

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Persepsi

2.1.1 Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Meski demikian apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif (Robbins, 2006).

Dalam kajian [ilmu psikologi](#) dikenal istilah persepsi. Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indera, kemudian ada perhatian, lalu diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dinamakan persepsi. Dengan persepsi individu menyadari dapat mengerti tentang lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang hal yang ada dalam diri individu yang bersangkutan.

Persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsangan melalui panca indera yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan, dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun didalam diri individu.

Thoha (2004: 141) mengatakan bahwa persepsi pada hakikatnya adalah “proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi

tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman”.

Yang dimaksud dengan kognitif diatas adalah proses atau kegiatan mental yang sadar seperti berfikir, memahami, dan kegiatan konsepsi mental seperti sikap, kepercayaan dan pengharapan yang kesemuanya merupakan faktor menentukan perilaku, jadi persepsi diatas dapat diartikan bagaimana penafsiran individu didalam memahami informasi tentang lingkungannya dengan alat pengindraannya yang selanjutnya akan mempengaruhi perilakunya.

Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap Penting dan tidak penting. Proses *closure* terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan interpretasi berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh (Anonim, 2009).

Yang dimaksud dengan proses seleksi diatas bahwa seseorang harus mendapatkan informasi terlebih dahulu, dengan begitu seseorang dapat melakukan proses penyeleksian pesan mana yang penting dapat diambil sedangkan yang tidak penting tidak perlu diambil dengan begitu seseorang akan mendapatkan informasi yang akurat dan lebih bermanfaat.

Menurut Slameto (2010:102) = persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat indranya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan penciuman.

Persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi dibagi menjadi dua bagian besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

1. Faktor Internal, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu yang mencakup beberapa hal antara lain :
 - a. Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
 - b. Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

- c. Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi.

Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat,

- a. Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
 - b. Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
 - c. Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, *mood* ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.
2. Faktor eksternal, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :
- a. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami.

- b. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- c. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- d. Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- e. Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- f. *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berarti ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’. Secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur – unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). (Suprpto, 2011 : 5)

Komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikasi selalu melekat didalam kehidupan setiap orang sebab komunikasi sangat penting dalam penyampaian suatu informasi, dengan komunikasi yang baik suatu pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik, komunikasi dapat terjadi karena ada pesan yang ingin atau harus disampaikan kepada pihak lain.

Definisi komunikasi menurut Trenholm dan Arthur Jensen adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. (Wiryanto, 2004 : 6)

Defenisi komunikasi adalah proses penyampaian pesan melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung / tidak langsung dengan maksud memberikan dampak kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator. Yang memenuhi 5 unsur *who, says, what, in which channel, to whom, with what effect.*

Jadi, dari semua kutipan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian atau pengiriman pesan secara verbal dan non verbal yang melibatkan dua orang atau lebih yang disebut komunikator (penyampai pesan) dan komunikan (penerima pesan) serta dapat menghasilkan efek tertentu pada komunikan.

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat-gandakan pesan-pesan komunikasi. Dalam sejarah publisistik dimulai satu setengah abad ditemukan mesin cetak oleh Johannes Guttenberg. Sejak itu dimulai suatu zaman yang dikenal dengan zaman publisistik atau awal dari era komunikasi massa. Sebaliknya dikenal sebagai zaman prapublisistik (Wiryanto, 2000:1).

Publisistik (*publizistic*) di Jerman, sebenarnya berkembang dari ilmu Pers atau ilmu Persuratkabaran yang dikenal dengan nama *zaitungswisswnschaft*. Asalnya dapat ditelusuri sampai abad ke-19 ketika surat kabar sebagai obyek studi

ilmiah mulai menarik perhatian para pakar di masa itu. Surat kabar sebagai salah satu hasil dari pertumbuhan teknologi dan industri ternyata membawa berbagai implikasi sosial yang sangat menarik bagi kajian ilmu kemasyarakatan dan kemanusiaan. Adalah mengesankan karena kesadaran dan perhatian seperti itu, baru lahir dan berkembang setelah dua ratus tujuh tiga tahun kemudian dari terbitnya *Relation* (1609) sebagai surat kabar tercetak pertama di dunia (Arifin, 2003:4).

Pada dekade sebelum abad ke-20, alat-alat mekanik yang menyertai lahirnya publisistik atau komunikasi massa adalah alat-alat percetakan (*press printed*) yang menghasilkan surat kabar, buku-buku, majalah, brosur dan materi cetakan lain. Gejala ini makin meluas pada dasawarsa pertama abad ke-20, ketika film dan radio digunakan secara luas. Kemudian disusul televisi pada dekade berikutnya. Kini kita telah memasuki era telekomunikasi dengan digunakannya sistem satelit ruang angkasa dan jaringan komputer (Wiryanto, 2000:2).

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa yaitu, media cetak (majalah, surat kabar) atau media elektronik (radio, dan televisi). Pentingnya peranan media massa dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan, komunikasi yang menggunakan saluran media ini dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal ataupun berjumlah banyak akan menimbulkan efek tertentu bagi komunikannya.

Agar tidak ada perbedaan persepsi tentang massa, kita akan membedakan arti massa dalam arti umum. Massa dalam komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca. (Nuruddin, 2004:3).

2.2.2 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik

(radio, televisi), berbiaya relative mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. (Mulyana, 2009 : 83)

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang (biasanya dengan menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar / majalah dan film). (Suprpto, 2011 : 17).

Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*) (Ardianto, 2004:3).

Dari pernyataan beberapa ahli mengenai definisi komunikasi massa tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses penyampaian pesan kepada khalayak luas dan banyak yang anonim dan heterogen yang disampaikan melalui media, seperti televisi, radio, surat kabar, dan film.

2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Defenisi-defenisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu defenisi dengan defenisi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Melalui defenisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004:7-13) :

a. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik.

b. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.

c. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikannya pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikannya (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikasi yang tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Secara singkat, komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian komunikasi massa itu bersifat satu arah.

g. Stimulus Alat indera Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indera yang 'terbatas'. Dalam komunikasi massa, stimulus alat indera bergantung pada jenis media massa. Dalam media majalah, kita menggunakan indera penglihatan.

h. Umpan Balik Tertunda

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam membentuk komunikasi apapun. Efektifitas komunikasi sering kali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik dalam komunikasi massa tidak dapat secara langsung (*direct feedback*) karena komunikator tidak dapat melihat langsung reaksi atau tanggapan dari komunikan.

2.2.4 Karakteristik Audiense Komunikasi Massa

Ada beberapa karakteristik *audiens* Komunikasi Massa, yakni :

- a. *Audiens* biasanya terdiri atas individu – individu yang memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan kebiasaan dan atas kesadaran diri.
- b. *Audiens* berjumlah besar, dalam artian sejumlah besar khalayak yang dalam waktu singkat dapat dijangkau oleh komunikator komunikasi massa.
- c. *Audiens* bersifat heterogen.
- d. *Audiens* bersifat anonim. Komunikator tidak dapat mengetahui identitas komunikannya dan pada siapa berkomunikasi.
- e. *Audiens* biasanya tersebar, baik dalam konteks ruang dan waktu.

2.2.5 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa adalah penyampaian suatu pesan kekomunikannya yang dapat mempengaruhi komunikannya sehingga dengan komunikasi massa komunikannya dapat meningkatkan pengawasannya dan menambah ilmu pengetahuan terutama dapat menerima informasi yang mendidik bagi komunikannya. Fungsi komunikasi massa ini juga dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga dapat menyatukan khalayak yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah dari tempat tinggal yang berbeda dan dihubungkan oleh media.

Sedangkan fungsi komunikasi massa Dominick, dalam bukunya *The Dynamics of Mass Communications* adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004:16-18):

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama :

- Fungsi pengawasan peringatan yaitu jenis pengawasan yang dilakukan oleh media untuk menyampaikan informasi berupa ancaman yang perlu diketahui oleh khalayak.
- Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberi penafsiran kepada kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *Linkage* (Pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis diperhatikan atau dihubungkan oleh media.

d. *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi, bahwa kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Majalah banyak memuat hiburan, bahkan ada beberapa majalah yang hanya menampilkan berita seperti *Time* dan *News Week*, *Tempo*, *Gatra* dan *Garda*.

2.2.6 Komponen Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan proses komunikasi satu arah, artinya komunikasi berlangsung dari komunikator (sumber) melalui media kepada komunikan (khalayak). Walaupun komunikasi massa dalam prosesnya bersifat satu arah, namun dalam operasionalnya memerlukan komponen lain yang turut menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut : (Ardianto, 2004:36-42)

a. Komunikator

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal dan didistribusikan kepada massa.

b. Pesan

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

c. Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak dan serentak.

d. Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

e. Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan difilter (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.

f. *Gatekeeper* (Penjaga Gawang)

Dalam proses perjalanan sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeeper* ikut terlibat didalamnya. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.

2.2.7 Teori S-O-R

Pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari *Stimulus-Organism Response*. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- Pesan (*stimulus*, S)
- Komunikan (*organism*, O)
- Efek (*Response*, R)

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- *Stimulus* (rangsang) yang diberikan pada *organisme* dapat diterima atau ditolak. Apabila *stimulus* tersebut tidak diterima atau ditolak berarti

stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila *stimulus* diterima oleh *organisme* berarti ada perhatian dari individu dan *stimulus* tersebut efektif.

- Apabila *stimulus* telah mendapat perhatian dari *organisme* (diterima) maka ia mengerti *stimulus* ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- Setelah itu *organisme* mengolah *stimulus* tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi *stimulus* yang telah diterimanya (bersikap).
- Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka *stimulus* tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila *stimulus* (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari *stimulus* semula. *Stimulus* yang dapat melebihi *stimulus* semula ini berarti *stimulus* yang diberikan harus dapat meyakinkan *organisme*. Dalam meyakinkan *organisme* ini, faktor *reinforcement* memegang peranan penting.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika *stimulus* yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

- (a) perhatian,
- (b) pengertian, dan

(c) penerimaan.

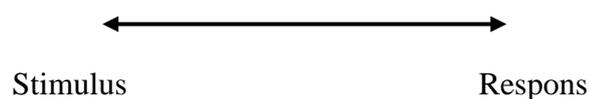
Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesiapan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan *organisme*. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Teori S-O-R memiliki nama lain, yaitu Model S – R. Seperti yang dikutip Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dikatakan bahwa, model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi–reaksi yang sangat sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata–kata verbal (lisan–tulisan), isyarat–isyarat nonverbal, gambar–gambar, dan tindak–tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Proses ini dapat bersifat timbal–balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya. (Mulyana, 2009 : 144).

Gambar 2.1

Model S – R



(Mulyana, 2009 : 143)

Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu *Hypodermic Needle* atau teori jarum suntik. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen – komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model Jarum Hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan – akan komunikasi “disuntikkan” langsung ke dalam jiwa komunikan.

Model ini sering juga disebut “*Bullet Theory*” (Teori Peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima banyak pesan – pesan komunikasi. Variabel efek diukur pada segi kognitif (kepercayaan, pengetahuan, pemahaman), segi afektif (senang, suka, puas), dan segi behaviorial (perilaku atau kecenderungan perilaku). (Rakhmat, 2009 : 62 & 64).

Apabila dikaitkan dengan hubungan acara “YKS” (*Yuk Keep Smile*) dengan Persepsi Remaja di Desa Pantai Cermin Kanan Dusun III Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai, konsep acara YKS yang menghibur dan lebih ke hal – hal yang *modren* yang mengarah ke gaya anak Remaja zaman sekarang merupakan *stimulus* yang kemudian akan menimbulkan respon dari Remaja yang tinggal di Desa Pantai Cermin Kanan Dusun III dan membentuk persepsi mereka dengan menonton program acara tersebut. Persepsi itulah yang merupakan bentuk dari responnya.

2.3 Remaja

2.3.1 Pengertian Remaja

Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Masa ini merupakan masa perubahan atau peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial. Remaja sering kali didefinisikan sebagai periode transisi antara masa kanak-kanak ke masa dewasa, atau masa usia belasan tahun, atau seseorang

yang menunjukkan tingkah laku tertentu seperti susah diatur, mudah terangsang perasaannya dan sebagainya. Kartini Kartono (1995: 148) “masa remaja disebut pula sebagai penghubung antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa”. Pada periode ini terjadi perubahan-perubahan besar dan esensial mengenai kematangan fungsi-fungsi rohaniah dan jasmaniah, terutama fungsi seksual

Jadi, menurut kesimpulan Kartini Kartono diatas bahwa masa remaja adalah penghubung dari masa kanak-kanak dengan masa dewasa hal ini sangat berkaitan seorang anak akan membawa sifatnya dari masa kanak-kanak ke masa remaja dimana anak yang bertingkah laku baik maka ketika dia masuk ke usia remaja dia akan mudah diatur.

Sedangkan menurut World Health Organization (WHO) mendefinisikan remaja dalam (Sarlito Wirawan Sarwono, 2006: 7) adalah suatu masa ketika:

- a. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
- b. Individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
- c. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada yang relatif lebih mandiri.

Berdasarkan beberapa pengertian remaja yang telah dikemukakan para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja adalah individu yang sedang berada pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dan ditandai dengan perkembangan yang sangat cepat dari aspek fisik, psikis dan sosial.

2.3.2 Batasan Usia Remaja

Terdapat batasan usia pada masa remaja yang difokuskan pada upaya meninggalkan sikap dan perilaku kekanak-kanakan untuk mencapai kemampuan bersikap dan berperilaku dewasa.

Batasan usia pada masa remaja menurut Kartini Kartono (1995: 36) dibagi tiga yaitu:

a. Remaja Awal (12-15 Tahun)

Pada masa ini, remaja mengalami perubahan jasmani yang sangat pesat dan perkembangan intelektual yang sangat intensif, sehingga minat anak pada dunia luar sangat besar dan pada saat ini remaja tidak mau dianggap kanak-kanak

lagi namun belum bisa meninggalkan pola kekanak-kanakannya. Selain itu pada masa ini remaja sering merasa sunyi, ragu-ragu, tidak stabil, tidak puas dan merasa kecewa.

b. Remaja Pertengahan (15-18 Tahun)

Kepribadian remaja pada masa ini masih kekanak-kanakan tetapi pada masa remaja ini timbul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan badaniah sendiri. Remaja mulai menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis. Maka dari perasaan yang penuh keraguan pada masa remaja awal ini rentan akan timbul kemantapan pada diri sendiri. Rasa percaya diri pada remaja menimbulkan kesanggupan pada dirinya untuk melakukan penilaian terhadap tingkah laku yang dilakukannya.

c. Remaja Akhir (18-21 Tahun)

Pada masa ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian. Remaja mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya.

3. Perkembangan Fisik pada Remaja

Masa remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak menuju masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Perubahan yang tampak jelas adalah perubahan fisik, dimana tubuh berkembang pesat sehingga mencapai bentuk tubuh orang dewasa yang disertai pula orang dewasa. Pada periode ini pula remaja berubah dengan menunjukkan gejala primer dan sekunder dalam pertumbuhan remaja. Diantara perubahan-perubahan fisik tersebut dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Ciri-ciri seks primer

Modul kesehatan reproduksi remaja Depkes 2002 (dalam Ririn Darmasih 2009: 9) disebutkan bahwa “ciri-ciri seks primer pada remaja adalah remaja laki-laki sudah bisa melakukan fungsi reproduksi bila telah mengalami mimpi basah”. Mimpi basah biasanya terjadi pada remaja laki-laki usia antara 10-15 tahun, pada remaja perempuan bila sudah mengalami *menarche* (menstruasi), menstruasi adalah peristiwa keluarnya cairan darah dari alat kelamin perempuan berupa luruhnya lapisan dinding dalam rahim yang banyak mengandung darah.

b. Ciri-ciri seks sekunder

Tanda-tanda fisik sekunder merupakan tanda-tanda badaniah yang membedakan pria dan wanita. Pada wanita bisa ditandai antara lain pertumbuhan tulang-tulang (badan menjadi tinggi, anggota badan menjadi panjang), pertumbuhan payudara, tumbuh bulu yang halus dan lurus berwarna gelap di kemaluan, mencapai pertumbuhan ketinggian badan setiap tahunnya, bulu kemaluan menjadi keriting, haid, dan tumbuh bulu-bulu ketiak. Pada laki-laki bisa ditandai dengan pertumbuhan tulang-tulang, tumbuh bulu kemaluan yang halus, lurus, dan berwarna gelap, awal perubahan suara, bulu kemaluan menjadi keriting, tumbuh rambut-rambut halus di wajah (kumis, jenggot), tumbuh bulu ketiak, rambut-rambut di wajah bertambah tebal dan gelap, tumbuh bulu di dada.

Jadi, bisa disimpulkan bahwa remaja adalah pribadi yang mengalami masa

peralihan dari anak – anak menuju dewasa yang diiringi dengan pertumbuhan dan perkembangan fisik maupun psikisnya dalam rentang usia antara 12 hingga 21 tahun.

2.4 Pengertian *Variety Show*

Variety Show adalah suatu acara yang menunjukkan keragaman hiburan sesuai dengan tema yang diangkat oleh acara tersebut.

Acara varietas (*variety show*) juga dikenal sebagai ragam seni atau ragam hiburan adalah hiburan yang terdiri dari berbagai tindakan, terutama pertunjukan komedi situasi, *music concert*, kuis, *game show*, *talk show*, dan lain sebagainya, biasanya diperkenalkan oleh pengantar (pembawa acara) atau *host*.

Menurut Naratama (2004), *variety show* adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti *talk show*, *magazine show*, kuis, *game show*, *music concert*, dan lain sebagainya. Keberagaman format didalam satu acara televisi membuat acara televisi menjadi tidak membosankan karena tidak selalu menayangkan satu format acara saja sehingga bisa menghibur khalayak yang menonton.

2.4.1 Drama Komedi

Drama komedi adalah drama yang lucu dan menggelitik penuh keceriaan. Drama ini berfungsi menyenangkan hati dan memancing suasana terbahak- bahak dan didalamnya terdapat dialog kocak yang bersifat menyindir dan biasanya berakhir dengan kebahagiaan. Drama komedi ini menampilkan tokoh tolol, konyol, atau tokoh bijaksana tapi lucu. Contoh: Wendy pemain di acara “YKS”.

Drama Comedi ini terbagi menjadi beberapa jenis yaitu,

1. Komedi Situasi, cerita lucu yang kelucuannya bukan berasal dari para pemain, melainkan karena situasinya.
2. Komedi *Slapstic*, cerita lucu yang diciptakan dengan adegan menyakiti para pemainnya. Misalnya, saat di kelas terjadi kegaduhan karena sang guru belum datang. Kemudian teman yang “culun” digoda teman yang lain dengan menulisi pipinya menggunakan spidol.
3. Komedi *Satire*, cerita lucu yang penuh sindiran tajam.
4. Komedi *Farce*, cerita lucu yang bersifat dagelan, sengaja menciptakan kelucuan kelucuan dengan dialog dan gerak laku lucu.

Salah satu contoh program televisi yang berbentuk *variety show* adalah program acara *Yuk Keep Smile* di Trans TV. YKS termasuk *variety show* karena tidak selalu menampilkan suguhan materi Drama Komedi saja, tetapi YKS juga memiliki materi kuis, *game show*, tarian yang melibatkan pengisi acara, acara musik, acara *talk show*, serta masih banyak lagi yang diluar materi Drama Komedi yang ditampilkan disetiap segmennya. Pada ajang *Panasonic Gobel Awards* 2014, YKS masuk sebagai Nominasi ‘Program Komedi’. Dan Pemenang Kategori Komedian *Terfavorit Panasonic Gobel Awards* (PGA) 2014 adalah : Denny Cagur salah satu pemain dalam acara YKS.

Tetapi, secara garis besar, program acara YKS lebih banyak menampilkan acara yang mengandung unsur Komedi. Hal tersebut bisa dilihat dari pengisi acara yang tampil adalah Pemain komedi (Pelawak). Kepanjangan dari nama YKS juga lebih menekankan pada Komedi, yaitu ‘*Yuk Keep Smile*’. Yang bertujuan untuk selalu menghibur dan mengajak penontonnya terus tersenyum.

2.4.2 Sinopsis Acara YKS (*Yuk Keep Smile*)

YKS atau *Yuk Keep Smile* adalah sebuah program acara komedi yang cukup fenomenal di Trans TV. Dengan mengkombinasikan format acara [musik](#) langsung, komedi situasi, kuis interaktif, [gelar wicara](#), dan *game show*, YKS menjanjikan sebuah tontonan yang segar dan menghibur. Satu hal yang paling unik dari acara ini adalah kehadiran berbagai jenis joget yang sudah melekat kuat di mata masyarakat, seperti joget Caesar, joget Bang Jali, goyang Oplosan dan masih banyak goyang lainnya.

Acara *variety Show* YKS ini sudah mencapai lebih dari 250 Episode dan setiap penayangannya berdurasi sampai 3 jam lebih.

2.4.3 Kontroversi yang muncul dalam acara YKS di Trans TV.

Acara *Yuk Keep Smile* (YKS) yang ditayangkan di [Trans TV](#) setiap hari terus mengundang kontroversi. Selain goyangan-goyangan nya yang dianggap vulgar, lawakannya pun dianggap kasar dan tidak mendidik. karena mendapat banyak kritikan, akhirnya Trans TV mengevaluasi tayangan YKS, seperti mengurangi goyangan-goyangan yang dianggap kurang baik. Namun demikian, meski sudah berbenah, tetap saja tayangan YKS mendapat banyak kritikan.

Beberapa kontroversi yang muncul didalam acara YKS,

1. Goyang Oplosan dianggap erotis,

Ormas [Front Pembela Islam](#) mengkritik acara YKS. Mereka mengkritik goyang Oplosan yang menampilkan goyangan yang terlalu vulgar dan erotis. Akhirnya, [Komisi Penyiaran Indonesia](#) (KPI) mengirimkan dua kali surat teguran. Dan pada akhirnya, tanggal 30 Desember 2013, goyang Oplosan mengalami perubahan gerakan akibat mendapat teguran dari [Komisi Penyiaran Indonesia](#) (KPI) karena goyangan tersebut terlalu erotis dan vulgar

bagi anak-anak. Setelah itu, acara ini berangsur – angsur mengalami perubahan.

[http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yuk Keep Smile&oldid=8040690](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yuk%20Keep%20Smile&oldid=8040690)

2. Lawakan Omesh menirukan para ustaz dikecam,

Episode YKS yang tayang pada tanggal 23 Januari 2014 lalu sempat membuat geger dunia maya lantaran Omesh menirukan gaya para Ustaz dan secara sengaja membuat penonton tertawa karenanya. Ia menirukan gaya dakwah Ustaz terkenal seperti Aa Gym, Arifin Ilham, Yusuf Mansyur, bahkan almarhum Uje. Pada awal acara, Omesh menyapa penonton dengan gaya Aa Gym dan dia juga melafalkan doa hanya untuk bahan lelucon. Bahkan, dia juga bergaya melakukan dakwah, namun menggunakan kata-kata yang melenceng seperti zakat dengan jaket. Tentu saja apa yang dilakukan Omesh mendapat kecaman dan hujatan di mana-mana. Ustaz Maulana turut menegur Omesh dan menjelaskan bahwa dirinya sama sekali tidak tersinggung dengan perbuatan Omesh, yang perlu dipikirkan adalah reaksi jamaah Ustaz yang menjadi bahan leluconnya. Menyadari perbuatannya, Omesh meminta maaf kepada seluruh pihak yang merasa tersinggung dengan leluconnya. (<http://www.merdeka.com>)

3. Lawakan YKS dianggap Kasar,

Program *Yuk Keep Smile* belakangan terus mendapat kritik karena isinya yang tidak mendidik. Selain menampilkan gerakan vulgar yang dinilai bisa merusak moral, lawakan-lawakan yang disuguhkan pun dianggap kasar. Di situs (<http://www.change.org>), muncul petisi “Trans TV: segera hentikan penayangan YKS”. Ketika diakses pada Selasa (31/12), baru 202 orang yang

mendukung petisi itu. Namun saat ini sudah puluhan ribu orang mendukung petisi tersebut. Dalam isi petisinya, Rifqi Alfian sang pembuat menyatakan keresahannya karena melihat tayangan di layar kaca penuh dengan tayangan tidak mendidik. Tayangan-tayangan di televisi pun bukannya semakin baik malah justru semakin rusak dengan tayangan-tayangan terbarunya. “Mungkin awalnya kita kesal dengan sinetron-sinetron yang tidak mendidik, lalu muncul acara baru yang lebih merusak seperti acara musik pagi di beberapa stasiun TV yang membodohkan dengan *host-host* yang mengeluarkan kata-kata kasar, dan vulgar.” “Puncaknya (tidak terbayangkan kalau ini bukan puncaknya) adalah acara komedi yang sangat tidak berkualitas dengan kata-kata kasar, menyiksa orang (menjawab kuis dengan kaki dimasukkan air es atau menabur tepung ke mulut lawan), sampai dengan goyangan tidak jelas yang dilaksanakan full 1 jam dan tidak berubah selama beberapa bulan terakhir, apalagi goyongannya memakai latar musik yang liriknya vulgar. Bukannya dihentikan, stasiun televisi lain malah membuat acara yang sama persis. Tidak hanya itu, acara – acara tersebut ditayangkan di waktu *primetime* dan tentu saja ini sangat mengganggu dan tidak baik untuk anak – anak yang masih terjaga pada jam tersebut” (<http://www.merdeka.com>).

4. Pelecehan terhadap Benyamin Sueb,

Pada tayangan tanggal [20 Juni 2014](#), acara YKS dinilai telah menyamakan tokoh legendaris Betawi, [Benyamin Sueb](#) dengan anjing. Pada saat itu, [Caisar](#) dihipnotis agar saat melihat anjing itu sama dengan melihat [Benyamin Sueb](#) yang lucu dan jenaka. Akhirnya, sang hipnoterapis, [Ferdians Setiadi](#) meminta maaf lewat Twitter atas aksinya menyugesti [Caisar](#) dengan menyamakan

anjing seperti wajah [Benyamin Sueb](#) lewat akun twitternya, Senin, [23 Juni 2014](#). Selain itu, pihak [Trans TV](#) dan tim produksi *Yuk Keep Smile* menyadari kesalahan itu. Menurut [A Hadiansyah Lubis](#), adegan itu dilakukan secara spontan dan tidak sempat dipotong. Akibat dari kejadian ini, pada Selasa, [24 Juni 2014](#), gedung [Trans TV](#) didemo oleh *fansclubnya*, yaitu *Benyamin Sueb Fans Club* (BSFC), *Bens Radio*, hingga suporter klub Persija Jakarta, *The Jakmania*. Atas hal ini, [Komisi Penyiaran Indonesia](#) pada tanggal [26 Juni 2014](#) menyampaikan surat penjatuhan sanksi lewat Komisioner [KPI](#) Pusat bidang Isi Siaran, Agatha Lily di kantor [KPI](#) Pusat. *Yuk Keep Smile* mendapatkan sanksi penghentian sementara karena telah terbukti melakukan pelanggaran berat. *Yuk Keep Smile* telah melanggar ketentuan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) Pasal 24 ayat Pertimbangan lain, acara ini telah mendapatkan tiga kali teguran.

[http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yuk Keep Smile&oldid=8040690](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yuk%20Keep%20Smile&oldid=8040690)

5. Pemberhentian,

Bukan hanya sekedar pemberhentian sementara. Setelah [1 Agustus 2014](#), [Trans TV](#) tetap tidak boleh menayangkan program dengan nama serta konsep yang sama seperti *Yuk Keep Smile*, maka dengan kata lain acara *Yuk Keep Smile* berhenti tayang. Sanksi yang tergolong sangat berat ini diambil oleh para komisioner [KPI](#) setelah melakukan rapat pleno tertutup pada Rabu, [25 Juni 2014](#), sekitar pukul 15.00 WIB. Akhirnya, [Jumat, 27 Juni 2014](#) menjadi malam terakhir *Yuk Keep Smile* menghibur pemirsa tanah air.

[http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yuk Keep Smile&oldid=8040690](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Yuk%20Keep%20Smile&oldid=8040690)

2.4.4 Tim produksi, pemain, dan lagu yang dibawakan dalam acara YKS di TRANS TV

<i>YUK KEEP SMILE</i>	
Nama Lain	YKS
Genre	Acara Varietas
Format	Sketsa komedi, kuis interaktif, acara permainan, musik
Pemeran	Olga Syahputra (2013-sekarang) Raffi Ahmad (2013-sekarang) Soimah (2013-sekarang) Wendy Cagur (2013-sekarang) Denny Cagur (2013-sekarang) Adul (2013-sekarang) Billy Syahputra (2013-sekarang) Bopak Castello (2013-sekarang) Caisar Putra Aditya (2013-sekarang) Ananda Omesh (2013-sekarang) Kiwil (2013-sekarang) Tara Budiman (2013-sekarang) Chand Kelvin (2013-sekarang)
Lagu Pembuka	Bervariasi setiap episode
Lagu penutup	Bervariasi setiap episode
Negara	 Indonesia
Bahasa	Indonesia
Jumlah episode	250 (Pada 30 Mei 2014)
1. Produksi	
Produser eksekutif	Iwan Kurniawan
Produser	Muhammad Yustiana Sandi ^[1]
Durasi	180-240 menit (8-9 segmen)
2. Siaran	
Saluran asli	Trans TV
Penayangan awal	Sabtu, 31 Agustus 2013 – jumat, 27 juni 2014
3. Kronologi	
Diawali oleh	<i>Best YKS</i>
Dilanjutkan oleh	Sahurnya Ramadhan, dan Ngabuburit
Tayangan terkait	<i>Campur-Campur Musim 2</i> <i>YKS Romantic Award</i>

1. Pemain

Artis	Masa	Catatan
Adul	2013-sekarang	Pemain Lama
Ananda Omesh	2013-sekarang	Pemain Baru

Billy Syahputra	2013-sekarang	Pemain Baru
Bopak Castello	2013-sekarang	Pemain Baru
Artis	Masa	Catatan
Caisar Putra Aditya	2013-sekarang	Penari
Chand Kelvin	2013-sekarang	Pemain Lama
Denny Cagur	2013-sekarang	Pemain Lama
Kiwil	2013-sekarang	Pemain Lama
Olga Syahputra	2013-sekarang	Pemain Lama
Raffi Ahmad	2013-sekarang	Pemain Lama
Soimah	2013-sekarang	Pemain Baru
Tarra Budiman	2013-sekarang	Pemain Lama
Wendi Cagur	2013-sekarang	Pemain Lama
Jenita Janet	2013-sekarang	Pemain Baru
Cinta Laura	Selama Bulan Ramadhan 2013 Des 2013-Jan 2014	Pemain Sementara
Idea Percussion	2013-sekarang	Band, musisi pengiring

Ferdians Setiadi	2013-sekarang	Pemain dan Bintang Tamu
Caca Handika	2014-sekarang	Pemain Baru

2. Tarian dan Lagu

Goyangan	Lagu dan penyanyi asli
Goyang Caesar	Lagu Buka Sitik Joss oleh Juwita Bahar
Goyang Kok Sepi Sih	Lagu Kata Pujangga oleh Rhoma Irama
Goyang Kereta Malam	Lagu Kereta Malam oleh Elvi Sukaesih
Goyang Simalakama	Lagu Simalakama oleh Yopie Latul
Goyang Oplosan	Lagu Oplosan oleh Nur Bayan
Goyang Bang Jali	Lagu Bang Jali oleh Denny Cagur
Goyang Medley	Gabungan goyangan dari Lagu Buka Sitik Joss oleh Juwita Bahar Lagu Kereta Malam oleh Elvi Sukaesih Lagu Simalakama oleh Yopie Latul Lagu Oplosan oleh Nurbayan
Goyang Pokoke Joget	Lagu Pokoke Joget oleh Nurbayan
Goyang Naik Delman	Lagu Naik Delman
Goyang Aweu	Lagu Joget Aweu oleh Sarayuda
Goyang Ngamen 5	Lagu Ngamen 5 oleh Eny Sagita
Goyang Morena	Lagu Goyang Morena oleh Syahrini
Goyang Pelet Cinta	Lagu Pelet Cinta Oleh Soimah
Goyang Ning Nong Ning Gung	Lagu Pak Bayan oleh Soimah
Goyang Aku Rapopo	Lagu Aku Rapopo oleh Julia Perez

Lagu	Pembawa
Oplosan (Versi Batak)	Judika
Oplosan (Versi Mandarin)	Delon
Oplosan (Versi Minang)	Siti Liza

2.5 Kerangka Pemikiran

Media massa yang paling efektif untuk menyampaikan pesan adalah televisi. Dengan perpaduan gambar dan suara, pesan yang diterima oleh masyarakat akan mudah dimengerti. Masyarakat membutuhkan pesan yang memiliki unsur hiburan. Semua stasiun televisi berlomba – lomba membuat

program yang dapat menghibur masyarakat. Salah satunya adalah stasiun televisi swasta Trans TV. Trans TV memiliki program acara YKS yang merupakan program acara *variety show* yang sangat menghibur dan sering menuai kontroversi hal ini menimbulkan rasa ingin tahu bagi para penontonnya, sebab acara yang sering menuai kontroversi adalah acara yang berhasil menarik simpati masyarakat sehingga suatu acara tersebut menjadi pusat perhatian masyarakat dan dianggap sukses di dunia *Entertainment*.

Unsur yang paling menonjol di YKS adalah unsur komedi. YKS tayang setiap hari Senin – Jumat pukul 18.00 – 22.00 WIB, Sabtu dan Minggu pukul 19.00 – 23.00 WIB. Konsep acara YKS ini lebih ke remaja, acara ini juga sangat menghibur dan dapat merilekskan pikiran remaja yang seharian dipenuhi dengan aktifitas belajar di sekolah.

Melalui program acara YKS yang tayang di Trans TV peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan program *Variety show* YKS terhadap persepsi remaja yang tinggal di Desa Pantai Cermin Kanan Dusun III Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai.