

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Penelitian ini memiliki hal penting untuk peneliti dengan melihat kajian tentang peneliti terdahulu yang sejenis. Hal tersebut berguna sebagai referensi dengan penelitian yang peneliti lakukan saat ini. Dalam pembahasan peneliti ini telah *mereview* hasil penelitian yang relevan dan berkaitan dengan konteks yang diteliti sebagai berikut :

## 2.1.2 Kerangka Konseptual

### 2.1.2.1 Komunikasi Massa

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat didunia berimbas pada majunya perangkat komunikasi. Para jurnalis ini akan menyebarkan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) ditujukan kepada massa (khalayak) tidak tampak oleh penyampaian pesan (abstrak). Adapun definisi komunikasi massa yang lebih lengkap menurut ahli yaitu Deddy Mulyana yang dikutip dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, bahwa komunikasi massa merupakan

Komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

(Mulyana, 2007, h.83)

Seorang komunikator tidak hanya fokus pada ucapan komunikannya, namun juga gerakan panca indera, serta gerakan lainnya yang dapat di interpretasikan oleh komunikan. Semua gerakan tersebut pada akhirnya menjadi simbol umpan balik yang bersifat langsung (*direct feedback*), ataupun yang bersifat segera (*immediate feedback*). Kemudian, respon khalayak bisa diterima melalui berbagai

media, baik media komunikasi modern maupun langsung dalam bentuk komunikasi verbal atau komunikasi non-verbal. Selama respon tersebut masih dalam ruang lingkup komunikasi massa. Definisi lain mengenai komunikasi massa diungkapkan oleh Gebner yang dikutip dalam buku Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. yang mengatakan bahwa:

*Mass communication is technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).( Elvinaro & Lukiati, 2007, h.3)*

Dari pembahasan tersebut, bahwa komunikasi massa memiliki beberapa definisi yang dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa yaitu suatu komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Komunikasi mempunyai efek tertentu. Menurut Liliweri yang dikutip dalam buku Komunikasi Serba Ada Serba Makna, secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu:

1. Efek kognitif, pesan komunikasi massa mengakibatkan konsumen berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini

berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

2. Efek afektif, pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari konsumen. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek konatif, pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. (Liliweri, 2011, h.39)

Selain adanya efek, menurut Effendy komunikasi juga memiliki beberapa fungsi yang telah dikutip dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar, yaitu :

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar, atau pembaca.

### 3. Fungsi Mempengaruhi

Media massa dapat mempengaruhi khalayak baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku (*conative*). (Ardianto, 2014, h.18-19)

Fungsi Media Komunikasi massa diatas, akan sangat berguna jika digunakan dan diterapkan secara baik. Tidak memiliki kepentingan apapun didalam pembuatan beritanya, serta informasi yang diberikan juga harus jelas, lugas dan dapat dimengerti dengan mudah. Komunikasi massa akan memberikan Efek Media Massa pengaruh yang positif terhadap kehidupan jika digunakan untuk hal yang positif, begitu juga sebaliknya.

#### **2.1.2.2 Media Massa**

Jika kita berbicara tentang komunikasi massa, maka *source* disini adalah media massa. Disini dapat kita lihat bahwa terpaan pesan dari media sangat kuat yang bergerak secara linear/langsung dari satu titik ke titik lain hingga sampai kepada *audience*. Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak, maka media merupakan hal yang mutlak dalam komunikasi massa.

Menurut Elvinaro, yang dikutip dalam buku Komunikasi Massa Suatu

Pengantar mengatakan media massa yaitu “Saluran atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Media Massa secara pasti memengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak. Budaya, sosial dan politik dipengaruhi oleh media.” (Elvinaro, 2007, h.58). Selain itu, McQuail mendefinisikan media massa yang dikutip dalam buku Teori Komunikasi Massa McQuail

Media massa merupakan Sumber kekuatan, alat, kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat diperdayagunakan sebagai pengganti kekuatan dan sumber daya yang lainnya (McQuail, 2011, h.115)

Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (printed media), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain (Vivian, 2008, h.4).

Keberadaan media massa dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dianggap remeh, karena media massa merupakan satu komponen yang ada di dalam masyarakat. Apabila media massa mengambil tempat di dalam masyarakat dan menjadi bagian dari suatu sistem masyarakat seluruhnya. Menurut Sumadira yang dikutip dalam buku Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature, fungsi utama dari media massa ialah

Menyampaikan informasi kepada masyarakat dan setiap informasi yang disampaikan harus bersifat akurat, faktual, menarik, benar, lengkap-utuh, berimbang, relevan, dan bermanfaat. Sehingga apapun informasi yang disebarluaskan media massa hendaknya dalam kerangka mendidik. (Sumadiria, 2005, h.32)

Dari seluruh penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan.

### **2.1.2.3 Jurnalistik**

Dewasa ini pengertian jurnalistik tidak hanya sebatas melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, dan sebagainya. Namun meluas menjadi media elektronik seperti radio atau televisi. Berdasarkan media yang digunakan meliputi jurnalistik cetak (*print journalism*), elektronik (*electronic journalism*). Akhir-akhir ini juga telah berkembang jurnalistik secara tersambung (*online journalism*). Secara etimologis, Jurnalistik berasal dari kata *Journ*. Dalam bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Menurut Haris Sumadiria yang dikutip dalam buku Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Jurnalistik adalah

Kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari yang berhubungan dengan surat kabar. Dengan demikian, Jurnalistik ialah kegiatan yang memungkinkan media massa dan diakui eksistensinya dengan baik. Maka dari perkataan itu timbulah kata Journalis, yaitu orang yang melakukan kegiatan jurnalistik. (Sumadiria, 2005, h.2)

Kustadi Suhandang juga mengutip dalam buku Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik, menyebutkan jurnalistik adalah Seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya (Suhandang, 2004, h.23).

Maka dapat digaris bawahi, tanpa adanya jurnalis tidak akan pernah ada informasi mengenai suatu kejadian atau peristiwa, karena jurnalis sangat penting untuk perkembangan suatu negara dan masyarakatnya (khalayak). Dalam pasal 5 Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia disebutkan bahwa Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri.

Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya. Selain itu juga, Haris Sumadiria merangkum beberapa produk jurnalistik yang di antaranya : tajuk Rencana, karikatural, pojok, artikel, kolom, dan surat Pembaca.



Dilihat dari bentuk dan pengelolaannya, menurut Sumadiria dalam buku *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*, jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar :

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.

2. Jurnalistik Auditif

Jurnalistik Auditif adalah jurnalistik radio siaran

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media *online* (internet)  
(Sumadiria, 2005, h.4-6)

#### **2.1.2.4 Televisi**

Televisi merupakan salah satu jenis media massa elektronik yang berjenis audiovisual. Televisi hanyalah sebuah alat untuk proses penyampaian pesan kepada khalayak, namun televisi mempunyai program siaran yang dikemas secara memenuhi kebutuhan *audiencenya*. Menurut Elvinaro Ardianto mengemukakan bahwa:

Televisi adalah salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat audio visual, direct dan dapat membentuk sikap. Televisi berasal dari kata tele dan vision, yang mempunyai arti masing-

masing jauh (*tele*) dari bahasa Yunani dan tampak (*vision*) dari bahasa Latin. Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat jarak jauh beragam tayangan mulai dari hiburan sampai ilmu pengetahuan ada dalam televisi, adanya beragam channel televisi membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan tayangan berkualitas. (Elvinaro, 2007, h.125)

Perkembangan Televisi menemukan penemuan baru di bidang teknologi komunikasi dan informasi telah mendorong terus berkembangnya media elektronik. Berbagai kemajuan dan perubahan terjadi dalam percepatan semakin meningkat. Sejak ditemukannya radio dan televisi hitam putih dibutuhkan waktu yang cukup lama. Tapi, pada perkembangan berikutnya mulai dari televisi berwarna sampai dapat penemuan teknologi komunikasi interaktif lewat internet, misalnya, perubahannya menjadi sangat cepat.

Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran , surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus yakni televisi. Dalam Radio siaran menggunakan alat indra pendengaran, sedangkan dalam surat kabar dan majalah menggunakan indra penglihatan. Berikut adalah karakteristik televisi menurut Rema Karyanti yang dikutip dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar, yaitu :

- 1) Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar

kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak.

## 2) Berpikir dalam Gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

## 3) Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih. (Karyanti, 2009, h.137-139)

Televisi sebagai media massa yang muncul belakangan ini dibanding dengan media cetak dan media radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan kehidupan manusia. Dengan kemampuannya, televisi dapat menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis. Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa.

Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi

massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalyak. Media ini mempunyai kelebihan dari media mssa lainnya yaitu bersifat audio visual, dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada. Menurut Effendy yang dikutip dalam buku Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni “memberi informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to persuade*). (Effendy, 2003, h. 149-150)”.

Televisi sebagai media massa merupakan sarana komunikasi massa yang potensial saat ini. daya capai serta persentasinya sangat tinggi, yang dapat memberikan pengaruh dalam berbagai aspek pertumbuhan dan kehidupan masyarakat. Televisi digunakan sebagai sarana untuk melakukan penyiaran yang dapat disaksikan atau dilihat disegala lapisan masyarakat yang membentuk kekuatan besar dalam menyampaikan informasi dan merupakan media komunikasi satu arah.

#### **2.1.2.5 Sinetron**

Acara televisi yang paling disukai pemirsanya adalah sinetron. Sudah menjadi pengetahuan bersama bahwa sinetron menjadi suatu andalan para pemilik stasiun televisi untuk menjaring pemirsanya dan iklan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sinetron adalah film yang dibuat khusus untuk penayangannya di media elektronik seperti televisi. Pengertian sinetron yang lain menurut Wawan

Kuswandi yang dikutip dalam buku Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi) adalah “sekumpulan konflik-konflik yang disusun menjadi suatu bangunan cerita yang dituntut untuk dapat menganalisa gejolak batin, emosi, dan pikiran pemirsa yang ditayangkan di media televisi” (Kuswandi, 2008, h.130)

Sedangkan dalam penelitian ini pengertian sinetron tidak jauh berbeda dengan pengertian sinetron di atas, pengertian sinetron dalam penelitian ini adalah suatu karya seni budaya seseorang berupa cerita kehidupan yang dapat dilihat dan di dengar karena sinetron ditayangkan di media massa yakni televisi. Pada perkembangannya sekarang, sinetron sudah menjamur di semua saluran televisi kita. Terutama setelah banyaknya Production House (PH), yaitu perusahaan yang bergerak dalam pembuatan sinetron atau program siaran yang dijual kepada stasiun televisi. Respon masyarakatpun sangat baik. Ada tiga hal yang membuat paket yang satu ini mendapat sambutan hangat dari masyarakat, diantaranya:

- 1) Isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa
- 2) Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya
- 3) Isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan dan persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Seperti halnya media massa lainnya, sinetron pada intinya mempunyai tujuan tertentu yakni bertujuan memberikan pendidikan dan hiburan. Sebagai media komunikasi massa, sinetron merupakan salah satu sarana yang bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan pendidikan jangan dikatakan sebagai pendidikan dibangku sekolah. Nilai pendidikan sebuah sinetron mempunyai makna seperti pesan-pesan yang berisikan tentang pendidikan, etika penegasan

moral bagi seseorang (penonton). Sinetron banyak memberikan pelajaran bagi penontonnya tentang bagaimana cara bergaul dengan orang lain, bersikap dan bertingkah laku yang sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya masyarakat setempat.

Pada kenyataannya sinetron merupakan hiburan yang tergolong murah dan mudah untuk semua kalangan. Sinetron banyak memberikan hiburan bagi penontonnya, dengan melihat sinetron kita bisa menghilangkan rasa bosan yang ditimbulkan dari aktivitas sehari-hari yang melelahkan. Akan tetapi sinetron juga bisa membuat penontonnya bisa senang, tertawa dan lainnya.

Penggarapan suatu sinetron memang tidak lepas dari kebutuhan pemirsanya yang heterogen. Para pembuat sinetron mencoba menaksir tontonan sinetron yang seperti apa yang paling banyak disukai pemirsanya. Hal ini bisa dilihat melalui rating suatu sinetron. Semakin tinggi rating suatu sinetron berarti sinetron tersebut dilihat oleh banyak orang. Maka tak heran, menurut Kuswandi yang dikutip dalam buku Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi), tayangan sinetron akan menimbulkan beberapa dampak yang diantaranya :

- 1) Dampak pada perilaku, yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari. Misalnya : saling tolong menolong, saling menghormati dan lain sebagainya.
- 2) Dampak peniruan, yaitu pemirsa dihadapkan pada memicu tren aktual yang ditayangkan televisi. Misalnya : model

pakaian, sifat, gaya berbicara yang kemudian ditiru secara fisik.

- 3) Dampak kognitif, yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang dapat melahirkan pengetahuan bagi pemirsa (Kuswandi, 2008, h.100)

Dari beberapa manfaat dan dampak yang ditimbulkan oleh siaran televisi, kita dapat mempunyai gambaran bahwa televisi selain mempunyai pengaruh baik, televisi juga mempunyai pengaruh yang tidak baik. Pengaruh yang baik misalnya saja dengan adanya televisi pengetahuan mudah diperoleh, hiburan mudah didapatkan dan berita-berita yang jauh di negeri seberang dapat diketahui dengan jelas. Selain itu juga, terdapat beberapa sinetron yang mendapat perhatian lebih dihati masyarakat adalah sinetron yang bergenre religi, diantaranya :

- 1) Tukang bubur naik Haji

Sinetron yang tayang di stasiun Televisi RCTI ini menceritakan tentang bagaimana bersosialisasi pada lingkungan masyarakat dan taat kepada Allah dengan baik.

- 2) Para Pencari Tuhan

Sinetron yang tayang di stasiun Televisi SCTV ini banyak memuat ajaran-ajaran islam, misalnya bagaimana berbuat baik dengan sesama, beribadah yang baik, bagaimana perjuangan tiga pemuda yang ingin sekali belajar tentang agama islam.

- 3) Azab

Sinetron yang tayang di stasiun televisi Indosiar ini memiliki sebuah acara bertemakan azab yang disetiap episodenya memiliki judul yang berbeda-beda. Tayangan ini menceritakan pemeran antagonis dan protagonis yang memiliki konflik dan kemudian pemeran antagonis akan mendapatkan suatu siksaan berupa azab menjelang kematian hingga dikuburkan.

#### **2.1.2.6 Sinetron Azab Suami Penakluk Wanita**

Sinetron yang tayang di salah satu stasiun televisi swasta Indosiar pada tanggal 14 Juli 2018 pukul 17.00 ini menceritakan seorang wanita pemeran protagonis bernama Nisa dijodohkan oleh kedua orang tuanya dengan pria yang bernama Yudi yang merupakan pemeran antagonis. Nisa menerima perjodohan dari orang tuanya dengan tulus dan ikhlas. Berbeda dengan Yudi yang menerima perjodohan tersebut berdasarkan harta dari ayah Yudi. Yudi akan terus diberikan harta dari orang tuanya dengan syarat ia harus menikahi Nisa. Dengan berat hati Yudi pun harus bersandiwara menjadi orang baik dan suami yang baik di depan Nisa dan orang tuanya.

Akhirnya mereka pun menikah. Nisa pun mencoba menjadi istri yang baik namun berbeda dengan Yudi yang mengkhianati Nisa secara diam-diam. Yudi memiliki wanita lain bernama Vira. Vira adalah wanita Yudi dari sebelum Yudi menikah dengan Nisa. Vira juga menerima Yudi menikah dengan Nisa karena Vira tergiur dengan harta Yudi yang terus mengalir dari orang tuanya. Setiap hari Yudi selalu berbohong kepada Nisa bahwa dia sibuk dengan pekerjaannya di



kantor. Kenyataannya Yudi hanya pergi kesana kemari bersama Vira dan menghabiskan beberapa harta milik Nisa juga.

Muncul pemeran antagonis yang bernama Mia. Mia merupakan sahabat Nisa yang sedang kesusahan. Mia mengunjungi rumah Nisa dan meminta Nisa untuk meminjamkan dirinya uang sebesar 20 juta untuk biaya rumah sakit Ibunya. Namun saat Nisa sedang mengambil uang di kamarnya, Mia melihat foto pernikahan Nisa bersama Yudi. Saat itu juga Mia merasa kesal dengan Nisa karena suaminya tersebut adalah pria yang disukai Mia selama ini.

Niat jahat pun datang. Mia ingin membalas Nisa yang sudah merebut Yudi. Kemudian Mia meminta pekerjaan kepada Nisa yang kebetulan dikantor Yudi ada sebuah lowongan pekerjaan sebagai sekretaris. Akhirnya Mia menjadi seorang sekretaris dikantor Yudi dan tidak lama kemudian Mia mencoba menggoda Yudi. Yudi pun terpengaruh dengan godaan Mia. Akhirnya Mia dan Yudi menjalin hubungan dibelakang Nisa dan Vira. Dalam satu waktu Yudi memiliki 3 orang wanita. Perilaku jahat Yudi akhirnya ketahuan oleh Nisa. Yudi pun meminta maaf kepada Nisa, dan Nisa pun memaafkan Yudi demi anaknya yang baru berusia 9 tahun. Alasan Yudi meminta maaf kepada Nisa bukan karena Yudi mencintainya. Namun karena tujuan utamanya yaitu harta. Walaupun Yudi sudah meminta maaf, Yudi pun tidak akan pernah berubah. Dia selalu bermain wanita di belakang Nisa. Mia pun merasa cemburu karena Yudi selalu membawa Vira ke kantornya. Akhirnya Mia mencoba membunuh Vira dengan menabraknya dengan mobil yang dikendarainya. Vira pun meninggal karena Mia dan Yudi tidak mengetahui bahwa Vira meninggal karena Mia.

Suatu hari, Nisa jatuh sakit dan masuk kerumah sakit akibat perbuatan Mia yang berbohong kepada Nisa bahwa Mia hamil karena Yudi. Mia memberitahukan kejahatan ia sendiri kepada Yudi. Dan akhirnya Yudi mengusir Mia dan membenci Mia. Setelah Nisa sembuh, Nisa dan anaknya pergi kerumah orang tuanya. Karena tak tahan dengan sikap Yudi yang semakin hari selalu menyakitinya. Lalu Yudi pun datang menemui Nisa kerumah orang tuanya dan memberitahu semuanya bahwa Yudi tidak mencintai Nisa dan Yudi hanya ingin harta orang tuanya saja. Nisa pun terkejut dan langsung menangis.

Hari demi hari Rani, yang merupakan anak Nisa merasa kangen dengan Yudi. Akhirnya Nisa membawa Rani bertemu dengan Yudi. Namun tak disangka Yudi sedang tergeletak di kasur dengan wajah pucat karena mengidap penyakit HIV. Semakin hari kondisi Yudi memburuk dan akhirnya Yudi meninggal dunia. Azab pun datang. Saat Yudi akan dikafani, kain kafan yang disediakan selalu tidak cukup untuk mengkafani Yudi. Akhirnya seseorang mencoba membeli kain kafan yang baru. Namun sayangnya kain kafan tersebut tidak cukup juga. Kondisi diluar rumah pun hujan deras dan banyak petir menyambar. Seorang ustadz pun mengetahui bahwa ini adalah pertanda azab untuk Yudi yang semasa hidupnya selalu bermain wanita.

Ustadz pun menyuruh Nisa untuk mengikhhlaskan Yudi dan memaafkan segala kesalahannya. Setelah Nisa memaafkan Yudi dan mengikhhlaskannya, hujan pun berhenti. Akhirnya jenazah Yudi diantar ke kuburan oleh orang-orang. Terutama Nisa. Namun azab pun kembali datang. Orang-orang yang mengiringi jenazah Yudi ke pemakaman tidak bisa menemui tempat pemakamannya. Mereka

seperti tersesat, yang nyatanya pemakaman itu jaraknya dekat dengan rumah Yudi.

Orang-orang yang mengiringi jenazah Yudi merasa lelah. Terutama yang menggotong keranda. Mereka langsung menggunjing keburukan dan aib-aib Yudi semasa hidupnya. Nisa pun kembali menangis dan memohon kepada Allah SWT agar Jenazah Yudi dimaafkan segala kesalahannya. Akhirnya mereka tiba di pemakaman, dan azab pun datang tiada hentinya. Tiba-tiba air yang berbau busuk keluar dari liang kubur Yudi. Semua orang pun pergi karena tidak tahan dengan baunya. Namun disitu terlihat seorang ustadz yang menemani Nisa dan dua orang penggali kuburan membantu Nisa untuk menguburkan Jenazah Yudi walaupun terdapat air yang berbau nyengat. Setelah pemakaman selesai semua orang pun pergi. Tiba-tiba suatu petir menyambar kuburan Yudi dan akhirnya kuburan Yudi pun hancur berantakan dan nisannya pun terbakar.

#### **2.1.2.7 Ibu Rumah Tangga**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ibu rumah tangga dapat diartikan sebagai seorang wanita yang mengatur penyelenggaraan berbagai macam pekerjaan rumah tangga, atau ibu rumah tangga merupakan seorang istri (ibu) yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga (tidak bekerja di kantor). Menurut Joan (Widiastuti, 2009), menjelaskan pengertian ibu rumah tangga sebagai wanita yang telah menikah dan menjalankan tanggung jawab mengurus kebutuhan-kebutuhan di rumah.

Sedangkan menurut pendapat Walker dan Thompson (Mumtahinnah, 2011) ibu rumah tangga adalah wanita yang telah menikah dan tidak bekerja, menghabiskan sebagian waktunya untuk mengurus rumah tangga dan mau tidak mau setiap hari akan menjumpai suasana yang sama serta tugas-tugas rutin. Jadi, ibu rumah tangga merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan seorang wanita yang telah menikah serta menjalankan pekerjaan rumah keluarga merawat anak-anaknya, memasak, membersihkan rumah dan tidak bekerja di luar rumah. Seorang ibu rumah tangga sebagai wanita menikah yang bertanggung jawab atas rumah tangganya.

Menjadi seorang ibu dalam rumah tangga adalah “profesi” yang tidak bisa dianggap remeh. Menjadi ibu rumah tangga bukanlah hal yang mudah. Dari sederet peran yang bisa dimainkan seorang ibu rumah tangga. Menurut Sharif Baqhir yang dikutip dalam buku Seni Mendidik Islami : Kiat-Kiat Menciptakan Generasi Unggul, peran penting ibu rumah tangga dalam keluarga adalah

- 1) Ibu sebagai manager
- 2) Ibu sebagai guru
- 3) Ibu sebagai chef
- 4) Ibu sebagai perawat
- 5) Ibu sebagai accountant
- 6) Ibu sebagai design interior
- 7) Ibu sebagai dokter (Sharif, 2003, h.64)

### 2.1.3 Kerangka Teoritis

#### 2.1.3.1 Persepsi

Kehidupan bermasyarakat tidak akan lepas dari persepsi masyarakat itu sendiri. Persepsi merupakan tanggapan atau penerimaan langsung dari seseorang. Persepsi merupakan pengalaman obyek, pariwisata, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Kenneth K, Sereno dan Edward M yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mendefinisikan persepsi adalah “suatu proses internal yang memungkinkan kita untuk memilih, mengorganisasikan serta menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan dari proses tersebut dapat mempengaruhi perilaku kita nantinya.” (Kenneth & Edward, 2001, h. 167)

Persepsi (dari Bahasa Latin *Perceptio*, *Percipio*) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran. Kenneth K, Sereno, dan Edward M mengatakan bahwa persepsi adalah

Persepsi disebut inti komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi secara efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas. (Kenneth & Edward, 2001, h. 180)

Persepsi menentukan seseorang memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Dapat disimpulkan bahwa untuk membentuk suatu persepsi maka setiap individu harus melakukan tahap atau proses pemilihan, pengorganisasian, serta penginterpretasian sebagai stimuli yang diterimanya mengenai suatu hal yang selanjutnya mengungkapkan pandangan, pendapat, ataupun tanggapan mengenai hal tersebut.

Inti dari komunikasi adalah persepsi, sedangkan inti dari persepsi itu sendiri adalah interpretasi atau penafsiran. Berikut penguraian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan persepsi dan penafsiran itu sendiri. Adapun hal-hal yang berhubungan dengan persepsi atau komponen dari persepsi menurut Kenneth K, Sererno, dan Edward M yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar antara lain:

- 1) Penginderaan (Sensasi). Penginderaan dapat ditangkap melalui indera-indera kita antara lain:

- a) Mata sebagai indera penglihatan dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian diinterpretasikan.
  - b) Telinga sebagai indera pendengaran juga dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian ditafsirkan dan suara ini dapat di terima dari semua arah.
  - c) Hidung sebagai indera penciuman
  - d) Kulit sebagai indera peraba
  - e) Lidah sebagai indera pengecap dan perasa
- 2) Atensi dalam proses persepsi. Atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum seseorang memberikan respon atau menafsirkan kejadian ataupun rangsangan apapun, orang tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Dalam hal ini rangsangan yang menarik perhatian seseorang akan dianggap lebih penting oleh orang tersebut, dari pada rangsangan yang tidak menarik perhatiannya. Rangsangan yang tidak menarik perhatian seseorang akan cenderung diabaikan oleh orang tersebut.
- 3) Interpretasi sebuah pesan yang diperoleh seseorang melalui salah satu atau lebih indera orang tersebut merupakan tahap penting dalam proses persepsi. Namun tidak semua pesan atau rangsangan yang ditangkap oleh indera seseorang akan diinterpretasikan semuanya oleh orang tersebut, karena

berbagai alasan antara lain: tidak sesuai dengan kepentingannya, keterbatasan kemampuan panca indera dalam menangkap rangsangan yang terlampau banyak dalam satu waktu yang sama, dan tidak semua rangsangan memiliki daya tarik yang sama bagi orang tersebut. (Kenneth & Edward, 2001, h.168-170)

Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko. Persepsi bersifat kompleks dengan pesan yang akhirnya memasuki otak kita dan apa yang terjadi diluar dapat sangat berbeda dengan apa yang mencapai otak kita. Mempelajari bagaimana dan mengapa pesan-pesan ini berbeda sangat penting dalam memahami komunikasi. Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses ini. Tahapan-tahapan ini tidak saling terpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat kontinu, bercampur baur, dan bertumpang tindih satu sama lain.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini merupakan studi khalayak yang menelaah bagaimana persepsi ibu rumah tangga mengenai sinetron azab suami penakluk wanita, sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti. Maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli



yang tidak diragukan lagi kebenarannya. Ibu-ibu rumah tangga merupakan seseorang yang pekerjaannya lebih banyak dirumah dan kebanyakan mereka memilih menonton sinetron sebagai hiburan sehari-harinya. Sehingga dari kejadian ini, peneliti terfokus untuk mencari tahu persepsi ibu-ibu rumah tangga di Ds. Lobener Lor Rt 08 Rw 02 Indramayu mengenai sinetron azab suami penakluk wanita di Indosiar.

Persepsi terbentuk karena suatu stimulus di dalam diri individu yang menerima suatu rangsangan sehingga rangsangan tersebut dapat diterima oleh diri individunya itu sendiri. Rangsangan tersebut membentuk suatu aksi yang dilakukan untuk mengatasi keadaan yang dikehendaki. Menurut Kenneth K, Sereno, dan Edward M yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengatakan bahwa “persepsi adalah proses yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita” (Kenneth & Edward, 2007, h. 179)

Selanjutnya, Kenneth K, Sereno, dan Edward M mengemukakan definisi-definisi persepsi sebagai berikut: 1) Sensasi, 2) Atensi, 3) Interpretasi. Merujuk pada pemikiran tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa sensasi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecap. Makna pesan yang dikirim ke otak harus dipelajari. Semua indera itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena itu, otak menerima kira-kira dua per tiga pesan melalui rangsangan visual,

penglihatan mungkin merupakan indera yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan, dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti melalui bau *parfume* yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa garam air di pantai.

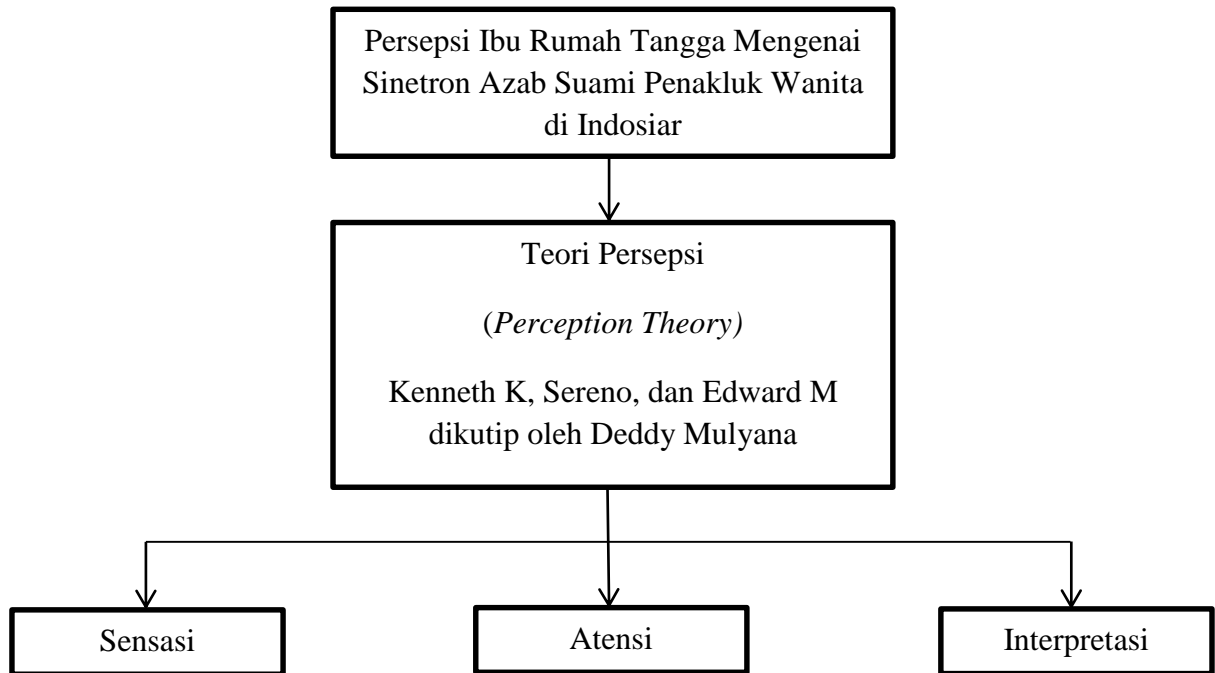
Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian apapun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. dalam banyak kasus rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian kita.

Interpretasi adalah pemberian kesan atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya. Melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Persepsi juga dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indera disertai adanya suatu pengalaman, peristiwa yang sedang terjadi dan menimbulkan sebuah pesan, seperti penginderaan kita mengenai lingkungan dimana yang kita ketahui bersama bahwa lingkungan sangat mempengaruhi

terjadinya suatu persepsi akibat suatu perubahan yang terjadi. Dengan paparan diatas merujuk pada konsep dan teori yang peneliti telah jabarkan, maka peneliti menggunakan teori persepsi dari Kenneth K, Sereno, dan Edward M yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2007) sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis penelitian. Teori dan konsep tersebut peneliti gambarkan dalam bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



*Sumber : Deddy Mulyana, Peneliti dan Pembimbing 2019*