

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Media Televisi

1. Pengertian Media Televisi

Dibanding dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur diatas, Televisi merupakan sumber citra dan pesan tersebar (shared images and message) yang sangat besar dalam sejarah, dan ini telah menjadi mainstream bagi lingkungan simbolik masyarakat. Dan televisi merupakan sistem bercerita (story-telling) yang tersentralisasi.¹

Televisi saat ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi, dibandingkan menghabiskan waktu mengobrol bersama keluarganya, Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti, film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya.²

¹ Syaputra Iswandi, *Rezim media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013 hal 41

² Morrison. *Media penyiaran, strategi mengelola radio dan televisi*. Tangerang: Ramdina Perkasa, 2005. hal 2

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang update, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. “Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (hi-tech) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak.

Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu”. lebih luas lagi dinyatakan bahwa: “Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik.

Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima”.

Berdasarkan pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi adalah sistem elektronis yang menyampaikan suatu isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak dan merupakan sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Dengan demikian, televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum.

Televisi karena sifatnya yang audiovisual merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang konsumtif dan permisif.

Stasiun televisi merupakan lembaga penyiaran atau tempat bekerja yang melibatkan banyak orang, dan yang mempunyai kemampuan atau keahlian dalam bidang penyiaran yang berupaya menghasilkan siaran atau karya yang baik. Stasiun Televisi adalah tempat kerja yang sangat kompleks yang melibatkan banyak orang dengan berbagai jenis keahlian. Juru kamera, editor gambar, reporter, ahli grafis, dan staf operasional lainnya harus saling berintraksi dan berkomunikasi dalam upaya untuk menghasilkan siaran yang sebaik mungkin.

Dari penjelasan di atas maka dapat diuraikan bahwa televisi sangat berpengaruh terhadap stasiun, karena stasiun merupakan suatu tempat atau kantor yang mengupayakan untuk menghasilkan siaran yang sebaik mungkin, dengan demikian melibatkan banyak orang dalam pengelolaan berita atau informasi yang akan di publikasikan. Umumnya siaran bertujuan untuk memberi informasi yang dapat dinikmati dan dapat diterima dikalangan masyarakat, “Siaran televisi merupakan pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara”. Siaran televisi adalah merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologial, dan dimensi dramatikal.

Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif.

Visual lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat.

Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah.

Dramatikal berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatikal yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan

Berdasarkan uraian di atas maka dapat didefinisikan bahwa siaran televisi adalah suatu pemancar yang diproyeksikan melalui pendekatan sistem lensa, suara, dan menghasilkan gambar yang bergerak dan berisikan suatu informasi yang beranekaragam yang dapat diterima oleh setiap kalangan masyarakat.³

2. Sejarah Televisi

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, menemukan sistem penyaluran sinyal gambar, untuk mengirim gambar melalui udara dari suatu tempat ke tempat lain. Sistem ini dianggap praktis, sehingga diadakan percobaan pemancaran serta penerimaan sinyal televisi tersebut. Hal ini terjadi antara tahun 1883-1884.

³ <http://repository.usu.ac.id/akses> terakhir, 16 April 2015.

Akhirnya Nipkov diakui sebagai ‘Bapak’ televisi. Televisi sudah mulaidapat dinikmati oleh publik Amerika Serikat pada tahun 1939, yaitu ketika berlangsungnya World’s Fair di New York Amerika serikat, tetapi Perang Dunia II telah menyebabkan kegiatan dalam bidang televisi itu terhenti. Baru setelah itu, tahun 1946 kegiatan dalam bidang televisi dimulai lagi.

Pada waktu itu di seluruh Amerika Serikat hanya terdapat beberapa buah pemancar saja, tetapi kemudian teknologi berkembang dengan pesat, jumlah pemancar TV meningkat dengan hebatnya.

Tahun 1948 merupakan tahun penting dalam dunia pertelevisian karena pada tahun tersebut ada perubahan dari televisi eksperimen ke televisi komersial di Amerika. Seperti halnya dengan media massa lain, televisi pun tidak dapat dimonopoli oleh Amerika Serikat saja. Sewaktu Amerika giat mengembangkan media massa itu, negara-negara Eropalain pun tidak mau ketinggalan.

Perkembangan televisi sangat cepat sehingga dari waktu ke waktu media ini memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat sehari-hari. 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.

Bersamaan dengan kemajuan media cetak, muncul media lain sebagai sumber informasi bagi khalayak yaitu media elektronik mulai dari TV berwarna hingga teknologi internet. Seperti surat kabar, saat ini hampir setiap orang memiliki televisi di tempat tinggalnya.

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata teledan vision; yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia 'televisi' secara tidak formal disebut dengan TV, tivi, teve atau tipi.⁴

Televisi untuk umum menyiarkan programnya secara universal, tetapi fungsi utamanya tetap hiburan. Kalaupun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan, hanya sebagai pelengkap saja dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia.

⁴ <http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi>/akses terakhir 16 April 2015.

Inovasi terpenting yang terdapat pada televisi ialah kemampuan menyajikan komentar atau pengamatan langsung saat suatu kejadian berlangsung. Namun demikian banyak peristiwa yang perlu diketahui publik telah direncanakan sebelumnya, maka penambahan kadar aktualitas juga terbatas. Media televisi di Indonesia bukan lagi sebagai barang mewah. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Dengan kata lain, informasi sudah merupakan bagian dari hak manusia untuk aktualisasi diri. Kegiatan penyiaran televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan pesta olahraga se-Asia IV atau Asean Games di Senayan. Sejak itu pula Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan status sampai sekarang. Selama tahun 1962-1963 TVRI berada di udara rata-rata satu jam sehari dengan segala kesederhanaannya.

TVRI yang berada di bawah Departemen Penerangan, kini siarannya sudah dapat menjangkau hampir seluruh rakyat Indonesia. Sejak tahun 1989 TVRI mendapat saingandari stasiun TVlainnya, yakni (RCTI) Rajawali Citra Televisi Indonesia yang bersifat komersial. Kemudian secara berturut-turut berdiri stasiun televisi (SCTV) Surya Citra Televisi Indonesia, (TPI) Televisi Pendidikan Indonesia dan (ANTEVE) Andalas Televisi (Ardianto, 2004 : 127). Dengan kehadiran RCTI, SCTV, dan TPI

maka dunia pertelevisian di Indonesia telah mengalami banyak perubahan, baik dalam hal mutu siarannya maupun waktu penayangannya.

Untuk lebih meningkatkan mutu siarannya pada pertengahan tahun 1993, RCTI telah mengudara secara nasional dan membangun beberapa stasiun transmisi di berbagai kota besar di Indonesia, seperti : Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Batam, dan daerah-daerah lain. Kemudian stasiun-stasiun televisi swasta bertambah lagi dengan kehadiran Indosiar, Trans TV, Trans 7, Global TV, Metro TV, dan TV One.

Seperti telah kita ketahui perkembangan pertelevisian di Indonesia semakin meningkat, dulu hanya ada satu stasiun televisi nasional di Indonesia yakni TVRI, kini telah ada 10 tv swasta nasional tambahan yang mendapatkan izin melakukan siaran, yakni RCTI, SCTV, ANTV, Indosiar, Global TV, MNCTV, TV One, Metro TV, Trans TV dan Trans 7. Belum lagi tv-tv berjaringan seperti Kompas TV dan NET, lalu tv-tv berbayar dan tv-tv lokal yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia.

Namun kali ini kita akan menayangkan tentang pemilik televisi nasional dan beberapa tv berjaringan yang cukup berpengaruh dan bahkan telah terjun ke politik praktis. Siapa sajakah mereka, mari kita lihat daftar berikut⁵ :

⁵ <http://informasi-daftar.blogspot.com/2014/08/pemilik-televisi-di-indonesia.html> akses terakhir, 16 April 2015.

- a. Pemerintah Republik Indonesia TVRI atau Televisi Republik Indonesia dimiliki oleh Pemerintah Indonesia, diluncurkan pada 24 Agustus 1962
- b. Hary Tanoë Sudibyo Bos MNC grup ini adalah pemilik tiga stasiun TV swasta nasional yaitu RCTI, MNCTV dan Global TV
- c. Aburizal Bakrie Bos bakrie grup ini adalah pemilik dua stasiun TV swasta nasional yaitu TV One dan ANTV, dua anak Aburizal Bakrie menjadi direktur kedua TV tersebut, yaitu Ardiansyah Bakrie sebagai Direktur TV One dan Anindya Bakrie sebagai Direktur ANTV.
- d. Chairul Tanjung yang berjuluk si anak singkong ini adalah pemilik dua stasiun TV swasta nasional yaitu Trans TV dan Trans 7.
- e. Surya Paloh Bos media grup ini adalah pemilik stasiun TV swasta nasional Metro TV.
- f. Eddy Kusnady SariaatmajaIni adalah sang pemilik dua stasiun TV swasta nasional SCTV dan Indosiar.
- g. Jakob OetamaBos Kompas Gramedia grup ini adalah pemilik stasiun TV swasta berjaringan Kompas TV.
- h. WishnutamaIni adalah pemilik stasiun TV swasta berjaringan NET yang diluncurkan pada 26 Mei 2013.

Demikian lah daftar beberapa pemilik TV Di Indonesia, masih banyak lagi pemilik TV berjaringan, pemilik TV berbayar dan pemilik TV swasta lokal yang belum tersebutkan. Karena kita hanya membahas beberapa saja.

B. Program Televisi

1. Program Televisi

Program acara televisi, terdiri dari :

- a. Buletin berita nasional, seperti : siaran berita atau bulletin berita regional yang dihasilkan oleh stasiun-stasiun televisi swasta lokal.
- b. Liputan-liputan khusus yang membahas tentang berbagai masalah aktual secara lebih mendalam.
- c. Program-program acara olahraga, baik olahraga di dalam atau di luar ruangan, yang disiarkan langsung atau tidak langsung dari dalam negeri atau luar negeri.
- d. Program acara mengenai topik khusus yang bersifat informatif, seperti : acara memasak, berkebun, dan acara kuis.
- e. Acara drama, terdiri dari : sinetron, sandiwara, komedi, film, dan lain sebagainya.
- f. Acara musik, seperti konser musik pop, rock, dangdut, klasik, dan lain sebagainya.
- g. Acara bagi anak-anak, seperti : film kartun.
- h. Acara keagamaan, seperti : siraman rohani, acara ramadhan, acara natal, dan lain sebagainya.
- i. Program acara yang membahas tentang ilmu pengetahuan dan pendidikan.
- j. Acara bincang-bincang atau disebut talkshow.

2. Acara Televisi

Acara televisi atau program televisi merupakan acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Secara garis besar, Program TV dibagi menjadi program berita dan program non-berita. Jenis program televisi dapat dibedakan berdasarkan format teknis atau berdasarkan isi. Format teknis merupakan format-format umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televisi seperti talk show, dokumenter, film, kuis, musik, instruksional dan lainnya. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk berita dapat dibedakan antara lain berupa program hiburan, drama, olahraga, dan agama.

Sedangkan untuk program televisi berbentuk berita secara garis besar dikategorikan ke dalam "hard news" atau berita-berita mengenai peristiwa penting yang baru saja terjadi dan "soft news" yang mengangkat berita bersifat ringan. Dalam hal ini, program yang dibahas adalah tentang program hiburan yang mengusung tentang acara KDI atau kontestan dangdut indonesia yang ditayangkan di stasiun MNCTV yang di tayangkan pada malam hari.

C. Pengaruh Media Televisi

1. Daya Tarik Televisi

Televisi mempunyai daya tarik yang kuat. Jika radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur kata-kata, musik dan sound effect, maka TV selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada pemirsa. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman. Selain itu, TV juga dapat menyajikan berbagai program lainnya yang cukup variatif dan menarik untuk dinikmati masyarakat.

Daya tarik merupakan proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Daya tarik merupakan kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.

Daya tarik merupakan sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu⁶.

⁶ Syaiful Halim, Postkomodifikasi Media, Yogyakarta, Jalasutra, hal 59.

2. Dampak Acara Televisi

Media televisi sebagaimana media massa lainnya berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara strategis.

Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa. Serta dampak yang ditimbulkan juga beraneka ragam.

Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi.

Dengan demikian apa yang diasumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk disajikan bagi pemirsa, belum tentu penting bagi khalayak.

Ada tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa :

- a. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
- b. Dampak peniruan yaitu pemirsa di hadapkan pada trendiaktual yang di tayangkan televisi.

- c. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan cara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.⁷

3. Kemampuan Media Memengaruhi Massa

Teori kultivasi (Cultivation Theory) pertama kali dikenalkan oleh Profesor George Gerbner ketika ia menjadi dekan Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania Amerika Serikat (AS). Tulisan pertama yang memperkenalkan teori ini adalah "Living with Television: The Violence profile", *Journal of Communication*. Awalnya, ia melakukan penelitian tentang "Indikator Budaya" dipertengahan tahun 60-an untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Teori ini mendeskripsikan bahwa media menghasilkan sebuah dampak dimana ada sebagian masyarakat yang menganggap dunia nyata (kehidupannya sehari-hari) berjalan sesuai dengan dunia yang digambarkan oleh media. Ataupun sebaliknya, menganggap bahwa dunia dalam media itu adalah "realita". Sebagai contoh, anak-anak yang secara konsisten menyaksikan liputan mengenai penculikan anak, akan menganggap bahwa dimana pun ia berada penculikan tersebut bisa terjadi, sehingga memiliki rasa ketakutan yang berlebihan, dibandingkan anak-anak yang tidak menonton liputan tersebut.⁸

⁷ <http://repository.usu.ac.id//akses> terakhir 16 April 2015.

⁸ http://nurudin.staff.umm.ac.id/download-as-pdf/umm_blog_article_91.pdf akses terakhir 16 April 2015.

Tidak perlu dikatakan lagi bahwa media televisi sekarang ini ada banyak sekali pilihan bila kita lihat sudah banyak sekali saluran khusus yang tersedia, Akan tetapi, ternyata didapat bahwa yang ditawarkan saluran saluran ini tidak lebih dari kesempatan untuk memfokuskan niat seseorang, mereka tidak menentang sinteks televisi dengan cara apapun. Sebagai contoh, jika ada yang menyukai acara masak memasak, maka kesempatan untuk memuaskan kesenangan ini akan di dapat dengan menonton sebuah saluran tentang masak memasak.⁹

Kemampuan media televisi untuk mempengaruhi massa sudah terbukti dari sebuah genre atau tayangan televisi yang bersifat mengajarkan nilai yang baik seperti kegiatan masak, bagaimana cara memasak yang betul yang bisa menghasilkan nilai jual maupun nilai kenikmatan bagi yang merasakan apa yang telah di masak dan dari mana mereka belajar memasak.

4. Kehendak Massa untuk Memengaruhi Media

Teori proses selektif. Teori ini menjelaskan bahwa masyarakat melakukan suatu proses seleksi sehingga masyarakatlah yang secara selektif menentukan, efek apa yang mereka ingin dapatkan dari informasi yang diberikan oleh media. Masyarakat, pada umumnya akan menghindari informasi yang datang dari media, yang secara fundamental kontradiktif dengan nilai-nilai atau ideologi yang selama ini mereka miliki, dan yakin

⁹ Marcel Danesi, Siometika Media, hal183.

akan kebenarannya. Sebagai contoh, kelompok masyarakat yang mendukung invasi Amerika Serikat ke Irak, tidak akan membaca artikel mengenai pembentukan kedamaian di Irak, dan penghapusan perang. Pada tahun 1960, Joseph Klapper berpendapat melalui penelitiannya mengenai efek media pascaperang. Klapper menyimpulkan bahwa media merupakan organisasi yang lemah, media gagal dalam menambah partisipasi politik masyarakat (ataupun Partisipasi dalam pemilu).¹⁰

Dalam menayangkan paket – paket acara – acara audisi ini, media televisi memiliki dua tujuan yaitu:¹¹

- a. Menarik para produser (pengiklan) untuk beriklan atau menjadi sponsor utama acara audisi tersebut. seperti kita ketahui paket – paket acara audisi sangat digemari pemirsa. Di lain pihak, para produsen menginginkan produknya diketahui atau ditonton banyak pemirsa. Jadi secara otomatis pihak televisi akan dengan mudah mendapatkan sepasang iklan . Tayangan audisi sangat berkaitan erat dengan jumlah pemirsa, sedangkan jumlah penonton atau pemirsa sangat signifikan untuk promosi atau iklan sebuah produk.

¹⁰ http://id.wikipedia.org/wiki/9_Teori_Dampak_Media. diakses pada tanggal 16 April 2015.

¹¹ Kuswandi Wawan. Komunikasi Massa Analisis Interaktif Budaya massa. Jakarta Rineka cipta 2008. hal 147-148

b. Menciptakan keterrkaitan emosional penonton, dalam beberapa episode acara audisi, terlihat ada tangis kesedihan antara pemirsa dengan peserta audisi yang gagal masuk babak berikutnya. Dalam hal ini media televisi tunggal yang mengatur dan membidik para produsen dan pemirsa.

Sebagai media audio visual televisi mampu merebut saluran masuk pesan – pesan atau informasi kedalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga, umumnya orang akan mampu mengingat setiap informasi yang ditayangkan di televisi dengan mudah, kemampuan televisi yang luar biasa tersebut sangat bermanfaat bagi banyak pihak baik dari kalangan ekonomi maupun politik, televisi sering di manfaatkan bagi para produsen iklan untuk untuk mempublikasikan produk yang di tayangkannya.

Televisi mempunyai kemampuan yang sangat baik untuk menembus batas – batas yang sulit di tembus oleh media massa lainnya, televisi mampu menjangkau daerah – daerah yang jauh secara geografis.

Kehendak massa untuk mempengaruhi media televisi bahwasanya media massa juga menginginkan sesuatu keuntungan dari massa hal ini timbul dari besarnya angka pemasukan yang diperoleh dari massa yaitu seperti iklan dan juga pada program hiburan seperti audisi maupun genre yang bisa menguntungkan media.

5. Perubahan Massa Setelah Melihat Media

Teori pembelajaran sosial adalah teori yang memprediksi perilaku dengan melihat cara lain yang dilakukan individu dalam memproses informasi. Teori ini menjelaskan bahwa contoh dari personal tertentu atau media massa dapat menjadi penting dalam usaha memperoleh perilaku yang baru. Individu melakukan proses imitasi atas apa yang mereka lihat dari media. Teori ini sendiri menekankan pengaruh Televisi secara khusus dalam proses imitasi tersebut. Sebagai contoh, ketika suatu acara ditelvisi menampilkan seorang preman yang akhirnya ditangkap polisi, karena melakukan tindakan kriminal, masyarakat yang menontonnya akan berusaha untuk tidak meniru apa yang telah dilakukan oleh preman tersebut. Secara umum, semakin dekat apa yang kita saksikan di layar televisi dengan karakter diri yang kita percayai, maka semakin dekat pula, kita dengan proses imitasi tersebut.¹²

Efek media dalam mempengaruhi manusia, dibagi menjadi dua bagian, yaitu :¹³

¹² <http://komunikasi-indonesia.org/2010/12/teori-pembelajaran-sosial/>. Ditulis dengan sumber: Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T.Heiman, Elizabeth L.Toth.2010. *Public Relations Profesi dan Praktik*,Hal. 58-59. Salemba Humanika./akses terakhir, 16 April 2015

¹³ wikipedia.org/wiki/Efek_media/ akses terakhir 16 April 2015.

- a. Efek Primer, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya terpaan, perhatian dan pemahaman. Jika manusia tidak bisa lepas dari media massa, maka efek yang ditimbulkan sungguh-sungguh terjadi. Semakin memahami apa yang disampaikan oleh media, maka semakin kuat pula efek primer yang terjadi. Contoh terjadinya efek primer adalah, saat media menayangkan atau menulis berita mengenai maraknya polisi ditembak oleh orang tidak bertanggung jawab. Maka di saat yang sama, masyarakat tertarik menyimak berita itu dengan saksama.
- b. Efek Sekunder, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih). Yang termasuk dari efek sekunder adalah perilaku penerima yang ada dibawah kontrol langsung si pemberi pesan. Efek sekunder diyakini lebih menggambarkan realitas yang sungguh-sungguh terjadi di masyarakat.

Salah satu bentuk efek sekunder adalah efek dari teori penggunaan dan kepuasan, atau *uses and gratifications*, yang memfokuskan perhatian pada audience atau masyarakat sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Dalam perspektif teori tersebut, audience dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, meski tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Contoh terjadinya efek sekunder adalah, saat media mengulas tentang peristiwa penembakan polisi oleh orang yang tidak bertanggungjawab, maka reaksi masyarakat begitu

beragam. Mereka lebih berhati-hati. Tak hanya polisi yang membekali diri, masyarakat pun akhirnya melakukan hal serupa, yaitu membekali diri mereka dengan membeli rompi dan helm anti peluru. Terbukti, bahwa tingkat penjualan rompi dan helm anti peluru, mengalami peningkatan.

Sekarang ini banyak sekali tayangan televisi yang sebenarnya merupakan duplikasi dari acara luar negeri sehingga masyarakat perdesaan mulai geger budaya karena berondongan pesan yang asing itu, sinetron remaja yang ramai di tayangkan di televisi Indonesia di dominasi oleh konflik – konflik yang tidak menggambarkan kehidupan santun yang sesuai budaya bangsa. Alur cerita diisi dengan perebutan pacar, sikap hidup konsumtif dan gaya hidup modern dan westren seperti dugem dan kongkow, sehingga masyarakat mengabaikan budaya yang telah dimilikinya.

Perubahan pemahaman massa setelah melihat tayangan televisi bisa terlihat dalam genre media yang menayangkan beberapa film yang mungkin tidak begitu bagus manfaatnya seperti tayangan televisi tentang pacaran melakukan sesuatu yang mubadzir makan malam dengan pacar, menghambur - hamburkan uang seperti pesta pergi ke diskotik terkadang pula minum minuman keras maupun barang – barang yang terlarang.

Banyaknya program acara audisi seperti musik, akting, bakat, dan sebagainya membuat masyarakat memiliki banyak pilihan acara yang menarik sesuai kebutuhan. Fungsi media televisi secara perlahan bukan lagi sebagai alat informasi, hiburan, dan kontrol sosial, tetapi media televisi akan menjadi alat produksi dalam menciptakan sosok figur atau yang bisa menjadi idola penonton.

D. Pengaruh Pemahaman Santri

1. Santri.

Santri adalah salah satu kumpulan manusiawi yang memperdalam ilmu agamanya lewat pesantren atau pondok.¹⁴ Layaknya siswa atau murid yang belajar ilmu pengetahuan umum di sekolah, santri juga mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan ilmu agama. Terutama untuk mendalami aspek aqidah, syari'at, dan akhlak.

Dalam konteks ini yang menjadi sorotan santri yang tidak lain adalah santri yang telah berstatus mahasiswa, santri yang berstatus mahasiswa itu seperti halnya santri lain yang mondok menimba ilmu agamanya di pesantren-pesantren lain.

Kedudukan santri di pondok tidak lain adalah untuk menimba ilmu agamanya melalui bimbingan dari para Ustadz, Kiyai dan Pengurus.

Aktifitas santri ketika menimba ilmu agamanya di pondok tidak tidak

¹⁴ Sadirman A.M, *Intraksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2010) hal 111

terlalu padat sehingga aktifitas yang digunakannya yang tidak lain adalah mencari wawasanbaru melalui buku, televisi, dan berbagai media lainnya.

2. Pengaruh Media Televisi Terhadap Pemahaman Santri.

Masa remaja adalah periode khusus yang akan menentukan tahap pencarian jati diri, segala sesuatu diketahui, diperoleh dan dialami, begitu juga memilah dan memilih mana yang baik dan buruk untuk dirinya. Dan proses tersebut akan mempengaruhi pencarian jati dirinya. Seperti halnya yang terjadi pada seorang santri yang kebanyakan adalah masa remaja.

Besarnya rasa pencarian jati diri yang dimiliki oleh seorang remaja membuat segala informasi yang serasi dengan keinginannya akan di saring dan dipilih serta dipikirkan secara matang ketika seseorang remaja berada didepan telvisi menonton acara yang disukainya. Remaja cenderung menjadi penonton aktif yang akan menyertakan daya kritis, sehingga informasi apa saja yang akan masuk pada dirinya disaring terlebih dahulu.

Berbagai penelitian ilmiah membuktikan bahwa televisi dapat berpengaruh pada perubahan sikap, pandang dan persepsi, sampai perilaku pemirsanya. Televisi dianggap sebagai media yang efektif dalam mentransfersosialisasi nilai-nilai positif bagi masyarakat, pada saat yang sama televisi dapat menumbuhkan perilaku yang destruktif seperti kekerasan, atau pornografi.

Tayangan televisi menyediakan informasi tentang bagaimana sikap dalam situasi sosial dan menggunakan ini untuk meningkatkan penerimaan sosialnya. Seperti pada tayangan berikut ini :

- a. Trans 7 : Program siaran “Khazanah” yang ditayangkan setiap hari senin sampai jum’at pukul 05,30 pagi, dengan kepentingan ini penulis mengambil acara yang di tayangkan pada hari Senin, 18 Mei 2015.

Program siaran “Khazanah” yang ditayangkan pada hari tersebut menceritakan bahwasannya orang yang dikatakan ma’sum adalah orang yang terjaga dari dosa, karena ma’sum adalah orang yang terjaga dari dosa maka yang lebih dikatakan orang ma’sum adalah Nabi Muhammad SAW. Karena dia yang telah mengajarkan kita, menunjukkan kita dari jalan yang biadab menuju jalan yang beradab.

Dengan penyampaian informasi yang menggunakan narasi, kata-kata, dan audio visual yang saling bersinergi dan mampu menggerakkan hati, tayangan tersebut bermaksud dapat mempengaruhi, memberikan informasi, dan berusaha menunjukkan kepada para pemirsa, agar bisa mencontoh Nabi Muhammad SAW. Supaya nantinya kita bisa berusaha semaksimal mungkin untuk mencontoh keteladanannya. Pada konteks ini, santri yang mayoritas berusia remaja akan berusaha menyaring informasi yang baik untuk dirinya dengan melihat tayangan program tersebut.

Sebagai contoh, menjaga mata dari hal-hal kemaksiatan yang bisa menjerumuskan seseorang pada hal-hal buruk. Layaknya melihat aurat para perempuan yang tak seharusnya dilihat.

Dalam acara tersebut mengandung nilai-nilai yang positif bagi para santri, terutama terkait pada penambahan wawasan keagamaannya.

- b. Trans Tv : Program siaran “Islam itu Indah” yang di tayangkan setiap hari senin sampai jum’at pukul 05.00 pagi, dengan kepentingan ini penulis mengambil acara yang di tayangkan pada hari Rabu, 20 Mei 2015.

Program siaran “Islam itu Indah” yang ditayangkan pada hari tersebut menceritakan bahwa jika kamu menjadi orang tua jangan kamu paksakan anakmu untuk yang menjadi apa yang kamu inginkan, akan tetapi lihatlah batas kemampuan anakmu, dukunglah anakmu jika yang diinginkan itu lebih baik dan berikanlah motivasi, fasilitas agar dia bisa melakukan apa yang dia inginkan.

Dengan penyampaian format program siaran talk show yang menarik program ini mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi para pemirsa. Dan juga memiliki gaya khas tersendiri dalam penyampaian dakwahnya, seperti, “jama’ah ooh jama’ah, al-hamdulillaah” gaya khas dari Ustadz Maulana. Hal tersebut selain menjadi daya tarik tersendiri juga mampu mempengaruhi para pemirsa yang menyaksikannya. Seperti

halnya pada episode dengan tema bagaimana menjadi anak yang baik, dan bagi orang tua bagaimana cara mendidik anak yang baik dan benar.

Dalam konteks ini, para santri akan menjadikan tayangan pada episode ini untuk menambah wawasannya tentang bagaimana menjadi anak yang baik untuk orang tuanya, dan juga bagaimana kelak ketika menjadi orang tua bisa mendidik anaknya dengan baik dan benar.

Dalam acara tersebut mengandung nilai-nilai yang positif bagi para santri, terutama terkait pada penambahan wawasan keagamaannya.

- c. SCTV : Program siaran “Kata Ustadz Solmed” setiap hari pada pukul 04.00 pagi, dengan kepentingan ini penulis mengambil acara yang di tayangkan pada hari Jum’at, 15 Mei 2015.

Program siaran “Kata Ustadz Solmed” yang ditayangkan pada hari tersebut menceritakan tentang hari Isra’ Mi’raj yang dimana Nabi Muhammad SAW. Yang dimana tuhan memberikan perintah tentang sholat kepada Nabi Muhammad SAW, dan juga kepada para manusia agar menyembah tuhan Allah SWT.

Dengan penyampaian format program siaran talk show yang menarik, program ini mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi para pemirsa. Dan juga memiliki gaya khas tersendiri dalam penyampaian dakwahnya, seperti, “are you ready?, ready”, al-hamdulillaah” gaya khas dari Ustadz Solmed. Hal tersebut selain menjadi daya tarik tersendiri juga mampu mempengaruhi para pemirsa yang

menyaksikannya. Seperti halnya pada episode dengan tema keajaiban Isra' Mi'raj. Yang mana pemirsa akan mengerti keutamaan dari hari besar Isra' Mi'raj.

Dalam konteks ini, para santri bisa mempelajari tentang pentingnya perintah sholat dari sejarah isra' dan mi'raj Nabi Muhammad SAW. Yang mana Nabi secara langsung mendapat perintah sholat dari Allah di Sidrotul Muntaha. Dengan alur pemberian perintah untuk melaksanakan sholat tersebut, bisa disimpulkan bahwa sholat merupakan perintah yang amat sangat penting untuk selalu dilaksanakan dan dijaga dengan sungguh-sungguh.

Dalam acara tersebut mengandung nilai-nilai yang positif bagi para santri, terutama terkait pada penambahan wawasan keagamaannya.

Seberapa besar pengaruh media televisi terhadap pemahaman santri tidak bisa dilihat dari satu sisi saja, karena banyak faktor yang menentukan besarnya pengaruh itu, diantaranya:

1. Apa yang diperoleh santri dari tayangan televisi bergantung pada kebutuhan dan latar belakangnya misalnya santri dengan agresi rendah biasanya lebih agresif setelah melihat tayangan televisi dengan tema yang agresif, melihat adegan agresif memberikan isyarat persetujuan dan mendorong mereka untuk melepaskan agresitas yang dikekannya.
2. Semakin erat kaitan tayangan televisi dengan pengalaman yang dimiliki santri semakin besar kemungkinan bagi santri untuk

memahami dan mengingat tayangan televisi itu sebaliknya, tayangan televisi yang menegangkan cenderung membekukan sikap kritis dan ini memperbesar pengaruhnya terhadap mereka.

3. Karena santri yang kurang cerdas cenderung kurang kritis dibanding santri yang lebih cerdas, mereka lebih berpengaruh oleh adegan tayangan televisi dibandingkan dengan santri yang lebih cerdas.
4. Ketika santri mengedintifikasi diri secara erat dengan salah satu tokoh yang tampil dilayar, mereka akan berusaha menghubungkan dengan berbagai pengalaman, seolah-olah mengalami sendiri pengalaman tokoh tersebut , ini mempengaruhi jati dirinya.¹⁵

Mengingat daya khayal dan daya serap santri relative dalam mengadopsi dari adegan-adegan yang disajikan dalam tayangan televisi maka adegan itu akan membekas pada diri santri dan mempengaruhi perilakunya.

Tidak hanya orang tua, intitusi masyarakat, guru maupun pemerintahan memiliki tanggung jawab sama besarnya dalam perkembangan dan kemajuan berfikir santri. Bahkan pihak televisi yang selama ini mementingkan unsur bisnis dan mengesampingkan dampak buruk bagi program-program buruk harus diajak kerjasama untuk memperhitungkan pilihan program dan tayangan televisi yang mendidik.

¹⁵ Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 1990).hal 340