

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Pribadi

a. Pengertian Komunikasi Pribadi

Onong Uchjana Effendy mendefinisikan pengertian komunikasi pribadi (personal communication) adalah “komunikasi seputar diri seseorang, baik dalam fungsinya sebagai komunikator maupun sebagai komunikan.”¹² Tatanan komunikasi ini terdiri dari komunikasi intrapribadi dan komunikasi antar pribadi.

b. Komunikasi Intrapribadi

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi intrapribadi adalah “komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang tersebut berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berbicara pada dirinya dan dijawab oleh dirinya sendiri.”¹³

Di saat seseorang sedang berbicara kepada dirinya sendiri, sedang melakukan perenungan, dan penilaian, pada diri sendiri terjadi proses neuro-fisiologis yang membentuk landasan bagi tanggapan motivasi, dan komunikasi dengan orang-orang atau faktor-faktor dari lingkungan.

¹² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 57

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 57

Menurut Ronald L. Applbaum mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai :

“Komunikasi yang berlangsung di dalam diri kita ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri kita sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita.”¹⁴

Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Penting bagi seseorang untuk bisa mengenal diri sendiri sehingga dapat berfungsi secara bebas di masyarakat. Belajar mengenal diri sendiri berarti belajar bagaimana berpikir dan merasa dan bagaimana mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungan. Oleh karena itu untuk mengenal diri pribadi, seseorang harus memahami komunikasi intrapribadi.

Dalam bukunya *Speech-Interpersonal Communication*, G. Wiseman dan L.Barker sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana Effendy:

Proses kegiatan yang terjadi dalam diri seorang komunikator, yang katanya digerakkan oleh perangsang internal dan perangsang eksternal. Perangsang internal menunjukkan situasi psikologis atau fisiologis, misalnya lapar atau gelisah. Perangsang eksternal datang dari lingkungan sekitar komunikator, baik secara terbuka dan sengaja (misalnya melihat lampu lalu lintas). Atau secara tertutup dan tidak disadari (misalnya, latar belakang musik dalam tayangan film).”¹⁵

¹⁴ Ronald L. Applbaum, *Fundamental concept in human communication* (New York : university president,1973) hlm. 13

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu,Teori,dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006) ,hlm. 58

Perangsang-perangsang internal dan eksternal itu diterima oleh organisme sebagai getaran-getaran syaraf yang disampaikan kepada otak dan ini pada gilirannya memutuskan perangsang mana yang diperhatikan dan diperkirakan proses pengambilan keputusan tersebut dinamakan diskriminasi (*discrimination*). Perangsang-perangsang yang dipilih pada tahap diskriminasi itu kemudian dikelompokkan lagi, yaitu ditata menjadi beberapa susunan yang bermakna bagi komunikator.

Sekali terkelompokkan, perangsang-perangsang yang didiskriminasikan disandi balik ke dalam lambang (*symbol decoded*) diubah menjadi lambang-lambang pikiran di dalam diri komunikator, suatu tahap yang diperlukan jika perangsang akan diberi makna. Setelah penyandibalikan (*decoding*), proses bergerak menuju tahap ideasi (*ideation*) pemikiran, perencanaan, pengorganisasian pikiran. Di sini lambang-lambang yang datang dihubungkan dengan pengetahuan dan pengalaman terdahulu, maka terumuskan pesan yang direncanakan komunikator untuk dilontarkan. Tahap ini diikuti oleh inkubasi (*incubation*), apabila ide-ide bagaikan menetes menjadi bentuk-bentuk tertentu.

Pada titik ini lambang-lambang pikiran siap untuk disandi (*encoded*) diubah menjadi kata atau kial (*gesture*) yang bermakna. Pada tahap transmisi (*transmission*) yang terakhir, lambang-lambang kata dan kial yang disandi, secara fisik dipancarkan, dalam bentuk ucapan, tulisan

dan lain-lain, yang dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan yang dituju.

Seperti ditegaskan tadi bagi seorang komunikator melakukan komunikasi intrapersonal amat penting sebelum ia berkomunikasi dengan orang lain, lebih-lebih jika komunikasinya bersifat vertical ke atas (*upward vertical communication*), kalau seseorang berkehendak mengubah perilaku atasan atau orang yang statusnya lebih tinggi. Dengan terlebih dahulu di dalam diri pribadi memformulasikan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, komunikasi akan efektif sesuai dengan tujuan.

Komunikasi intrapersonal mempunyai empat tahap yaitu sensasi, persepsi, memori dan berpikir :

1) **Sensasi**

Tahap paling awal dalam penerimaan informasi adalah sensasi. Sensasi berasal dari kata “sense”, artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Bila alat-alat indra mengubah informasi menjadi impuls-impuls syaraf dengan bahasa yang dipahami oleh komputer otak maka terjadilah proses sensasi.

Menurut Dennis Coon sebagaimana yang dikutip oleh Jallaluddin Rakhmat dalam buku *Psikologi Komunikasi* :

“Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra”.¹⁶

¹⁶ Jallaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005) hlm. 49

Apapun definisi sensasi, fungsi alat indra dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Melalui alat indra, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat indralah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya. Tanpa alat indra manusia sama, bahkan mungkin lebih dari rumput-rumputan, karena rumput dapat juga mengindra cahaya dan humiditas.

Alat indra dapat dikelompokkan menjadi tiga, indra penerima, sesuai dengan sumber informasi. Sumber informasi boleh berasal dari dunia luar (eksternal) atau dari dalam diri individu sendiri (internal). Informasi dari luar indra oleh *eksteroseptor* (misalnya, telinga atau mata). Informasi dari dalam indra oleh *interoseptor* (misalnya, sistem peredaran darah). Selain itu, gerakan tubuh sendiri diindra oleh *proprioseptor* (misalnya, organ vestibular).

Sensasi selain ditentukan oleh faktor situasional seperti yang telah disebutkan di atas, sensasi juga dipengaruhi oleh faktor personal, seperti perbedaan pengalaman atau lingkungan budaya.

2) Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna

informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.

Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi adalah faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut sebagai factor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.

Faktor-faktor structural yang menentukan persepsi adalah faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system saraf individu.

Bila seseorang mempersepsi sesuatu, persepsinya sebagai suatu keseluruhan. Jangan melihat bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya. Menurut Kohler, jika ingin memahami suatu peristiwa, seseorang tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah, tetapi harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan. Untuk memahami seseorang, harus melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya, dalam masalah yang dihadapinya.

3) Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi (dengan menyediakan kerangka rujukan) maupun berpikir.

Memori adalah system yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan

pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Setiap saat stimuli mengenai indra, setiap saat pula stimuli itu direkam secara sadar atau tidak sadar.

4) Berpikir

Proses keempat yang mempengaruhi penafsiran terhadap stimuli adalah berpikir. Dalam berpikir seseorang melibatkan semua proses sensasi, persepsi dan memori. Berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa.

Berpikir dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan dan menghasilkan yang baru. Memahami realitas berarti menarik kesimpulan, meneliti berbagai kemungkinan penjelasan dari realitas eksternal dan internal. Sehingga dengan singkat, Anita Taylor et.al. mendefinisikan berpikir sebagai proses penarikan kesimpulan.

2. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.

b. Media Massa

Media massa menurut Husain Junus dan Aripin, “merupakan sarana atau saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan

berita dan pesan kepada masyarakat luas. Sarana komunikasi itu bisa berupa surat kabar, majalah, buku, radio, dan juga televisi.”¹⁷

c. Bentuk Media Massa

Husain Junus dan Aripin Banasuru, “menyatakan bahwa media massa terdiri atas dua, yakni media massa cetak dan media massa elektronik.”¹⁸ Media massa cetak adalah media massa yang mempergunakan alat percetakan sebagai mediumnya, misalnya buku, majalah, surat kabar, brosur, dan lain-lain yang sejenisnya. Sedangkan media massa elektronik adalah media massa yang mempergunakan alat elektronik sebagai mediumnya, misalnya radio, televisi, film, telepon, dan lain sebagainya.

d. Fungsi Dan Peranan Media Massa

Dalam sebuah proses komunikasi, media massa hanya berjalan satu arah saja (*One Way Communication*), artinya, penerima pesan (komunikant) tidak dapat berhubungan langsung dengan pengirim pesan (komunikator).

Menurut pakar komunikasi Dr. Harold Laswell sebagaimana dikutip oleh Darwanto Sastro Subroto, media massa mempunyai 3 fungsi:

- 1) *The Surveillance Of The Environment*. Artinya, bahwa media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan dan selalu akan memberikan informasi atas hal-hal yang tidak dapat terjangkau oleh khalayaknya
- 2) *The Correlation of the parts of society in responding to the environment*. Artinya, media massa lebih menekankan pada pemilihan, penilaian, penafsiran tentang apa yang patut

¹⁷ Husain Junus dan Aripin Banasuru, *Seputar Jurnalistik*, (Solo : C.V. Aneka, 1996) hlm.28

¹⁸ *Ibid.* hlm.28

disampaikan pada khalayak. Dengan demikian, media massa bertindak sebagai “Gate Keeper” dari arus informasi.

- 3) *The transmission of the social heritage from generation to generation*. Artinya, media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi ke generasi berikutnya atau dengan kata lain media massa berfungsi sebagai media pendidikan.¹⁹

Darwanto juga mengutip Charles R’Wright yang mengetengahkan pendapatnya tentang fungsi media massa antara lain bahwa:

“Communication act primarily intended for amusement irrespectively of any instrument effects they might have”

Artinya, bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media hiburan.

Willbur Schramm menyatakan pula bahwa fungsi media massa dapat dimanfaatkan sebagai *“To sell goods for us”* artinya bahwa media massa dapat dimanfaatkan sebagai ajang promosi.²⁰

Jadi, dapat disimpulkan bahwa fungsi media massa adalah sebagai media penerangan, sebagai media pendidikan, sebagai media hiburan, dan sebagai media promosi.

3. Televisi Sebagai Media Massa

a. Pengertian Televisi Sebagai Media Massa

Morissan menyatakan, “televisi saat ini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan waktu yang digunakan untuk ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka.”²¹

Televisi memperlihatkan bagaimanapun kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana ingin menjalani hidup ini.

¹⁹ Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm. 15-16

²⁰ *Ibid.*, hlm. 17

²¹ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.1

Bagi Darwanto, “Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, dunia kini dirasakan semakin sempit, karena dalam beberapa saat saja seseorang dapat berhubungan dengan orang lain, walaupun di belahan bumi yang berbeda.”²² Berkembangnya teknologi diiringi pula dengan berkembangnya media massa termasuk televisi.

b. Fungsi Televisi Sebagai Media Massa

Onong Uchjana Effendi menyebutkan beberapa fungsi televisi yakni:

1) Fungsi Penerangan

Masyarakat yang menaruh perhatian besar kepada televisi siaran menganggap bahwa media mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yang terdapat pada media massa audio visual itu, pertama faktor “*immediacy*” dan kedua faktor “*realism*”. *Immediacy* mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa saat peristiwa itu berlangsung. *Realism* mengandung makna kenyataan. Artinya, stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan. Jadi, pemirsa melihat sendiri dan mendengar sendiri.

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana penerangan, stasiun televisi selain menyiarkan informasi dalam

²² Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm. 13

bentuk siaran pandangan mata, atau berita yang dibacakan penyiar, dilengkapi gambarr-gambar yang sudah tentu faktual. Juga diskusi panel, penceramah, komentar, dan lain-lain, yang kesemuanya realistik.

2) Fungsi Pendidikan

Sebagai media komunikasi massa televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat.

3) Fungsi Hiburan

Di kebanyakan Negara, terutama yang masyarakatnya bersifat agraris, fungsi hiburan begitu dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran diisi acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti, oleh karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati oleh khalayak.²³

c. Sifat dan Karakteristik Media Televisi

Morissan menyatakan “bahwa media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah.”²⁴ Upaya menyampaikan informasi baik melalui cetak, audio, dan audiovisual masing-masing memiliki

²³ Onong Uchjana Effendi, *Televisi Siaran Teori dan Praktek* (Bandung: Mandar Maju,, 1993), hlm. 24-26

²⁴ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.3

kelebihan tetapi juga kelemahan. Penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis, seperti terlihat pada penjelasan dibawah ini:

Tabel 2.1. Jenis Media dan Sifatnya

Jenis Media	Sifat
Cetak	1) Dapat dibaca dimana dan kapan saja 2) Dapat dibaca berulang-ulang 3) Daya rangsang rendah 4) Biaya relatif rendah 5) Daya jangkau terbatas
Audio	1) Dapat didengar bila siaran 2) Daya rangsang rendah 3) Biaya relatif murah 4) Daya jangkau luas
Audiovisual	2. Dapat didengar dan dilihat bila ada siaran 3. Daya rangsang sangat tinggi 4. Biaya mahal 5. Daya jangkau luas

Morissan menyebutkan “bahwa televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tapi tidak menguasai waktu, sementara media cetak menguasai waktu tapi tidak menguasai ruang.”²⁵ Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Media cetak untuk sampai kepada pembacanya memerlukan waktu (tidak menguasai ruang) tetapi dapat dibaca kapan saja dan dapat diulang-ulang (menguasai waktu).

²⁵ *Ibid.*. hlm. 4-6

Siaran televisi sesuai dengan sifatnya yang dapat diikuti secara audio dan visual (suara dan gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, maka suatu siaran televisi tidak dapat memuaskan semua lapisan masyarakat. Siaran televisi dapat membuat kagum dan memukau penontonnya, tetapi sebaliknya siaran televisi dapat membuat jengkel dan rasa tidak puas penonton. Suatu program acara mungkin disukai oleh kelompok masyarakat terdidik namun program acara itu akan ditinggalkan kelompok masyarakat lainnya. Untuk itu pengelola televisi harus tahu siapa-siapa pemirsanya dan apa kebutuhannya? Beberapa stasiun televisi di Indonesia saat ini memiliki target kelompok pemirsa tertentu.

Sebagaimana dikatakan Darwanto, saat Anda menonton final pertandingan bulutangkis antara Susi Susanti melawan pemain dari Korea Selatan, untuk memperebutkan medali emas Olimpiade Barcelona dan ternyata untuk pertama kalinya Indonesia memasuki dunia keemasan tingkat olimpiade, melalui perjuangan Susi Susanti tadi dan peristiwa ini diketahui pula oleh seluruh penonton di seluruh belahan bumi. Dari peristiwa tersebut, penonton dapat mengetahui kejadian aktual, dimana peristiwa atau kejadiannya terjadi bersamaan waktunya dengan saat menonton, disamping itu para penonton diseluruh belahan bumi mendapatkan informasi yang sama. Hal ini berarti bahwa televisi mampu

menghadirkan sesuatu yang aktual dan secara serempak dapat diterima oleh khalayak penontonnya.²⁶

Darwanto menyebutkan, “televise telah membuat suatu loncatan panjang, dimana hasilnya langsung terus dapat dilihat apa yang terjadi sekarang, demikian pula dapat didengar apa yang dibicarakan sekarang.”²⁷ Televisi merupakan suatu sistem yang luar biasa besarnya dimana kamera dan mikropon mempunyai peranan yang menentukan bagi daya tarik mata dan telinga, sedangkan video kabel yang akan membawa sinyal agar dapat menyentuh sistem saraf.

Media audio visual merupakan media yang memberikan informasi terbesar bila dibandingkan dengan informasi yang diberikan melalui media lainnya. Televisi tidak hanya bersifat visual saja, tetapi juga memberikan informasi melalui suara, meskipun unsur-unsur visual atau gambar sangat dominan dalam menentukan keberhasilan informasi yang diberikan. Sebab suara sifatnya hanya sebagai pendukung, dalam arti memberikan tambahan informasi yang belum ada didalam gambar tadi. Hal tersebut menyebabkan apabila seseorang melihat pada layar televisi, akan merasakan ada sesuatu yang baru, sebab penonton tadi hampir tidak dapat membedakan mana yang pernah dilihat melalui layar tadi, atau dapat dikatakan mereka hampir membedakan pengalaman yang telah dimiliki. Ini berarti bahwa media audio visual dapat memberikan pengalaman-pengalaman sesuai dengan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya (*simulated experience*)

²⁶ Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm. 3

²⁷ *Ibid.*, hlm. 3-6

d. Siaran Televisi

Darwanto menyebutkan, “televise adalah salah satu bentuk media massa elektronik, dan setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan seperti film, musik, kuis, *talk show*, dan sebagainya.”²⁸

Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Pancaran sinyal ini diterima oleh antena televisi untuk kemudian diubah kembali menjadi gambar dan suara. Siaran televisi dapat memberikan khalayak penonton mengenai pengalaman-pengalaman sesuai dengan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya (*Simulated Experience*) tentang:

- a. Melihat sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya
- b. Berjumpa dengan seseorang yang sebelumnya belum pernah dijumpai
- c. Datang ke suatu tempat yang belum pernah dikunjungi

Hal ini berarti bahwa siaran televisi mampu membuat perasaan khalayak terlibat kedalam pengalaman yang aktual. Didalam kehidupan sehari-hari khalayak banyak mengalami berbagai pengalaman tertentu, sebagai akibat terintegrasinya kelima indera yang mereka miliki, tetapi apabila mereka menonton media audio visual, mereka akan mendapatkan tambahan 10% dari informasi yang pernah mereka peroleh sebelumnya. Dan justru *simulated experience* yang diperoleh dengan jalan demikian,

²⁸ *Ibid.*. hlm. 7-9

justru yang sering memberikan kesan mendalam, sehingga mereka sulit membedakan, apakah pengalaman nyata yang didapat sebelumnya itu.

e. Format Acara Siaran Televisi

Darwanto menyebutkan, “format adalah suatu bentuk atau rupa yang mempunyai kaidah tertentu atau norma tertentu dan yang lazim dipergunakan oleh umum, dimana pengertian umum disini adalah badan penyiaran.”²⁹ Berbagai format acara siaran seperti:

Tabel 2.2. Format Siaran Televisi

FORMAT	URAIAN	KETERANGAN
Siaran Kata (Tanpa Naskah)	Materi siaran tanpa ditulis dan disampaikan secara spontan dan dibawakan secara jelas	Talk Adlib
Dokumenter	Penyuguhan suatu topik tertentu dengan narasi sebagai penunjang terhadap gambar yang sudah bercerita	Documentary
Feature	Penyuguhan suatu topik tertentu dengan wawancara, komentar, narasi, dan sebagainya yang disajikan secara utuh	Feature
Magazine	Penyuguhan bermacam-macam topik dalam suatu paket yang utuh	Magazine
Dll.		

Dalam bukunya *The Nonbroadcast Television Writer's Handbook*,

William Van Nostran sebagaimana dikutip oleh Darwanto mengatakan bahwa:

A format is simply s method of presenting information through the television medium and therefore is distinct from both content and style.

Content can be dealt with in any format the writer wishes, although generally some will be more appropriate than otehers.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 224-226

Style is the point of view the writer takes toward both material and format.

Format adalah suatu metode yang sederhana untuk menyajikan informasi melalui media televisi dan untuk itu dibedakan antara isi dan gaya. Isi dapat diberikan kepada setiap format seperti keinginan penulis. Sedangkan gaya adalah segi pandangan penulis terhadap materi formatnya.³⁰

Salah satu istilah yang digunakan dalam dunia pertelevisian adalah Tayangan Mistik (Film Horror). Wikipedia menyebutkan Tayangan Mistik adalah *genre* acara televisi yang jenis tayangan visual berupa informasi pemberitaan, acara rekayasa realita ataupun produksi cerita mistik berbasis tradisi masyarakat melalui media massa TV atau film. Acara mistik umumnya menampilkan sesuatu yang menakutkan dan kengerian sehingga penonton di buat takut melihatnya karena karakter tokohnya di buat seseram mungkin.³¹

Sebagaimana ditulis dalam wikipedia, ada beberapa macam tayangan mistik. Pertama, Mistik semi sains yaitu film mistik yang berhubungan dengan fiksi ilmiah yang bertutur tentang berbagai macam bentuk misteri yang ada hubungan dengan ilmiah atau teknik mistik. Terkadang tidak rasional tapi ada kemungkinan pembenaran. Contoh: pertunjukan sulap David Copperfield, pemberitaan makhluk hidup dengan bentuk aneh. Kedua, Mistik fiksi adalah film mistik hiburan yang tidak masuk akal, bersifat fiksi atau hanya sebuah fiksi yang difilmkan untuk menciptakan dan menyajikan misteri, suasana mencekam dan kengerian.

³⁰ *Ibid.* hlm.225

³¹ Wikipedia dalam www.wikipedia.co.id/tayangan_mistik, Diakses Senin, 29 April 2013, pukul 20.00 WIB

Contoh: Nini Pelet, Misteri Gunung Berapi, Harry Potter, dll. Ketiga, Misteri horor: yaitu film mistik yang lebih mengeksploitasi dunia lain. Contoh: Tayangan tentang Jin, Setan, Santet.³²

4. Organisasi Karang Taruna

a. Pengertian Organisasi Karang Taruna

Karang taruna adalah organisasi yang berada di lingkungan penduduk dalam lingkup satu Rukun Tetangga atau Rukun Warga, pengurusnya terdiri dari para pemuda pemudi yang berada di lingkungan itu.

Karang Taruna merupakan wadah pengembangan generasi muda nonpartisan, yang tumbuh atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat khususnya generasi muda di wilayah Desa / Kelurahan atau komunitas sosial sederajat, yang terutama bergerak dibidang kesejahteraan sosial. Sebagai organisasi sosial kepemudaan Karang Taruna merupakan wadah pembinaan dan pengembangan serta pemberdayaan dalam upaya mengembangkan kegiatan ekonomis produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia dilingkungan baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah ada.

Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna berpedoman pada Pedoman Dasar dan Pedoman Rumah Tangga dimana telah pula diatur

³² Wikipedia dalam http://www.wikipedia.org/wiki/tayangan_mistik, diakses Senin, 29 April 2013, pukul 20.30 WIB

tentang struktur pengurus dan masa jabatan dimasing-masing wilayah mulai dari Desa / Kelurahan sampai pada tingkat Nasional. Semua ini wujud dari pada regenerasi organisasi demi kelanjutan organisasi serta pembinaan anggota Karang Taruna baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

b. Anggota Karang Taruna

Karang Taruna beranggotakan pemuda dan pemudi (dalam AD/ART nya diatur keanggotaannya mulai dari pemuda/ pemudi berusia mulai dari 11 - 45 tahun) dan batasan sebagai pengurus adalah berusia mulai 17 - 35 tahun. Anggota karang taruna dibedakan menjadi 2 jenis yaitu anggota pasif dan anggota aktif. Anggota pasif adalah keanggotaan yang bersifat stelsel pasif (Keanggotaan otomatis), yakni seluruh remaja dan pemuda yang berusia 11 s/d 45 tahun. Sedangkan anggota aktif adalah keanggotaan yang bersifat kader, berusia 11 s/d 45 tahun dan selalu aktif mengikuti kegiatan Karang Taruna.

B. Kajian Teori

Teori Individual Differences (Teori Perbedaan Individu)

Teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur ini lengkapnya adalah “Individual Differences Theory of Mass Communication Effect”. Teori *individual differences*, yang merupakan pengembangan dari model S-O-R, khalayak dalam menerima pesan dianggap bersifat pasif, namun Defleur kemudian melakukan modifikasi terhadap model tersebut dengan teori yang disebut “perbedaan individual”.

Defleur dalam Onong Uchjana Effendi, menjelaskan bahwa “setiap khalayak akan memberikan respon yang berbeda-beda terhadap pesan-pesan media jika berkaitan dengan kepentingannya.”³³ Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam melainkan beragam. Hal ini disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula.

³³ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 57-58

Teori perbedaan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Tetapi dengan berpegang tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian (yakni menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama) teori tersebut tetap akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap pesan tertentu.

Dengan menggunakan teori perbedaan individual ini khalayak dapat mempersepsikan sebuah tayangan media serta dapat menyerap pesan-pesan yang disampaikan oleh media itu. Dalam mempersepsikan sebuah tayangan akan melalui beberapa proses diantaranya mulai dari penerimaan informasi, menafsirkan isi pesan, melihat kejadian-kejadian menariknya dan pesan yang terkandung dalam tayangan tersebut. Kesimpulan dari teori *individual differences*, adalah bahwa khalayak dalam menerima rangsangan yang disampaikan melalui suatu media mempunyai karakteristik yang berbeda-beda atau bersifat heterogen, walaupun pesan atau rangsangan yang disampaikan sama, namun tanggapan serta persepsi yang terjadi akan berbeda-beda antar satu dengan yang lainnya. Dengan demikian teori tersebut mencakup upaya khalayak dalam mempersepsikan sebuah tayangan.