping menyedot energi listrik, dapat memberi nafkah para juru kamera, juru rias, pengarah acara, dan belasan profesi lainnya.

Steven H Chaffee Menyebut dua efek lagi akibat kehadiran media massa sebagai obyek fisik: Hilangnya perasaan tidak enak dan tumbuhnya perasaan tertentu terhadap media massa. Waktu membicarakan *uses and gratification*, kita telah melihat bagaimana orang menggunakan media untuk menghiangakan perasaan tidak enak, Misalnya, marah, kesepian,

3. Jalaludin rahmat, Psikologi komunikasi, (bandung: PT remaja rosdakarya, 2012), hlm.217-218

kecewa, dan sebagainya. Media dipergunakan tanpa mempersoalkan isi pesan yang disampaikan. Gadis yang kesepian memutar radio tanpa mempersoalkan program yang disiarkan: Pemuda yang kecewa menonton televisi, kadang-kadang tanpa menaruh perhatian pada acara yang disajikan: Orang marah masuk ke gedung bioskop, hanya sekedar untuk menenangkan kembali perasaanya.

Kehadiran media massa bukan saja menghilangkan perasaan, ia pun menumbuhkan perasaan tertentu. Kita memiliki perasaan positif atau negatis pada media tertentu. Di amerika orang melihat kecintaan anak-anak pada televisi, yang ternyata lebih sering menyertai mereka dari pada orang tua mereka. Televisi juga terbukti lebih 4 dipercaya dari pada keduanya itu. Di indonesia, penelitian penulis pada tokoh-tokoh politik membuktikan buku sebagai media terpercaya, di susul radio, dan surat kabar: dan yang paling tidak dipercaya adalah televisi. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada media massa tertentu mungkin erat kaitanya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut: boleh jadi faktor isi pesan mula-mula amat berpengaruh, tetapi kemudian jenis media itu yang diperhatikan, apapun yang disiarkanya.

Apabila Televisi menyebabkan anda lebih mengerti tentang bahasa indonesia yang baik dan benar, maka televisi telah menimbulkan efek prososial kognitif. Bila majalah menyajikan penderitaan rakyat miskin di

4 Jalaludin rakhmat, Psikologi komunikasi, (bandung: PT remaja rosdakarya, 2012), hlm. 220.

pedesaan, dan ahti anda tergerak untuk menolong mereka, media massa telah menghasilkan efek prososial afektif. Bila surat kabar membuka dompet bencana alam, menghimbau anda untuk menyumbang, lalu anda mengirimkan wesel pos ke surat kabar tersebut , maka terjadilah efek prososial behavioral.

Adapun yang kita berikan contoh adalah efek televisi, efek radio, efek surat kabar, majalah, lebih-lebih buku dalam menyebarkan informasi dan menanamkan pengertian telah terbukti, baik dengan penelitina lapangan maupun penelitian historis. Banyak orang memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang bidan yang di minatnya dari berita dan pandangan yang di tampilkan dalam surat kabar. Majalah-malalah terutama majalah khusus yang diterbitkan untuk profesi atau kalanga tertentu, telah menjadi sumber informasi dan rujukan bagi pembcanya. Buku sudah menajdi tempat penyimpanan memori peradaban manusia sepanjang zaman. Pada buku, orang menyimpan pengetahuan, dan dari buku mereka memperoleh pengetahuan. Dalam perkembangan peradaban manusia, dalam5 mewariskan nilai-nilai dan perbendaharan pengetahuan manusia, media massa apa pun telah memberikan kontribusinya.

Pengaruh media massa dapat disimpulkan pada lima prinsip umum:

5 Jalaludin rakhmat, Psikologi komunikasi, (bandung: PT remaja rosdakarya, 2012), hlm. 229.

6. Wawan kuswandi, komunikasi massa, sebuah analisis televisi (Jakarta: PT rineka cipta, 1996), hlm. 1.

1. Pengaruh komunikasi massa di antaranya oleh faktor-faktro seperti predisposisi personal, proses selektif, keanggotaan kelompok.
2. Karena faktor-faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada, walaupun kadang-kadang berfungsi sebagai media pengubah.
3. Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi daripada konversi (perubahan seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.
4. Komunikasi masa cukup efektif dalam mengubah sikap pada bidang-bidang di mana pendapat orang lemah, misalnya pda iklan komersial
5. Komunikasi massa cukup efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus diperteguh.

Dalam globalisasi media massa dan informasi, dunia menyaksikan oeranan telekomunikasi serta media elektronik yang luar biasa, Dunia kian menjadi kosmopolitan dan manusai saling memperngaruhi dalam hal perilaku. Arus globalisasi itu tidak berdri sendiri, melainkan di temani oleh perdagangan (globalisasi pasar) serta perjalanan jauh dengan transportasi udara yang cepat.

Persoalannya adalah, samapai sejauh mana globalisasi media massa telah membangkitkan aspirasi masyarakat di masing-masing negara dan ke arah mana aspirasi tersebut di dorongnya. Pada segi itulah fenomena kemanusiaan yang disebut “dehumanisasi” dan “alienasi”. Dampak atau konsekuensi globalisasi media massa dan informasi adalah terbukanya semua macam saluran komunikasi masyarakat di negara masing-masing. Akibat yang lebih jauh (rentetan akibat) ialah, sulitnya mengendalikan arus nilai-nilai kosmopolit (asing) di suatu negara, khususnya negara-negara yang sedang berkembang. Meskipun globalisasi informasi dan media massa tidak lagi terlalu relevan untuk dipersoalkan dari sudut isu ketipangan arus informasi dan komunikasi dunia (internasional), tetapi muncul masalah, yaitu siapa yang mengontrol dan nilai budaya apa yang dominan di dalam globalisasi media itu.

Melakukan terobosan dari masyarakat agraris menuju masyarakat informasi tanpa melewati masyarakat industri, telah muncul sebagai salah satu alternatif strategi yang dipilih oleh suatu bangsa. Unsur-unsur yang terpenting dalam masyarakat informasi yang juga dinamakan gelombang ketiga (Alvin Toffler) atau revolusi industri II (National Academy of Science) atau masyarakat pasca industri (Daniel Bell), Di antaranya ialah:

1. Komunikasi dan pemrosesan data
2. Penerbangan dan angkasa luar

⁷ Wawan kuswandi, komunikasi massa, sebuah analisis televisi (Jakarta: PT rineka cipta, 1996), hlm. 3.

3. Energi alternatif dan dapat diperbaharui
4. Teknologi biologi dan teknologi genetik.

Meskipun peningkatan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang media telah membuat proses terbentuknya batasan publik dan citra media, namun ternyata kurang mempengaruhi persepsi khalayak. Aspek kompleksitas teknologi terkait, baik citra maupun kenyataannya memang merupakan teknologi tinggi. Beberapa media memiliki definisi yang tegas dibanding lainnya.

Televisi tampaknya telah di asosiasikan dengan pesan (yang berbeda dan selalu di ingat), organisasi (kompleks dan besar), distribusi (sumber universal bagi semua), teknologi tinggi dengan profesi baru (pembuat berita/cerita televisi), bintang televisi serta pembawa acara televisi.

Secara tidak langsung, globalisasi informasi dan komunikasi massa yang berhubungan dengan perangkat-perangkat teknologi tinggi akan membudaya dan tersosialisasi dalam kehidupan masyarakat yang lambat laun berkembang menuju tingkat kemajuan pengetahuan teknologi industrialisasi, khususnya proses interaksi antar manusia dalam berbagai isi pesan yang semakin universal.

Pada hakikatnya, media televisi lahir karena perkembangan teknologi. Bermula dari ditemukannya *electrische teleskop* sebagai perwujudan gagasan seorang mahasiswa dari Berlin (Jerman Timur) yang

bernama Paul Nipkov, untuk mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ke tempat lain. Hal ini terjadi antara tahun 1883-1884. Akhirnya Nipkov diakui sebagai bapak televisi.

Sebagai media massa yang muncul belakangan di banding media cetak, Kotak ajaib ini sendiri lahir setelah adanya beberapa penemuan teknologi, seperti telepon, telegraf, fotografi (yang bergerak dan tidak bergerak) serta rekaman suara. Terlepas dari semua itu, pada kenyataannya televisi kini dapat dibahas secara mendalam baik dari segi isi pesan maupun penggunaannya.

Televisi, yang pada mulanya dipandang sebagai barang mainan atau suatu penemuan serius atau sesuatu yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial, kemudian berperan sebagai alat pelayanan. Pada intinya, televisi lahir dengan memanfaatkan semua media yang sudah ada sebelumnya.

Akibat dari perkembangan teknologi massa televisi, maka akan memberikan pengaruh-pengaruh dalam banyak kehidupan manusia. Pengaruh tersebut bisa dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan pertahanan dan keamanan negara. Dengan teknologi televisi yang ada sekarang ini, batas-batas negara pun tak lagi merupakan hal yang sulit untuk diterjang, malainkan begitu mudah untuk diterobos. Karena itu, bila informasi media televisi dari berbagai belahan dunia tidak terkontrol maka

8 Wawan Kuswandi, komunikasi massa, sebuah analisis televisi (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996), hlm. 5-7.

akan menimbulkan efek yang cukup besar, misalnya penjajahan negara dalam hal informasi.

Globalisasi teknologi televisi memang sulit dihindari dan menurut beberapa pernyataan dari para pakar serta media massa cetak, dengan menghindari globalisasi media massa, televisi justru di anggap ketinggalan zaman. Pendidikan masyarakat yang makin baik, juga diharapkan sebagai penangkal masuknya unsur-unsur negatif dari media televisi. Melihat kenyataan banyaknya berbagai acara maka secara tidak langsung, masyarakat telah terpropaganda dengan media televisi. Dari segi kecepatan liputan berita, televisi sudah jauh meninggalkan surat kabar. Kalau surat kabar menyiarkan berita yang telah lewat, maka televisi dapat menayangkan seketika itu juga.

Komunikasi massa televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi ebsifat periodik. Dalam komunikasi media massa tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan hanya perorangan, melainkan melibatkan banayak orang dengan organisasi yang kompleks ser8ta pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat “transitory” (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut, hanya dapat di

9 Wawan kuswandi, komunikasi massa, sebuah analisis televisi (Jakarta: PT rineka cipta, 1996), hlm. 16.

10. Werner j. Severin-James W. Tankard. Jr, Teori Komunikasi: sejarah, metode,dan terapan di dalam media massa. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, cet 4. 2001), hlm.5.

dengar dan dilihat secara sekilas. Pesan-pesan di televisi bukan hanya di dengar , tetapi juga dilihat dalam gambar yang bergerak.

Perkembangan komunikasi massa media televisi, cukup membawa pengaruh yang besar dala, kehidupan sistem komunikasi massa internasional, khususnya terhadap sistem komunikasi massa media cetak dan radio. Sejak 1949 arah kecenderungan para pemasang iklan semakin berubah, dari siaran yang sifatnya hanya suara, sampai ke siaran yang berupa gambar bergerak dan bersuara.

Sekarang ada televisi baru yang disebut dengan Televisi digital (DTV) memberikan kemungkinan akses ke-1400 sampai dengan 1500 pilihan saluran televisi, beberapa saluran menawarkan informasi dan pelayanan data serta beberapa keistimewaan lain seperti berbelanja secara interaktif. Televisi digital adalah sebuah sistem yang mengirimkan sinyal televisi dalam bentuk *bit* dan bukan sinyal yang bermacam-macam dan yang secara terus-menerus di gunakan oleh sistem televisi lama. Televisi digital juga melibatkan kompresi sinyal televisi dengan teknik yang disebut MPEG-2. Kombinasi dari pengubahan ke dalam format digital dan pemampatan (kompresi) memungkinkan enam saluran televisi bisa di pancarkan sekaligus di angkasa yang dulunya hanya untuk satu saluran.

Sebuah bentuk khusus dari televisi digital, yang disebut televisi dengan ketajaman tinggi (HDTV), menggunakan seluruh kapasitas saluran lama untuk mengirimkan gambar dengan resolusi yang sangat tinggi.

Banyak televisi digital tidak akan menjadi HDTV, tetapi tetap memberikan gambar yang tajam dan dengan kualitas suara lebih bagus dari pada televisi yang kita kenal sekarang. Penerimaan televisi digital menggunakan pesawat televisi baru atau perangkat pendukungnya. Televisi digital juga akan menyediakan box pengendali yang memungkinkan pemirsa berinteraksi dalam berbagai cara. Standart televisi digital telah disetujui pada tanggal 3 april 1997 oleh komisi komunikasi federal. Seluruh stasiun televisi komersial harus menyediakan peranti transmisi digital mulai bulan mei 2003.

Kelebihan utama DTV adalah resolusi gambar yang lebih tinggi, kualitas gambar yang tidak akan menurun karena adanya gangguan, suara yang bagus, peningkatan jumlah stasiun televisi yang bisa di pilih, kemampuna untuk trnsmisi data selain gambar televisi (teks pidato, dan lain-lain), dan interaktivitas yang tinggi oleh pengguna. Salah satu bentuk peningkatan interaktivitas mungkin dalam format-saluran-saluran *video-on-demand* yang mempersilahkan para pengguna untuk memilih film-film untuk dinikmati kapanpun mereka inginkan.

Sampai dengan saat ini, DTV telah dikembangkan sebagai sebuah sistem yang tidak bergantung kepada internet. Beberapa pengamat beranggapan bahwa DTV akan menjadi sarana yang akan lebih banyak di gunakan orang untuk berbelanja, menggunakan jasa perbankan, dan mendapatkan informasi secara interaktif di banding menggunakan internet.

Tujuan akhir dari penyampaian pesan media televisi, bisa menghibur, mendidik, kontrol sosial, menghubungkan atau bisa sebagai bahan informasi. Pengiriman isi pesan melalui komunikasi massa media televisi harus benar-benar menguasai sifat-sifat fisik dan massa dari media massa itu sendiri. Dengan memahami sifat medium yang dipakai maka proses komunikasi akan berjalan dengan efisien dan efektif, sehingga kemungkinan pesan itu sampai kepada massa pun akan semakin besar.

Munculnya media televisi sebagai salah satu alat komunikasi manusia jarak jauh, menandakan bahwa dunia teknologi komunikasi massa yang telah di ciptakan oleh para ahli, memberikan satu fenomena sosial dalam kehidupan manusia dalam tinjauan interaksi dan harmoni sosial.

Terdapat juga banyak kontroversi mengenai dampak televisi, baik secara sosial maupun politik dan tuduhan itu lebih di fokuskan pada persoalan kehadiran media televisi yang telah membuat mental anak-anak menjadi rusak. Bukan tidak mungkin pula, manusia akan terbawa arus teknologi komunikasi massa yang pada akhirnya melepas dan menghulangkan ciri-ciri dan sifat human interest terhadap persoalan masyarakat secara umum. Dalam hal ini, kepentingan individualistik akan lebih menonjol dalam berbagai hal. Hanya orang-orang yang memiliki aset ekonomi dan teknologi komunikasi masslah yang akan dapat menggenggam dunia secara tepat dan menguntungkan bagi perluasan individualistik.

Apa lagi sekarang banyak acara televisi yang menarik sehingga menarik minat untuk menontonnya, salah satu yang menarik minat remaja adalah acara sepak bola di televisi, sekarang banyak stasiun-stasiun televisi yang menayangkan acara sepak bola di televisi, bahkan bukan hanya remaja saja yang menyukainya anak-anak serta orang dewasa pun suka melihat acara sepak bola di televisi, bahkan bukan hanya kaum laki-laki saja, kaum wanita pun juga sekarang banyak yang menyukai acara sepak bola.

Televisi tentunya jeli melihat fenomena ini olahraga yang paling populer di jagat raya ini memiliki peluang bisnis yang menjajikan. Apalagi tak mungkin semua orang bisa melihat langsung di stadion. Televisi adalah sarana lain bagi penggemar sepak bola yang tak bisa menyaksikan langsung tim kesayangannya bertanding di stadion. Dengan maraknya siaran sepak bola di televisi tentunya memberikan banyak pengaruh pada remaja penggemar acara sepak bola, televisipun tidak langsung dapat mengubah gaya hidup seseorang karena tayangan sepak bola.

Informasi sepak bola baik dari dalam dan luar negeri dapat diperoleh dengan mudah di Indonesia, fenomena ini secara tidak langsung berdampak laris manisnya merchandise yang berbau sepak bola tim kesayangan mereka. Dengan makin banyaknya program acara di televisi yang mengangkat tema sepak bola maka tak heran jika olahraga ini semakin digandrungi baik oleh kaum adam maupun kaum hawa.

Apalagi remaja kalau menonton acara sepak bola sampai larut malam dan bahkan tidak tidur demi melihat tim kesynganya bertanding, bahkan terkadang mereka sampai lupa waktu kalau sedang melihat acara sepak bola di televisi, sehingga bisa mengganggu kesehatan remaja tersebut, bahkan ada remaja yang sampai di buat taruhan kalau ada tayangan sepak bola, ini menunjukkan acara sepak bola di televisi belum tentu bisa di konsumsi oleh remaja dengan bijak, sesuatu yang seharusnya menjadikan hiburan malah di jadikan ajang judi bagi remaja.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana gaya Komunikasi interpersonal remaja penggemar tayangan sepak bola di televisi?
2. Faktor apa yang mendukung terciptanya gaya komunikasi interpersonal remaja penggemar tayangan sepak bola di televisi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana gaya berkomunikasi remaja penggemar tayangan sepak bola di televisi.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang mendukung terciptanya gaya komunikasi interpersonal remaja penggemar tayangan sepak bola di televisi?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pemikiran pembaca pada umumnya

dan khususnya bagi mahasiswa yang berkecimpung dalam bidang komunikasi tentang cara berkomunikasi remaja penggemar acara sepak bola di televisi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi orang tua hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif berkenaan dengan upaya untuk mengurangi dampak negatif dari remaja penggemar sepak bola sehingga apa yang mereka lakukan bisa di konsumsi dengan baik

b. Bagi remaja hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi tentang permasalahan yang berkaitan dengan perkembangan dirinya, yang khususnya bisa melihat acara sepak bola tersebut dengan bijak dan di jadikan hiburan yang menguntungkan bagi remaja tersebut.

E. Kajian Hasil penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Jenis karya	Tahun	Metode	Hasil Temuan	Tujuan	Perbedaan
Eka Rochma wanti	Komunikasi interpersonal tenaga medis dan pasien (Study pada puskesmas balong sari kec, tandes serabaya	Skripsi	2012	Kualitatif	1.Untuk memulai suatu proses komunikasi dokter dan perawat di puskesmas balongsari dokter maupun	1.untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi interpersonal antara tenaga medis dan	Perbedaanya terletak pada apa yang diteliti, menunjukkan an yang diteliti anatar

					perawat membuka komunikasi, awalnya berbicara ringan sampai masalah kesehatan pasien. 2.seorang tenaga medis ketika menyampaikan pesan kepada pasien akan menformulasikan isi keperluannya berupa kata-kata atau simbol-simbol sehingga dokter ataupun perawat merasa yakin dengan pesan yang disampaikan oleh pasien	pasien dalam memberikan pelayanan kesehatan di puskesmas balongsari surabaya. 2.Untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat keberhasilan komunikasi interpersonal tenaga medis dengan pasien di puskesmas balongsari surabaya	para anggota medis dan pasienx sedangkan penelitian ini meneliti remaja penggemar sepak bola, bagaimana gaya berkomunikasi kasinya.
Nur Mushob	Komunikasi interpersonal	Skripsi	2012	Deskriptif kualitatif	1.komunikasi interpersonal	1.Untuk mengetahui	Di sini perbedaan

ahah	orang tua dengan anak mengenai perilaku islami			orang tua dengan anak berupa komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. 2. Perilaku islam sudah di terapkan sejak dini, dengan didikan orang tua yang berbeda-beda sangat beragam karena pola asuh dan faktor- faktor lingkungan di keluarga masing-masing	komunikasi interpersona 1 orang tua dan anak desa campurejo kec, paceng kab gresik. 2. Untuk mengetahui perilaku islam orang tua dengan anak di desa campurejo kec paceng, kab gresik	terletak pada fokus penelitiannya, karena fokus penelitian di sini komunikasi interperson al anak dengan orang tua
------	---	--	--	--	---	---

F. Definisi Konsep

konsep adalah Generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.

Kebanyakan konsep dalam pengertian sehari-hari digunakan untuk

menjelaskan dan meramalkan, tetapi dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian. Adapun definisi konsep dari penelitian ini adalah Penggemar Sepak Bola, komunikasi interpersonal, dan Remaja.

Definisi Konsep khusus meliputi:

1. Penggemar Sepak Bola

Penggemar adalah.Sesuatu yang kita sukai dalam arti menggemari sesuatu. Seperti penggemar musik,sepak bola, dll Sepak bola sendiri adalah Salah satu olahraga yang sangat populer di dunia, dalam pertandingan, olahraga ini dimainkan oleh dua kelompok berlawanan yang masing-masing berjuang untuk memasukkan bola ke gawang kelompok lawan. Masing-masing kelompok tersebut juga dinamakan kesebelasan.

2. Remaja

Remaja adalah suatu masa yang antara lain di tandai oleh sifat-sifat yang idealis, romantis berkhayal, berharapan tinggi, dan berkeyakinan. Tetapi ada istilah lain dalam istilah remaja ini antaranya puber dan adolescentia. Sebutan puber berasal dari pubertas, dari bahasa latin, Pubertas berarti kelaki lakian dan menunjukkan kedewasaan yang dilandasi oleh sifat-sifat kelakian dan di tandai oleh kematangan fisik puber berasal dari akar kata “pubes”, berarti rambut-rambut kemaluan, yang

menandakan kematangan fisik. Yakni dari usia 12 tahun samapi 15 tahun.

Istilah *adolescentia* juga berasal dari bahasa latin, *adolescentia* berbeda dengan pengertian pubertas yang berkaitan dengan tercapainya tanda kematangan fisik, *adolescentia* dikaitkan dengan masa yang berbeda-beda.

Dari kepustakaan belanda dapat disimpulkan bahwa *adolescentia* dimulai sesudah tercapainya kematangan seksual secara biologis, sesudah pubertas. Jadi *adolescentia* adalah masa perkembangan sesudah masa pubertas, yakni antara 17 tahun dan 22 tahun, tetapi dari kepustakaan berbahasa inggris menunjukkan masa peralihan dengan semua perubahan psikis, yakni antara umur 12 tahun dan 22 tahun.

Menurut tokoh psikologi F neidhart masa *adloescentia* sebagai masa peralihan di tinjau dari kedudukan ketergantungan dalam keluarga menuju ke kehidupan dengan kedudukan “mandiri”.

Definisi Konsep Umum:

3. Komunikasi Interpersonal

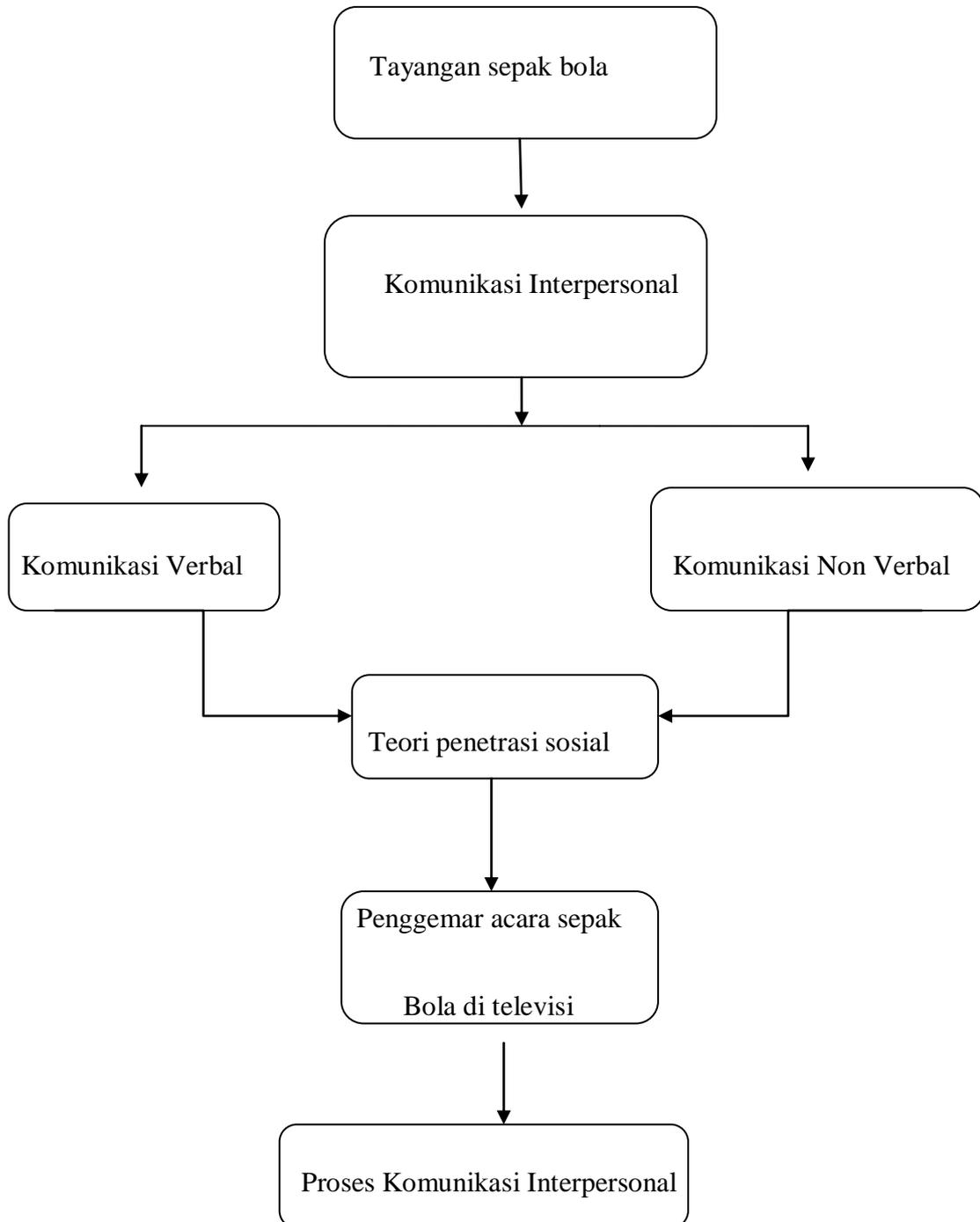
Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal komunikasi interpersonal ini

12. Singgih D Gunarsa, Yulia Singgih D Gunarsa, Psikologi perkembangan Anak dan Remaja (jakarta:Gunung Mulia, 2003), hlm. 201.

adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya.

Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya. Jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

G. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan 1.1 : Kerangka pikir peneliti

Tayangan sepak bola di televisi sekarang sudah menjadi tontonan setiap hari di akhir pekan, bahkan di tengah pekan juga ada tayangan sepak bola. Apalagi di zaman sekarang banyak remaja yang suka melihat acara sepak bola di televisi bahkan sampai lupa waktu kalau melihat sepak bola dan bahkan acara sepak bola tersebut di jadikan ajang judi oleh remaja tersebut. Disini menarik minat peneliti untuk meneliti remaja penggemar acara sepak bola di televisi. Bagaimana komunikasi mereka dengan para penggemar acara sepak bola di televisi yang bisa di nilai dalam konteks komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal merupakan bentuk proses komunikasi yang berkelanjutan dari masing-masing pihak untuk mencari apa yang ingin dicari, misalnya mulai dari sebatas tahu, akhirnya mengetahui, dan berlanjut pada tingkat pemahaman yang pada akhirnya berlabu pada saling memahami. Semua ini berawal dari adanya hubungan komunikasi interpersonal diantara kedua bela pihak yang saling membutuhkan, mulai dari berkomunikasi secara *Verbal* dan juga *Non Verbal*.

Dalam penelitian ini yang membahas komunikasi interpersonal peneliti menggunakan teori penetrasi sosial. Teori penetrasi sosial di kembangkan oleh irwin Altman dan Dalmas Taylor. Secara garis besar, teori ini merupakan ide bahwa hubungan menjadi lebih akrab seiring waktu ketika partner

memberitahukan semakin banyak informasi mengenai mereka sendiri. Selanjutnya, social Penetration merupakan proses peningkatan disclosure dan keakraban..

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bisa di definisikan sebagai suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif sendiri lahir dan berkembang biak dari tradisi (*main stream*) ilmu-ilmu sosial Jerman yang sarat diwarnai pemikiran ala filsafat Platonik sebagaimana yang kental tercermin pada pemikiran Kant maupun Hegel. Ia kental diwarnai oleh aliran filsafat idealisme, rasionalisme, humanisme, fenomenologisme, dan interpretivisme. Dari sinilah berkembang ilmu sosial interpretivisme yang mengunggulkan pendekatan penelitian kualitatif sebagai satu-satunya cara handal dan relevan untuk bisa memahami fenomena sosial (tindakan manusia).

Sedangkan untuk jenis penelitiannya adalah penelitian deskriptif yaitu salah satu pendekatan yang digunakan untuk membedah fenomena yang di amati di lapangan oleh peneliti.

13. Muhammad Budyatna, Leila Mona Ganiem, Teori Komunikasi Antar Pribadi, (Jakarta, Kencana, 2011), hlm. 225.

Penelitian deskriptif kualitatif ini merupakan metode penelitian yang menggambarkan temuan variabel di lapangan yang tidak memerlukan skala hipotesis,

Sedangkan jenis pendekatannya adalah jenis pendekatan *study kasus*, adalah Penelitian studi kasus adalah studi yang mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci, memiliki pengambilan data yang mendalam, dan menyertakan berbagai sumber informasi. Penelitian ini dibatasi oleh waktu dan tempat, dan kasus yang dipelajari berupa program, peristiwa, aktivitas, atau individu.

2. Subyek, Obyek dan lokasi penelitian

Subyek

a. Remaja

Remaja penggemar sepak bola di desa candi sidoarjo. Penggemar yang dilakukakan anak ini adalah selalu melihat pertandingan sepak bola yang di siarkan di televisi, bahkan terkakadang dalam pertandingan sepak bola sampai di buat taruhan . Remaja dalam penelitian ini antara umur 12 tahun sampai 22 tahun, Remaja ini bernama venta, iqbal,dll.

Obyek

a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal remaja penggemar sepak bola tersebut bagaimana berkomunikasi apabila saling bertemu. Dan dalam pertemuan dengan anak para pecandu memungkinkan bagi setiap partisipannya menangkap reaksi lawan baik secara langsung, baik verbal maupun non verbal

Lokasi penelitian.

b. Desa Candi Sidoarjo

3. Jenis dan sumber data

a. Jenis data

➤ Data primer

Data primer yaitu Data yang kita kumpulkan langsung dari sumber yang mau diteliti serta fokus untuk mencari informasi tentang sumber tersebut, yaitu remaja penggemar sepak bola di desa candi

➤ Data sekunder

Data sekunder yaitu Data pelengkap dari pada data primer, apabila data peneliti kesulitan memperoleh data dari sumber data primer atau datanya dirasa kurang pas maka di harapkan data sekunder bisa berperan membantu mengungkap data yang diharapkan.

➤ Sumber data

Informan adalah anak yang benar-benar tahu dan terlibat dalam subyek penelitian tersebut, peneliti

memastikan dan memutuskan siapa orang yang dapat memberikan informasi yang relevan yang dapat membantu menjawab pertanyaan peneliti.

4. Tahap-tahap penelitian

a. Tahap pra lapangan

➤ Menyusun rancangan penelitian

Peneliti membuat rumusan masalah yang akan dijadikan obyek penelitian, kemudian membuat usulan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian sebelum melakukan penelitian hingga membuat proposal penelitian.

➤ Memilih lapangan penelitian

Penentuan dalam memilih penelitian lapangan adalah dengan cara mempertimbangkan teori apakah yang sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan. Berdasarkan pertimbangan peneliti memilih penelitian lapangan di desa candi sidoarjo sebagai obyek atau lokasi penelitian karena terdapat remaja yang gemar melihat acara sepak bola di televisi

➤ Menjajaki dan menilai lapangan

Peneliti langsung terjun kelapangan untuk mewawancarai orang-orang yang terkait agar

mengetahui langkah selanjutnya yang menjadi keputusan peneliti selanjutnya.

➤ Menyiapkan perlengkapan

Peneliti hendaknya menyiapkan tidak hanya perlengkapan fisik, tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan. Sebelum peneliti melakukan penelitian, Peneliti juga harus menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan ketika melakukan wawancara agar validitas data akurat, seperti: *blocknote*, *ball point*, *tape recorder*, *kertas* dan sebagainya. Agar hasil wawancara tercatat dengan baik (jika catatan hilang, masih ada rekaman) sehingga karyanya dapat di dokumentasikan.

b. Tahap lapangan

Di sini peneliti lebih fokus pada pencarian dan proses pengumpulan data di lapangan, serta menulis apa yang di dapatkan penelit selama di lapangan, supaya lebih paham dan ingat akan data-data yang diperoleh.

c. Tahap analisis data

Pada tahap ini, peneliti mulai menelaah seluruh data yang terkumpul seperti hasil wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dokumentasi dan data lain dan menyajikan data dengan cara mendiskripsikan masalah tersebut.

d. Tahap penulisan laporan

Tahap dimana peneliti menuangkan hasil dari penelitian ke dalam suatu laporan. Tahap ini adalah tahap akhir dari seluruh prosedur penelitian, dan penulisan laporan ditulis sesuai dengan fakta yang ada dilapangan. Mulai dari rumusan masalah sampai analisi data semuanya harus sesuai dengan lapangan.

5. Teknik pengumpulan data

➤ Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

Dalam teknik ini, peneliti mewawancarai remaja tersebut untuk mencari informasi kenapa mereka suka dan gemar menonton acara sepak bola di televisi, hal ini sangat di perlukan karena supaya seorang peneliti tahu alasan remaja tersebut gemar penonton acara sepak bola di televisi,

apabila hal ini tidak dilakukan maka peneliti akan kesulitan untuk mencari informasi terhadap kejadian tersebut.

➤ Teknik Observasi

Observasi merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam teknik ini peneliti melakukan penelitian kepada remaja yang gemar menonton acara sepak bola di televisi.

Hal ini juga sangat diperlukan karena kita bisa mengetahui reaksi remaja tersebut saat melihat acara sepak bola.

➤ Teknik Perekaman dan Pencatatan Data

Yang dimaksud dengan perekaman dalam konteks ini adalah kegiatan pengumpulan data/informasi dengan menggunakan alat perekam. Alat perekam banyak macamnya, bias berupa camera, video, film, tape recorder dan sebagainya. Dengan bantuan alat perekaman diperoleh data berbentuk gambar, suara yang juga merupakan bukti data yang sangat penting artinya bagi kelengkapan

informasi yang diperoleh. Dalam teknik ini juga dilakukan karena bisa menunjukkan apa yang kita teliti tersebut benar-benar terjadi serta data yang kita cari tentang gaya berkomunikasi dengan temanya bisa di buktikan adanya.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan upaya untuk memahami makna di balik data yang tampak. Setiap ucapan dan tindakan orang memiliki makna tertentu untuk mencari makna dari setiap perbuatan diperlukan data yang dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

7. Teknik Keabsahan Data

Dalam hal ini peneliti sebagai instrumennya langsung menganalisa data di lapangan untuk menghindari kesalahankesalahan, Maka teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini seperti yang di rumuskan ada tiga macam, antara lain:

1. Memperpanjang opservasi

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian.

14. Iskandar wirjokusumo, soemardji Ansori. *Metode Penelitian Kualitatif*, (unesa University Press, 2009), hlm. 9-20

15. Burhan Bungin. *Metode penelitian Kualitatif*, (Jakarta, PT Raja Grafinda Persada, 2006), hlm. 45.

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai, jika hal itu dilakukan maka akan Membatasi gangguan dari dampak peneliti pada konteks.serta membatasi kekeliruan peneliti, dan mengompensasikan pengaruh dari kejadian – kejadian yang tidak biasa atau pengaruh sesaat.

2. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri kepada hal-hal tersebut secara rinci.

Dalam konteks ini peneliti melakukan pengamatan terlebih dahulu secara tekun dalam upaya menggali data atau informasi untuk dijadikan obyek penelitian sehingga apa yang di teliti benar jelas adanya.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik mengecek kebenaran data dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian di lapangan. Trianggulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan sumber dan metode, artinya peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

Trianggulasi data dengan sumber ini antara lain dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan dan key informan. Trianggulasi data dilakukan dengan cara:

- a. membandingkan hasil pengamatan pertama dengan pengamatan berikutnya.
- b. membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- c. Membandingkan data hasil wawancara pertama dengan hasil wawancara berikutnya.

Penekanan dari hasil perbandingan ini bukan masalah kesamaan pendapat, pandangan, pikiran semata-mata. Tetapi lebih penting lagi adalah bisa mengetahui alasan-alasan terjadinya perbedaan..

I. Sistematika Pembahasan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Merupakan Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, yang berisikan alasan atau permasalahan yang mendasari penulisan skripsi, perumusan masalah, metode penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, definisi konsep, serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang kajian pustaka dan kajian teoritik yang berkaitan dengan komunikasi *interpersonal*, dengan menggunakan Teori penetrasi sosial (*Theory of Social Penetration*). Teori ini dicetuskan oleh Altman dan Taylor, mereka mengemukakan bahwa teori ini yaitu proses di mana orang saling mengenal satu sama lainnya..

BAB III : PENYAJIAN DATA:

Dalam bab ini, menegaskan beberapa deskripsi subjek penelitian, objek penelitian dan lokasi penelitian. Dalam bab ini peneliti juga menunjukkan hasil wawancara dengan remaja penggemar acara sepak bola di televisi tersebut.

BAB IV : ANALISIS DATA

Analisis data yaitu tahap dimana peneliti mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Dalam bab ini mencakup tentang temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bagian penutup, bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi.

J. Jadwal Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu Penelitian											
		April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
01.	Observasi Awal	X											
02.	Pembuatan Proposal		x										
03.	Pra lapangan (pengurusan surat izin)			X									
04.	Penelitian (pengumpulan data)				X	X	X	x	x	x			
05.	Analisis Data				X	X	X	x	x	x			
06.	Laporan										x	X	x