

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 5, Nomor 1, Oktober 2010

ISSN 1907-848X

Halaman 01 - 88

---

---

## DAFTAR ISI

### Editorial

#### **Media Convergence: Newsroom Challenges and Opportunities in the Digital Age**

*Zaki Habibi*  
( 01 - 06 )

#### **Konvergensi Media dan Perubahan dalam Manajemen SDM Media**

*Choky Rais Bawapratama*  
( 07 - 22 )

#### **Pemberitaan Crop Circle di Berbah, Yogyakarta: Kebergantungan Media pada Sumber Resmi**

*Wendratama*  
( 23 - 30 )

#### **Opini Publik, Agenda Setting, dan Kebijakan Publik**

*Puji Rianto*  
( 31 - 40 )

#### **Di Balik Layar Berita Kriminal Televisi**

*Liliek Budiastuti Wiratmo*  
( 41 - 56 )

#### **Hubungan Karakteristik Siswa SMA Depok dan Terpaan Media dengan Sikap Kritis Menonton Televisi**

*Sadakita Br. Karo*  
( 57 - 70 )

#### **Image Restoration Strategy of Bali Tourism Crisis**

*Kadek Dwi Cahaya Putra*  
( 71 - 88 )

## **Hubungan Karakteristik Siswa SMA Depok dan Terpaan Media dengan Sikap Kritis Menonton Televisi**

**Sadakita Br. Karo<sup>1</sup>**

### **Abstract**

*The aim of this research is to describe the relation of the characteristic and media exposure factors to the critical attitude in watching TV of the senior high school students in Depok. The sample was taken with stratified proportional random sampling, in which the first step classified the schools based on their accreditation, and then determined 35% sample of the chosen schools. Chi-Square statistic test was used to analyze the data to show the relation between the sex and the critical attitude. Correlation Pearson Product Moment was also used to show the relation between media exposure and other characteristics. The result showed that all characteristics—except sex—and also the media exposure significantly related to the critical attitude of watching behaviour.*

### **Keywords:**

*Television, characteristics, exposure, critical attitude.*

### **Pendahuluan**

Televisi adalah jenis media massa yang sudah menyatu dengan kehidupan masyarakat. Hidup tanpa televisi seolah-olah ada yang kurang karena sudah menjadi kebutuhan masyarakat, bahkan dianggap sebagai 'orangtua kedua' bagi anak-anak dan 'guru' bagi penontonnya.

Konsumsi terhadap tayangan televisi semakin meningkat. Isi tayangan televisi semakin bervariasi mulai dari berita, hiburan, dan iklan. Masyarakat menonton televisi sesuai dengan waktu yang mereka miliki baik secara individual maupun bersama-sama. Pada umumnya, semakin banyak waktu luang maka semakin banyak peluang menonton televisi.

Sayangnya, perkembangan siaran televisi beberapa tahun ini semakin jelas menunjukkan bahwa televisi tidak mampu menghasilkan isi siaran yang sopan, bermartabat, dan menghibur secara sehat serta aman bagi anak dan remaja. Seperti dikemukakan Peea (2008) dalam sidang disertasi Fakultas Ilmu Budaya UI pada tanggal 6 Maret 2008 mengenai tayangan iklan, "Demi kepentingan mencari pangsa pasar, tak jarang iklan berubah menjadi media disinformasi, manipulasi, dan dominasi yang mengandung bias serta cenderung memberikan pemahaman yang keliru mengenai produk yang sebenarnya."

---

<sup>1</sup> Dosen Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta

Demikian juga tayangan sinetron. Sebagian besar program ini bertema kekerasan, kehidupan glamor, mistis, pergaulan bebas (misalnya hamil di luar nikah), sekolah dijadikan lokasi perkelahian, penjualan narkoba, melawan orangtua, dan sebagainya. Astuti & Nina M. Armando (2007) menyampaikan hasil penelitian YPMA dan 18 Perguruan Tinggi dalam seminar di Universitas Paramadina tanggal 20 Juli 2007. Mereka mengungkapkan, bentuk kekerasan yang ditayangkan sinetron 41,05% di antaranya adalah kekerasan psikologis, 25,14% kekerasan fisik, dan 10,97% merupakan kekerasan relasional. Pelaku kekerasan umumnya laki-laki dan korbannya berjenis kelamin perempuan. Korban kekerasan psikologis terbanyak adalah perempuan (39%). Usia pelaku kekerasan dan korban kekerasan adalah remaja, masing-masing (51%) dan (65%).

Selain itu, beberapa pendapat lain mengatakan bahwa sinetron kurang mendidik, membodohi, dan tidak masuk akal, khususnya bagi kaum perempuan. Seperti diungkap Menteri Pemberdayaan Perempuan Meutia Hatta dan aktivis perempuan Myra Diarsi, sinetron mengajarkan anak tentang kejahatan, kejudesan, dan perilaku licik. Banyak tayangan sinetron justru membodohi penonton dan tidak memberdayakan perempuan. Tayangan-tayangan sinetron melebihi titik penerimaan dan toleransi nalar. Isi tayangan sinetron sama sekali tidak masuk akal dan penuh pembodohan. Ditambah dengan perilaku masyarakat yang menonton televisi tanpa preferensi kuat mengenai program yang dipilih (*KOMPAS*, 27 Agustus 2007).

Hasil penelitian dan pendapat-pendapat di atas menandakan bahwa tayangan televisi kurang mendidik dan berdampak negatif bagi penonton. Jika masyarakat memahami dan mengetahui bahwa ada dampak negatif dan positif dari tayangan televisi, maka hal tersebut tak perlu dipersoalkan. Masalahnya, belum semua masyarakat mampu memilah-milah tayangan mana yang baik dan tidak baik untuk ditonton, tayangan mana yang mendidik dan tidak mendidik. Di titik ini, kemampuan masyarakat melakukan penilaian menjadi sangat penting agar tidak mudah terkena pengaruh negatif tayangan televisi.

Menonton televisi merupakan proses aktif dalam menginterpretasikan isi acara. Artinya, aktivitas interpretasi ini dilakukan dengan mengombinasikan beberapa adegan dalam acara, pengalaman masa lalu, dan kemampuan untuk memahami isi acara yang perubahannya hampir tidak kentara. Ini bisa disebut sebagai proses televisi membentuk mental. Prosesnya adalah sebuah sentuhan psikologi yang kompleks pada saat menonton secara *ritualistic* untuk *relaxed* atau *distracted*. Sebab menurut hasil penelitian, penonton televisi harus mengikuti jalan cerita, karakter-karakter, dan motivasi-motivasi untuk memahami kecerobohan yang ada dalam isi acara (Shapiro, *dalam* Langan, 1997).

Pada pola menonton televisi, siswa SMA cenderung menghabiskan waktu untuk menonton tayangan televisi lebih dari kumulatif waktu efektif. Rata-rata siswa SMA menonton televisi empat jam atau lebih dalam satu hari. Padahal, waktu efektif menonton televisi hanyalah dua jam perhari ([www.kidia.com](http://www.kidia.com)). Hal ini tidak saja berlaku pada siswa, tapi juga orangtua. Menurut hasil penelitian Sunarto, Doktor Ilmu Komunikasi UI, walaupun orangtua sudah mempunyai kedewasaan mental psikologis sehingga bisa memilah-milah program televisi, tapi jika menonton tayangan

kekerasan lebih dari empat jam sehari, pada akhirnya penonton tersebut menjadi tidak peka. Melihat kekerasan, ia diam saja (*KOMPAS*, 29 Juli 2007).

Untuk mampu menarik manfaat dan menilai kebenaran isi televisi, dibutuhkan kemampuan berpikir kritis. Masalahnya, masyarakat belum mampu menjadi penonton kritis dan benar lantaran tidak mempunyai keterampilan berinteraksi dengan media secara kritis (Guntarto, 2003).

Berpikir kritis merupakan aktivitas kognitif dengan jalan menggambar terlebih dahulu urutan pengalaman dan pengetahuan dalam memeriksa dengan teliti semua informasi yang relevan dan bermanfaat. Berpikir kritis merupakan proses berpikir evaluatif yang menghasilkan makna sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya.

Sikap kritis termasuk dalam proses berpikir penerima pesan, yaitu aktivitas kognisi yang menghasilkan makna sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya dalam memahami, memeriksa, menilai, dan mengambil keputusan berkaitan dengan manfaat tayangan televisi.

Tetapi, aktivitas siswa menonton televisi dilakukan berjam-jam dengan penyeleksian yang kurang mengenai apa yang baik untuk ditonton. Artinya, pola siswa menonton televisi belum menggambarkan pola selera yang kritis dan benar.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap salah satu SMA Depok, perempuan cenderung lebih banyak menonton sinetron. Waktu menonton antara jam tayang pukul 18.00-21.00 WIB. Sinetron yang ditonton merupakan sinetron idola siswa, termasuk pemeran utamanya. Kegiatan siswa menonton ini umumnya tanpa pengawasan orangtua.

Harus dipahami bahwa laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan dalam menentukan pilihan serta penilaian terhadap objek tertentu. Terpaan media massa yang memberikan informasi mengenai realitas masyarakat dapat menambah wawasan siswa dalam menyeleksi, menilai, dan mengambil keputusan mengenai tayangan televisi. Namun isi media massa yang disajikan banyak yang kurang membangun daya kritis pengguna media massa.

Penelitian ini ingin mengetahui apakah siswa SMA Depok mampu menyeleksi dan menilai tayangan televisi serta faktor-faktor apa yang menyebabkan penyeleksian, penilaian, dan pengambilan keputusan yang tepat. Fokus penelitian ini ada empat, yaitu i) bagaimana sikap kritis siswa SMA Depok menonton tayangan televisi; ii) apakah terpaan media berhubungan dengan sikap kritis siswa SMA Depok menonton tayangan televisi; iii) apakah karakteristik siswa SMA Depok berhubungan dengan sikap kritis menonton televisi; dan iv) bagaimana hubungan terpaan media dan karakteristik dengan sikap kritis siswa SMA Depok menonton tayangan televisi.

### **Terpaan Media dan Perubahan Perilaku**

“Terpaan” artinya serangan atau terkaman. Terpaan media adalah seberapa banyak media mengenai sasaran dalam kurun waktu tertentu. Dalam konteks ini sasaran menggunakan media yang difokuskan pada media massa baik yang bersifat cetak seperti surat kabar dan majalah, audio seperti radio, maupun audiovisual seperti televisi. Media mengenai sasaran terkait dengan penggunaan media. Khalayak menggunakan media massa, maka sudah barang tentu media mengenai sasaran.

Jumlah rangsangan, waktu menggunakan rangsangan, konsentrasi menggunakan rangsangan dari sumber (media massa), memunculkan kemampuan kognitif, afektif, maupun konatif dalam diri pengguna stimulus. Dalam konteks kehidupan siswa SMA, diperlukan rangsangan yang tepat untuk bisa memunculkan kemampuan-kemampuan di atas. Rangsangan-rangsangan ini diharapkan dapat memunculkan potensi/bakat kemampuan anak, seperti musik, matematika, melukis, menari, dan sebagainya (Tobing, 2007).

Penelitian Redatin Parwadi (2005) menunjukkan bahwa penggunaan media mempunyai kontribusi atau pengaruh terhadap terjadinya penyimpangan nilai dan perilaku. Penggunaan media televisi memang dapat memengaruhi penontonnya. Penyimpangan nilai dan perilaku pun tak pelak terjadi pada diri para siswa, antara lain cenderung semakin permisif, berani, dan tidak sungkan-sungkan lagi melakukan hal-hal yang dianggap tabu atau dilarang agama maupun masyarakat. Kecenderungan seperti ini terutama terjadi pada remaja berusia 14-22 tahun (73,87%).

McQuail dan Windhal (1981) menjelaskan konsep penggunaan media sebagai jumlah isi yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi yang dikonsumsi, serta hubungan antara individu konsumen media dengan isi media. Aspek-aspek terpaan media yang diukur pada umumnya adalah aspek waktu yang digunakan dalam rangka mengikuti berbagai media, jenis-jenis media yang diikuti, dan berbagai hubungan antara individu yang mengonsumsi isi media (Rosengren, 1974).

### **Definisi dan Karakteristik Remaja**

Istilah “remaja” merupakan terjemahan dari kata “*adolescence*”, berasal dari kata latin “*adolescens*” yang berarti “*to grow (tumbuh)*” atau “*to grow up to maturity (tumbuh menuju kematangan)*” (Siregar, 1981). Secara umum yang dimaksud masa remaja adalah saat dimulainya anak secara seksual menjadi matang dan berakhir pada saat tercapainya kedewasaan pertumbuhan fisik, serta kesanggupan bertindak laku yang dikuasai rasio dan pengendalian emosi. Dengan tercapainya kematangan fisik yang berkaitan dengan kematangan alat genetika bagian dalam, maka berakhirilah masa pubertas. Di saat inilah seseorang mulai menginjak masa remaja.

Selain ciri-ciri fisik, remaja—dalam hal ini siswa SMA—biasanya sedang mencari jati diri dengan aktif mengikuti berbagai kegiatan ekstrakurikuler di dalam maupun luar sekolah. Kegiatan tersebut banyak membentuk penilaian terhadap objek-objek yang menerpa mereka. Sebut saja kegiatan Pramuka, olahraga dan seni, seminar-seminar ilmiah, aktif dalam organisasi, dan sebagainya.

Pengalaman berorganisasi baik formal maupun informal merupakan pengalaman yang melekat pada diri siswa SMA. Pengalaman merupakan sumber pengetahuan yang dapat memberikan bekal dalam menilai segala stimulus yang menerpa diri manusia termasuk tayangan televisi, internet, dan lain sebagainya.

Menurut Malik (1994), kepribadian memiliki empat determinan pokok, yaitu: (1) Biologi atau keturunan; (2) Keanggotaan dalam kelompok, khususnya dalam lingkungannya; (3) Peran atau termasuk usia, status sosial, kelas; dan (4) Warna kulit seseorang, situasi, semua kejadian yang memengaruhi yang memungkinkan dua orang bersaudara dalam lingkungan yang sama menjadi benar-benar berbeda.

Perbedaan karakteristik kepribadian individu membawa pada bervariasinya efek pesan. Ini dikarenakan setiap orang mengakumulasi predisposisi berpikir dan bertindak dengan cara tertentu pada berbagai tempat dan sumber.

Struktur biologis manusia—genetika, sistem syaraf dan sistem hormonal sangat memengaruhi perilaku manusia. Struktur genetik misalnya memengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi, dan emosi. Sistem saraf mengatur pekerjaan otak dan proses pengolahan informasi dalam jiwa manusia. Sistem hormonal bukan saja memengaruhi mekanisme biologi tetapi juga proses psikologi (Rakhmat, 2005).

Dari perbedaan-perbedaan tersebut dapat dikatakan bahwa karakteristik manusia berhubungan dengan kecerdasan, proses pengolahan informasi, termasuk dalam sikap dan berperilaku. Sikap kritis juga didasari atas kecerdasan dan kemampuan mengolah informasi yang menghasilkan sikap kritis dalam menonton tayangan televisi.

Menurut Pearson, jenis kelamin akan sangat berperan dalam mengefektifkan proses komunikasi yang berlangsung. Sebab, jenis kelamin dapat merujuk pada pengertian pembuatan klasifikasi yang didasarkan pada kedudukan atau fungsi, sifat seperti laki-laki dan wanita (Pearson, 1985). Perbedaan fundamental lainnya antara pria dan wanita adalah betapa pun baik dan cemerlangnya intelegensi wanita namun pada intinya wanita hampir tidak pernah tertarik secara menyeluruh pada soal-soal teoritis seperti kaum laki-laki. Hal ini karena struktur otaknya dan misi hidupnya lebih tertarik pada hal-hal praktis (Kartono, 1986).

Laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan secara genetis dalam hal proses berpikir. Wanita lebih terpengaruh oleh informasi efektif (informasi yang menyangkut perasaan orang mengenai keragaman suatu topik) dibanding pria. Menurut Scheidel, beberapa studi menunjukkan bahwa wanita lebih mudah dipersuasi dibanding pria (Pearson, 1985). Dapat diartikan bahwa wanita lebih mudah terpengaruh oleh informasi. Wanita lebih banyak berbicara dengan perasaan. Menurut Heymans dalam Kartono (1986), pada diri kaum wanita fungsi sekunderitasnya tidak terletak di bidang intelektual, tetapi pada perasaan. Oleh karena itu nilai perasaan dan pengalamannya lebih memengaruhi struktur kepribadiannya dibanding laki-laki.

Sementara itu, status sosial dalam penelitian ini dikaitkan dengan kepemilikan media dan jumlah uang saku yang diberikan orangtua kepada anaknya. Kedua hal ini relevan karena pada umumnya siswa masih dalam tanggungan orangtua. Secara umum siswa tidak mengetahui berapa nominal pendapatan orangtua masing-masing, namun hal ini tetap berpengaruh pada proses penilaian sebuah stimulus yang menerpa siswa. Semakin banyak media massa yang dimiliki siswa, maka semakin banyak akses informasi yang akan diperoleh serta semakin tinggi kemampuannya menganalisa dan menilai objek termasuk tayangan televisi.

### **Sikap Kritis Menonton Televisi**

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa, menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi, bukan sekadar rekaman masa lalu. Sikap menentukan apakah seseorang pro atau kontra terhadap sesuatu, apa yang disukai, diharapkan, diinginkan, dan

mengesampingkan apa yang tidak diinginkan atau harus dihindari (Sherif dan Sherif *dalam* Rakhmat, 2005). Sikap mengandung aspek evaluatif, yaitu mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, serta timbul dari pengalaman, tidak dibawa sejak lahir tetapi merupakan hasil belajar (Rakhmat, 2005).

Sikap sebagai kecenderungan berpikir termasuk berpikir kritis merupakan proses berpikir evaluatif yang menghasilkan makna sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya (Rakhmat, 2005). Berpikir juga melibatkan penggunaan lambang visual atau grafis dengan tujuan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan yang baru. Memahami realitas berarti menarik kesimpulan, meneliti berbagai kemungkinan penjelasan dari realitas eksternal dan internal (Taylor *dalam* Rakhmat, 2005).

Berpikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons. Komunikasi intrapersonal yang dilakukan siswa SMA dalam menonton tayangan televisi merupakan salah satu proses berpikir setelah menerima stimulus dari televisi. Proses ini adalah proses komunikasi dalam diri komunikasi dan berkaitan dengan efek media massa.

Berbicara mengenai efek media, *Elaboration Likelihood Model of Persuasion* membagi dua proses berpikir, yaitu berpikir menggunakan rasionalitas yang disebut *Central Route* dan berpikir menggunakan atau *Peripheral Route* (Bryant dan Zillmann, 2002).

*Central Route* merupakan proses yang penuh dengan usaha aktivitas kognitif dengan jalan menggambar terlebih dahulu urutan pengalaman dan pengetahuan dalam memeriksa secara teliti semua informasi yang relevan dan bermanfaat. Pesan yang diterima memerlukan proses berpikir secara aktif yang hasilnya dapat menyenangkan atau tidak menyenangkan dalam merespons komunikasi persuasi. Ketika orang dimotivasi dan mampu berpikir dengan jalan *Central Route*, mereka mengapresiasi secara hati-hati semua informasi yang mereka dapat.

Sementara itu, *Peripheral Route* sangat berbeda dengan *Central Route*. Perubahan sikap tidak selalu memerlukan upaya yang penuh dalam mengevaluasi informasi dari media massa atau sumber lain. Pada saat semangat atau kemampuan untuk memproses isu dan informasi yang relevan terbilang rendah, maka proses penyesuaian diri mendesak upaya mental dalam berpikir. Proses berpikir jadi lebih menekankan emosional dalam melakukan penilaian.

Menurut Ruch, berpikir kritis adalah berpikir evaluatif, yaitu menilai baik-buruk, tepat-tidak tepat suatu gagasan. Berpikir evaluatif berarti berpikir dengan cara tidak menambah atau mengurangi gagasan, tetapi menilai menurut kriteria tertentu (Rakhmat, 2005).

Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa sikap kritis merupakan efek komunikasi kognitif dan afektif. Efek ini masih ada dalam proses komunikasi dalam diri penerima stimulus, yang memerlukan usaha aktivitas kognitif yang penuh. Caranya adalah dengan menggambar pengalaman dan pengetahuan sebelumnya, memeriksa secara teliti semua informasi yang relevan, menilai baik-buruk atau tepat-tidak tepat suatu gagasan. Hasilnya berupa respon yang menyenangkan atau tidak menyenangkan, didapat melalui jalan rasionalitas dan emosionalitas.

Siswa SMA adalah salah satu kelompok yang dikenai stimulus dari media televisi, tergolong ke dalam homorasionalis. Karena itu, siswa memiliki kecenderungan bawaan untuk senantiasa berpikir dan bersikap kritis. Sikap kritis pada prinsipnya adalah sikap eksploratif yang didasari rasa ingin tahu yang tinggi, bertanya-tanya, mencari jawaban, dan tidak puas dengan jawaban yang sekenanya.

Sikap kritis cenderung bersifat bawaan. Perkembangannya ditentukan oleh stimulus-stimulus yang menerpa setiap hari. Menurut Piaget, mulai usia 7-8 tahun anak mulai kritis terhadap lingkungannya (*life space*) dan membutuhkan penjelasan konkrit dan masuk akal. Ketika memasuki usia belasan tahun, anak mulai dapat berpikir abstrak (*symbolic*) dan pandai memberikan respon dan jawaban alternatif terhadap stimulus (Mulyana dan Ibrahim, 1997).

Selama hidup manusia, proses belajar terjadi terus menerus melalui proses interpretasi pesan, yaitu pemberian arti dan pemahaman terhadap pengalaman. Bagaimana pengertian itu berkaitan dengan pemikiran dan perilaku? Tradisi belajar klasik menjelaskan bahwa belajar adalah sebuah proses pengembangan asosiasi internal dan eksternal baru terhadap rangsangan. Teori belajar dimulai dengan asumsi bahwa individu memberi respons terhadap rangsangan di dalam lingkungan, sehingga membentuk sebuah hubungan Stimulus-Respon (S-R) yang bertanggungjawab terhadap pembentukan arti. Respon ini sendiri merupakan respon mental internal terhadap sebuah rangsangan (Osgood dalam Littlejohn, 1996).

Teori belajar menggambarkan bahwa individu dikenai stimulus dari televisi dan akan memberi arti sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman mereka. Proses tersebut akan membentuk pengetahuan baru dan akan menjadi modal untuk memberi arti pada stimulus berikutnya. Hal ini terjadi terus-menerus dan tidak pernah berhenti.

Jika penilaian yang muncul dari proses belajar berbeda dengan kenyataan, maka terbentuk interpretasi yang salah tapi diyakini benar. Pengetahuan yang terbentuk juga akan menyimpang dari apa yang sebenarnya terjadi. Dengan pola menonton televisi yang melebihi empat jam perhari, maka apa yang ditonton siswa SMA akan masuk ke dalam pemikiran secara terus-menerus sehingga terbentuk pengetahuan sebagai bekal dalam membentuk sikap kritis terhadap objek sikap berikutnya.

Hasil penelitian Gabner memaparkan, mereka yang menonton lebih dari empat jam perhari cenderung membawa kemungkinan terjadinya tindak kekerasan dalam masyarakat akan lebih besar. Penelitian yang kedua menghasilkan bahwa hubungan menonton televisi dan kecenderungan untuk membesar-besarkan timbulnya kekerasan dapat terjadi bersama-sama.

Howkins dan Pingre mengatakan bahwa menonton televisi hanyalah awal pengaruh televisi pada realitas sosial. Ada kondisi lain yang memengaruhi seperti: kapasitas memori, strategi pemusatan, keterampilan melibatkan diri dan berpikir, struktur sosial seperti keluarga dan teman, serta informasi pelengkap dari pengalaman-pengalaman lain. Jadi, pengaruh televisi bersifat kondisional (Jahi, 1988).

Untuk dapat memahami dan mengkritisi isi tayangan televisi, penonton perlu memiliki tingkat literasi media atau melek media yang tinggi. Melek media adalah



kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan media dalam berbagai macam bentuk. Definisi ini pertama sekali dinyatakan di Aspen Media Literacy Leadership Institute tahun 1992. Sementara itu the National Telemedia Council mendefinisikan melek media sebagai kemampuan memilih dan memahami dalam konteks isi, bentuk atau gaya, dampak industri, dan produk, demi mempertanyakan, mengevaluasi, menciptakan, ataupun memproduksi dan menanggapi media yang dikonsumsi secara sadar. Pendeknya, menonton dengan berpikir dan menilai dengan baik (Rakhmani, 2005).

Melek media merupakan sebuah perspektif yang secara aktif kita gunakan untuk mengekspos diri kita sendiri terhadap media dalam menginterpretasikan struktur makna yang kita *counter*. Kita membangun perilaku melek media dari struktur pengetahuan yang memerlukan alat, yaitu kemampuan kita. Kita harus membangun struktur pengetahuan baik pada isi, industri, dan efek media (Potter, 2001).

Media massa menyampaikan informasi yaitu unsur yang esensial dalam struktur pengetahuan, namun tidak semua informasi bermanfaat membangun struktur pengetahuan. Informasi yang dangkal seperti mempertunjukkan nama televisi atau musik populer (Potter, 2001) tidak mempunyai kekuatan membentuk pengetahuan yang lengkap.

Menurut Silverblatt (2001), melek media menekankan elemen-elemen berikut:

1. Kesadaran akan dampak media massa pada individu dan masyarakat.
2. Pemahaman terhadap proses komunikasi massa.
3. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media.
4. Kesadaran isi media sebagai teks yang memberikan masukan bagi budaya kontemporer dan diri kita.
5. Pengolahan rasa senang kepada media, pemahaman, dan penghargaan akan isi media.

Sikap kritis siswa SMA Depok dalam penelitian ini berkaitan dengan kemampuan mengakses, menganalisa, mengambil kesimpulan, memahami, dan menyadari dampak media massa pada individu maupun masyarakat. Sikap kritis tidak muncul dengan sendirinya, tetapi memerlukan proses yang dapat membantu tercapainya masyarakat yang mampu memilih, memilah, menilai, dan akhirnya mengambil keputusan tepat mengenai tayangan televisi.

### **Metode Penelitian**

Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun dengan cara mencari definisi-definisi konsep, mendiskusikan konsep dengan para ahli, dan menanyakan definisi konsep pada calon responden. Kuesioner pun diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan Korelasi *Pearson Product Moment* dengan teknik belah dua. Skala yang digunakan adalah skala ordinal.

Hasil uji validitas dan reliabilitas semuanya  $>0,8$  dan *Guttment Split Half Coefficient*-nya  $>0,8$ . Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan

siswa (dipilih secara acak) dalam satu ruangan, kemudian diberi pengarahan sebelum mengisi kuesioner. Peneliti mengamati dan memperhatikan semua proses pengisian sampai selesai. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pendidikan Depok dan SMA yang terpilih sebagai sampel.

Pengolahan data dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Hubungan variabel terpaan media dan karakteristik siswa dengan sikap kritis dilihat dengan Korelasi *Pearson Product Moment*. Hubungan dinyatakan kuat jika  $>0,6 - 1$  baik positif maupun negatif. Sedang, jika  $>0,4 - <0,6$  baik positif maupun negatif. Lemah, jika  $<0,4$  baik positif maupun negatif. Tidak berhubungan jika nilai korelasinya  $0,00$ .

### Hubungan Karakteristik Siswa dengan Sikap Kritis

Hubungan karakteristik siswa SMA Depok dengan sikap kritis menonton TV dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 1.**  
Hubungan Karakteristik dengan Sikap Kritis

Karakteristik	Sikap Kritis			
	$\chi^2$	df	Korelasi Pearson	Sig
Jenis kelamin	0,744	1		0,388
Jumlah organisasi diikuti			0,285**	0,001
Lama mengikuti organisasi			0,287**	0,001
Kedudukan dalam organisasi			0,291**	0,001
Jumlah media massa di tempat tinggal			0,499**	0
Jumlah uang jajan			0,191*	0,027

\*\* Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)

\* Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed)

Hasil uji antar variabel yang memiliki hubungan adalah yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *chi-square* hubungan jenis kelamin dengan sikap kritis  $0,744$  dengan signifikansi  $0,388$ . Nilai signifikansi  $0,388 > (\alpha=0,05)$ . Artinya, tidak ada hubungan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan sikap kritis menonton TV. Jenis kelamin tidak menghasilkan perbedaan yang signifikan dalam menunjukkan sikap kritis menonton TV.

Sementara itu, jumlah organisasi atau kelompok yang diikuti siswa SMA Depok mempunyai nilai korelasi Pearson  $0,285$  dengan signifikansi  $0,001$ . Dengan demikian, ada hubungan antara jumlah organisasi yang diikuti dengan sikap kritis siswa menonton televisi, tetapi kekuatan hubungannya rendah, yaitu  $28,5\%$ .

Lama siswa mengikuti organisasi mempunyai nilai korelasi Pearson  $0,287$  dengan signifikansi  $0,001 < (\alpha=0,01)$ . Ini berarti ada hubungan antara lama mengikuti organisasi dengan sikap kritis menonton televisi. Namun, kekuatan hubungan termasuk rendah, yaitu  $28,7\%$ .

Sedangkan kedudukan siswa dalam organisasi atau kelompok mempunyai nilai korelasi Pearson 0,291 dengan signifikansi  $0,001 < (\alpha=0,01)$ . Artinya, ada hubungan sangat nyata antara kedudukan siswa dalam organisasi dengan sikap kritis menonton televisi tetapi kekuatannya rendah, yaitu sebesar 29,1 %.

Dari segi jumlah media massa di tempat tinggal siswa, hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi Pearson 0,499 dengan signifikansi  $0,000 < (\alpha=0,01)$ . Maka ada hubungan yang sangat nyata antara jumlah media massa yang ada ditempat tinggal siswa dengan sikap kritis menonton televisi dengan tingkat hubungan yang sedang.

Jumlah uang jajan siswa mempunyai nilai korelasi Pearson 0,191 dengan signifikansi 0,027. Karena nilai signifikansi  $0,027 < (\alpha=0,05)$ , artinya ada hubungan nyata jumlah uang jajan dengan sikap kritis siswa menonton tayangan televisi.

Dari enam faktor karakteristik di atas, satu di antaranya tidak berhubungan dengan sikap kritis menonton televisi, yaitu jenis kelamin. Siswa laki-laki dan perempuan secara psikologis memang mempunyai perbedaan dalam menggunakan akal sehat. Laki-laki cenderung berpikir rasional sedangkan perempuan lebih bersifat emosional. Tayangan sinetron lebih banyak ditonton perempuan yang telah matang berpikir dan tidak mengutamakan perasaan. Namun dalam hal ini perempuan dan laki-laki tidak mempunyai perbedaan dalam sikap kritis menonton televisi karena pendidikan dan kesempatan memperoleh pendidikan serta umur mereka hampir sama.

Selain jenis kelamin, jumlah organisasi yang diikuti, lama mengikuti organisasi, kedudukan dalam organisasi, jumlah media massa yang tersedia di tempat tinggal siswa, dan uang jajan, berhubungan dengan sikap kritis menonton televisi. Ini karena yang terpenting adalah bagaimana siswa menggunakan media tersebut sebagai media yang dapat memberikan kontribusi pada penambahan wawasan dan pengetahuan dalam menilai tayangan televisi.

**Hubungan Terpaan Media dengan Sikap Kritis menonton TV**

Hubungan terpaan media dengan sikap kritis menonton televisi diteliti dari indikator frekuensi menggunakan media dan perilaku menonton sinetron. Hasil uji hubungan terpaan media dengan sikap kritis bisa dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2.**  
Hubungan Terpaan Media dengan Sikap Kritis

Terpaan Media Massa	Sikap Kritis Menonton TV		
	Korelasi Pearson	Sig	N
Lama menggunakan media massa	0,529	0	135
Perilaku menonton sinetron	0,125	0,15	135

Penelitian menunjukkan, hubungan frekuensi menggunakan media massa dengan sikap kritis adalah sebesar 0,529 (52,9 %) dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi korelasi  $< 0,01$ . Artinya, ada hubungan signifikan antara frekuensi menggunakan media massa dengan sikap kritis.

Sementara, hubungan antara perilaku menonton sinetron dengan sikap kritis sebesar 0,125 (signifikansi 0,150). Nilai signifikansi  $0,150 > \alpha 0,01$  atau 0,05. Dengan demikian, tidak ada korelasi antara perilaku menonton sinetron dengan sikap kritis menonton TV. Kegiatan siswa SMA Depok baik yang menonton sekilas atau menonton sinetron sampai selesai, tidak berkontribusi apa-apa terhadap sikap kritis menonton televisi. Hal ini terjadi karena tayangan sinetron ditujukan untuk hiburan. Lamanya menonton sinetron juga bukan cara tepat untuk mengubah sikap siswa agar lebih baik dalam menonton televisi.

Temuan di atas menunjukkan bahwa durasi penggunaan media massa yang mempunyai karakteristik berbeda antara satu dengan lainnya dapat berhubungan dengan sikap kritis menonton TV. Tetapi jika dikaitkan dengan lamanya menonton sinetron khususnya media TV, maka tidak berkorelasi.

Hasil penelitian tersebut mendukung pernyataan beberapa ahli bahwa banyaknya waktu menonton tayangan tidak mendidik, akan dapat merusak mental dan pemikiran siswa yang menonton. Selain itu, perilaku menonton tidak selektif dan aktif menentukan prioritas bukanlah ciri-ciri masyarakat kritis menonton tayangan TV.

## **Penutup**

Penelitian ini membuktikan bahwa karakteristik, jenis kelamin, kepemilikan media massa, dan jumlah uang saku tidak berkorelasi dengan sikap kritis. Sebab, tidak ada perbedaan signifikan pada pola pikir laki-laki dan perempuan mengenai tayangan televisi. Pendidikan yang sederajat membuat perempuan pun mulai aktif menggunakan logika dalam mencerna informasi. Selain itu, kini laki-laki maupun perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk menambah pengetahuan baik formal maupun non formal. Demikian juga dengan uang saku. Banyaknya uang saku tidak berakibat pada pembentukan pola pikir kritis pada siswa. Umumnya jumlah uang saku lebih untuk pencitraan/status saja.

Peranan siswa dalam sejumlah organisasi yang diikuti dan lamanya mengikuti organisasi berkorelasi sangat nyata dengan sikap kritis menonton TV. Ini karena siswa yang mengikuti organisasi bisa memperoleh informasi dan membentuk watak serta kepribadian yang matang. Pengalaman berorganisasi dapat menjadi bekal dalam menilai tayangan televisi secara kritis.

Terpaan media yang berkaitan dengan frekuensi menggunakan media massa surat kabar, radio, televisi, internet, majalah, dan tabloid berkorelasi secara signifikan dengan sikap kritis menonton TV yaitu sebesar 52,9%. Ini disebabkan banyaknya waktu yang diluangkan siswa menggunakan media massa akan memperkaya pengetahuan yang dapat digunakan untuk menilai tayangan televisi.

Sementara, perilaku siswa menonton sinetron di televisi tidak berkorelasi dengan sikap kritis karena tujuan siswa menggunakan televisi lebih banyak untuk mencari hiburan bukan untuk mencari informasi agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

Penelitian ini memiliki beberapa catatan penting bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Mengingat jumlah penggunaan siswa terhadap tayangan televisi terbilang tinggi sedangkan sikap kritis hanya dalam tingkatan “cukup”, maka pihak industri televisi perlu mengurangi tayangan hiburan yang tidak mengedukasi. Karena, tidak semua siswa sudah cukup matang dalam mengolah semua informasi yang bersifat menghibur tersebut. Selain itu, mengingat pesatnya perkembangan industri televisi, pemerintah masih perlu melakukan pengawasan tentang isi tayangan televisi sampai pengetahuan siswa sudah cukup baik untuk menonton secara kritis.

Penelitian berikutnya perlu mengkaji ulang faktor-faktor lain yang berhubungan dengan sikap kritis menonton televisi. Misalnya, realitas kualitas keikutsertaan dalam organisasi, pengetahuan orangtua mengenai tayangan televisi, sikap kritis orangtua siswa mengenai tayangan televisi, *peer group* siswa, dan lain-lain.

### **Daftar Pustaka**

- Astuti, Santi Indra dan Nina M, Armando. 2008. *Wajah Buram Sinetron Remaja Indonesia*. Hasil Penelitian YPMA dengan 18 Perguruan Tinggi yang Disajikan dalam Seminar di Universitas Paramadina Jakarta, Rabu 20 Februari 2008.
- Bryant, Jennings dan Dolf Zillmann. 2002. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Guntarto, B. 2003. *Kemitraan dalam Meningkatkan Kualitas Acara TV untuk Anak-Anak Jakarta*. Kajian Anak dan Media, YKAI.
- Jahi, A. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga, Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia.
- Kartini, Kartono. 1986. *Psikologi Wanita Gadis Remaja dan Wanita Dewasa*. Bandung: Alumni.
- Langan CR. 1997. *A Case Study of How People Whithin the Same Household Differ in Their Use of Television*. Tersip di <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/usegrat.html>.
- Littlejohn, SW. 1996. *Theories of Human Communication*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Malik, Dedy Jamaluddin dan Yosol Iriantara (ed.). 1994. *Komunikasi Persuasi*. Edisi I. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- McQuail D, Windhal. 1993. *Communication Models For The Study of Mass Communication*. London and New York: Longman.

- Mulyana, Dadan. 2002. "Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan di Televisi Terhadap Sikap Hidup Sehat Keluarga". *Mediator Jurnal Komunikasi*, Vol 3. No 2. 2002.
- Mulyana, Dedy dan Idi Subandy Ibrahim. 1997. *Bercinta dengan Televisi, Ilusi Impresi dan Imaji, Sebuah Kotak Ajaib*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Parwadi, Redatin. "Pengaruh Penggunaan Media Televisi terhadap Penyimpangan Nilai-Nilai dan Perilaku Remaja". *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol 7 No 1. hal 44-45.
- Pearson, Cornelia Judi. 1985. *Gender and Persuasion Classic and Contemporary Approaches*. Iowa: Wm C Brown Publishers.
- Peea, Thomas Noach. 2008. "Produk Iklan Banyak yang Melanggar Etika". *KOMPAS* 8 Maret 2008 hal 14, kol 1-2.
- Potter, W James. 2001. *Media Literacy Second Edition*. California: Sage Publications.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. Thousand Oaks, London: Sage Publications.
- Rakhmani, Inaya. 2005. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jenis Mediasi Orangtua Untuk Televisi: Studi Terhadap Orangtua Empat Sekolah Unggulan di Wilayah Jabotabek". *Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi*, Vol IV No. 1, Januari – April 2005 hal 142 – 143.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Rosengren. K.E. 1974. *Uses and The Usses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research*. Beverly Hills, London.
- Silverblatt, Art. 2001. *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Massages*, 2<sup>nd</sup> ed. USA: Praeger Publishers.
- Tobing, Dekrita M. R. 2007. *Peran Orangtua dalam Meningkatkan Kecerdasan Anak*. BKP BPK Penabur Jakarta.

