

**EFEK TAYANGAN SINETRON TELEVISI SWASTA TERHADAP
SIKAP DAN PERILAKU ANAK**

***EFFECTS OF PRIVATE TELEVISION'S PROGRAM SINETRON WITH CHILDREN'S
ATTITUDES AND BEHAVIOUR***

Firda Abraham

Peneliti Komunikasi dan Media

Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Banjarmasin

Jalan Yos Sudarso No.29, Telp (0511) 3353849, Fax (0511) 3353849, Banjarmasin 70119.

Dapat dihubungi melalui alamat BPPKI Banjarmasin, Jalan Yos Sudarso No.29, Banjarmasin 70119

email : firda.abram@gmail.com

(naskah diterima tgl 01 Oktober 2012, dan disetujui diterbitkan tgl 20 Nopember 2012)

Abstract

The purpose of this research is to describe the attitudes and behavior of the impressions soap opera, with a survey method. The results showed that "sinetrons" have a strong effect on attitudes and behavior. The effects are most likely overlapped on religious "sinetrons", reality of the past (history), as well as "sinetrons" that contain a romantic story. Instead, the effects are not dominated by shows like horror and mysticism. The child inspired to imitate diction (words), hairstyle, clothing/fashion which is a form of behavior that is quite dominant that realized by children.

Keywords : effect, soap opera impressions, attitude, behavior

Abstraksi

Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan sikap dan perilaku anak terhadap tayangan sinetron, dengan metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan sinetron memberi efek yang cukup kuat terhadap sikap maupun perilaku anak. Efeknya lebih bersinggungan pada sinetron bernuansa keagamaan, realitas masa lalu (sejarah), disamping sinetron yang mengandung cerita romantis. Sebaliknya, efek tidak suka didominasi oleh jenis tayangan horor dan mistik. Terinspirasi anak menirukan gayabicara (kata-kata), model rambut, pakaian/busana merupakan bentuk perilaku yang cukup dominan direalisasikan anak.

Kata kunci : efek, tayangan sinetron, sikap, perilaku

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media massa yang saat ini banyak ditonton masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan intensitas masyarakat menonton televisi

sebagian besar dilakukan setiap hari, sementara Guntarto, (2004) dalam hasil risetnya mengatakan frekuensi menonton televisi khususnya bagi anak-anak rata-rata mencapai 35 jam dalam seminggu atau rata-rata 5 jam/hari. Artinya anak-anak lebih banyak meluangkan waktu untuk menonton televisi dari pada untuk kegiatan apapun lainnya, kecuali tidur. Data KPI, (2010) tercatat komposisi menonton televisi dilihat dari usia sebagai berikut : 5 – 9 tahun 11%, 10- 14 tahun 13 %, dan 15- 19 tahun 11%. Televisi yang semakin banyak dinikmati masyarakat kiranya tidak terlepas dari semakin tumbuh suburnya stasiun televisi di tanah air dan beragamnya acara yang disuguhkannya. Di tinjau dari jumlah, televisi swasta nasional misalnya yang pada tahun 2010 sudah bertambah sebanyak 10 stasiun televisi, yaitu, RCTI, MNCTV, Global TV, SCTV, Indosiar, AN TV, TVOne, Trans TV, Trans 7, dan Metro TV (Nugroho, Putri, dan Laksmi, 2012).

Diantara keragaman acara televisi swasta nasional, adalah tayangan sinetron televisi yang merupakan bagian dari acara andalan televisi swasta. Salah satu bukti ditunjukkan dengan banyaknya jumlah produk Sinetron Indonesia yang ditayangkan televisi. Pada tahun 2004 misalnya berjumlah 3.883 episode, sementara dari Januari hingga Mei 2005, jumlah Sinetron Remaja telah mencapai 2.011 episode Tahun 2006 terdapat sekitar 180 judul Sinetron dengan 3.642 episode dengan jumlah jam tayang mencapai 4.020 jam, dan selama tahun 2011. Keberhasilan salah satu Sinetron remaja Bawang Merah Bawang Putih yang menempati peringkat ke-3 Sinetron yang paling banyak ditonton pada periode Januari 2005 lalu, mendorong sejumlah stasiun televisi swasta menayangkan lebih banyak lagi sinetron-sinetron remaja (Multa, 2008). Namun demikian, ditengah banyaknya Sinetron Indonesia yang telah diproduksi, hanya sebagian kecil yang tayangannya dianggap banyak mengandung hal-hal positif, Si Doel Anak Sekolahan misalnya, sementara

sebagian besar lainnya cenderung banyak mendapat kritik dan tanggapan miring dari konsumen. Belum banyak Sinetron yang dapat dicatat sebagai karya anak bangsa yang dikategorikan sebagai Sinetron mendidik, meningkatkan intelektualitas, sinetron yang mampu membawa pencerahan dan pencerdasan bangsa. Kualitas acara yang ada di televisi sekarang bisa dikatakan jauh dari nilai-nilai positif. Dalam Sinetron seringkali memperlihatkan materi cerita seputar rebutan harta warisan, adegan anak sekolah yang saling ejek, mencaci maki, menghujat, kata-kata kasar, kotor, berebut pasangan kekasih. Realitasnya tayangan Sinetron tidak jauh dari adegan kekerasan, perselingkuhan, sadisme, permusuhan, gaya hidup konsumtif dan hedonis, berbau seks dan sebagainya. Tayangan Sinetron yang mengedepankan perilaku jelek seperti : adegan kekerasan, permusuhan, pola hidup konsumtif, hedonisme, gaya pacaran anak-anak kota, perselingkuhan, perebutan harta warisan, kata-kata kasar, kotor dan sebagainya, sering mengundang keprihatinan banyak pihak utamanya para orang tua yang memiliki anak, karena tidak mustahil jika melalui tayangan Sinetron seperti itu akan membentuk perilaku yang kurang terpuji dalam diri anak. Karena diketahui bahwa anak belum mampu memilah dan memilih mana Sinetron yang baik untuk ditonton, nama pula yang sebaliknya. Hasil pengamatan Joyodromo (2011) mengatakan, sungguh luar biasa perubahan yang terjadi pada anak setelah ia sering berada di depan televisi, baik perilaku positif maupun negatif. Perilaku negatif seperti anak mulai bisa berkata bohong, anak sering bergaya seperti orang dewasa, bersolek di depan cermin sambil ngomong sendiri "Apa kabar cintaku" dan anak sering bicara kasar.

Kompas, (9 Maret 2011) menulis tayangan Sinetron merupakan salah satu tayangan yang dianggap paling sering mendapat teguran dibanding tayangan lain, mencapai 31,3 persen. Berdasarkan data yang terdapat pada KPI, teguran dilakukan mengingat tayangan Sinetron sering menayangkan program-program yang harusnya untuk dewasa, tetapi ditonton anak-anak (mengundang porno dan mistik) dengan kata lain, kurang patuh terhadap undang-undang penyiaran. Dari latar belakang tersebut, penelitian ini lebih difokuskan untuk melihat bagaimana efek tayangan sinetron terhadap sikap dan perilaku anak.

Kerangka Konsep

Efek Media massa, televisi merupakan media massa yang bersifat audio visual atau media yang dapat didengar dan dilihat. Media tersebut berfungsi sebagaimana fungsi media massa lainnya yakni : sebagai media informasi, hiburan, transmisi budaya,

mendorong kohesi sosial, pengawasan, korelasi, pewaris kekuasaan dan kekuatan represif dan mengganggu hubungan trikotomi (Nurudin, 2007). Sebagai media yang mampu menghadirkan secara sekaligus antara gambar dan suara tersebut, maka media televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media massa lainnya. Televisi adalah media massa yang paling sempurna merekonstruksikan pengetahuan masyarakat karena media ini berfungsi audio-visual. Media televisi juga dipandang sebagai media yang memiliki status sosial, sehingga posisi televisi di masyarakat menjadi media legitimasi sosial paling populer. (Burhan, 2005). Bushman dan Bonacci, (2002), dalam Gunter Furnham & Pappa, (2005) mengatakan media massa tidak saja melahirkan efek pada individu, media massa juga menghasilkan efek terhadap masyarakat dan budayanya.

Efek dalam pengertian ini umumnya mengacu pada suatu efek jangka panjang yang tidak langsung. Efek juga bukan hanya merupakan pengaruh suatu pesan tertentu, namun merupakan hasil dari keseluruhan sistem pesan. Efek terbagi dalam dua bagian yakni : efek primer dan efek skunder. Efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Berikutnya efek skunder meliputi : pemahaman tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima atau menolak). (Nurudin, 2007). Konteks efek media massa (televisi), sejumlah peneliti media massa melakukan penelitiannya menggunakan pendekatan *uses and gratification*.

Dengan paradigma terdapat reaksi atau keaktifan masyarakat terhadap media, bukan sebaliknya, pasif sebagaimana pendekatan jarum hipodermik (*hypodermic needle*). Efek media model *Uses and Gratifications* yang membahas motif-motif dan alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan. Sebagaimana yang disebutkan Katz, Gurevitch dan manusia yang berkaitan dengan media dalam lima kelompok, Haas (1973) dalam Severen dan Tankard (2005) yang mengklasifikasi kebutuhan.

- a. Kebutuhan kognitif - memperoleh informasi, pengetahuan, hiburan.
- b. Kebutuhan afektif- emosional, pengalaman menyenangkan, atau estetis.
- c. Kebutuhan integratif personal - memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas, dan status
- d. Kebutuhan integratif sosial - mempererat hubungan dengan keluarga, teman, dan sebagainya;
- e. Kebutuhan pelepasan ketegangan - pelarian dan pengalihan, adalah "sangat tepat". Dalam istilah lain, telah terciptanya suatu hubungan antara apa yang dilakukan media massa pada khalayaknya bersesuaian dengan apa yang dibutuhkan oleh mereka.

Teori efek yang hampir senada juga diungkapkan Wibowo dkk (1988) dalam Djuroto (1999) efek media massa ada 3 komponen efek yang saling menunjang dan saling berhubungan yakni : (1). Komponen Kognitif, di dalamnya berisi ide, anggapan, pengetahuan, keyakinan dari orang yang bersangkutan terhadap obyek sikap. Yang sangat menentukan dalam sikap kognisi adalah anggapan sikap evaluasi terhadap obyek sikap yang melibatkan penilaian kualitas baik-buruk; diinginkan atau tidak diinginkan, serta penting atau tidak penting suatu obyek. (2). Komponen Afektif, meliputi seluruh emosi atau perasaan orang terhadap obyek sikap. Perasaan pro dan kontra dan disukai atau tidak disukainya suatu obyek, termasuk pula komponen emosi yang akan memberi dorongan kekuatan terhadap sikap. (3). Komponen Konatif merupakan predisposisi atas kesiapan seseorang untuk bertindak menerima ataupun menolak menghadapi obyek.

Apabila orang yang memiliki sikap kognitif positif terhadap sesuatu hal, maka ia akan mempunyai perasaan positif pula terhadap obyek tertentu, maka orang cenderung mendekati dan mendukung. Sebaliknya, bila orang tersebut mempunyai kognitif yang negatif dan perasaan yang negatif pula maka orang itu cenderung menjauhi, menentang atau bahkan menolak obyek sikapnya. Hubungan sikap dan perilaku menurut hasil penelitian Werner dan De Fleur (1969) diidentifikasi menjadi 3 (tiga) postulat yaitu : (a). Postulat keajekan (*consistency*) ada keterkaitan yang erat antara sikap dan perilaku. (b). Postulat ketidakajekan (*inconsistency*) ada hubungan yang tidak konsisten antara sikap dan perilaku. (c). Postulat konsistensi kontingen (keajekan yang tidak menentu) hubungan sikap yang tidak menentu tergantung pada faktor situasi tertentu dari variabel antara (*intervening*) berupa *social constraint and social distance, situational/personality factor, multiple*.

Tayangan Sinetron

Sinetron merupakan kepanjangan dari Sinema Elektronik yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, dan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi yang direkam pada pita video melalui proses elektronik lalu ditayangkan melalui stasiun televisi. Pengertian Sinetron jika ditilik dari konsep yang sederhana bisa didefinisikan sebagai sandiwar bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Iwan Awaludin Yusuf (2007) menyebutkan di Indonesia, istilah ini pertama kali disebutkan oleh pengarang dan penulis skenario Arswanado Atmiwiloyo. Jadi, penyebutan "Sinetron" sesungguhnya khas istilah Indonesia karena dalam bahasa Inggris,

Sinetron disebut opera sabun (*soap opera*), sedang dalam bahasa Spanyol disebut *telenovela*. Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa "tayangan Sinetron kurang menerapkan norma-norma karena tergerus oleh perkembangan zaman yang kemudian terjadi perubahan sosial budaya. Implikasinya anak yang tidak terlalu sering menonton Sinetron belajarnya lebih rajin dan nilai rapornya lebih baik dari pada anak yang sering menonton Sinetron. (Linda, 2008)

Sikap dan Perilaku

Allport. C dalam Nasa'i (2005) menjelaskan, sikap itu mempunyai 3 (tiga) komponen pokok yaitu : (1) kepercayaan, ide dan konsep terhadap sesuatu obyek. (2) Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu obyek. (3) kecenderungan untuk bertindak. Ketiga komponen tersebut secara bersamaan membentuk sikap yang utuh (*total attitude*). Dalam penentuan sikap yang utuh ini pengetahuan, berpikir, keyakinan dan emosi memegang peranan penting. Sikap itu sendiri merupakan reaksi yang tertutup (*covert*) atau merupakan lawan *opinion change* yang merupakan jawaban terbuka, dan sikap atau *attitude*. Biasanya *attitude* seseorang mencerminkan sekaligus pendapatnya secara implisit, sebaliknya bahwa apa yang dinyatakan oleh seseorang belumlah tentu merupakan sikap atau *attitude* yang sebenarnya (Soenarjo, 1983). Karena itu, dalam ilmu komunikasi biasanya sebagai tolok ukur apakah komunikasi yang dilancarkan itu mencapai tujuan atau tidak, berhasil atau tidak sesuatu komunikasi dilihat dari apakah komunikasi telah merubah sikap/*attitude* dan pendapatnya sesuai dengan kehendak komunikator. Pendapat lain (Turnre, 2008) mengemukakan, konsep utama dari teori sikap adalah lokasi yang dimiliki bersama oleh kelompok yang mengalami status sebagai orang luar, di dalam sebuah struktur sosial yang memberikan sejenis pemahaman bagi pengalaman orang yang dijalani. Selain itu, sikap bukan sekedar posisi yang diminati (diinterpretasikan sebagai bias), tetapi diminati dalam artian dilibatkan (Hartsock, 1999). Konsep keterlibatan diperbesar oleh para peneliti yang membedakan antara sikap dan perspektif. Perspektif dibentuk oleh pengalaman yang terstruktur dari tempat seseorang didalam hirarki sosial. Perspektif mungkin akan menuju pada tercapainya suatu sikap tetapi hanya melalui usaha. (O'Brien Hallstein dalam Richard West Lynn H. Turnre, Buku 2, 2008). Richard West Lynn H. Turnre, Buku 1, (2008 : 99), menjelaskan perilaku adalah suatu rangkaian pemikiran, dan dari pemikiran suatu perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan respon orang berkaitan dengan rangsangan tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku diantaranya keyakinan, nilai, dan perasaan. Manusia memiliki diri, mereka memiliki mekanisme untuk berinteraksi dengan dirinya sendiri, mekanisme ini digunakan untuk menuntun sikap dan perilaku. Dengan kata lain : jika di dalam diri terdapat keyakinan dan kemampuan untuk melakukan sesuatu itu akan berhasil, maka akan sangat mungkin pula keberhasilan itu akan tercapai, proses ini sering dikatakan sebagai prediksi pemenuhan diri. Atau penghargaan akan diri yang menyebabkan seseorang untuk berperilaku sedemikian rupa sehingga harapannya terwujud. Konteks televisi membentuk sikap dan perilaku, Ishadi, (1994) menyatakan tayangan televisi begitu banyak menginspirasi hal baru sekaligus mengubah kebiasaan yang terjadi pada anak, seperti ucapan salam kala hendak pergi, sekarang berubah menjadi "da-dah" dan lainnya.

Tentang "Anak"

Konvensi Hak Anak (KHA) mendefinisikan anak adalah manusia yang umurnya belum mencapai 18 tahun. Berikutnya dalam Undang-Undang Perlindungan Anak No 23 Tahun 2002, menyebutkan anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun termasuk anak yang masih dalam kandungan. Sementara dalam psikologi, anak didefinisikan sebagai makhluk sosial seperti juga orang dewasa. Anak membutuhkan orang lain untuk dapat membantu mengembangkan kemampuannya, karena anak lahir dengan segala kelemahan sehingga tanpa orang lain anak tidak mungkin dapat mencapai taraf kemanusiaan yang normal. Menurut John Locke dalam Gunarsa, (1986) anak adalah pribadi masih bersih dan peka terhadap rangsangan yang berasal dari lingkungan. (dunia psikologi, 2008). Sikap maupun perilaku anak dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui ungkapan atau pengakuan para anak, baik terhadap sikap menyukai, tidak menyukai maupun sikap ragu-ragu terhadap tayangan sinetron. Sikap menyukai maupun tidak menyukai atau ragu-ragu tersebut dilihat dari segi : tema maupun adegan. Demikian pula dengan perilaku, semuanya merupakan pengakuan atau ungkapan yang dijelaskan oleh anak. Materi perilaku tersebut dilihat dari : aspek peniruan berupa kata-kata/bahasa dalam tayangan sinetron dan model gaya hidup baik model busana, gaya rambut maupun gaya hidup orang kaya/modern.

Metode Penelitian

Penelitian dengan menggunakan metode survey ini dilakukan di tiga lokasi kabupaten/kota Kalimantan Selatan. Penentuan lokasi dilakukan secara random terdiri dari : Kota Banjarmasin, Kabupaten Kotabaru

dan Kabupaten Tabalong. Dengan cara yang sama ditentukan satu kelurahan pada tiap kecamatan. Berikutnya, masing-masing kelurahan yakni : Kota Banjarmasin terpilih Kelurahan Teluk Dalam, Kabupaten Tabalong kelurahan terpilih adalah Mabu'un dan Kotabaru di Kelurahan Pulau Laut Utara. Masing kelurahan ditentukan 2 RT sebagai unit terkecil yang dijadikan obyek penelitian.

Responden Penelitian

Yang dijadikan responden dalam penelitian tersebut adalah anak yang berusia di atas 10 tahun hingga 18 tahun dan pengambilan sampel dilakukan secara proporsional. Diasumsikan batasan usia tersebut dapat memberikan keterangan/jawaban atas pertanyaan yang diajukan pengumpul data memberikan jawaban guna memudahkan penelusuran terhadap jumlah anak dengan usia seperti itu, peneliti melakukan listing melalui Kartu Keluarga yang tersimpan pada Ketua RT. Berdasarkan hasil listing tersebut diperoleh data : Kelurahan Teluk Dalam jumlah terdapat 557 orang, Kelurahan Mabu'un dengan jumlah anak 213 orang, dan Kelurahan Pulau Laut Utara 303 orang. Untuk penentuan sampel pada masing-masing lokasi peneliti menggunakan acuan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2003) dengan tingkat kesalahan 5%. Jumlah responden di masing-masing lokasi penelitian sebagai berikut : di-Kota Banjarmasin 145 responden, di-Kabupaten Tabalong 56 responden, dan di-Kabupaten Kotabaru 78 responden. Yang berarti jumlah responden keseluruhan sebanyak 279 responden. (N). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur dan pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS 15 dan dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan rumus frekuensi. (Sugiyono, 2006).

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

Dimana : P = Prosentase
f = Frekuensi
N = Total sampel

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari hasil pengumpulan data di lokasi penelitian menunjukkan bahwa identitas responden dapat di laporkan sebagai berikut, jenis kelamin : Laki-laki 97 responden (35%) dan perempuan 182 responden (65%). Agama : yang beragama Islam 259 responden (71%)

dan Kristen 20 responden (21%). Usia responden terdiri atas : 10 – 12 tahun 73 responden (26%), 13 – 15 tahun 151 responden (54%), dan 16- 18 tahun 55 responden (20%). Tingkat pendidikan : masih dibangku SD : 75 responden (27%), SLTP 170 responden (60%), masih SLTA 34 responden (12%)

Aktivitas, Jenis Tayangan, dan Tujuan Menonton Sinetron

Frekuensi menunjukkan sebagian besar responden /192 anak (69%) menonton : 5-7 kali dalam seminggu. Sedangkan (1-2 judul sinetron/hari) ditonton oleh 236 responden (85%). Lama menonton antara (3–4 jam/

hari) sebanyak 201 responden (72%). Tujuan menonton : untuk pemenuhan kebutuhan informasi 15 responden (5%), pemenuhan pengetahuan 11 responden (4%), pemenuhan hiburan 189 responden (68%), pemenuhan suasana keakraban 17 responden (6%), pengalihan ketegangan/perhatian 47 responden (17%).

Sikap Anak terhadap Tayangan Sinetron

Sinema elektronik atau yang lebih dikenal masyarakat dengan nama sinetron merupakan salah satu tayangan yang turut memberi warna berbagai televisi swasta nasional. Frekuensi tayangan dapat

Tabel 1
Sikap anak terhadap Tayangan Sinetron

No.	Sikap	Frekuensi	Prosentase
1.	Suka	204	73
2.	Ragu-Ragu	19	7
3.	Tidak Suka	56	20
Jumlah		279	100

Sumber : Data lapangan Thn 2012

Tabel 2
Sikap Anak terhadap Jenis Sinetron

No.	Tema	Frekuensi Sikap dan Presentase						N	%
		f/S	%	f/RR	%	f/TS	%		
1.	Percintaan	186	67	69	25	24	94	279	100
2.	Religi	190	68	67	24	22	8	279	100
3.	Sejarah	157	56	63	23	59	21	279	100
4.	Mistik	121	43	85	30	73	26	279	100
5.	Horor	153	55	39	14	87	31	279	100
6.	Laga	138	49	81	29	60	22	279	100
7.	Olahraga	144	52	88	32	47	17	279	100

Sumber : Data lapangan Thn 2012

Keterangan sikap : f/S = frekuensi suka .
f/RR = frekuensi ragu-ragu.
f/TS = frekuensi tidak suka.

dikatakan cukup intens. Beberapa televisi swasta nasional seperti RCTI, SCTV dan MNCTV tidak saja menayangkan 1 judul sinetron dalam sehari melainkan lebih dari itu, mencapai tiga judul tayangan seperti tayangan sinetron pada MNCTV meliputi : Terdangan Si Madun, Dwi Bintari dan Raden Kian Santang. Ketiga sinetron tersebut ditayangkan secara berkesimbangan setiap malam selepas shalat Magrib hingga tengah malam, dengan kata lain jam tayang bersentuhan dengan waktu anak-anak belajar. Jadwal tayangan yang bersinggungan dengan jam belajar anak dilakukan pula oleh beberapa televisi swasta lainnya. Terlepas dari hal itu, yang ingin diketengahkan

berikut adalah frekuensi tayangan sinetron yang cukup intens, dalam konteks sikap anak terhadap tayangan sinetron. Data penelitian tersebut dapat dilihat dalam penyajian tabel berikut :

Data penelitian menunjukkan jumlah anak paling dominan menyukai tayangan sinetron sebanyak 204 responden (73,%), selebihnya sikap tidak suka dan ragu-ragu.

Pada tabel 2, tergambar pada data bahwa sikap anak yang menyukai tayangan sinetron relegi lebih dominan dari pada sikap lainnya yakni 190 responden (68%). Selebihnya sikap ragu ragu terdapat pada tayangan mistik dan sikap tidak suka didominasi oleh

Tabel 3
Sikap Anak terhadap Adegan dalam Sinetron

No.	Adegan	Frekuensi Sikap dan Presentase						N	%
		f/S	%	f/RR	%	f/TS	%		
1.	Percintaan (Pelukan, ciuman, mesra-mesraan, dll)	83	30	16	6	180	64	279	100
2.	Taat pada perintah agama	255	91	24	7	4	1	279	100
3.	Membela Bangsa dan Negara	245	88	28	10	6	2	279	100
4.	Memuja hal gaib dan penyediaan sesajen	25	9	92	33	162	58	279	100
5.	Menyeramkan	20	7	20	7	239	86	279	100
6.	Bela diri	263	94	2	1	14	5	279	100
7.	Bertanding Sportif	171	61	22	8	86	31	279	100

Sumber : Data lapangan Thn 1012

Keterangan sikap : f/S = frekuensi suka .
f/RR = frekuensi ragu-ragu.
f/TS = frekuensi tidak suka.

Tabel 4
Perilaku Anak Menirukan Perkataan/Bahasa Sinetron

No.	Adegan	Frekuensi Sikap dan Presentase						N	%
		f/S	%	f/RR	%	f/TS	%		
1.	Santun	128	46	52	19	99	35	279	100
2.	Kasar	96	34	38	14	145	52	279	100
3.	Jorok	21	8	91	33	167	60	279	100
4.	Bahasa Gaul	199	71	72	26	8	3	279	100

Sumber : Data lapangan Thn 1012

Keterangan sikap : f/S = frekuensi suka .
f/RR = frekuensi ragu-ragu.
f/TS = frekuensi tidak suka.

tayangan horor.

Data penelitian menunjukkan bahwa adegan adegan bela diri dalam tayangan televisi paling disukai responden dengan dukungan 263 responden, atau (94%). Selanjutnya tayangan yang mengandung ketaatan pada perintah agama mendapat dukungan 255 responden (91%), Kemudian tayangan yang bernuansa membela Negara dan bangsa mendapat dukungan sebanyak 245 responden atau (88%), selanjutnya dapat dilihat dalam table 3 diatas.

Perilaku Anak terhadap Tayangan Sinetron

Pada table,3 terlihat perilaku anak yang menirukan bahasa gaul dalam sinetron paling dominan yakni

sebanyak, 199 responden (71%). Kemudian disusul perilaku anak yang menirukan gaya santun sebanyak, 128 (46%), selanjutnya dapat dilihat dalam tabel 4 diatas.

Pada table 5, terlihat bahwa perilaku anak yang sering menirukan model busana sebagaimana yang dikenakan actor/artis sinetron cukup dominan yakni 196 responden (70%). Hal ini berbeda dengan gaya hidup modern yang dirukan anak pada urutan kedua yakni sebanyak, 167 responden (60%).

Temuan lain menunjukkan perilaku anak yang menyukai dan menyatakan sering menggunakan kata-kata santun meski melihat tayangan sinetron lebih dominan yakni 275 responden (98%), Selanjutnya

Tabel 5
Perilaku Anak Menirukan Model/Gaya Hidup
Dalam Sinetron

No.	Adegan	Frekuensi Sikap dan Presentase						N	%
		f/S	%	f/RR	%	f/TS	%		
1.	Model Busana	196	70	62	22	21	8	279	100
2.	Gaya Rambut	151	54	75	272	53	19	279	100
3.	Gaya Hidup Orang Kaya/Modern	167	60	91	1	21	8	279	100

Sumber : Data lapangan Thn 1012

Keterangan sikap : f/S = frekuensi suka .
f/RR = frekuensi ragu-ragu.
f/TS = frekuensi tidak suka.

Tabel 6
Perilaku Anak Sebelum Sering Menonton Sinetron

No.	Adegan	Frekuensi Sikap dan Presentase						N	%
		f/S	%	f/RR	%	f/TS	%		
1.	Kata-kata santun	275	98	2	1	2	1	279	100
2.	Kata kotor	11	4	23	8	245	88	279	100
3.	Kata jorok	9	3	32	12	238	85	279	100
4.	Bahasa Gaul	2	1	15	5	261	94	275	100
5.	Model busana	96	34	8	3	175	63	279	100
6.	Gaya Rambut	89	31	68	25	122	44	279	100
7.	Gaya hidup org kaya/ modern	92	33	100	36	87	31	279	100

Sumber : Data lapangan Thn 1012

Keterangan sikap : f/S = frekuensi suka .
f/RR = frekuensi ragu-ragu.
f/TS = frekuensi tidak suka.

model busana, gaya hidup modern dan model rambut masih juga menjadi idola peniruan sikap dan perilaku anak ketika sering menonton tayangan sinetron di televisi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan menunjukkan selain intensitas menonton yang sangat tinggi, lama anak menonton pun dapat dikatakan cukup lama yakni antara 3-4 jam perhari. Yang berarti pula jumlah waktu yang tersita untuk menikmati tayangan sinetron rata-rata 28 jam dalam seminggu. Hal tersebut mengindikasikan ungkapan Guntarto (2004) yang menyatakan bahwa sekarang ini anak-anak lebih banyak melowongkn waktu untuk menonton televisi dari pada untuk kegiatan apapun kecuali tidur cukup terbukti. Sisi lain, membuktikan pula bahwa sinetron merupakan salah satu kebutuhan anak, baik sebagai pemenuhan kebutuhan hiburan, pengalihan ketegangan maupun pemenuhan informasi atau pengetahuan, sebagaimana teori kebutuhan dalam Severin dan Tankard, (2005). Atau dengan kata lain bahwa tayangan sinetron memang memberikan efek kognitif terhadap anak sebagaimana teori efek bahwa media paling tidak memiliki 3 efek yang satu sama lain saling terkait. (Wibowo, 1998)

Konten tayangan sinetron yang banyak disungguh-kan oleh beberapa televisi swasta sekaligus banyak ditonton anak adalah cerita percintaan dan kekerasan, hedonisme dan sebagainya, seperti : sinetron Putri yang Ditukar, Buku Harian Nayla, Segala Cinta, Iskul, dan Putih Abu-Abu, dan pada girannya anak menirukan kata-kata yang banyak terungkap pada sinetron. Sisi adegan dalam sinetron yang sebagian besar disukai anak berkenaan dengan adegan yang bermakna positif. Artinya sebagian besar dari anak suka adegan yang memiliki makna mendidik dan bernuansa pengetahuan serta ketrampilan, bukan tema dan adegan yang dapat mengkondisikan anak pada pola pikir dan pembentukan mental yang cenderung negatif.

Mereka cenderung tidak suka adegan mesramesraan, ataupun adegan yang merusak akal sehat. Temuan juga mengindikasikan jika efek yang terjadi bukan saja telah efek sikap atau afektif tetapi juga memberikan efek perilaku efek yang cukup signifikan terhadap anak, utamanya pada efek peniruan/pengimitasian seperti penggunaan kata-kata/bahasa, baik kata-kata santun, kasar, jorok maupun bahasa anak muda atau yang lebih dikenal dengan bahasa gaul. Cukup banyak kata-kata baru atau bahasa gaul yang sebagian besar tiruan anak antara lain : kata bokap, nyokap, bro, ya-iyalah, tajir, bete, dan sebagainya. Sementara kata-kata bahasa yang tidak

sering dilakukan anak adalah menirukan kata-kata jorok dan kasar.

Konteks tayangan sinetron telah memberikan efek perilaku berupa peniruan atau pengimitasian pada anak terlepas dari frekuensi mana yang sering ditirukan, mengindikasikan bahwa temuan tersebut serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan Ishadi, (1994) yang menyatakan tayangan televi begitu banyak menginspirasi hal baru sekaligus mengubah kebiasaan yang terjadi pada anak. Sebelum televisi begitu familiar di masyarakat, anak selalu mengucapkan salam pada orang tua setiap ia mau pergi, namun kebiasaan itu mulai terkis dengan kata “dadah mama-papa”. Perilaku yang memprihatinkan adalah pengimitasian kata-kata/bahasa kasar dan jorok, perilaku konsumtif misal dengan menirukan gaya busana, model rambut dan sebagainya. Kendati jumlah anak yang menyatakan sering melakukan hal itu relatif kecil, namun patut menjadi perhatian, mengingat terjadinya perubahan yang cukup signifikan pada perilaku anak, yang mana sebelumnya anak tidak sering tidak sering menirukan gaya busana maupun model rambut, anak tetapi setelah gemar monton sinetron terjadi perubahan untuk melakukan hal-hal yang serupa sebagaimana yang sering ia tonton dalam sinetron. Perilaku anak yang sering menirukan beberapa hal seperti terdapat pada sinetron baik yang bersifat verbal maupun nonverbal, menunjukkan bahwa apa yang dimaksudkan bahwa anak ibarat kertas putih yang begitu mudah dibentuk dengan warna apa saja. Artinya, anak begitu mudah terpengaruh dengan apa yang sering dilihat, didengar baik dari media maupun unsur lainnya. Dengan demikian, televisi memang memiliki efek terhadap 3 pembentukan perilaku anak, akan tetapi diyakini tayangan tersebut bukan faktor satu-satunya yang merubah perilaku anak, masih banyak faktor lain yang juga sebagai penstimuli, baik faktor lingkungan tempat tinggal, lingkungan sekolah anak, maupun lingkungan pertemanan. Melihat fenomena tersebut kita tidak bisa banyak berharap televisi menghadirkan tayangan yang bermutu dan mendidik, termasuk sinetronnya. Televisi komersial itu telah terkooptasi dengan konsep kapitalisme, dimana semua produknya merupakan sebuah industry. Hanya produk yang mempunyai rating tinggi dan mendatangkan keuntungan yang mereka unggulkan, meski kualitasnya kurang, begitu sebaliknya. Maka dalam konteks tersebut peran orang tua, lingkungan dan pendidikan masih menjadi yang paling utama untuk mencegah efek televisi terhadap sikap dan perilaku anak.

KESIMPULAN

Mengacu pada temuan penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa, tayangan sinetron memiliki efek terhadap pembentukan sikap dan perilaku anak. Efek yang tampak paling menonjol diantara efek lainnya adalah “sikap suka dan sikap tidak suka”. Efek suka lebih kepada konteks tayangan bertema percintaan, releji, sejarah, sementara tayangan mistik dan horor justru sebaliknya. Tetapi efek suka tersebut tidak serta merta membentuk diri anak suka pula terhadap semua adegan. Adegan yang porno, merusak logika sehat tidak disukai anak. Demikian pula efek perilaku, kecuali kata-kata kotor dan jorok, perilaku lainnya berupa kata-kata santun, bahasa gaul, model/gaya hidup dari gaya busana, model rambut dan model gaya hidup orang kaya/modern (potensi konsumtif) yang teraktualisasi di dalam sinetron memberi efek pengimitasian yang cukup kuat pada diri anak. Perilaku anak yang rentan terhadap pengimitasian tersebut, maka sudah sepatutnya pengelola media lebih selektif dalam menyuguhkan tayangan, dan KPI hendaknya meningkatkan kepekaan kepada materi sinetron yang dapat menginspirasi anak pada perilaku negatif berpotensi pada perilaku konsumtif. Pada tataran yang lebih normative pengawasan orang tua, lingkungan dan pendidikan juga memberikan andil, bagaimana anak bersikap dan berperilaku baik.

Daftar Pustaka

- Anonim, 2008. *Pengertian Anak Sebagai Makhluk Sosial*. [online] Didapatkan di: <http://www.duniapsikologi.com/pengertian-anak-sebagai-makhluk-sosial/> [Akses 10 Oktober, 22:55]
- Bungi, Burhan., 2005. *Porno Media Sosiologi, Media Kontruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Djuroto., 1999. Peran Iklan Dalam Pengembangan Sikap dan Perilaku Masyarakat (studi tentang Iklan Layanan Masyarakat di televisi terhadap Sikap dan Perilaku Remaja). *Jurnal Penelitian Media Massa*, No 5. hlm. 59.
- Ishadi., 1994. Perkembangan Media Masa Untuk Anak Masa Kini Khususnya Media Televisi. *Jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan. RI Jakarta*, No. 33.
- Joyodrono, 2011. *Pengaruh Sinetron Pada Anak*, [blog] 25 September, Didapatkan di: <http://joyodrono-cahmabung.blogspot.com/2011/09/pengaruh-sinetron-terhadap-anak.html> [Akses 10 Oktober 2012, 21:14]
- Linda, 2008. *Pengaruh Sinetron Pada Prestasi Belajar*, [blog] 23 November, Didapatkan di: <http://remaja-linda.blogspot.com/2008/11/pengaruh-sinetron-pada-prestasi-belajar.html> [Akses 10 Oktober 2012, 22:23]
- Multa, 2008. *Pengaruh Buruk Tayangan Sinetron Bagi Anak*, [blog] 16 Oktober, Didapatkan, di:<http://kekit.blogspot.com/2008/10/pengaruh-buruk-tayangan-sinetron-bagi.html> [Akses 10 Oktober 2012, 19:30].
- Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi. S., 2012. *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Center For Innovation Policy and Governance.
- Nurudin., 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Presendo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin., 2000. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistis*. Bandung: Rorda Karya.
- Sugiyono, 2003. *Metologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Afabeta
- Sugiyono, 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta\
- Tankard., W.S., 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah Metodologi Dan Terapan Didalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media
- West, R. dan Turner, H.L. 2008a. *Pengantar Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta, Salemba Humanika
- West, R. dan Turner, H.L. 2008b. *Pengantar Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta, Salemba Humanika
- Undang-Undang Penyiaran, 2002. No.32
- Undang-Undang Pelindungan Anak, 2002. No.23. (Bab 1. Pasal 1).