

Potret Penggunaan Media Televisi pada Kalangan Remaja menuju Dewasa Awal di Yogyakarta

Redatin Parwadi

ABSTRACT

This research aims to know the pattern of TV media use among adolescent and pre-adult audience in Jogjakarta in terms of time-spent to watch TV, frequencies and level of attention in watching TV. Besides that, this research also aims to know in detail the background of respondents who watch TV in order to comprehend the interaction built between respondents and their parents as well as the people surrounding them. Another aims for this research are to know the most favorite program watched, the frequencies of watching television programs which contained porn and violence elements. Employing questionnaire as instrument for data collecting, this research covered no less than 750 responden which selected by stratified random sampling technique. The result of this research shows that mostly respondent (83,87 %) spending their time to watch TV in prime time range—from 17.00–22.30—a period which labeled by the community as the period of study-time. It was very reasonable to classify such audience as watchaholic—they spent no less than 180-239 minutes or 4.5 hours a day to watch TV! Most of them (72 %) were classified as avid viewer of sexual or porn element show, 57,87 % frequently watch TV program containing violence elements, and 47,60 % lived in consumptive style. In general, they live with good (proper) family, even 62,40% are classified as those who consistently following religion rules.

Kata kunci: televisi, remaja, media use

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan media massa yang sangat populer di tengah masyarakat dibandingkan dengan media massa lain seperti surat kabar, radio, majalah, dan lain-lain. Berbagai kelebihan yang dimiliki televisi membuat medium ini disenangi, disayangi, dicintai, sekaligus dijadikan “kambing hitam” berbagai masalah yang timbul. Dengan kelebihanannya pula, televisi begitu penting hingga menjadi bagian hidup sebagian besar orang, mulai

dari balita, anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua. Sebagian waktu yang ada nyaris digunakan hanya untuk menonton televisi. Aneka pesan, informasi, pendidikan, hiburan, dan lain-lain yang ditayangkan oleh hampir sebelas stasiun televisi nasional, telah membuat pemirsa menjadi pintar, berwawasan luas, menjadi orang yang modern, sekaligus pemalas, bodoh, enggan belajar, “rakus”, konsumtif, hedonis, agresif, dan berperilaku menyimpang lainnya. Sebagai media, televisi merupakan alat kaum kapitalis untuk menghipnotis pikiran dan kemauan kita guna

mengikuti apa yang dikehendaki oleh kelompok kapitalis. Media televisi memang merupakan media yang unik serta dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia.

Dengan deskripsi media televisi seperti itu, ditambah kuatnya hegemoni kapitalisme dalam menguasai pikiran pemirsa, maka penelitian ini akan mendeskripsikan penggunaan media televisi di kalangan remaja menuju dewasa awal di kota Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan tadi, penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut: Bagaimanakah potret penggunaan media televisi di kalangan remaja di kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola penggunaan media televisi, baik dalam hal jumlah waktu yang dicurahkan untuk menonton televisi, frekuensi, maupun tingkat perhatian dalam menonton televisi. Di samping itu, melalui penelitian ini, hendak diketahui latar belakang responden yang menonton televisi secara mendetail, bagaimana interaksinya dengan orang tua serta lingkungannya, program atau acara apa saja yang disukai, bagaimana frekuensi menonton acara tertentu (adegan seks dan kekerasan), bagaimana tingkat perhatian dalam menonton acara tertentu, seperti apa sikapnya terhadap perilaku seks yang dinilai menyimpang, juga terhadap agresivitas. Penelitian ini sekaligus berkehendak melihat adakah di antara mereka – para remaja yang diteliti—memiliki perilaku menyimpang.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi mengenai potret penggunaan media televisi di kalangan remaja, khususnya di Yogyakarta. Di samping itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi para orang tua, sehingga semakin intens memerhatikan serta mencurahkan waktunya untuk anak-anak mereka. Dengan demikian, interaksi

remaja dengan media televisi, khususnya dengan acara-acara yang mengandung unsur kekerasan dan seks, menjadi berkurang. Paling tidak, kualitas interaksi orang tua dan anak-anaknya diharapkan menjadi lebih baik.

Hasil penelitian ini juga diharapkan memberi manfaat dan sumbangan pemikiran kepada pemerintah guna mengambil kebijaksanaan pembinaan terhadap stasiun televisi nasional. Bagi pengelola stasiun televisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan agar kebijakan penayangan program lebih memerhatikan kepentingan pemirsanya.

2. Tinjauan Pustaka

Penggunaan media bagi setiap orang berbeda-beda. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh faktor latar belakang seperti pendidikan, jenis kelamin, usia, serta status sosial. Penggunaan media yang berbeda juga bisa disebabkan oleh seleksi atau pemilihan yang berkaitan dengan kebutuhan seseorang, atau didorong oleh motif-motif tertentu. Seperti dikatakan oleh McQuail dan Windahl (1993), *audience* kini tidak lagi dipandang pasif sebagai obyek komunikasi, namun bersifat aktif. Sebagai contoh, motif untuk mencari hiburan, seseorang lebih senang menggunakan televisi daripada surat kabar, karena televisi merupakan media audiovisual (dapat didengar dan sekaligus dapat dilihat gambar hidupnya) yang menarik dan unik. Demikian pula terkait dengan motif untuk mencari informasi. Sebagian besar orang lebih senang membaca surat kabar daripada menonton televisi. Hal ini karena surat kabar menyajikan berita dan informasi lebih detail. Bahkan, jika masih memerlukan, seseorang dapat membacanya berulang-ulang. Sementara televisi sifatnya hanya sekilas, dan tidak dapat diulang—kecuali direkam.

Berdasarkan paparan tersebut, tampak bahwa media massa, khususnya televisi, dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia. Ini dapat dilihat dari campur sari hasil penelitian *Uses and Gratification* yang dikutip oleh Murniningati (1990), yaitu pengawasan (*surveillance*), pengetahuan (*knowledge*), informasi (*information*), kesenangan (*excitement*), pengalihan (*diversion*), hiburan (*enter-*

tainment), pelarian (*escape*), mengisi waktu (*filling time*), relaksasi (*relaxation*), nasihat (*advice*), pedoman (*guidance*), penguatan (*reinforcement*), kegunaan komunikasi (*communication utility*), interaksi sosial (*social interaction*), pertemanan (*companionship*), manfaat antarpribadi (*interpersonal utility*), dan masih banyak lagi. Namun, intinya tetap berkisar pada fungsi-fungsi tersebut.

Apabila diamati dalam kehidupan sehari-hari, untuk memenuhi kebutuhan, khususnya kebutuhan akan informasi, pendidikan, dan hiburan, orang cenderung memburu media massa seperti televisi, surat kabar dan radio. Ini berarti, media massa dapat melakukan fungsi-fungsi tertentu. Menurut Harold Lasswell (dalam McQuaill, 1987), media massa mempunyai tiga fungsi: pengawasan (*Surveillance*), korelasi (*Correlation*), dan transmisi budaya atau sosialisasi (*Cultural Transmission or Socialization*).

Fungsi pengawasan terkait dengan media massa sebagai pengamat lingkungan, yaitu sebagai pemberi informasi mengenai hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan masyarakat. Fungsi korelasi terkait dengan media massa yang bertugas menyeleksi apa-apa yang pantas dan perlu untuk disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, reporter, dan redaktur pengelola media massa. Adapun fungsi sebagai transmisi budaya memaknai media massa sebagai sarana penyampai nilai-nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Atau, transmisi pesan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, dengan alasan karena Yogyakarta selain merupakan Indonesia mini, sebagai kota pelajar, wilayahnya tidak begitu luas. Namun, penduduknya kian padat, hingga jumlah kepemilikan televisi di Yogya menduduki urutan kedua setelah DKI Jakarta. Populasi penelitian ini adalah semua orang yang menonton televisi di Yogyakarta, berusia antara 15-30 tahun (remaja menuju dewasa awal), berpendidikan minimal sekolah dasar, belum menikah, serta minimal telah dua tahun menetap di Jogjakarta. Alasan lain mengapa memilih populasi

dengan ciri-ciri tersebut berkaitan dengan segi akses, serta kecenderungan berperilaku menyimpang. Umumnya, penonton televisi "kelas berat" berada pada rentang usia tersebut. Teknik pengambilan sampel yang cocok dan memungkinkan untuk penelitian ini adalah *Multi Stage Cluster Random Sampling*. Berdasarkan tahapan yang dilakukan, diambil sampel sebanyak 750 orang responden

Alat pengumpul data utama dalam penelitian ini adalah angket tipe campuran (pilihan dan isian). Di samping itu, dilakukan juga wawancara dan observasi untuk mendukung data yang diperoleh dari penyebaran angket. Data terkumpul lantas dianalisa dengan tabel frekuensi.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Deskripsi Subjek Penelitian

Data responden memperlihatkan responden terdiri dari laki-laki (55,87%) dan perempuan (44,13%). Para responden sebagian besar berusia antara 15 - 22 tahun (73,87%), hanya sebagian kecil berusia antara 23 - 30 tahun (26,13%). Secara keseluruhan, responden yang tergolong remaja berada pada periode menuju dewasa awal (15-30 tahun). Batasan usia remaja Indonesia, berdasarkan sensus penduduk tahun 1980, berkisar antara 11-24 tahun, dan belum menikah. Pada usia tersebut, remaja dianggap sedang sibuk-sibuknya mencari identitas diri, selalu ingin melakukan sesuatu berdasarkan yang sering dilihatnya, selalu ingin mencoba, dan punya rasa ingin tahu yang tinggi. Pada usia ini pula, responden atau subyek mudah terpengaruh dan meniru hal-hal atraktif di sekitarnya.

Ditinjau dari sudut pendidikan, sebanyak 34,40% responden berpendidikan Perguruan Tinggi, 55,2% berpendidikan SLTA, hanya sebagian kecil berpendidikan SD dan SLTP (10,4%). Ini berarti responden tergolong kelompok yang berpendidikan cukup tinggi. Responden yang sebagian besar berpendidikan sekolah lanjutan atas umumnya tidak bekerja (62,27%). Hanya 135 orang (37,73%) saja yang berstatus bekerja.

Sebagaimana telah dikemukakan, salah satu

kriteria responden penelitian ini adalah lamanya menetap di Jogjakarta minimal 2 tahun. Hasil penelitian menunjukkan, sebanyak 62,27 % responden tinggal bersama orang tuanya, sementara sisanya (37,73 %) terdiri dari penghuni kos-kosan, tinggal sendiri di rumah yang dibelikan orang tuanya, ada pula yang menumpang dengan keluarga.

Ayah responden sebagian besar berpendidikan SLTA (40,67%), sementara sisanya berpendidikan Perguruan Tinggi (25,60 %). Ibu responden berpendidikan SLTA (38,13 %) dan PT (12,27 %). Kedua orang tua umumnya bekerja. Sebanyak 62,67% ibu bekerja di luar rumah sebagai pedagang, petani, buruh, dan PNS. Hanya sebanyak 37,33 % yang tidak bekerja di luar rumah. Fakta ini menunjukkan bahwa kedua orang tua responden tergolong sibuk mencari nafkah. Ada kemungkinan, hanya sedikit waktu yang dicurahkan oleh kedua orang tua, khususnya ibu, untuk anak-anaknya. Implikasinya, interaksi antara responden atau subyek dengan kedua orang tuanya juga lebih rendah dibandingkan responden yang ibunya tidak bekerja di luar rumah. Kondisi seperti ini pun dialami oleh responden yang kos atau tinggal jauh dari kedua orang tuanya. Interaksi mereka dengan kedua orang tuanya juga relatif jarang. Walaupun ada sarana komunikasi melalui wartel maupun telepon seluler, namun karena biayanya cukup mahal, sebagian jarang menggunakan sarana tersebut.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Jumlah Waktu Menonton Televisi

Jumlah waktu yang dihabiskan untuk menonton televisi berbeda-beda. Kondisi ini biasanya dipengaruhi oleh umur, pendidikan, mau pun jenis kelamin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 48,40 % responden menghabiskan waktunya untuk menonton televisi selama 180-239 menit, dan 31,33 % menghabiskan waktunya antara 120-179 menit sehari. Responden yang tergolong penonton kelas sangat berat sebanyak 11,73 %. Hanya sebagian kecil (8,53 %) yang menonton 60-119 menit sehari.

Hasil penelitian ini mendukung data empiris yang dilaporkan oleh majalah *Swa Sembada* (1995) yang menyatakan bahwa rata-rata pemirsa Indonesia menghabiskan waktunya sekitar 3,7 jam per hari di depan televisi. Data tersebut tergolong paling tinggi jika dibandingkan dengan negara-negara Asia (Filipina 3,5 jam; Hongkong 3,1 jam; Singapura 2,4 jam; Malaysia 2,2 jam; Korea Selatan 2,2 jam; Taiwan 2,1 jam; serta Thailand 1,9 jam).

Data penelitian juga mendukung hasil penelitian Group Riset Potensial tahun 1995 (Fadly, 1997). Riset itu menyatakan bahwa jika dilihat dari kurva pola menonton, sejak televisi mengawali siarannya pada pukul 05.00 dinihari sampai 24.00 tengah malam, maka kurva tersebut tidak pernah putus. Artinya, semua responden yang diteliti, baik itu karyawan, ibu rumah tangga ataupun pelajar, hampir sepanjang hari menonton televisi. Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi pelajar berumur 10-19 tahun sebagai golongan yang paling konsumtif karena menghabiskan waktu paling banyak untuk menonton televisi, yaitu sekitar 3,1 jam. Golongan karyawan mengonsumsi televisi sekitar 2,3 jam, sedangkan ibu rumah tangga sekitar 2,8 jam.

Jika dilihat dari jumlah waktu rata-rata sehari yang dihabiskan oleh responden untuk menonton televisi, maka responden yang umumnya masih berstatus pelajar atau mahasiswa (dengan kedua orang tua yang sibuk) dipastikan termasuk orang yang teralienasi. Dalam wawancara, beberapa responden menjabarkan kegiatan rutin mereka sebagai berikut: pagi mulai pukul 07.00, sudah mulai bersekolah, kemudian pulang sekolah antara pukul 13.45 - 14.30. Setelah beristirahat sebentar, kegiatan selanjutnya umumnya digunakan untuk menonton televisi. Jika ada yang kursus, hanya dilakukan hingga pukul 17.30 WIB. Menurut responden, mereka jarang melakukan kegiatan lain, karena selain capek dan jenuh setelah menerima pelajaran di sekolah, mereka memang lebih senang menonton televisi atau ngobrol dengan kawan-kawan. Ketika menonton televisi, mereka juga kurang menghiraukan jika orang tuanya pulang bekerja.

Dilihat dari kesibukan menonton televisi,

dapat dibayangkan betapa sedikitnya frekuensi mereka dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan keluarganya. Orangtua, misalnya, sibuk bekerja atau sudah kelelahan sehabis bekerja. Hal ini juga terjadi pada responden yang kelelahan usai sekolah. Guna mengusir sepi dan menghilangkan lelah, menonton televisi adalah cara paling murah dan gampang. Namun, ketika menonton televisi, berinteraksi, atau berteman dengan televisi, sesungguhnya keterasingan mereka sendiri semakin bertambah. Mereka menjadi sendiri lagi dalam keasyikannya menonton televisi. Hanyut dalam perasaan masing-masing. Mungkin saja mereka sama-sama bisa berada di sekitar televisi, atau sama-sama menonton. Namun, kemungkinan untuk saling berkomunikasi juga kecil karena acara televisi sudah memasuki relung-relung jiwa, pikiran, dan perasaannya. Mereka sendiri dan sendiri lagi. Pada saat itulah orang tua, guru, kawan, mau pun idolanya, semua ada pada yang dilihatnya di televisi.

Apabila diamati, anak-anak dan remaja, bahkan mungkin cucu kita, jika bangun tidur langsung pindah tidur atau duduk di depan televisi. Jika dahulu, ketika anak-anak bangun tidur, yang pertama dicari adalah ibu, atau kawan sepermainannya di sekitar tempat tinggalnya. Sekarang, begitu bangun tidur, yang dicari adalah televisi. Interaksi anak cenderung lebih banyak dibangun dengan televisi dibanding dengan teman sebayanya. Mereka seakan terisolasi dengan pergaulan sebayanya. Karakter sebagai makhluk peniru atau imitatif begitu menonjol pada anak-anak dan remaja. Karena sifat ini, banyak perilaku manusia terbentuk melalui proses peniruan. Jika dahulu anak-anak dan remaja lebih sopan pada orang tua atau orang yang dituakan, sekarang mereka cenderung *cuek*. Jika dahulu nilai-nilai keperawanan sangat dijunjung tinggi, saat ini nilai-nilai tersebut kurang dianggap penting, bahkan ada pula beberapa responden yang tidak menganggapnya penting. Hal ini juga dapat dilihat dari kian merebaknya seks bebas di kalangan remaja. Memang diakui, televisi membuat anak-anak dan remaja semakin kritis dan berani. Semua penyimpangan itu juga tidak sepenuhnya akibat

pengaruh media televisi. Tetapi karena sifatnya yang audio-visual, media televisi punya kontribusi cukup mengkhawatirkan.

Dilihat dari jam-jam menonton televisi, data penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 83,87 % responden menonton televisi antara pukul 17.00 - 22.30. Hanya sebagian kecil saja yang menonton di atas pukul 22.30. Pada pukul 17.00 - 22.30 dikenal istilah *prime time*, yaitu saat atau rentang waktu penonton televisi terbanyak. Jika diamati, pada saat itu pula televisi menyuguhkan banyak acara yang dianggap bagus-bagus. Padahal, acara tersebut mengandung unsur-unsur kekerasan, dendam, seks, serta menjual mimpi-mimpi indah bagi pemirsanya. Pada saat itu, iklan pun bermunculan dan siap untuk merayu, membujuk penontonnya agar terpicat untuk mengonsumsinya. Andai dicermati, *prime time* jatuh pada rentang waktu yang dianjurkan untuk belajar—dikenal dengan sebutan “jam belajar masyarakat”. Melihat gejala ini, diperlukan kebijaksanaan mematikan televisi di rumah. Sayangnya kebijakan ini tampaknya tidak mencapai sasaran, terbukti justru pada jam-jam itulah responden sebagian besar menonton televisi.

4.2.2 Frekuensi Menonton Televisi

Data hasil penelitian menunjukkan, sebanyak 85,87 % responden tergolong sering menonton acara-acara televisi. Dapat dikatakan, frekuensi mereka menonton acara televisi tinggi. Hanya sebagian kecil (82 orang) yang jarang menonton televisi (10,93 %).

Jika dilihat dari aspek acara yang ditonton, khususnya dalam menonton film (termasuk sinetron, telenovela, dan sejenisnya) yang mengandung unsur seks, hasil penelitian menunjukkan sebanyak 72 % responden memiliki frekuensi menonton adegan seks yang tergolong tinggi (sering). Sementara, 4,13 % tergolong frekuensinya sangat tinggi (sangat sering) menonton hal-hal yang mengandung unsur seks. Hanya sebagian kecil (23,87 %) saja yang mengatakan jarang menonton hal-hal yang mengandung unsur seks. Tak satu pun responden

yang mengaku tidak pernah menonton adegan semacam itu. Jadi, acara yang mengandung unsur atau adegan seks merupakan sesuatu yang disenangi pemirsa, bahkan dianggap sebagai kebutuhan.

Seks merupakan salah satu kebutuhan manusia. Ini diungkapkan oleh Humas RCTI, Eduard Depari, dalam wawancara di sela-sela seminar (1997). Oleh karena itu, film, sinetron, dan sejenisnya tidak lepas dari bumbu seks tersebut. Namun demikian menurutnya, RCTI masih tergolong aman. Karena, adegan ciuman misalnya hanya diperlihatkan sekitar dua detik di RCTI, setelah itu di-*cut*. Humas Indosiar mengatakan bahwa acara tersebut ditayangkan karena ingin memenuhi selera penonton. Menurutnya, stasiun televisinya juga masih tergolong “aman”.

Berdasarkan jawaban responden pada bagian kuesioner yang terbuka, terdapat beberapa alasan mengapa subjek jarang menonton acara yang mengandung unsur seks. Dari 179 orang responden, sebanyak 36,31 % menyatakan karena dilarang kedua orang tuanya untuk menonton film, drama, sinetron, dan sejenisnya yang mengandung unsur seks. Sebanyak 6,2 % persen menyatakan jarang menonton. Alasannya, bagi perempuan, menonton (tayangan berunsur seks—*peny.*) dianggap dosa. Sementara responden lain menyatakan jarang menonton, karena jam tayangnya bersamaan dengan kegiatan lainnya (19,55 %). Ada pula golongan responden yang mengaku jarang menonton dengan alasan takut terpengaruh (21,23%). Sisanya (6,70%), memang tidak menonton dengan alasan tak suka.

Alasan yang dikemukakan oleh mereka yang sering dan sangat sering menonton hal-hal yang berbau seks, (45,36 %) cukup beragam. Ada yang kerap menonton karena menganggap bahwa hal-hal berbau seks merupakan sesuatu yang wajar dan lazim saja di zaman sekarang; bahwa adegan seks merupakan kebutuhan (20,32 %); ada pula responden yang menyatakan bahwa unsur seks merupakan hal yang menyenangkan untuk ditonton hingga membuat diri mereka *syur* atau ‘basah’ (25,92 %). Sisanya (8,41 %) menyatakan sudah termasuk dewasa, sehingga menonton

tayangan berunsur seks.

Jika disimak alasannya, beberapa memang cukup mengkhawatirkan. Sebagian besar mengaku bahwa melihat hal-hal yang berbau seks itu sudah merupakan hal biasa, bukan terlarang atau tabu lagi. Sebagian lainnya menjadikan seks sebagai sesuatu yang tidak lagi suci. Mereka nampaknya mudah terpengaruh oleh hal-hal yang mengandung unsur seks, bahkan menikmatinya.

Di samping tingginya frekuensi menonton tayangan berunsur seks, frekuensi menonton film, sinetron, telenovela, dan sejenisnya yang mengandung adegan kekerasan juga termasuk acara yang sering ditonton, bahkan digemari oleh responden. Data penelitian menunjukkan, 57,87 % responden menyatakan sering menonton adegan kekerasan; 37,2 % menyatakan jarang menonton, 4,53 % menyatakan sangat sering menonton hal-hal yang mengandung unsur kekerasan.

Alasan yang dikemukakan para responden cukup beragam, baik responden yang menyatakan sangat sering; sering; maupun responden yang jarang menonton televisi. Sebanyak 279 responden (37,35 %) mengaku menonton karena memang menyenangi hal-hal yang mengandung unsur kekerasan. 134 responden (17,94 %) mengaku menyukai acara berunsur kekerasan karena berharap bisa belajar trik-triknya; 121 orang (16,20 %) yang menyatakan menonton hanya untuk hiburan; sisanya, 9,1 %, mengaku menonton karena merasa membutuhkan hal-hal demikian untuk pelampiasan. Sebanyak 19,41 % responden menyatakan bahwa sinetron atau film yang mengandung unsur kekerasan adalah hal yang biasa dan sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Adapun responden yang tidak pernah menonton adegan kekerasan hanya 3 %. Alasan tidak menonton dikarenakan adegan kekerasan membuat mereka menjadi tegang (1 orang); karena memang tidak suka dengan kekerasan (1 orang); takut dan merasa ngeri jika melihat hal-hal yang mengandung unsur kekerasan (1 orang)—terlebih kekerasan yang disertai mengalirnya darah dari bagian-bagian tubuh tertentu.

Berdasarkan data yang diungkapkan tersebut,

dapat dikatakan bahwa responden penelitian ini cenderung menyenangi acara televisi baik berupa film, sinetron, telenovela, atau sejenisnya yang mengandung adegan kekerasan maupun yang mengandung unsur seks. Kekerasan dan seks agaknya memang sudah menjadi bagian hidup manusia. Hal ini dapat dilihat dari gambaran televisi nasional saat ini yang sarat dengan adegan kekerasan dan seks. Hasil jajak pendapat yang dilakukan *Republika*, pada Agustus 1997, menunjukkan bahwa 62,5 % responden menilai bahwa muatan seks dan sadisme dalam tayangan televisi sudah berlebihan dan dapat merusak moral penontonnya. Walaupun demikian kenyataannya, responden menyenangi dan menikmati adegan tersebut.

Saat ditanyai apakah responden setuju jika adegan seks dan kekerasan yang ada dalam setiap film, sinetron, telenovela atau sejenisnya dihilangkan, maka jawabannya cukup mengejutkan. Data hasil penelitian menunjukkan 75,6 % responden menyatakan tidak setuju jika hal-hal yang mengandung adegan atau unsur seks, dendam, dan kekerasan dihilangkan; 6,67 % menyatakan agak setuju; hanya sebagian kecil saja (17,73 %) yang menyatakan setuju menghilangkan unsur seks dan kekerasan dari layar kaca. Jika demikian, acara yang mengandung unsur seks, dendam, dan kekerasan tetap muncul di televisi karena memang ada sebagian pemirsa yang menghendakinya, menyenangi, dan menikmati acara tersebut. Bagi mereka yang tidak setuju jika adegan tersebut dihilangkan, maka alasannya adalah sebagai berikut: 57,5 % menyatakan bahwa ceritanya bakal tidak menarik lagi untuk ditonton; 25,75 % menyatakan bahwa hal-hal seperti itu merupakan sesuatu yang biasa; 16,75 % menyatakan jika (adegan berunsur seks dan kekerasan) dihilangkan sama sekali, maka ibarat makan tanpa garam. Bagi mereka yang setuju agar adegan yang mengandung unsur seks, dendam, dan kekerasan dihilangkan, sebanyak 67,67 % beralasan adegan itu tidak sesuai dengan nilai dan norma serta dapat merugikan orang lain; 23,31 % menyatakan bahwa adegan seperti itu dapat merusak moralitas penontonnya; 9,02 %

sisanya menyatakan bahwa menonton acara-acara semacam itu berdosa.

Meskipun responden umumnya merasakan atau mengerti bahwa acara televisi dapat memengaruhi mereka, namun pada kenyataannya mereka tetap saja menyukainya. Hal ini tergambar dalam jawaban responden ketika ditanyakan apakah acara televisi dapat memengaruhi mereka dan acara apa yang dapat memengaruhinya. Sebagian besar responden (75,73 %) menyatakan bahwa acara televisi dapat memengaruhi penontonnya; 5,6 % menyatakan bahwa acara televisi sangat berpengaruh pada penontonnya; 11,73 % mengaku agak berpengaruh, sementara hanya sebagian kecil (6,93 %) yang menyatakan bahwa acara televisi tidak berpengaruh pada penontonnya. Selanjutnya, responden juga mengakui bahwa acara yang mengandung kekerasan, seks, dan iklan, baik yang nyata maupun tersirat dalam film, sinetron atau sejenisnya, paling banyak memengaruhi mereka.

4.2.3 Tingkat Perhatian Menonton Acara Televisi

Tingkat perhatian dalam menonton acara televisi umumnya tergantung pada acara yang mereka senangi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden (78,27 %) memiliki tingkat perhatian yang tinggi dalam menonton acara. Responden yang menyatakan agak perhatian sebanyak 18,67 %, sisanya (3,07 %) menyatakan sangat perhatian terhadap apa yang ditonton sebanyak. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden (56,40 %) mengaku tingginya tingkat perhatian mereka terhadap adegan yang mengandung unsur seks; 7,07 % menyatakan sangat perhatian (artinya, tingkat perhatiannya sangat tinggi), sisanya (35,60 %) tergolong agak perhatian, artinya, tingkat perhatiannya tidak begitu tinggi. Dari 750 responden yang diteliti, 0,93% menyatakan tidak perhatian terhadap adegan tersebut.

Alasan yang dikemukakan oleh mereka yang menaruh perhatian pada adegan berunsur kekerasan (dalam segala tingkatan perhatian), dikarenakan banyak hal. Sebanyak 41,85 %

responden menaruh perhatian pada saat menonton adegan yang mengandung unsur seks karena tontonan tersebut merupakan hal yang biasa dan sering terlihat dalam kehidupan sehari-hari; sebanyak 14,81 % responden menyatakan merasa sangat senang; responden lain (22,34 %) beralasan menonton lantaran adegan semacam itu dapat membuat mereka sangat “syur” dan menyenangkan; sebanyak 1,62 % menaruh perhatian pada adegan berunsur seks karena membuat mereka merasa ikut terhanyut di dalamnya. Yang menarik, 19,2 % responden beralasan dirinya normal dan sudah dewasa, jadi boleh-boleh saja melihat atau menonton adegan demikian.

Apabila diamati, suasana saat menonton televisi terkesan sepi. Hampir tidak ada pembicaraan di antara mereka, yang terdengar hanyalah bebunyian dari acara yang tengah ditonton. Hal ini karena ketika menonton umumnya semua perhatian ditujukan pada layar kaca (baik penglihatan, pendengaran maupun pikiran). Tak heran jika penonton begitu mengetahui secara mendetail apa saja yang ada di layar kaca, dibandingkan dengan yang ada di sekitarnya. Penonton hapal betul apa-apa yang diucapkan oleh bintang sinetron atau bintang iklannya. Anak kecil sampai orang tua sering menirukan dan menggunakan jargon-jargon atau istilah-istilah yang diucapkan oleh bintang iklan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan gaya bicara, gaya pakaian, atau gaya rambutnya pun ditiru. Hal lain yang ada di sekitarnya menjadi seolah-olah tidak kelihatan. Pemirsa tidak lagi mendengar apa-apa yang ada disekitarnya. Bahkan ketika menonton, jika ada seseorang yang bertanya atau mengajaknya bicara, mereka sepertinya tidak mendengar—kalau pun mendengar, biasanya tidak mau menjawab. Seperti diungkapkan oleh beberapa responden, mereka mengaku paling tidak senang diajak bicara ketika menonton televisi, apalagi di suruh-suruh. Sedih, senang, tegang, tergantung pada apa yang dilihat. Jika yang ditonton adalah adegan menegangkan, biasanya penonton ikut tegang, dan apabila saat itu ditanyai sesuatu maka kata-kata yang keluar

juga bernada tinggi dengan konotasi yang agak kasar. Konsentrasi atau pikiran mereka benar-benar tertuju dan terpaut pada apa yang dilihat. Penonton terhayut dengan imajinasinya masing-masing, bahkan terkadang menghayalkan apa yang dilihat. Khayalan mereka tentang apa yang dilihat kadang-kadang sampai dibawa ke alam mimpi, bahkan ada yang mengatakan sampai teringat saat melakukan solat atau sembahyang.

Beberapa orang responden yang tergolong berani berterusterang menyatakan kepada peneliti bahwa mereka mengalami mimpi basah jika sebelum tidur menonton acara televisi yang mengandung unsur seks atau adegan yang merangsang. Sebagai contoh jika mereka melihat film, sinetron, dan sejenisnya yang memajang bintang atau pemain film berupa seorang wanita berpakaian ketat, dengan bagian dada menonjol, disertai gerakan-gerakan erotis (yang dapat menimbulkan gairah), maka mata mereka seolah tidak berkedip dan pikiran mereka pun lalu menghayalkan hal-hal yang “aduhai.”

4.2.4 Penyimpangan Nilai

Penyimpangan terhadap nilai-nilai yang terjadi dalam masyarakat saat ini, dianggap sudah mengkhawatirkan banyak orang tua, guru, tokoh masyarakat maupun pemuka agama. Salah satu faktor penyebabnya diduga bersumber dari kontribusi atau pengaruh acara-acara yang disuguhkan oleh media televisi, seperti makin maraknya adegan kekerasan, seks, dan iklan atau kian kentalnya nilai-nilai kapitalisme yang ditampilkan oleh sejumlah stasiun televisi swasta di Indonesia.

Data hasil penelitian menunjukkan, walau baru sebagian kecil, ternyata sebanyak 16,27 % responden benar-benar telah menyimpang sikapnya terhadap nilai-nilai yang berlaku baik menurut agama maupun masyarakat. Sebanyak 83,37 % responden dikategorikan menunjukkan kecenderungan sikap agak menyimpang dari nilai-nilai yang berlaku. Kondisi seperti ini memang cukup mengkhawatirkan bagi perkembangan nasib dan moral remaja Indonesia di masa mendatang, berhubung penyimpangan nilai cenderung akan

diikuti oleh penyimpangan perilaku.

Responden umumnya menyatakan agak menyetujui, bahkan menyetujui saja hal-hal seperti berciuman (*kissing*) antara dua pasang kekasih atau dua orang berlawanan jenis; ciuman disertai meraba-raba bagian sensual; hubungan seks sebelum menikah; mengambil milik orang lain jika memang kepepet; berkelahi; berkata kasar; mengumpat; melawan guru atau kurang sopan kepada orang tua dan guru; berzinah dengan imbalan uang atau seks bebas; minum beralkohol; minum obat-obat terlarang serta berjudi.

Alasan bagi mereka yang bersikap menyimpang terhadap nilai-nilai moral terkait dengan seks karena menganggap tindakan seperti *kissing*, hubungan intim sebelum menikah merupakan hal yang biasa di era modernisasi, bahwa hal itu boleh dilakukan asal dengan pacar mereka sendiri, bahwa itu merupakan hal yang menyenangkan dan rasanya kurang enak atau kurang mantap jika berciuman tidak dilanjutkan dengan adegan lainnya, bahwa kegadisan bukan merupakan hal yang sangat penting, dan bahwa hal tersebut merupakan kebutuhan.

4.2.5 Penyimpangan Perilaku

Kecenderungan penyimpangan nilai di kalangan responden atau subjek, ternyata diikuti pula oleh kecenderungan penyimpangan perilaku. Berdasarkan data hasil penelitian, tampak bahwa sebagian besar responden ternyata berperilaku menyimpang dari norma-norma yang berlaku baik menurut agama maupun masyarakat.

Dari 750 responden yang diteliti, ternyata hanya 0,94 % saja yang sama sekali tidak menyimpang perilakunya. Sebanyak 74,93 % tergolong agak menyimpang, sementara sisanya 24,13 % tergolong menyimpang. Penyimpangan perilaku, seperti juga penyimpangan nilai, terwujud dalam tindakan responden melakukan *kissing*; *kissing* disertai meraba-raba bagian sensual; berhubungan intim sebelum menikah; (pernah) mengambil milik orang lain; berkata kasar; melawan orang tua dan guru; berhubungan intim dengan pacar atau orang lain dengan imbalan uang;

mengonsumsi minuman keras; minum obat terlarang dan berjudi. Gejala adanya hubungan intim di kalangan remaja, menunjukkan bahwa hubungan seks pranikah oleh sebagian remaja dianggap hal yang wajar atau biasa. Beberapa responden yang hamil sebelum menikah, saat ditemui, bahkan tidak menunjukkan rasa penyesalan ataupun malu

4.2.6 Gaya Hidup Konsumtif

Akhir-akhir ini, sering terdengar bahwa masyarakat kita telah menjadi masyarakat yang konsumtif. Gejala ini juga ditemukan pada responden yang diteliti. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 47,60 % responden tergolong kelompok yang mempunyai gaya hidup konsumtif, sedangkan 52,40 % responden tergolong kelompok agak konsumtif. Secara keseluruhan, dapat dikatakan bahwa responden cenderung telah menjadi kelompok masyarakat yang konsumtif. Gaya hidup konsumtif yang menggejala di kalangan responden dapat ditunjukkan melalui perilakunya mengonsumsi barang-barang dan atau makanan seperti pakaian, makanan, sepatu, tas, asesori kendaraan, dan lain-lain, yang mengikuti gaya atau *tren* mode tertentu yang ditampilkan iklan atau idolanya di televisi. Hal ini sejalan dengan tingginya frekuensi responden dalam menonton iklan yang ditayangkan televisi. Data menunjukkan bahwa sebanyak 66,93 % menyatakan sering menonton iklan di televisi.

Iklan yang ditayangkan di sela-sela film, sinetron atau acara lainnya sudah melebihi 20% total acaranya. Iklan tersebut dikemas sedemikian rupa dan siap mengonstruksi pikiran penonton sehingga menjadi konsumtif. Iklan yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta juga banyak menonjolkan unsur seks (contoh: iklan sabun Lux, iklan obat kuat, iklan mobil, iklan minyak rem, bahkan iklan obat maag juga dikaitkan dengan seks). Walaupun sifatnya informatif dan menghibur, tetapi karena dikemas sedemikian rupa dan mengandung unsur seks, kemungkinan selain memengaruhi penonton untuk menjadi lebih konsumtif juga dapat memengaruhi atau

merangsang penontonnya. Masih cukup banyak tampilan iklan yang mengandung unsur seks. Ini dapat dilihat dari penelitian yang diungkapkan YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) mengenai penilaian 200 responden terhadap iklan yang ditampilkan televisi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 44,4 % responden menilai buruk iklan-iklan di televisi, karena berkonotasi “porno” atau mengumbar aurat. Sebagian lagi menyatakan, banyak iklan yang menipu atau bohong (3,6 %), dibuat-buat (6,5 %), menghina (16,5 %) dan gabungan dua atau lebih alasan di atas (33,6 %).

4.2.7 Lingkungan Keluarga dan Ketaatan Beragama

Lingkungan keluarga merupakan salah satu faktor yang ikut memengaruhi tumbuh kembangnya anak-anak, sementara agama dapat menjadi pedoman bagi seseorang dalam berpikir dan berperilaku. Dari 750 orang responden yang diteliti, ternyata (96,04 %) berada dalam lingkungan keluarga yang baik. Dari aspek ketaatan beragama, 31,2 % berasal dari keluarga yang sangat taat, 62,4 % tergolong taat akan perintah agamanya. Hanya 6,4 % yang mengaku kurang taat pada perintah agamanya.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Inilah potret khalayak dan penggunaan medianya, dalam hal ini adalah televisi, dalam penelitian yang berlokasi di Jogjakarta. Sebagian besar responden (73,87%) berusia antara 15-22 tahun, umumnya berpendidikan SLTA dan PT, serta tinggal bersama kedua orangtua yang tergolong berpendidikan cukup tinggi. Interaksi dengan kedua orang tuanya tergolong kurang intens karena umumnya bekerja di luar rumah. Sebagian besar (62,67%) ibu mereka bekerja di luar rumah.

Dalam hal pola penggunaan media televisi, sebagian besar responden 83,87 % menonton televisi antara jam 17.00 - 22.30, bersamaan dengan waktu yang dianjurkan untuk belajar yang dikenal dengan “jam belajar masyarakat” di Yogyakarta.

Mereka termasuk “penonton kelas berat,” menghabiskan waktu untuk menonton televisi selama 180-239 menit sehari atau rata-rata 4,5 jam sehari, lebih tinggi dari temuan Fadly (1997) dan reporter majalah *Swa Sembada* (1995), yaitu sekitar 3,7 jam sehari.

Frekuensi dalam menonton televisi untuk acara tertentu umumnya juga tinggi. Hal ini dapat dilihat dari data yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden (72 %) tergolong sering menonton acara-acara yang mengandung unsur seks. Alasannya beragam, mulai dari anggapan bahwa hal-hal yang berbau seks merupakan sesuatu yang wajar dan lazim di zaman sekarang; bagian dari kebutuhan; merupakan sesuatu yang menyenangkan untuk ditonton dan membuat *syur*; sampai alasan karena menganggap diri sudah dewasa. Dalam hal menonton adegan kekerasan, 57,87 % responden tergolong sering menontonnya di layar kaca, dengan beragam alasan: mulai karena suka, dapat mempelajari trik-trik yang dilihat, merasa membutuhkan, dan beranggapan bahwa adegan tersebut merupakan hal yang biasa—bahkan bumbu yang diperlukan agar acara tersebut menarik untuk ditonton.

Gaya hidup sebagian responden (47,60 %) cenderung konsumtif. Mereka berasal dari lingkungan keluarga yang baik dan taat akan perintah agama. Oleh karena itu, sebagian besar baru menunjukkan kecenderungan terjadinya penyimpangan nilai dan perilaku. Hanya sebagian kecil saja dari mereka yang benar-benar telah berperilaku menyimpang.

5.2 Saran

Khalayak di lokasi penelitian ini disarankan untuk menjadi “penonton yang intelek” dan “penonton yang cerdas,” bukannya “penonton yang dungu”. Penonton cerdas adalah mereka yang mampu berpikir logis dan kritis terhadap apa yang ditonton sehingga tidak begitu saja meniru apa yang dilihat. Walaupun sebagian besar responden berasal dari lingkungan keluarga yang baik, namun dalam era globalisasi, peran keluarga masih diperlukan—bahkan sangat dibutuhkan—untuk melindungi anak-anak dari gempuran sikap

dan perilaku permisif, konsumtif dan agresif yang banyak diajarkan televisi.

Penelitian ini juga merekomendasikan para pengelola stasiun televisi agar membuat program acara yang dapat menenangkan gejala jiwa remaja, serta berusaha mengurangi acara-acara yang mengandung seks dan kekerasan. Pihak televisi disarankan agar menambah acara-acara yang dapat membangkitkan motivasi dan semangat untuk berbuat yang terbaik bagi diri khalayak, keluarganya, masyarakatnya maupun bangsanya.

Daftar Pustaka

- Adorno, T. 1991. *How To Look Television, dalam The Culture Industry*. London: Routledge.
- Alfian. 1988. "The Impact of Television in Indonesia Villages", *Jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan*, No.21 Th. 1988
- Blumler, J. and Katz, E. 1970. *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives On Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Chen, M. 1996. *Anak-Anak dan Televisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Depari, E. 1996. "Wacana Televisi Indonesia, Perspektif Budaya dan Politik," Makalah. Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Himpunan Komunikasi Universitas Gajah Mada.
- Eron, L. D. 1987. *The Development of Aggressive Behaviour from the Perspective of a Developing Behaviorism*, *American – Psychologist*, Vol 35.
- Feuerbach, S. 1979. *Aggression*. New York: John Willy and Sons.
- Hadi, S. 1991. *Analisis Butir untuk Instrumen Angket dan Skala Nilai*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Lasswell, H. 1972. *The Structure and Function of Communication in Society*. London: University of Illionis Press.
- Malik, D. D. 2001. "Dari Konstruksi ke Konstruksi Refleksi atas Pemberitaan Televisi Kita." *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, Vol. VI November 2001. Jakarta: ISKI dan Rosdakarya.
- McQuail, D. 1980. *Toward A Sociology of Mass Communications*. London: Collier Macmillan.
- _____. 1987. *Mass Communication Theory*, Second Edition. London: Sage Publications.
- McQuail, D. dan Windhal, S. 1981. *Communications Models for the Study of Mass Communication*. London and New York: Longman.
- _____. 1993. *Communications Models for the Study of Mass Communication*. London and New York: Longman.
- Parwadi, R. 1999. *Hubungan antara Penggunaan Media, Ketergantungan Media dan Agenda Holding*. Tesis tidak diterbitkan.
- Windahl, Sven. 1981. "Uses and Gratification at The Crossroads", *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. 3. Beverly Hills: Sage Publications.
