**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Komunikasi**
		1. **Definisi Komunikasi**

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *“comunis”,* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *“communis”* adalah *“communico”* yang artinya berbagi (Stuart,1983, dalam Vardiansyah, 2004 : 3). Dalam literatur lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata “*communication”* atau “*communicare”* yang berarti " membuat sama" *(to make common)*. Istilah “*communis”* adalah istilah yang paling sering di sebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata kata Latin yang mirip Komuniksi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan di anut secara sama.

Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja *(verb)* dalam bahasa Inggris, *“communicate”,* berarti (1) untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan dan informasi; (2) untuk membuat tahu; (3) untuk membuat sama; dan (4) untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Sedangkan dalam kata benda *(noun),“communication”,* berarti : (1) pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; (2) proses pertukaran diantara individu-individu melalui simbol-simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Stuart, 1983, dalam Vardiansyah, 2004).

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi berasal dari akar kata yang maknanya selalu (1) melibatkan pertukaran simbol atau tanda baik verbal maupun nonverbal, (2) terbangunnya relasi kebersamaan antara komunikator dengan komunikan. Simbol atau tanda verbal seperti bahasa lisan dan bahasa tulisan. Sementara simbol atau tanda nonverbal seperti mimic, gerak-gerik serta suara. Terbangunnya relasi kebersamaan ini bukan selalu sebagai hubungan yang positif seperti keakraban atau keintiman melainkan terbentuknya kontak hubungan antara pengirim pesan dengan penerima pesan melalui simbol atau tanda-tanda tertentu yang bersifat verbal atau nonverbal. Aplikasi kontak simbol ini baik dilakukan dengan diri sendiri (intrapersonal) maupun dengan pihak lain (antarpersonal).

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *Communicaten*,dalam perkataan ini bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerimamaupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002:9).

Tanda-tanda informasi dapat saja bersifat :

1. Verbal meliputi kata-kata, angka, baik yang tertulis maupun yang diucapkan,
2. Non-verbal meliputi ekspresi formal, gerak anggota tubuh, pakaian warna, musik, waktu, ruang, rasa sentuhan dan bau,
3. Paralinguistik meliputi kualitas suara, kecepatan berbicara,tekanan suara danvokalisasi,yang bukan kata, yang digunakan untuk menunjukkan makna dan emosi tertentu.

Pada masa silam komunikasi biasanya dijelaskan dengan memperhatikan secara khusus seorang pengirim dan seorang penerima akan tetapi riset secara berangsur-angsur mengubah perspektif ini. Sekarang komunikasi tidak lagi dianggap sebagai suatu aliran informasi searah dari pengirim kepada penerima tetapi sebagai suatu proses yang inter aktif dan konvergen (Jahi, 2007: 3).

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat dilihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia yaitu sejak dari bangun tidur sampai manusia beranjak tidur pada malam hari. Bisa dipastikan sebagian besar dari kegiatan kehidupan kita mengunakan komunikasi baik komunikasi verbal maupun nonverbal. Namun, apa yang dimaksud dengan komunikasi itu sendiri ?

Pawito dan C Sardjono (1994 : 12) mencoba mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dengan mana suatu pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku *overt* lainnya. Sekurang-kurangnya didapati empat unsur utama dalam model komunikasi yaitu sumber *(the source),* pesan *(the message),* saluran *(the channel)* dan penerima *(the receiver).*

Wilbur Schramm menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi *(sharing process).* Schramm menguraikannya sebagai berikut :

“Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berarti umum *(common)* atau bersama.Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan *(commonnes)* dengan seseorang.Yaitu kita berusaha berbagai informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu” (Suprapto, 2006 : 2-3).

Dari uraian tersebut, definisi komunikasi menurut Schramm tampak lebih cenderung mengarah pada sejauhmana keefektifan proses berbagi antarpelaku komunikasi. Schramm melihat sebuah komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan *(commonness),* kesepahaman antara sumber *(source)* dengan penerima *(audience)-*nya. Menurutnya, sebuah komunikasi akan benar-benar efektif apabila *audience* menerima pesan, pengertian dan lain-lain persis sama seperti apa yang dikehendaki oleh penyampai.

Pakar komunikasi lain, Joseph A Devito mengemukakan komunikasi sebagai transaksi. Transaksi yang dimaksudkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain (Suprapto, 2006 : 5).

Sebagai proses, kata Smith, komunikasi sekaligus bersifat khas dan umum, sempit dan luas dalam ruang lingkupnya. Dirinya menguraikan :

“Komunikasi antarmanusia merupakan suatu rangkaian proses yang halus dan sederhana. Selalu dipenuhi dengan berbagai unsur-sinyal, sandi, arti tak peduli bagaimana sederhananya sebuah pesan atau kegiatan itu. Komunikasi antarmanusia juga merupakan rangkaian proses yang beraneka ragam. Ia dapat menggunakan beratus-ratus alat yang berbeda, baik kata maupun isyarat ataupun kartu berlubang baik berupa percakapan pribadi maupun melalui media massa dengan*audience* di seluruh dunia…ketika manusia berinteraksi saat itulah mereka berkomunikasi…saat orang mengawasi orang lain, mereka melakukan melalui komunikasi” (Blake dan Haroldsen, 2003 : 2-3).

Sedangkan, Larry A Samovar, Richard E Porter dan Nemi C Janin dalam bukunya *Understanding Intercultural Communication* mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

“*Communication is defined as a two way on going, berhaviour affecting process in which one person (a source) intentionally encodes and transmits a message throught a channel to an intended audience (receiver) in order to induce a particular attitude or behaviour”* (Purwasito, 2003 : 198).

Dance dan Larson (dalam Vardiansyah, 2004 : 9) setidaknya telah mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Namun, Dance dan Larson mengidentifikasi hanya ada tiga dimensi konseptual penting yang mendasari perbedaan dari ke-126 definisi temuannya itu, antara lain :

1. Tingkat observasi atau derajat keabstrakannya. (a) Definisi bersifat umum, misalnya definisi yang menyatakan komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. (b) Definisi bersifat khusus, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir dan sebagainya.
2. Tingkat kesengajaan. (a) Definisi yang mensyaratkan kesengajaan, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. (b) Definisi yang mengabaikan kesengajaan, misalnya dari Gode (1959) yang menyatakan komunikasi sebagai proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang atau monopoli seseorang menjadi dimiliki dua orang atau lebih.
3. Tingkat keberhasilan dan diterimanya pesan. (a) Definisi yang menekankan keberhasilan dan diterimanya pesan, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. (b) Definisi yang tidak menekankan keberhasilan dan tidak diterimanya pesan, misalnya definisi yang menyatakan komunikasi adalah proses transmisi informasi.

Dari berbagai definisi komunikasi yang ada, Sasa Djuarsa Sendjaja dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* mencoba menjabarkan tujuh definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi-definisi tersebut antara lain :

1. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Definisi ini seperti yang dikemukakan Hovland, Janis & Kelley (1953).
2. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain. Komunikasi ini seperti yang dikemukakan Berelson dan Stainer (1964).
3. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? *(Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?).* Definisi seperti yang dikemukakan Lasswell (1960).
4. Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. Definisi ini seperti yang dikemukakan Gode (1959).
5. Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. Definisi ini seperti dikemukakan Barnlund (1964).
6. Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Definisi ini seperti yang disampaikan Ruesch (1957).
7. Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya. Definisi ini seperti yang dikemukakan Weaver (1949) (Zubair, 2006).

Sementara **Riswandi** menyimpulkan beberapa karakteristik komunikasi berdasar berbagai definisi yang dikemukakan para ahli, antara lain :

1. Komunikasi adalah suatu proses, artinya komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.
2. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara  sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
3. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi  (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.
4. Komunikasi bersifat simbolis karena dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasaverbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.
5. Komunikasi bersifat transaksional. Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau porsional.
6. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu Maksudnya bahwa para pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. (Riswandi, 2006).

Jika dilihat sekilas dari ulasan di atas, kiranya dapat ditarik benang merah bahwa tiap ahli bisa memiliki pandangan beragam dalam mendefinisikan komunikasi.Komunikasi terlihat sebagai kata yang abstrak sehingga memiliki banyak arti.Kenyataannya untuk menetapkan satu definisi tunggal terbukti sulit dan tidak mungkin terutama jika melihat pada berbagai ide yang dibawa dalam istilah itu.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner sehingga definisi komunikasi pun menjadi banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya berbagai definisi komunikasi yang ada sesungguhnya saling melengkapi dan menyempurnakan sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi itu sendiri.

* + 1. **Jenis-jenis Komunikasi**
1. Komunikasi intra pribadi

Komunikasi intra pribadi *(intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Misalnya berpikir.

1. Komunikasi antar pribadi

Komunikasi antar pribadi *(interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan respon verbal maupun nonverbal berlangsung secara langsung. Bentuk khusus komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik *(dyadic communication*) yang hanya melibatkan dua individu, misalnya suami- istri, dua sejawat, guru-murid. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara langsung dan simultan.

1. Komunikasi kelompok (kecil)

Komunikasi kelompok merujuk pada komunikasi yang dilakukan sekelompok kecil orang (*small-group communication*). Kelompok sendiri merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, saling mengenal satu samalain, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Komunikasi antar pribadi berlaku dalam komunikasi kelompok.

1. Komunikasi publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi publik meliputi ceramah, pidato, kuliah, tabligh akbar, dan lain-lain. Ciri-ciri komunikasi publik adalah: berlangsung lebih formal; menuntut persiapan pesan yang cermat, menuntut kemampuan menghadapi sejumlah besar orang; komunikasi cenderung pasif; terjadi di tempat umum yang dihadiri sejumlah orang; merupakan peristiwa yang direncanakan; dan ada orang-orang yang ditunjuk secara khusus melakukan fungsi-fungsi tertentu.

1. Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi juga melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi, dan komunikasi publik tergantung kebutuhan.

1. Komunikasi massa

Komunikasi massa(*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa cetak maupun elektronik yang dikelola sebuah lembaga atau orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar, anonim,dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara serentak, cepat dan selintas.

**2.1.3 Konsep Dasar Komunikasi**

Menurut *John R. Wenburg* dan *William W. Wilmot* juga *Kenneth K. Sereno* dan *Edward M. Bodaken* setidaknya ada tiga kerangka pemahaman komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan searah dari seseorang/ lembaga kepada seseorang/kelompok lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemahaman komunikasi sebagai suatu proses satu arah ini oleh *Michael Burgoon* disebut sebagai “definisi berorientasi sumber” *(source-oriented definition).*

1. Komunikasi sebagai interaksi

Komunikasi dipahami sebagai proses aksi-reaksi, sebab-akibat, yang arahnya bergantian. Komunikasi interaksi dipandang lebih dinamis dari pada komunikasi satu arah. Unsur penting dalam komunikasi interaksi adalah *feedback* (umpan balik).

1. Komunikasi sebagai transaksi

Komunikasi dipahami sebagai kegiatan menafsirkan perilaku orang lain.Ada proses *encoding* dan *decoding* pesan verbal maupun nonverbal. Semakin banyak peserta komunikasi maka transaksi yang terjadi akan semakin rumit. Kelebihan konsep ini adalah komunikasi dipahami sebagai konsep yang tidak membatasi pada komunikasi yang disengaja saja. Pemahaman ini mirip dengan “definisi berorientasi penerima” *(receiver-oriented definition*), yaitu menekankan pada variabel-variabel yang berbeda yaitu penerima dan makna pesan bagi penerima. Penerimaan pesan disini bersifat dua arah.

* + 1. **Elemen-Elemen Komunikasi**
1. *Source* (sumber)

*Source* atau sumber adalah seseorang yang membuat keputusan untuk berkomunikasi. Seringdisebut juga pengirim *(sender)*, penyandi *(encoder),* komunikator, pembicara*(speaker).*

1. *The Message* (pesan)

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun non verbal yang berisi ide, sikap dan nilai komunikator. Pesan mempunyai tiga komponen yaitu :

a) Makna

b) Simbol yang digunakan untukmenyampaikanmakna

c) Bentuk atau organisasi pesan.

1. *The Channel* (saluran)

Saluran adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima

1. *The Receiver* (penerima)

*The Receiver* atau penerima adalah orang yang menerima pesan. Penerima sering juga disebut sasaran/tujuan *(destination)*, komunikate *(communicatee)*, penyadi-balik *(decoder)* ataukhalayak*(audience)*, pendengar *(listener)*,

1. *Barriers* (hambatan)

Hambatan adalah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemaknaan pesan yang komunikator sampaikan kepada penerima. Hambatan ini bisa berasal dari pesan, saluran, dan pendengar. Beberapa buku menggunkan istilah noise untuk menyebut elemen penggangu, yang diartikan sebagai gangguan.

1. *Feedback*

Feedback adalah reaksi dan respons pendengar atar komunikasi yang komunikator lakukan. Feedback bias dalam bentukkomentarlangsung atau tertulis,surat atau public opini polling.

7. The Situation (situasi)

Situasi adalah salah satu elemen paling penting dalam proses komunikasi pidato *(speech communication*)*.* Situasi atau keadaan selama komunikasi berlangsung berpengaruh terhadap mood pembicara maupun pendengar, saluran/medai yang dipakai, dan*feedback audience.*

* 1. **Program Acara Sinetron**
		1. **Sinetron dan Pengaruhnya**

Acara televisi yang berhubungan dengan misi pembangunan adalah paket sinetron. Tampilan paket sinetron televisi mempunyai beberapa unsur yaitu cerita sinetron umumnya sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat dan isi sinetron mengkomunikasikan soal pembangunan fisik maupun mental. Ada beberapa faktor yang membuat paket sinetron disukai yaitu isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa, isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya pemirsa dan isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat (Kuswandi, 1996).

Dalam membuat paket ini kru televisi harus memasukkan isi pesan yang positif dan pesan dapat mewakili aktualitas kehidupan masyarakat dalam realitas sosialnya. Untuk membuat sinetron ada dua hal perlu diperhatikan yaitu terdapat permasalahan sosial dalam cerita sinetron yang mewakili realitas sosial dalam masyarakat dan menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam sinetron secara positif dan responsif (Kuswandi, 1996).

Tayangan sinetron telah menjadi mata acara primadona di televisi. Sinetron yang ditayangkan pada televisi menurut Labib (2002) dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu sinetron seri, serial dan sinetron lepas. Sinetron seri dan sinetron serial memiliki kesamaan yaitu jumlah episodenya yang banyak. Namun, memiliki perbedaan yaitu kalau sinetron seri antara episode pertama dan selanjutnya tidak menunjukkan hubungan sebab akibat, dimana terdapat tiga babak yaitu pemaparan, konflik dan ditutup dengan solusi, tampak tegas sehingga memuaskan pemirsa serta tokoh-tokoh yang muncul baik protagonis maupun antagonis tetap dengan cerita yang dibuat berubah-ubah setiap episodenya.

Berbeda dengan sinetron serial yang pada setiap episodenya selalu memilki hubungan sebab akibat namun struktur ceritanya disesuaikan dengan kepentingan untuk ”menjerat” minat pemirsa agar terus-menerus mengikuti episode selanjutnya. Sinetron lepas atau sinetron yang satu episodenya selesai atau film televisi (FTV), struktur ceritanya tampak sangat jelas dan persis mengikuti pola tiga babak tersebut. Jenis sinetron lepas ini memiliki format yang berbeda dengan sinetron pada umumnya yaitu durasi (running time) mencapai satu setengah jam (90 menit) sudah termasuk selipan iklan dan tidak bersambungan, tidak serial juga tidak bermini seri, dimana satu kali tayang langsung selesai serta pada tayangan-tayangan untuk pekan berikutnya masing-masing tidak ada sangkut pautnya sama sekali.

Sinetron juga dapat dibedakan atas dasar tema ceritanya yang dibagi menjadi dua kategori besar.

Pertama, sinetron drama yaitu sebagai komposisi cerita atau kisah, syair lagu-lagu yang diharapkan dapat menggambarkan kehidupan dan watak melalui tingkah laku (akting) atau dialog yang melibatkan emosi atau konflik yang dikemas secara khusus untuk ditayangkan di televisi. Jenis sinetron drama ini pun dibagi dalam tiga kategori besar yaitu sinetron drama komedi yaitu sinetron drama yang berisi kelucuan-lucuan yang mengajak pemirsa tertawa, sinetron drama rumahtangga yaitu sinetron drama yang mengangkat masalah-masalah dalam rumahtangga dan sinetron drama misteri yaitu sinetron drama yang mengangkat masalah misteri atau menciptakan situasi yang mencekam.

Kedua adalah sinetron laga yaitu sinetron yang banyak menceritakan dan mengisahkan perkelahian sebagai menu utamanya. Jenis sinetron laga juga dapat dibagi menjadi dua yaitu sinetron laga misteri kolosal yaitu sinetron laga yang mengangkat pertarungan-pertarungan dengan tema misteri dengan pemeran dalam jumlah besar dan sinetron laga drama yaitu sinetron laga drama yang mengangkat pertarungan-pertarungan dengan masa setting masa kini (Labib,2002).

Acara sinetron memberikan pengaruh yang cukup besar bagi pemirsa yang menontonnya. Seperti yang diungkapkan oleh Labib (2002) dimana cerita sinetron tidak hanya sekedar menjadi sajian menarik di layar kaca, tetapi juga telah menjadi bahan diskusi di antara para ibu di kelompok arisan, antar anggota keluarga, bahkan tidak jarang nilai-nilai sosial di dalamnya hadir sebagai rujukan perilaku para penggemarnya. Bahkan para penggemar sinetron umumnya merasa cemas jika ketinggalan salah satu episode cerita sinetron kesayangannya. Lagu-lagu tema sinetron banyak dihapal oleh para ibu-ibu dan remaja putri. Saat itulah muncul komunitas baru yaitu komunitas para penggemar artis sinetron. Bahkan perilaku para artis sinetron tidak jarang menjadi panutan para ibu atau remaja putri, mereka mengubah model rambut dan dandanannya seperti artis kesayangannya.

Paket sinetron menurut Kuswandi (1996) selama ini tampaknya telah dianggap sebagai mata acara primadona televisi. Namun, anggapan demikian ternyata tidak selalu benar dan tepat. Banyak sinetron yang telah ditayangkan di televisi terlihat asal jadi baik dari segi isi pesan maupun teknik penggarapannya. Sampai saat ini masih belum banyak paket sinetron yang berfungsi sebagai alat atau sarana agen perubahan sosial maupun agen pembangunan.

* 1. **Pandangan**

Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus juga makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya (Wolberg 1967). Adanya perbedaan inilah yang antara lain menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu obyek, sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci obyek tersebut. Hal ini sangat tergantung bagaimana individu menanggapi obyek tersebut dengan persepsinya. Pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku, dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya.

* + 1. **Persepsi**

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian. Menurut sesYoung (1956) persepsi merupakan aktivitas, mengindera, mengintegrasikan dan memberikan  penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, niali-nilai, sikap ingatan dan lain-lain.

Menurut wagito (1981) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses psikologi dan hasil dari penginderaan serta protes terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir. Di dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk, yaitu sikap yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula.

Istilah persepsi menurut adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi). Melalui persepsi kita dapat mengenali dunia sekitar kita, yaitu seluruh dunia yang terdiri dari benda serta manusia dengan segala kejadian-kejadiannya.  Dengan persepsi kita dapat berinteraksi dengan dunia sekeliling kita, khususnya antar manusia. Dalam kehidupan sosial di kelas tidak lepas dari interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa, mahasiswa dengan dosen. Adanya interaksi antar komponen yang ada di dalam kelas menjadikan masing-masing komponen (mahasiswa dan dosen) akan saling memberi tanggapan, penilaian dan persepsinya. Adanya persepsi ini adalah penting agar dapat menumbuhkan komunikasi aktif, sehingga dapat meningkatkan kapasitas belajar di kelas.

[Persepsi](http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi/) merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera. Dengan kata lain *persepsi* adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

Gibson, dkk (1989) dalam buku Organisasi Dan Manajemen [Perilaku](http://www.duniapsikologi.com/sikap-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi/), Struktur; memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (terhadap obyek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa [pengertian persepsi](http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi/) merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu.

**2.3.2 Persepsi Sebagai Inti Komunikasi Interpersonal**

Persepsi dikatakan inti komunikasi karena persepsi sangat mempengaruhi proses komunikasi yang dilakukan baik komunikasi interpersonal maupun komunikasi intrapersonal. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Misal berfikir, menulis, merenung, menggambar dan sebagainya. Sedangkan komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain atau kelompok, misal mengobrol lewat telepon, korespondensi dll.

Persepsi atau cara pandang kita terhadap sesuatu akan menentukan jenis dan kualitas komunikasi yang kita lakukan. Misal kita berhadapan dengan seseorang yang kita persepsikan baik, maka komunikasi yang kita lakukan dengannya pun akan baik pula, begitu juga sebaliknya.

Definisi cantik menurut orang yang satu dengan yang lain pasti mempunyai jawaban yang berbeda-beda, mungkin ada yang menjawab cantik itu gendut, ramping atau bahkan kurus kering. Hal itu dikarenakan persepsi setiap orang atau kelompok dalam memandang suatu hal berbeda-beda yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman, psikologi dan kondisi faktual yang saat itu kita tangkap. Kecantikan menurut orang dayak adalah seseorang yang memakai banyak anting sampai daun telinganya menjuntai ke bawah. Menurut penduduk fiji, kecantikan dilihat dari kemampuan reproduksi yakni tubuh yang subur dan keturunan yang banyak. Berbeda dengan masyarakat modern kota, kecantikan diartikan sebagai seorang wanita yang bertubuh ramping, putih, dan berambut lurus. Sesuatu diintepretasikan berbeda-beda oleh setiap orang dan kelompok tergantung latar belakangnya masing-masing.

**2.3.3 Proses Terbentuknya Persepsi**

*Perceptual process* atau proses persepsi meliputi 3 (tiga) tahap yaitu :

**2.3.3.1 Sensasi (asensi)**

Sensasi adalah proses pengiriman pesan ke otak melalui panca indera yaitu mata, hidung, telinga, lidah, kulit. Panca indera adalah reseptor yang menghubungkan otak kita dengan lingkungan sekitar. Informasi yang kita tangkap dari proses melihat, mencium, mendengar, merasakan, dan meraba tersebut kita proses kembali untuk dapat menghasilkan persepsi terhadap sesuatu. Misal melihat pantai, mencium parfum, bersalaman, mencicipi masakan. Setelah informasi itu kita tangkap dan kita rekam dalam otak kita masuk dalam terhadap atensi.

**2.3.3.2 Atensi**

Atensi adalah suatu tahap dimana kita memperhatikan informasi yang telah ada sebelum kita menginterpretasikannya. Sebenarnya banyak sekali hal yang tertangkap oleh panca indera, namun tidak semua kita perhatikan. Misal kita mengobrol lewat telepon, informasi yang kita perhatikan hanyalah suara lawan bicara meskipun saat itu kita juga sedang membaca koran atau makan bakwan, ketika melihat sekumpulan orang berpakaian hitam, dan ada satu orang berpakaian putih, tentunya kita lebih memperhatikan yang berbaju putih, hal ini terjadi karena kita hanya akan memperhatikan apa yang kita anggap paling bermakna bagi kita, paling berbeda dan paling menarik perhatian.

**2.3.3.3 Interpretasi**

Tahap interpretasi adalah tahap terakhir. Jika persepsi dikatakan sebagai inti komunikasi, maka interpretasi adalah inti dari persepsi. Interpretasi adalah proses penafsiran informasi atau pemberian makna dari informasi yang telah kita tangkap dan kita perhatikan. Ketika mata kita melihat matahari terbenam di pantai kemudian kita perhatikan, maka secara tidak langsung kita akan menginterpretasikan pantai tersebut. Apakah menurut kita indah, biasa saja atau bahkan jelek. Pendapat atau persepsi yang dihasilkan tentunya akan beragam tergantung latar belakang kita masing-masing.

Sensasi, atensi dan interpretasi adalah tahapan-tahapan yang dilalui untuk menghasilkan persepsi, semakin sama persepsi setiap orang, maka semakin efektif komunikasi yang dilakukan. Persepsi setiap orang akan sama jika mereka berasal dari latar belakang yang sama. Misal sama-sama orang desa, sama-sama orang jaqwa dan sama-sama orang gila.

Persepsi-persepsi yang ada pada diri kita akan mempengaruhi proses komunikasi yang kita lakukan, karena itu berfikirlah positifdan obyektif dalam memandang sesuatu.

* 1. **Fenomenologi**

Menurut Husserl, fenomenologi adalah pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal; atau suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Fenomenologi memiliki riwayat cukup panjang dalam penelitian sosial, termasuk psikologi, sosiologi, dan pekerjaan sosial. Fenomenologi adalah pandangan berpikir yang menekankan pada fokus interprestasi dunia. Dalam hal ini, para peneliti fenomenologi ingin memahami bagaimana dunia muncul kepada orang lain.

Fenomenologi menyelidiki pengalaman kesadaran yang berhubungan dengan pertanyaan, seperti bagaimana pembagian antara subjek dan objek muncul dan bagaimana suatu hal didunia ini diklasifikasikan. Para fenomenolog juga berasumsi bahwa kesadaran bukan dibentuk karena kebetulan dan dibentuk oleh sesuatu yang lainnya dirinya sendiri. Ada tiga yang mempengaruhi pandangan fenomenologi, yaitu Edmund Husserl, Alfred Schultz, dan Weber. Weber memberi tekanan verstehen, yaitu pengertian dari interpretatif terhadap pemahaman manusia.

 Fenomenologi dengan demikian merupakan salah satu teori yang menentang paradigma yang menjadi mainstream dalam sosiologi, yakni struktural fungsional. Filsuf Edmund Husserl (1859-1938) yang dikenal sebagai *founding father* fenomenologi mengembangkan ide tentang dunia kehidupan (lifeworld). Ia menggunakan filsafat fenomenologi untuk mengetahui bagaimana sebenarnya struktur pengalaman yang merupakan cara manusia mengorganisasi realitasnya sehingga menjadi terintegrasi dan autentik. Bagi Husserl, dunia kehidupan menyediakan dasar-dasar harmoni kultural dan aturan-aturan yang menentukan kepercayaan-kepercayaan yang diterima apa adanya (taken forgranted) dalam sebuah tata kelakuan sistematik.

Fenomenologi secara esensial merupakan perspektif modern tentang manusia dan dunianya. Gerakan filsafat sangat dekat berhubungan dengan abad 20. Perspektif ini seperti semua gerakan-gerakan filsafat lainnya dapat ditelusuri dari naskah-naskah kuno dan yang lebih penting lagi berakar dari filsafat skolastik abad pertengahan. Meskipun demikian, para teori fenomenologi, ada umumnya berkiblat pada karya-karya Edmund Husserl sebagai titik pijakan (point of departure), dan Husserl mengulangi apa yang menjaadi perhatian Rene Descrates dan filsafat sebelumnya sebagai permulaan perspektif fenomenologi secara meyakinkan.

Fenomenologi memfokuskan studinya pada masyarakat berbasis makna yang dilekatkan oleh anggota. Apabila filsafat Edmund Husserl yang memfokuskan pada pemahaman fenomena dunia, fenomenologi yang diterapkan dalam sosiologi, khususnya Alfred schutz (1962) yang bekerja sama dengan teori yang memegang teguh pragmatisme Mead, dan menjelaskan mengenai sosiologi.

Ciri khas dar ipemikiran Husserl tentang bagaimana semestinya menemukan kebenaran dalam filsafat terangkai dalam satu kalimat “Nach den sachen selbst” (kembalilah kepada benda-benda itu sendiri), artinya melihat, merasakan dan mengalami setiap fenomena-fenomena dalam hidup, selalu bertitik berangkat dari pemikiran fenomenologi, Dengan demikian, dalam memandang fenomena-fenomena harus melihat ‘penyaringan’ (ratio) terlebih dahulu sehingga mendapatkan kesadaran yang murni.( Wa Ode Zainab Zilullah Toresano,2013)

* 1. **Remaja**

Batasan remaja menurut WHO pada tahun 1974 terdiri dari tiga kriteria yaitu biologik dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual, psikologik dimana individu mengalami perkembangan psikologik dari pola indentifikasi anak-anak menjadi dewasa serta sosial ekonomi dimana terjadi peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri. WHO menetapkan batas usia 10-20 tahun sebagai batasan usia remaja. Masyarakat Indonesia mendefinisikan remaja sebagai remaja pada batasan usia 11-24 tahun (Sarwono, 1989). Hurlock (1996) membagi masa remaja menjadi dua bagian yaitu masa awal remaja dan masa akhir remaja. Masa awal remaja berlangsung dari usia 13 tahun sampai 16 tahun atau 17 tahun. Untuk masa remaja akhir dimulai dari usia 16 atau 17 tahun sampai dengan 18 tahun.

Masa remaja menurut Sabri (1993) merupakan masa yang penting. Masa ini disebut juga sebagai suatu tahap peralihan, perubahan, usia bermasalah, mencari identitas, usia yang menakutkan, tidak realistik dan diambang dewasa.Masa peralihan disebut juga sebagai masa transisi. Pada masa ini remaja mengalami ketidakmapanan tingkah laku. Pada masa remaja, perubahan yang terjadi sangat besar baik dari segi fisik maupun perubahan perilakunya.

Menurut Yusuf yang dikutip oleh Badriah (2003), proses perkembangan mencari identitas diri dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

1. Iklim keluarga, yang berkaitan dengan interaksi sosio-emosional antar anggota keluarga, sikap dan perlakuan orangtua terhadap anak.
2. Tokoh idola, orang-orang yang dianggap remaja sebagai figur yang memiliki posisi di masyarakat. Pada umumnya remaja mengidolakan tokoh-tokoh dari kalangan selebritis.
3. Peluang pengembangan diri, yaitu kesempatan untuk melihat ke depan dan menguji dirinya dalam setting kehidupan yang beragam.

Masa remaja adalah usia individu mulai berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang lebih tua melainkan dalam tingkatan sama, sekurang-kurangnya masalah hak. Posisi seorang individu yang berusia remaja tidak mempunyai tempat yang jelas. Remaja tidak digolongkan pada golongan anak, dan juga tidak termasuk pada golongan orang dewasa atau golongan tua. Remaja masih harus menemukan tempatnya dalam masyarakat (Hurlock, 1996).

Lawrence Kohlberg yang dikutip Sarwono (1989) mengatakan tentang perkembangan moral dari masa kanak-kanak ke masa dewasa dalam tahapan-tahapan. Ia berpendapat bahwa kemampuan seseorang untuk menilai baik buruknya sesuatu tergantung pada kemampuan penalaran orang yang bersangkutan. Tahapan-tahapan perkembangan sebagai berikut :

1. Tahap Pra Konvensional (0-5 tahun)

Pada tahap ini anak belum mengetahui sama sekali tentang aturan-aturan (konvensi-konvensi) yang ada dan untuk mengajarkan anak untuk dapat membedakan mana yang baik dan buruk maka orangtua mendidik anak dengan sistem hukuman dan ganjaran.

1. Tahap Konvensional

Ada dua subtahap yaitu: (a) Orientasi anak baik-anak nakal yang terjadi antara usia 6-11 tahun, dimana anak mengukur tingkah lakunya dengan berorientasi pada apa yang lazimnya dianggap baik (misalnya hormat pada orangtua, rajin sembahyang dan lain-lain) dan tidak melakukan apa yang dianggap tidak baik dan (b) Orientasi menjaga sistem, dimana pada ada usia remaja tingkah laku moral ditujukan untuk mempertahankan norma-norma tertentu. Remaja yang taat pada agama akan berusaha agar ia rajin bersembahyang supaya agama itu sendiri bisa berkelanjutan atau karena ia merasa perlu hidup dengan berpedoman pada agama. Di pihak lain, ia mungkin memilih norma-norma kawan-kawan sekelompoknya karena norma itulah yang berlaku di lingkungannya dan ia mengikuti norma-norma itu sebagai ukuran moralnya karena beranggapan bahwa kelompoknya itulah yang dipatut dijadikannya pedoman.

1. Tahap Pra Konvensional (masa dewasa)

Kalau sampai dengan masa remaja perkembangan moral masih terikat pada situasi-situasi yang konkrit dan diukur dengan norma-norma yang relatif baku, usia dewasa tolak ukurnya sudah bersifat umum dan kuat. Orang dewasa sudah tidak berpedoman pada konvensi-konvensi yang baku lagi kecuali konvensi-konvensi itu dianggapnya bisa berfungsi untuk tahapan yang lebih luas.

Dalam masa perkembangannya ini, remaja selalu mencari jati diri, salah satunya adalah dengan mencontoh idola mereka. Sebagian besar remaja memiliki tokoh idola yang berasal dari kalangan selebritis, seperti penyanyi, atau kalangan bintang film. Mengingat tokoh idolanya sering muncul di media massa, terutama televisi, maka remaja sangat suka dan termotivasi dalam menonton televisi.

* + 1. **Sikap**

Sikap menurut Azjen yang dikutip Sarwono (1999) adalah ketidakposisian untuk merespon kesukaan atau ketidaksukaan terhadap objek, orang, institut atau suatu event. Ciri khas dari sikap berdasarkan definisi di atas adalah mempunyai objek tertentu (orang, perilaku, konsep, situasi, benda dan sebagainya) dan mengandung penilaian (setuju-tidak setuju, suka-tidak suka).

Azwar (1995) mengutip Secord dan Backman yang mendefinisikan sikap

sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Sarwono (1999) mengatakan sikap mengandung tiga bagian menurut yaitu kognitif (kesadaran), afektif (perasaan) dan konatif (perilaku). Ketiga bagian itu saling terkait erat misalnya jika kita dapat mengetahui kognisi dan perasaan seseorang terhadap suatu objek maka kita akan tahu pula kecenderungan perilakunya. Sikap digambarkan oleh Mar’at (1981) dalam berbagai kualitas dan intensitas yang berbeda dan bergerak secara kontinyu dari positif melalui areal netral ke arah negatif. Kualitas dan intensitas sikap menggambarkan konotasi dari komponen afeksi sehingga terjadi kecenderungan untuk dapat bertingkah laku berdasarkan kualitas emosional.

 Komponen sikap kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Kepercayaan tersebut muncul berdasarkan apa yang kita lihat dan kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek. Sekali kepercayaan itu telah terbentuk maka akan menjadi pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan dari objek tertentu.

Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objekatau secara umum disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu.

Komponen konatif menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku (Azwar, 1995).

Sikap menurut Azwar (1995) dapat dibentuk oleh enam hal yaitu: (1) pengalaman pribadi dimana apa yang kita alami dan sedang kita alami akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan kita terhadap stimulus sosial; (2) pengaruh orang lain yang dianggap penting dimana individu cenderung untuk memiliki sikap yang searah dengan orang yang dianggap penting tersebut; (3) pengaruh kebudayaan dimana pola sikap dan perilaku yang dimiliki dikarenakan kita mendapat penguatan dari masyarakat; (4) media massa membawa pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang; (5) lembaga pendidikan dan lembaga agama dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu serta (6) pengaruh faktor emosional dimana suatu sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi semacam penyaluran frustasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego .

Ada beberapa pendapat yang mengatakan bahwa sikap adalah sesuatu yang dipelajari (bukan bawaan) karena dapat dibentuk, dikembangkan dipengaruhi dan diubah. Pendapat lain mengatakan bahwa dapat saja sikap timbul karena bawaan terbukti dari kenyataan bahwa sikap dapat timbul tanpa ada pengalaman sebelumnya (Sarwono, 1999). Namun, menurut Mar’at (1981) sikap lebih dipandang sebagai hasil belajar daripada sebagai hasil perkembangan atau sesuatu diturunkan dan diperoleh melalui interaksi dengan objek sosial sehingga tidak dapat dilepaskan dari lingkungannya dan sasarannya.

* + 1. **Perilaku Menonton Televisi**

Herlina (1999) mendefinisikan perilaku menonton televisi sebagai tindakan menonton televisi karena adanya dorongan dalam diri seseorang untuk menonton televisi. Menurut Lowery dan DeFleur yang dikutip Herlina (1999) setiap individu memiliki perilaku tertentu dalam menggunakan media massa.

Perilaku tersebut selanjutnya menjadi dasar untuk melihat pengaruh media massa. Terdapat tiga hal yang bisa menjadi alat ukur untuk mengidentifikasi perilaku anak-anak dan remaja dalam menonton televisi menurut Lowery dan

DeFleur yang dikutip Herlina (1999) yaitu (1) total waktu yang digunakan untuk menonton televisi dalam sehari; (2) pilihan acara yang ditonton dalam sehari serta acara yang paling disukai dan (3) frekuensi menonton acara televisi.

Media televisi menurut McQuail (1987) memiliki beberapa fungsi bagi seorang individu baik individu remaja maupun dewasa yaitu sebagai berikut :

1. Informasi
* mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
* mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
* memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
* belajar, pendidikan diri sendiri.
* memperolah rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

II. Identitas Pribadi

* menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
* menemukan model perilaku.
* mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
* meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

III. Integrasi dan Interaksi Sosial

* memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial.
* mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
* menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
* memperoleh teman selain manusia.
* membantu menjalankan peran sosial.
* memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat.

IV. Hiburan

* melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
* bersantai.
* memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
* mengisi waktu.
* penyaluran emosi.